

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi yang terus berkembang dengan cepat telah berdampak signifikan pada kemajuan perdagangan online, terutama di Indonesia. Pertumbuhan pasar online yang pesat menciptakan peluang serta tantangan bagi platform online. Saat ini, akses ke dunia perdagangan semakin mudah berkat kemajuan teknologi yang pesat. Bukan hanya toko offline, tetapi masyarakat juga semakin dimudahkan dengan hadirnya toko online. Khususnya di kalangan masyarakat pada era globalisasi saat ini, layanan berbelanja online telah menjadi cara yang paling efisien dan populer bagi masyarakat. Fasilitas berbelanja online yang mudah telah mempercepat perkembangan pola konsumsi masyarakat. Pada hal ini berdampak pada perubahan gaya hidup masyarakat menjadi konsumtif (Agustin, 2023).

Pada era modernisasi saat ini, yang sejalan dengan perkembangan zaman, perubahan teknologi sangat dipengaruhi. Penggunaan internet dari berbagai lapisan masyarakat semakin meluas. Internet tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi dan sumber informasi baru, tetapi juga sebagai platform untuk berjualan secara online. Pertumbuhan teknologi informasi yang pesat, dengan cakupan global, memberi peluang kepada pengusaha untuk membangun bisnis online. Penggunaan internet sebagai media pemasaran adalah pilihan yang disukai oleh para praktisi bisnis, dengan alasan bahwa saat ini internet menjadi salah satu cara untuk mempromosikan produk secara efektif, memungkinkan bisnis mencapai konsumen di seluruh dunia tanpa hambatan geografis (Cahyadi, 2022).

Perkembangan teknologi telah menjadi pendorong utama dalam transformasi belanja online, menghasilkan pergeseran paradigma signifikan dalam cara konsumen memperoleh produk dan layanan. Inovasi seperti platform e-commerce, aplikasi seluler, dan penggunaan kecerdasan buatan telah menciptakan pengalaman belanja yang lebih efisien dan terhubung secara digital. Konsumen kini dapat dengan mudah menjelajahi berbagai pilihan produk, membandingkan harga,

dan melakukan pembelian tanpa harus meninggalkan rumah. Selain itu, teknologi juga telah memfasilitasi pengalaman belanja yang lebih personal dan disesuaikan, dengan adanya rekomendasi produk berbasis data konsumen. Pergeseran ini tidak hanya memudahkan akses konsumen ke pasar global, tetapi juga mendorong pertumbuhan industri e-commerce dan memacu perubahan dalam strategi bisnis ritel secara keseluruhan.

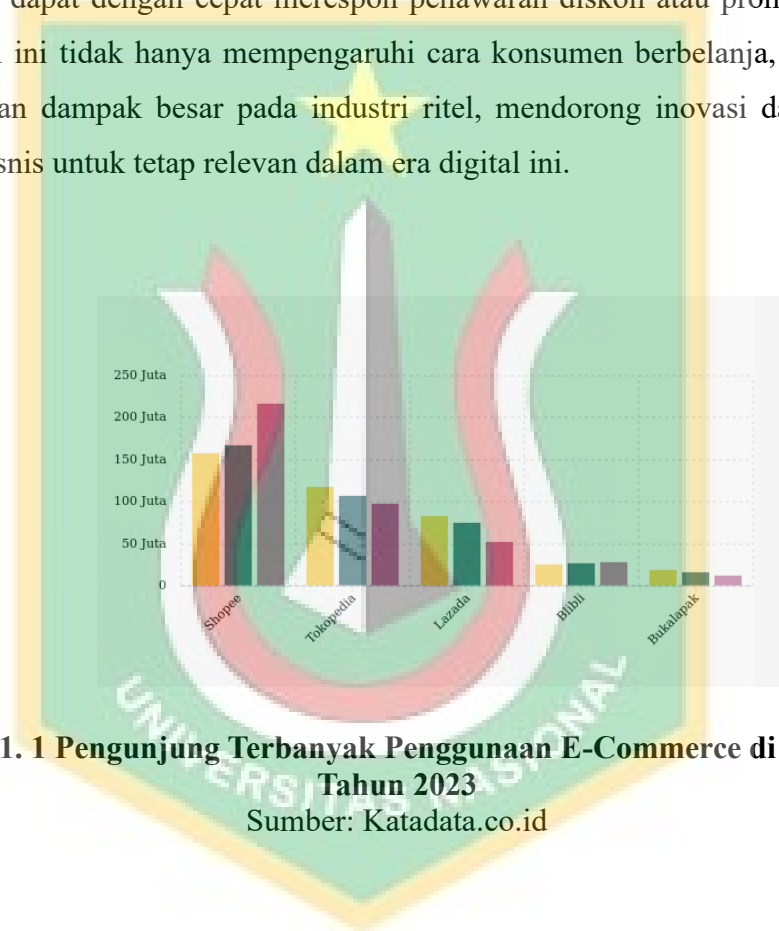
Maka dalam elemen penting ini masyarakat mengevaluasi kemajuan tingkat kesejahteraan ekonomi suatu populasi adalah pola pengeluaran konsumsi masyarakat belanja online. Pengeluaran konsumsi belanja online merujuk pada belanja yang dilakukan oleh masyarakat untuk memperoleh barang dan jasa guna memenuhi berbagai kebutuhan, termasuk makanan, pakaian, dan kebutuhan lainnya, serta layanan-layanan tertentu. Barang yang diproduksi untuk memenuhi kebutuhan konsumsi masyarakat disebut sebagai barang konsumsi. Konsumsi mempunyai hubungan yang erat dengan tingkat tabungan dimana tabungan merupakan bagian dari pendapatan yang tidak dikonsumsi atau dibelanjakan (Baginda Persaulian, 2013).

Badan Pusat Statistik menyatakan bahwa di Indonesia, konsumsi memiliki peran yang sangat dominan dalam perekonomian dimana kontribusi konsumsi terhadap perekonomian Indonesia pada pengeluaran perkapita sebulan di perkotaan mencapai Rp. 1.691.450 naik hingga 9,18% dibandingkan tahun lalu.

Konsumsi memiliki keterkaitan yang erat dengan tingkat tabungan, di mana tabungan merupakan bagian dari pendapatan yang tidak digunakan atau dihabiskan. Suku bunga dalam pembelian di memiliki dampak terhadap perilaku pengeluaran konsumsi masyarakat melalui tabungan. Ketika tingkat suku bunga meningkat, jumlah uang yang disimpan juga cenderung bertambah, mengakibatkan penurunan jumlah uang yang digunakan untuk belanja konsumsi. Sebaliknya, jika tingkat suku bunga rendah, jumlah uang yang disimpan cenderung berkurang, sehingga lebih banyak uang yang digunakan untuk keperluan konsumsi. Oleh karena itu, hubungan antara konsumsi dan suku bunga memiliki arah yang berlawanan, di mana peningkatan suku bunga dapat mengurangi kecenderungan konsumsi masyarakat.

Belanja online telah mengubah secara signifikan perilaku konsumsi di kalangan masyarakat modern. Kemudahan aksesibilitas melalui platform e-commerce memungkinkan konsumen untuk menjelajahi dan membeli berbagai produk dari kenyamanan rumah mereka. Proses belanja online memberikan keleluasaan dalam membandingkan harga, membaca ulasan, dan membuat keputusan pembelian tanpa harus berkunjung langsung ke toko fisik.

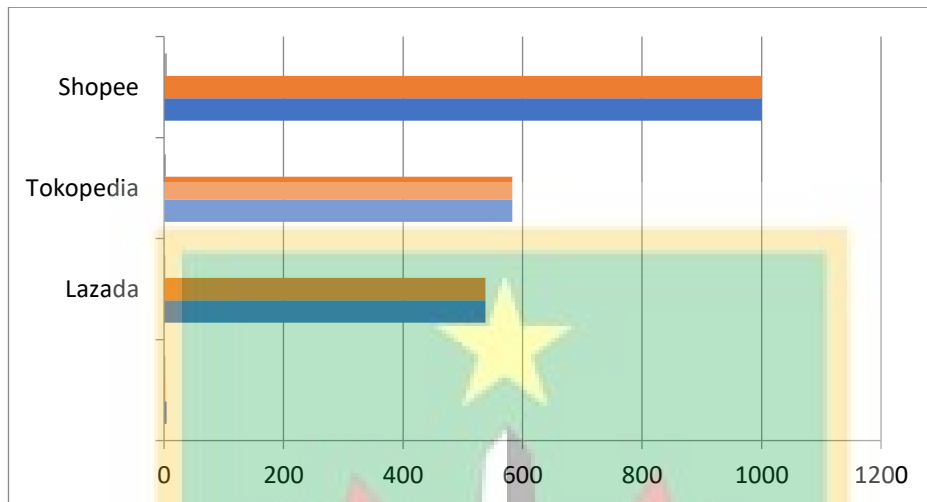
Fenomena ini juga menciptakan tren konsumsi yang lebih impulsif, di mana konsumen dapat dengan cepat merespon penawaran diskon atau promosi online. Perubahan ini tidak hanya mempengaruhi cara konsumen berbelanja, tetapi juga memberikan dampak besar pada industri ritel, mendorong inovasi dan adaptasi strategi bisnis untuk tetap relevan dalam era digital ini.



Gambar 1. 1 Pengunjung Terbanyak Penggunaan E-Commerce di Indonesia Tahun 2023
Sumber: Katadata.co.id

Data terbaru yang di terbitkan oleh Katadata.co.id bahwa tingkat pengguna *e-commerce* di Indonesia pada kuartil III berada di paling atas yaitu shopee dengan 216 juta pengguna shopee dengan rata-rata kunjungan situs perbulan. Pada kuartil I 5 *e-commerce* tersebut mengalami penurunan pada bulan Januari-Februari 2023. Namun, pada maret 2023 penggunaan *e-commerce* ada peningkatan kembali dengan 216 juta pengguna shopee dengan rata-rata kunjungan situs perbulan. Pada

kuartil I 5 *e-commerce* tersebut mengalami penurunan pada bulan Januari-Februari 2023. Namun, pada maret 2023 penggunaan *e-commerce* ada peningkatan kembali.



Gambar 1. 2 Pengguna Terbanyak Yang Download E-commerce Per Januari Tahun 2024

Sumber: Peneliti, Januari 2024 Di Appstore

Pada data yang peneliti cari di appstore menunjukkan bahwa pengguna *e-commerce* yang paling banyak di download adalah aplikasi shopee. Data tersebut yaitu shopee dengan pengguna 1,3 M, Tokopedia dengan pengguna 563 ribu, dan Lazada 538 ribu. Data tersebut peneliti cari pada januari 2024. Namun adanya peningkatan drastis pada pengguna shopee dibanding tahun lalu.

Maka dengan adanya *e-commerce* shopee juga hadir fungsi Paylater yang telah meningkatkan efisiensi transaksi online dengan kemudahan penyelidikan, registrasi, dan aktivasi. Hal ini menjadikan Paylater sebagai alternatif pembayaran yang unggul. Dengan adanya *e-commerce* yang terus berkembang, masyarakat didorong untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan mereka, yang seringkali menjadi prioritas utama. Namun kemampuan untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan tersebut seringkali terbatas karena tidak semua individu mampu membayar secara tunai. Oleh karena itu, beberapa perusahaan *e-commerce* di

Indonesia, seperti aplikasi Shopee, telah memperkenalkan layanan Paylater untuk memfasilitasi pembayaran cicilan.

Paylater merupakan salah satu jenis financial technology yang memungkinkan pelanggan untuk menunda pembayaran barang atau jasa, dimana penyedia financial technology melakukan pembayaran ke toko tempat transaksi dilakukan terlebih dahulu. Layanan ini memberikan solusi kepada masyarakat yang memerlukan barang atau jasa namun belum memiliki cukup uang pada saat transaksi, sehingga secara singkat, paylater adalah layanan kredit online yang memudahkan pengguna dalam melakukan transaksi (Zahrufiq, 2022). Fitur Paylater yang terdapat dalam aplikasi Shopee memungkinkan pengguna untuk langsung memanfaatkannya saat memilih metode pembayaran dalam menggunakan layanan Shopee. Pengguna dapat menggunakan fitur ini sesuai dengan batasan limit yang telah ditetapkan oleh pihak aplikasi (Julita, 2022).



Gambar 1. 3 Layanan paylater Yang Paling Banyak di Gunakan Tahun 2023

Sumber: Katadata.co.id

Walaupun mengalami peningkatan pengguna shopeepaylater 89% responden di Indonesia pada tahun 2022, namun shopeepaylater ini paling banyak di gunakan yang di antaranya 77% menikmati layanan shopeepaylater. Mayoritas responden yang berada di pulau jawa yang sering menggunakan layanan shopeepaylater yang penggunaan tersebut dari usia 17 sampai 25 tahun.

Paylater, sebagai salah satu inovasi dalam sistem pembayaran online, telah memainkan peran penting dalam transformasi belanja online. Layanan ini memungkinkan konsumen untuk membeli produk dan layanan tanpa membayar secara langsung pada saat pembelian, melainkan dengan opsi pembayaran yang ditunda hingga periode tertentu atau dengan skema cicilan. Paylater memberikan fleksibilitas keuangan kepada konsumen, memungkinkan mereka untuk menyesuaikan pembayaran dengan keadaan keuangan mereka.

Penerapan Paylater telah menciptakan dampak besar dalam meningkatkan daya beli konsumen dan mendorong pertumbuhan industri e-commerce. Konsumen dapat dengan lebih leluasa menjelajahi dan membeli produk tanpa harus khawatir tentang pembayaran segera. Sebagai tambahan, Paylater juga memberikan keuntungan kepada pelaku usaha dengan meningkatkan konversi penjualan dan mengurangi tingkat keranjang belanja yang ditinggalkan.

Meskipun memberikan keuntungan, penggunaan Paylater juga perlu diimbangi dengan kesadaran finansial yang baik. Adanya opsi pembayaran tertunda atau cicilan dapat menggoda konsumen untuk berbelanja lebih dari kemampuan finansial mereka. Oleh karena itu, sementara Paylater memfasilitasi belanja online, penggunaannya juga perlu diawasi agar tidak menimbulkan masalah keuangan di kemudian hari.

Ini adalah salah satu fitur keuangan yang ditawarkan oleh Shopee, yang memungkinkan pengguna untuk berbelanja dalam aplikasi Shopee dengan opsi pembayaran kredit yang memiliki jangka waktu tenor mulai dari 1 hingga 12 bulan, dengan suku bunga yang bervariasi antara 0% hingga 2,95%. Pengajuan Shopeepaylater sangat mudah, hanya memerlukan KTP dan foto diri sebagai persyaratan setelah itu Shopee paylater dapat digunakan. Oleh karena itu, Shopee paylater banyak digunakan disegala kalangan.

Berdasarkan fenomena tersebut, dapat disimpulkan bahwa tingkat konsumerisme pada masyarakat pengguna shopee paylater semakin meningkat karena kemudahan dalam melakukan pembelian barang. Masyarakat kini cenderung tidak hanya memperhatikan harga, melainkan lebih fokus pada kecepatan dan kenyamanan berbelanja melalui platform e-commerce (Harnina

Ridwan, 2018). Selain itu, pembelian barang secara online tidak lagi didasarkan pada kebutuhan, melainkan lebih dipengaruhi oleh tren yang sedang berlangsung di lingkungan sosial. Tren ini mencakup banyak orang yang saling berlomba untuk membeli barang, terutama karena daya tarik iklan yang menarik di platform e-commerce, lebih disukai daripada metode pembelian konvensional.

Fenomena belanja online menjadi sebuah perubahan revolusioner dalam dunia perdagangan dan konsumsi. Dengan kemajuan teknologi dan pertumbuhan e-commerce, konsumen kini dapat menjelajahi dan membeli berbagai produk dan layanan tanpa harus meninggalkan kenyamanan rumah mereka. Belanja online memberikan pengalaman yang lebih efisien dan personal, memungkinkan konsumen untuk membandingkan harga, membaca ulasan, dan membuat keputusan pembelian dengan lebih terinformasi. Hal ini tidak hanya menciptakan kemudahan bagi konsumen, tetapi juga mengubah dinamika industri ritel secara keseluruhan. Toko online bersaing dengan toko fisik, mendorong transformasi dalam cara bisnis beroperasi dan bagaimana konsumen berinteraksi dengan produk. Fenomena ini menciptakan paradigma baru dalam aktivitas konsumtif, mencerminkan adaptasi masyarakat terhadap era digital yang terus berkembang.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan konteks permasalahan di atas maka dapat disimpulkan bahwa permasalahan penelitian yang diajukan dalam hal ini adalah:

“Bagaimana pandangan masyarakat terhadap transformasi pola konsumsi dengan menggunakan shopee paylater di Kelurahan Cipinang Besar Utara Jakarta Timur”

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka dapat disimpulkan bahwa tujuan penelitian ini yaitu:

“Untuk mengkaji masyarakat terhadap transformasi pola konsumsi dengan menggunakan shopee paylater di Kelurahan Cipinang Besar Utara Jakarta Timur.

1.4 Manfaat Penulis

Manfaat dari penelitian ini adalah dapat menambah ilmu pengetahuan sosial atau sosiologi. Serta menambah referensi masyarakat dalam memahami ataupun mempelajari adanya masyarakat konsumsi dengan menggunakan shopee paylater.

1.5 Sistematika Penulisan

Penelitian ini terdiri dari beberapa bab dengan sistematika sebagai berikut:

BAB 1 PENDAHULUAN

Pada bagian pendahuluan, peneliti menjelaskan tentang masyarakat konsumsi dan data pengguna shopeepaylater di Indonesia yang terus meningkat setiap tahunnya, maka di butuhkan kebijakan untuk mendorong agar sejauhmana shopeepaylater mempengaruhi pola konsumsi masyarakat di Kelurahan Cipinang Besar Utara Jakarta Timur. Topik penelitian ini yang berjudul “Transformasi Pola Konsumsi: Studi Kasus Pengguna Shopee Paylater Dalam Pengalaman Belanja Online Di Kelurahan Cipinang Besar Utara Jakarta Timur.” memiliki rumusan masalah yaitu mengenai Bagaimana pandangan masyarakat terhadap pola konsumsi dengan menggunakan shopee paylater di Kelurahan Cipinang Besar Utara Jakarta Timur, lalu yang bertujuan untuk mengkaji masyarakat terhadap pola konsumsi dengan menggunakan shopee paylater di Kelurahan Cipinang Besar Utara Jakarta Timur, dan bermanfaat untuk ilmu pengetahuan dan kegunaan praktis

BAB II KAJIAN PUSTAKA

Pada bagian kajian Pustaka, peneliti menjelaskan tentang penelitian terdahulu. Selanjutnya, pada bagian kerangka konsep peneliti menjelaskan beberapa konsep yang akan digunakan dalam penelitian ini yaitu masyarakat konsumsi, shopee paylater, budaya masyarakat. Lalu, untuk bagian teori merupakan bagian untuk menjelaskan teori yang digunakan dalam menganalisis masalah yang sedang diteliti yaitu teori Masyarakat Konsumsi Jean Baudrillard. dan yang

terakhir, bagian kerangka pemikir merupakan sebuah tabel untuk dapat memudahkan peneliti dalam menganalisis masalah yang sedang diteliti.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bagian metode penelitian, peneliti , menjelaskan metode penelitian yang di gunakan oleh peneliti yaitu metode kualitatif deskriptif, penentuan informan yang menggunakan teknik purposive sampling, dalam pengumpulan data peneliti menggunakan teknik observasi, wawancara, dan dokumentasi, teknik pengolahan data dan analisis data yang menggunakan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan, serta lokasi penelitian yang dilakukan di Kelurahan Cipinang Besar Utara Jakarta Timur dengan waktu penelitian maksimal satu bulan.

BAB IV PEMBAHASAN

Pada bagian pembahasan, peneliti menjelaskan mengenai hasil penelitian yang sudah peneliti dapatkan di lapangan. Hasil penelitian tersebut menjelaskan bahwa mendeskripsikan mengenai gambaran umum mulai dari lokasi penelitian yang akan di pilih peneliti. Selain itu, pada bab ini juga memuat mengenai data yang sudah didapatkan peneliti dari lapangan dan kemudian dipaparkan dalam laporan tersebut. Data yang sudah didapatkan peneliti sebelum dipaparkan dipilih terlebih dahulu agar datanya nanti sesuai dengan kreteria peneliti. Data yang sudah didapatkan kemudian di analysis dengan teori yang dipilih dalam penelitian ini. Sehingga pada bab 4 ini peneliti mendeskripsikan hasil dari data yang sudah di dapatkan.

BAB V PENUTUP

Pada bagian penutup, peneliti menjelaskan tentang hasil penelitian di lapangan untuk menarik kesimpulan sehingga kesimpulan dari penelitian. Hasil dari penelitian tersebut menjelaskan bahwa masyarakat di Kelurahan Cipinang Besar Utara mulai dari pekerja, mahasiswa, hingga pelajar menggunakan shopee paylater

untuk memenuhi tren semata yang kemudian menjadi berperilaku konsumtif. Banyak dari masyarakat yang menggunakan Shopee paylater hanya karna gengsi dan mengikuti teman-teman yang memakai shopee paylater.

