

FENOMENA PERILAKU BERBELANJA MENGGUNAKAN SPAYLATER SERTA DAMPAKNYA TERHADAP GAYA HIDUP MAHASISWA ILMU EKONOMI

Intan Kurniasari

S1 Ekonomi, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Negeri Surabaya
Email: intan.18009@mhs.unesa.ac.id

Ladi Wajuba Perdini Fisabilillah

S1 Ekonomi, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Negeri Surabaya
Email: ladifisabilillah@unesa.ac.id

Abstrak

Globalisasi mendorong dunia semakin maju terutama pada bidang teknologi, pada era saat ini teknologi sudah berkembang pesat dibuktikan dengan lahirnya Financial Technology (fintech) salah satunya yakni SPayLater. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui lebih lanjut mengenai perilaku berbelanja online dengan menggunakan fitur SPayLater pada remaja khususnya pada mahasiswa Jurusan Ilmu Ekonomi Universitas Negeri Surabaya. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif dengan menggunakan pendekatan fenomenologi. Hasil penelitian didapatkan dari wawancara narasumber dan juga menggunakan perbandingan studi terdahulu. Gaya hidup serta pengaruh sosial berpengaruh terhadap penggunaan SPayLater dan juga berpengaruh terhadap perilaku berbelanja Mahasiswa Jurusan Ilmu Ekonomi Universitas Negeri Surabaya bagi mereka yang cenderung suka berbelanja dengan adanya SPayLater ini membuat gaya hidupnya semakin konsumtif, serta penggunaan SPayLater karena adanya pengaruh sosial yang bersumber dari teman dan iklan.

Kata Kunci : *SPayLater, Perilaku Berbelanja, Gaya Hidup, Pengaruh Sosial*

Abstract

Globalization is pushing the world to be more advanced, especially in the field of technology, in the current era technology has developed rapidly as evidenced by the birth of Financial Technology (fintech), one of which is SPayLater. This study was conducted to find out more about online shopping behavior using the SPayLater feature in adolescents, especially students of the Department of Economics, State University of Surabaya. This study uses a qualitative descriptive research method using a phenomenology approach. The results of the study were obtained from interviews with sources and also used comparisons of previous studies. Lifestyle and sosial influences affect the use of SPayLater and also affect the shopping behavior of students of the Department of Economics, State University of Surabaya for those who tend to like shopping with SPayLater making their lifestyle more consumptive, and the use of SPayLater because of sosial influences that come from friends and family. advertisement.

Keywords : *SPayLater, Shopping Behavior, Lifestyle, Sosial Influence*

PENDAHULUAN

How to cite: Kurniasari,I,& Fisabilillah, L.W.P. (2021). Fenomena Perilaku Berbelanja Menggunakan SPayLater Serta Dampaknya Terhadap Gaya Hidup Mahasiswa Ilmu Ekonomi. *INDEPENDENT : Journal Of Economics*, 1(3), 207-218.

Perkembangan teknologi informasi yang sangat pesat dalam memenuhi kebutuhan manusia seiring dengan globalisasi yang mendorong masyarakat semakin maju, salah satu perkembangan teknologi dan informasi yakni adalah jaringan internet. Munculnya jaringan internet dengan segala kehebatannya membuat perubahan dan gaya hidup pada manusia. Pengguna internet dengan sangat mudah mendapatkan informasi yang dibutuhkan. Internet menjadi kebutuhan penting saat ini setelah kebutuhan primer. Bisa dilihat dengan kemudahan masyarakat mengakses internet dimanapun dan kapanpun. Data dari Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kemenkominfo) menyatakan user internet di Indonesia hingga kini memasuki angka 63 juta pengguna. Dari angka tersebut, 95% memakai jaringan internet digunakan untuk mengakses jejaringan sosial (Kominfo, 2013). Pesatnya perkembangan teknologi dan internet di Indonesia menjadi salah satu alasan lahirnya sistem pembayaran digital baru.

Salah satu perkembangan teknologi di sektor keuangan yang berkembang di Indonesia adalah financial technology (*fintech*). Bersumber pada data yang didapat dari Otoritas Jasa Keuangan (2021) per tanggal 27 Juli 2021 diperoleh data sebanyak 121 perusahaan fintech lending memiliki perizinan serta tercatat di OJK. Fintech dapat menunjang transaksi baik yang berhubungan dengan pinjam meminjam, transaksi jual beli dan pembayaran menjadi lebih efektif, efisien dan ekonomis. (Fisabilillah & Hanifa, 2021). Fintech adalah gabungan dari teknologi informasi dan pelayanan keuangan modern yang bisa menuntaskan transaksi secara instan tanpa khawatir jeda (Amelia, 2021). Fintech mempersembakan peluang pada siapapun supaya bisa merasakan transaksi dimana saja dan kapan saja secara praktis dan realistis hingga transaksi jadi lebih efektif dan efisien. Transformasi opini konsumen dengan keberadaan saluran internet yang membentuk transaksi bisa dilaksanakan secara instan dan pada waktu saat itu juga (real time) menjadi penyebab majunya perkembangan fintech (Nizar, 2017).

Perkembangan fintech di Indonesia terus maju, salah satunya terobosan baru yang muncul dan banyak diperbincangkan yakni Pay Later. Pay later merupakan cara pembayaran kredit dengan cicilan tanpa menggunakan kartu kredit. Pay later dalam artian lain merupakan beli sekarang bayar kemudian. Maksudnya pembeli bisa membeli barang saat ini tanpa membayar terlebih dahulu. Konsep pay later ini sama dengan kartu kredit, perusahaan akan menalagi pembayaran terlebih dahulu kemudian akan ada tanggal jatuh tempo yang sudah ditentukan oleh perusahaan untuk melunasi pembayaran. Berdasarkan pada data Fintech Report yang dikeluarkan oleh DSRResearch pengguna paylater (56,7%) menjadi layanan kesayangan menduduki posisi ke-3 setelah e-wallet (82,7%) dan aplikasi investasi (62,4%). Nampaknya pay later semakin diminati oleh masyarakat, karena dengan menggunakan fitur pay later masyarakat dapat melakukan transaksi secara daring tanpa harus keluar uang terlebih dahulu.

Fitur paylater bisa dipergunakan sebagai media pembayaran pada aplikasi yang mempunyai fitur sistem tersebut. Pemfasilitator jasa tersebut saat ini yang paling digandrungi oleh masyarakat Indonesia yakni platform Shopee yang merupakan aplikasi penyelenggara system jual beli online yang dapat diakses melalui smart phone yang bisa diakses kapan pun dan dimanapun. Platform shopee ini berkantor di Singapura di bawah naungan SEA Grop (sebelumnya

dikenal sebagai Garena) yang didirikan pada tahun 2009. Berdasarkan data yang dirilis oleh Hootsuite (2021) shoppe masuk dalam peringkat keempat di Indonesia dalam kategori aplikasi yang acap kali digunakan.

Tabel 1: Aplikasi Seluler Berdasarkan Pengguna Aktif

No	Nama Aplikasi	Induk Perusahaan
1.	WhatsApp	Facebook
2.	Facebook	Facebook
3.	Instagram	Facebook
4.	Shopee	SEA
5.	Facebook Messenger	Facebook
6.	Tokopedia	Tokopedia
7.	Gojek	Gojek
8.	Telegram	Telegram
9.	My Telkomsel	Telkom Indonesia
10.	Line	Line

Sumber: Hootsuite 2021

Aplikasi Shopee telah merilis fitur Paylater bernama SPayLater. Saat itu diperkenalkan pada awal Januari 2009. Shopee bekerja sama dengan beberapa PT untuk menyediakan fitur kredit ini. PT. Lentera Dana Nusantara (sebagai operator layanan kredit dan kredit berbasis teknologi / platform P2P lending), PT. Commerce Finance (sebagai perusahaan keuangan), dan anggota lain yang berkolaborasi dengan PT. Lentera Dana Nusantara atau PT. Commerce Finance untuk memberikan pinjaman kepada pengguna. Fitur SPayLater ini hampir sama dengan kartu kredit. Karena setelah mengaktifkan akun dan akan diberikan limit pinjaman berupa saldo yang dimana dapat digunakan untuk berbelanja tanpa menggunakan uang terlebih dahulu, namun setelah itu juga ditentukan untuk tanggal jatuh tempo yang sudah ditentukan untuk melunasi cicilan. Disamping itu banyak sekali keuntungan diberikan oleh fitur SPayLter kepada para penggunanya salah satunya yaitu bunga cicilan yang sangat rendah yakni sebanyak 2,95% pada program beli sekarang bayar nanti dalam kurun waktu satu bulan, serta cicilan yang dibayarkan dalam tenggat waktu 3,6,12, bulan. Selain biaya bunga SpayLater juga memberlakukan biaya penangan per-transaksi sebesar 1% serta jika ada keterlambatan penulasan cicilan yang lewat dari tanggal jatuh tempo yang telah di tetapkan sehingga akan diberlakukan denda sebesar 5%.

Namun dengan adanya keuntungan yang diberikan dapat membuat perubahan pada perilaku berbelanja. Perilaku konsumen diartikan sebagai karakter yang ditunjukkan konsumen ketika mereka memilih, membeli, memakai, mengevaluasi, dan menghabiskan produk barang dan jasa yang diharapkan bisa melengkapi kebutuhan mereka (Suprihati & Utami, 2015). Perilaku pembelian adalah aktivitas pribadi yang berperan secara langsung dalam proses mencari dan memakai barang dan jasa serta proses pertimbangan yang berdasar pada proses perencanaan dan penetapan kegiatan tersebut (Astasari, 2018). Berkenaan dengan perilaku konsumen, perilaku pembelian diawali dari kesadaran akan keperluan yang kemudian disusul dengan proses eskplorasi, aksi, serta penilaian atas produk barang dan jasa yang telah didapatkan. Kotler dan Armstrong menyatakan bahwa terdapat lima indikator yang dapat mempengaruhi perilaku pembelian konsumen, yaitu: budaya, faktor sosial, faktor pribadi, faktor psikologis, dan persepsi (Astasari, 2018)

Pada artikel ini digunakan tinjauan teori gaya hidup. Gaya hidup berbeda dengan cara hidup. Cara hidup diperlihatkan dengan karakteristik semacam ritual, norma, ataupun pola tatanan sosial. Sedangkan gaya hidup digambarkan dengan apa yang dipakai individu, apa yang diipakai dan juga bagaimana individu tersebut berperilaku dan bertemu dengan orang lain. Gaya hidup adalah model aksi yang dibedakan dari satu individu dengan individu yang lainnya (Bagong, 2013). Gaya hidup adalah satu dunia modern. Siapa saja yang hidup didalam masyarakat maju akan memakai ide pikiran mengenai gaya hidup untuk mencerminkan perilakunya sendiri. Berbekal dari gagasan tokoh sosiologi Thorstain Veblen perihal *leisure class* yang merupakan waktu luang menjabarkan tentang tingkah laku individu saat menggunakan waktu luang. Waktu luang tersebut diartikan seperti suatu hal yang negatif yaitu seperti kelas pemboros yang banyak menggunakan uang untuk memenuhi hasratnya untuk mengisi waktu luang. Dalam hubungannya gaya hidup waktu dan uang adalah suatu part dari mereka. Hal ini memiliki tujuan untuk meningkatkan status sosial baik secara sadar ataupun tidak. Faktor-faktor gaya hidup yang dijabarkan oleh Bourdieu antara lain faktor internal yang berupa sikap, pengalaman, kepribadian, konsep diri, motif dan persepsi. Sedangkan faktor eksternalnya meliputi referensi, keluarga, kelas sosial, dan kebudayaan.

Dalam penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Vita Hasna Izdi Amelia (2021) yang berjudul “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Fitur Spaylater Pada Aplikasi Shopee Dan Pengaruhnya Terhadap Perilaku Konsumtif” menyebutkan bahwa adanya pengaruh yang tinggi terhadap penggunaan SPayLater pada pengaruh sosial, gaya hidup, dan familiaritas terhadap perilaku konsumtif. Adapun keterbatasan dalam penelitian tersebut yakni data primer yang yang diperoleh dari hasil responden melalui kuisisioner yang disebarakan secara online, sehingga bisa jadi terdapat informan yang mengisinya tidak serius.

Dalam penelitian kedua yang dilakukan oleh Sumarto (2011) dalam jurnalnya yang berjudul “Penggunaan Kartu Kredit Dan Perilaku Belanja Kompulsif: Dampaknya Pada Risiko Gagal Bayar” menyatakan bahwa penggunaan kartu kredit berpengaruh terhadap perilaku berbelanja kompulsif hal

ini dikarenakan hipotesis yang menyatakan semakin sering menggunakan kartu kredit dalam berbelanja, maka semakin kompulsif pemegang kartu kredit, serta juga berpengaruh terjadinya resiko gagal bayar dikarenakan semakin intensifnya perilaku kompulsif, serta pemegang kartu kredit akan cenderung menghabiskan uang (Sumarto et al., 2012).

Dalam survey yang dilakukan oleh snapcart 2018 menunjukkan Sebagian besar konsumen online shopping adalah wanita dengan populasi mencapai 65% . Maraknya situs online shopping membuat masyarakat semakin gencar untuk berbelanja, terutama golongan muda mudi khususnya kalangan mahasiswa. Karena bagi mahasiswa yang tidak banyak memiliki waktu luang untuk pergi ke pusat perbelanjaan maka alternatif yang digunakan adalah berbelanja online. Selain tidak adanya waktu dengan memilih berbelanja online mahasiswa tidak perlu lagi mengeluarkan uang lebih untuk transportasi serta waktu yang banyak (Thohiroh, 2015), karena biasanya dalam online shopping sudah menyediakan subsidi ongkir atau malah dengan memberikan voucher biaya ongkir alias free ongkir. Cukup hanya dengan membuka handphone kemudian mengkoneksikan dengan internet, lalu buka platform yang akan dituju sudah bisa berbelanja dengan cepat tanpa membuang energi untuk keluar rumah. Apalagi ditambah adanya fitur SPayLater yang akan lebih memudahkan para penggunanya terkhusus kaum anak millennial. Kenyamanan dan kemudahan penggunaan SPayLater yang hampir sama dengan kredit dapat memberikan kebebasan finansial pada masyarakat terhadap berbelanja serta memberikan kontribusi yang positif akan menimbulkan perilaku konsumtif.

Pada penelitian yang dilakukan oleh Sumartono umumnya mahasiswa berbelanja didasarkan atas keinginan semata melainkan bukan karena kebutuhan. Hal ini yang dinamakan perilaku konsumtif. Perilaku konsumtif adalah tindakan untuk mendapatkan suatu produk tanpa adanya pertimbangan yang matang, dan individu tersebut dalam mendapatkan suatu produk tidak berdasarkan pada faktor kebutuhan (Sumartono, 2002).

Adapun faktor yang membuat masyarakat pengguna platform shoppe menjadi konsumtif yakni pengaruh sosial, pengaruh sosial yakni dukungan pribadi dari luar dan lingkungan sosial yang bisa merubah tindakan dan keyakinan individu sehingga dapat menjalani suatu aksi yang berkaitan dengan pemakaian suatu teknologi (Amelia, 2021) terdapatnya hubungan dengan keluarga, teman atau kelompok seusia yang secara langsung terhubung dengan individu bisa menyalurkan rasa percaya sehingga dapat mengajak kepribadian untuk memakai suatu teknologi (Farah Hasni, & Abbas, 2018).

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana perilaku berbelanja yang ditimbulkan dari penggunaan Fitur SPayLater pada mahasiswi Jurusan Ilmu Ekonomi Universitas Negeri Surabaya. Dari pengamatan peneliti yang bersumber dari keempat informan saat ini sudah lumayan cukup banyak pengguna SPayLater pada mahasiswa Jurusan Ilmu Ekonomi khususnya pada wanita, dari beberapa mahasiswa yang dapat peneliti amati mereka cenderung menggunakan SPayLater dikarenakan kemudahan yang ditawarkan oleh fitur tersebut. Tanpa harus membayarkan belanjaan pada saat itu juga. Dari kemudahan yang diberikan oleh SPayLater intensitas berbelanja mereka juga cenderung berubah-ubah.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif yakni dengan penggunaan pendekatan fenomenologi yang mana penelitian ini memiliki tujuan untuk meneliti dengan menggali kesadaran yang mendalam kepada para subyek penelitian mengenai suatu pengalaman atau peristiwa yang dialaminya. Penelitian ini menggunakan jenis dan sumber data primer diperoleh dari informan yang telah ditentukan oleh peneliti menggunakan metode purposive sampling dengan cara wawancara mendalam kepada empat informan yakni saudari Arum Aldaniar Angkatan 2018, saudari Isna Nur Hanifah Angkatan 2019, saudara Fahnur Ari Wijaya Angkatan 2020, dan saudari Nur Azizah Afifatul Ulah Angkatan 2021. Informasi diperoleh dari 4 orang mahasiswa yakni 3 orang perempuan dan 1 orang laki-laki yang telah bersedia melakukan wawancara seputar perilaku berbelanja, serta penggunaan Fitur SPayLater. Informan ini merupakan konsumen aktif platform Shopee serta juga merupakan pengguna aktif Fitur SPayLater setiap bulannya. Empat orang informan ini dipilih karena berdasarkan hasil sharing keseharian salah seorang mahasiswa mengenai berbelanja online dengan peneliti karena penggunaan SPayLter mengakibatkan keuangan yang selalu menipis akibat pelunasan tagihan SPayLater serta juga berdampak pada perilaku informan yang menjadi konsumtif.

Untuk memperoleh data dari informan digunakan jenis wawancara semi terstruktur dimana informan harus menjawab pertanyaan yang sesuai dengan pertanyaan yang diberikan tetapi juga diperbolehkan menjawab sesuai dengan opininya sendiri selama masih berkesesuaian dengan tema pembahasan (Sari & Nugraha, 2021). Dalam proses wawancara dengan informan dilakukan secara tidak langsung, melainkan melalui chat WhatsApp, dan zoom. Setelah dilakukannya wawancara mendalam dengan informan dan memperoleh informasi, kemudian peneliti mengolah informasi yang telah diperoleh menggunakan model analisis interaktif dari Milles dan Hubberman 1992. Dimana disebutkan ada 4 langkah yang harus dilakukan yaitu: pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan (Akhmad & Rachmawati, 2021). Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara subyek penelitian dengan mendalam, kemudian data yang telah diperoleh dianalisa dengan menggunakan teknik reduksi data, selanjutnya menghasilkan data kedalam bentuk format tulisan yang menjabarkan hasil dari data yang sudah dianalisa dan tahap terakhir yakni penarikan kesimpulan yang dilakukan dengan metode triangulasi sumber. Yakni dilakukan dengan cara mengumpulkan data dari beragam sumber informan yang berbeda kemudian menggunakan suatu metode yang sama yakni wawancara mendalam. Kemudian dikonfirmasi ulang kepada informan bahwa hasil yang didapatkan seperti ini.

Agar penelitian ini dapat dilakukan dengan fokus, sempurna, dan mendalam oleh sebab itu adapun Batasan obyek yang ditentukan pada obyek penelitian ini hanya digunakan untuk menganalisis bagaimana dampak yang ditimbulkan dari penggunaan SPayLater terhadap Perilaku berbelanja dan untuk batasan subyek penelitiannya adalah mahasiswa Jurusan Ilmu Ekonomi

Universitas Negeri Surabaya yang merupakan pengguna aktif Aplikasi Shopee serta pengguna aktif fitur SPayLater.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Awal Mula Menggunakan Spaylater

Dari pernyataan saudara Arum Aldaniar salah seorang mahasiswa Jurusan Ilmu Ekonomi angkatan 2018 mengatakan

“saya menggunakan SpayLater sudah sekitar 2 tahun,. Semenjak mulai pandemi. Dan berawal dari iklan yang terus masuk di notifikasi hp saya serta banyak sekali teman saya yang menggunakan SPayLater. Dan saat itu keuangan saya agak sedang buruk jadi saya memutuskan untuk daftar SPayLter agar memudahkan belanja saya. Dan SPayLter saya gunakan untuk belanja kebutuhan pribadi saya seperti baju, tas, dan skincare. Dalam sebulan saya menggunakan dana sekitar 100-300 ribu untuk melunasi cicilan SPayLater”

Kedua, pernyataan saudara Isna Nur Hanifah yang merupakan mahasiswa Jurusan Ilmu Ekonomi 2019 mengatakan

“Saya menggunakannya sudah 8 bulan, dimulai sejak pertengahan bulan Februari 2021. Penggunaan SPayLater juga karena banyak iklan di televisi yang membuat saya menjadi tertarik untuk mencoba menggunakannya. Untuk penggunaannya saya selalu membatasi pinjaman 500 ribu, jadi bisa dinilang rata-rata 500 ribu setiap bulannya bisa kurang bisa lebih”

Pernyataan ketiga dari saudara Fahnur Ari Wijaya yang merupakan mahasiswa Jurusan Ilmu Ekonomi 2020 mengatakan

“kurang lebih 10 bulan kak, mulai bulan januari 2021. Saya mengeluarkan uang sekitar 150 ribu setiap bulannya untuk melunasi cicilan SPayLater. Yang saya gunakan untuk berbelanja kebutuhan pribadi saya serta belanja kebutuhan penunjang bisnis voucher wifi dan jualan kecil-kecilan. Awal mula penggunaan saya melihat banyak sekali iklan dan pamflet setiap saya membuka aplikasi Shopee serta anyak sekali elurga saya yang menggunakannya ”

Selanjutnya pernyataan dari saudara Nur Azizah Afifatul Ulah yang juga mahasiswi Jurusan Ilmu Ekonomi 2021 mengatakan awal mula penggunaan SpayLater

“saya memakai SPayLter sudah 10 bulan, mulai Januari akhir. Karena saya tertarik dengan teman saya Ketika belanja tidak perlu membayar terlebih dahulu, jadi saya tertarik untuk mencobanya. Saya mengeluarkan uang sesuai dengan yang saya beli tetapi rata-rata sekitar 200 ribu. Selama ini saya make untuk berbelanja skincare saja. Karena saya tipe yang agak mager untuk isi saldo. Jadi saya pake alternatif SPayLater yang beli sekarang bayar nanti. ”

Gaya Hidup Yang Timbul melalui Penggunaan SPayLater Terhadap Perilaku Berbelanja

Dari hasil wawancara menurut informan Arum Aldaniar yang merupakan mahasiswa Jurusan Ilmu Ekonomi 2018 mengatakan bahwa sebelum menggunakan SPayLater lebih berhati-hati dalam memilih voucher diskon agar supaya tidak mengeluarkan biaya lebih. Namun setelah menggunakan SPayLater informan menjadi leluasa saat berbelanja, bahkan hutang menjadi hobynya. Gaya hidup yang ditimbulkannya juga sangat mengalami perubahan. Informan sering berbelanja hal-hal yang kurang dibutuhkan karena informan merasa tidak harus mengeluarkan uang pada saat itu juga

“Sebelum menggunakan SPaylater saya jarang berbelanja. Dan saya lebih berhati-hati dalam memilih voucher diskon supaya tidak mengeluarkan biaya lebih. Setelah menggunakan SPaylater Saya sering hilang kendali. Dengan kemudahan yang saya dapat, saya lebih leluasa untuk cekout produk tanpa berfikir 2x meskipun tidak punya uang. Dengan adanya SPay later benar-benar mengubah gaya hidup saya bak seorang debitur. Hutang sekarang adalah hoby saya. Gaya hidup saya sangat mengalami perubahan. Saya sering berbelanja hal-hal yang kurang saya butuhkan. Karena saya rasa saya tidak harus mengeluarkan biaya pada saat itu juga. Saya bisa membayar nya lain kali. Saya juga sering menggunakan spaylater untuk membeli pulsa. Ini salah satu yang sering saya lakukan karena sangat membantu saya ketika sedang kehabisan paket data dalam kondisi yang urgent tapi tidak memungkinkan keluar rumah untuk beli”.

Wawancara kedua yang dilakukan oleh saudari Isna Nur Hanifah yang merupakan mahasiswa Jurusan Ilmu Ekonomi 2019 mengatakan bahwa gaya hidupnya berjalan normal saja seperti sebelum memakai SPayLater.

“sejauh ini sama saja dengan sebelum memakai SPayLater, hanya belanja karena kebutuhan”

Selanjutnya pernyataan dari saudara Fhanur Ari Wijaya yang merupakan mahasiswa Jurusan Ilmu Ekonomi 2020 mengatakan bahwa tidak ada pengaruh yang signifikan terhadap gaya hidupnya setelah menggunakan SPayLater

”setelah saya menggunakan SPayLater saya rasa tidak ada perubahan terhadap perilaku berbelanja, karena saya melakukan pembelian untuk kebutuhan yang saya perlukan saja dan juga untuk menunjang bisnis warung kecil yang saya jalankan”

Pernyataan lain dari saudari Nur Azizah Afifatul Ulah yang juga mahasiswa Jurusan Ilmu Ekonomi 2021, mengatakan bahwa gaya hidupnya setelah menggunakan SPayLater cenderung masih dalam kategori normal

“gaya hidup saya normal saja sesaat setelah menggunakan SPayLater, karena saya pakai SPayLter untuk kebutuhan yang benar-benar saya butuhkan. Ketika ga ada kebutuhan yang penting maka SpayLater tidak saya gunakan”

Gaya hidup berperan penting dalam proses pengambilan keputusan individu. Gaya hidup merupakan kebiasaan individu yang diamati melalui

keseharian, minat, dan pendapatnya (Satish & Rajamohan, 2007). Sehingga gaya hidup adalah cara seseorang menggunakan waktunya, menanggapi hal-hal di sekitarnya dan keyakinannya dalam kehidupan sehari-hari. Gaya hidup memberikan pandangan terhadap pribadi saat berhubungan dengan lingkungannya. Gaya hidup bisa berdasarkan keinginan pribadi atau perkembangan zaman. Pada saat gaya hidup individu mengalami perubahan maka kebutuhan dan aktivitasnya pun juga akan berubah. Oleh karena itu gaya hidup tercermin secara tak langsung dengan keseharian atau tingkah laku seseorang dalam memutuskan opsi pemakaian atau konsumsi.

Dari hasil wawancara keempat orang informan tersebut yang memiliki gaya hidup dan perilaku berbelanja masing-masing individu tidaklah sama. Untuk informan yang masih bisa menahan keinginan untuk berbelanja sesuatu yang tidak penting maka gaya hidupnya cenderung normal. Tetapi berbeda dengan informan yang merasa termudahkan dengan adanya fitur SPayLater informan cenderung dengan gaya hidup konsumtif, karena bebas membeli barang tanpa harus membyarnya terlebih dahulu. Hal tersebut sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Florentine Yovita Kurniawan dan Gede Suparna dimana pengendalian diri berpengaruh negatif dan signifikan pada perilaku pembelian kompulsif. Ditunjukkan bahwa semakin rendahnya kontrol diri seseorang terhadap perilaku untuk berbelanja maka semakin tinggi perilaku kompulsifnya. Begitu juga sebaliknya jika kontrol diri semakin tinggi maka semakin rendah pula perilaku kompulsif yang dilakukannya. (Kurniawan & Suparna, 2014)

Gaya hidup merupakan suatu cara hidup yang dilihat dengan penggunaan waktu dan uang seseorang dari pekerjaan dan pendapatan untuk hobi, belanja, kebutuhan. Gaya hidup memuat sesuatu yang lebih luas hanya dari strata sosial ataupun karakteristik seseorang (Praundrianagari & Cahyono, 2021). Perubahan gaya hidup yang ditimbulkan bisa karena disebabkan oleh pengaruh sosial, karena dukungan eksternal yang bersumber dari orang lain dan lingkungan sosial dapat merubah kepribadian dan keyakinan untuk mengambil tindakan tersebut. Pengaruh sosial yang dimaksudkan adalah sejauh mana seseorang merasakan dampak yang ditimbulkan oleh lingkungan pada proses terbentuknya nilai-nilai masyarakat yang mana kaitannya dengan pengaplikasian sistem teknologi oleh individu lain maupun individu di sekitarnya yang menyarankan penggunaannya. Serta berimplikasi positif dan signifikan terhadap penggunaan inovasi.

Faktor sosial merupakan dampak yang ditimbulkan dari kumpulan individu yang memotivasi seseorang untuk meniru tabiatnya. Faktor sosial seperti kelompok sosial, keluarga, serta peran dan status sosial merupakan faktor eksternal yang merangsang pertimbangan pembelian konsumen (Kotler dan Keller, 2012). Kelompok referensi individu terdiri atas seluruh kelompok yang mempunyai pengaruh langsung maupun tidak langsung pada sifat dan tindakan seseorang. Keluarga, keluarga merupakan lingkaran pembelian yang sangat krusial dalam masyarakat serta merupakan subjek penelitian yang ekstensif. Anggota keluarga merupakan kelompok referensi utama yang berdampak besar. Selain keluarga faktor sosial juga datang dari media sosial. Contoh dari pengaruh sosial melalui media sosial yakni iklan atau promosi melalui platform-platform digital. Hal ini relevan dengan penelitian yang dilakukan oleh Vita Hasna Izdi

Amelia, yakni semakin tinggi pengaruh sosial maka penggunaan SPayLater semakin meningkat, karena dengan adanya ajakan serta pengaruh dari kelompok disekitarnya dapat memberikan pengaruh perilaku serta pola pikir individu untuk menggunakan SPayLater. Adanya beberapa individu disekitarnya yang memakai SPayLater dan adanya bantuan dari orang di sekitar yang juga ikut serta membantu dalam menggunakan SPayLater memberikan Hasrat atau keinginan terhadap seseorang untuk juga menggunakan SPayLater karena memberikan benefit yang memudahkan si pengguna (Amelia, 2021).

Penelitian ini sesuai dengan tinjauan teori gaya hidup yang menyatakan perubahan gaya hidup dan perilaku berbelanja berasal dari faktor eksternal yaitu adanya teman, keluarga yang menggunakan, serta iklan yang sering muncul. Selain dari faktor eksternal ada juga faktor internal yang mempengaruhi yakni berasal dari diri mereka sendiri yang berkeinginan untuk mencoba menggunakan SPayLater. Bordieu dalam kajian tentang gaya hidup menjelaskan bahwa terdapat faktor internal dan faktor eksternal yang mempengaruhi perubahan gaya hidup seseorang. Faktor internal yang berupa sikap dalam kajian artikel ini dijelaskan bahwa sikap yang dialami oleh mahasiswa menunjukkan tanggapan terhadap kondisi lingkungan sekitarnya. Pengalaman dari teman serta keluarga yang menggunakan SPayLater ini menjadikan para informan memiliki sikap ingin tahu yang tinggi. Dari pengamatan tersebut memberikan dampak pada pola pemikirannya. Hingga akhirnya perubahan gaya hidup mereka berubah seiring dengan kebiasaan mereka menggunakan SPayLater. Kebiasaan yang dimaksudkan dalam penelitian ini adalah gaya hidup menjadi hedonisme setelah adanya fitur SPayLater yang tentunya berpengaruh terhadap perilaku berbelanja atau perilaku penggunaan

KESIMPULAN

Kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa gaya hidup dan pengaruh sosial berpengaruh terhadap perilaku berbelanja mahasiswa Jurusan Ilmu Ekonomi Universitas Negeri Surabaya. Rata-rata mereka mengeluarkan uang diatas 100 ribu rupiah setiap bulannya untuk melunasi cicilan SPayLter. Dan rata-rata barang yang mereka beli yakni barang kebutuhan pribadi, namun ada juga yang menggunakan SpayLter untuk berbelanja Stock bisnis yang sedang dijalankannya. Mereka yang masih bisa menahan keinginan untuk berbelanja sesuatu yang tidak penting maka gaya hidupnya cenderung normal dalam menggunakan SPayLater, tetapi berbeda dengan mereka yang menikmati kemudahan yang ditawarkan Fitur SPayLater mereka cenderung dengan gaya hidup yang konsumtif, mereka bisa belanja apapun yang mereka mau, bahkan kebutuhan yang tidak penting pun dibeli hanya karena ketika berbelanja tidak harus membayar saat itu juga. Jadi gaya hidup sangat berpengaruh terhadap perilaku berbelanja. Perubahan gaya hidup yang ditimbulkan melalui penggunaan SPayLater juga merupakan akibat dari pengaruh faktor sosial. Adanya keluarga, teman, serta sosial media dan iklan yang memiliki daya Tarik sehingga dapat menggairkan si pengguna untuk menggunakannya dapat mengubah pandangan perilaku berbelanja mereka.

Berdasarkan hasil kesimpulan diatas ada pun saran yang dapat peneliti harapkan yakni dengan adanya banyak kemudahan yang diberikan Fitur SPayLater tidak disalah gunakan dengan berbelanja yang berlebihan sehingga pada akhir jatuh tempo tidak bisa melunasi dan pada akhirnya akan dikenakan denda. Justru dengan adanya kemudahan yang diberikan bisa mendatangkan keuntungan untuk kita, misalnya kita bisa mencoba menjadi dropshiper, tanpa harus mengeluarkan modal yang besar untuk menyetok barang untuk berjualan kita sudah mendapatkan keuntungan dari menjadi dropshiper tersebut.

REFERENSI

- Akhmad, R. F., & Rachmawati, L. (2021). Fenomena PHK Masa Pandemi COVID-19 dan Dampaknya Terhadap Freshgraduate Jurusan Ilmu Ekonomi Universitas Negeri Surabaya. *INDEPENDENT: Journal of Economics*, 1(1), 157–169.
- Amelia, V. I. (2021). *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Fitur SPayLater Pada Aplikasi Shopee dan Pengaruhnya Terhadap Perilaku Konsumtif*. Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.
- Astasari, A. (2018). *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Pembelian Online Pada Mahasiswa UNY*. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Bagong, S. (2013). *Sosiologi Ekonom Kapitalisme dan Konsumsi di Era Masyarakat Post- Modernisme*. Kencana Prenada Media Group.
- Fisabilillah, L. W. P., & Hanifa, N. (2021). Analisis pengaruh fintech lending terhadap perekonomian Indonesia. *Indonesian Journal of Economics, Entrepreneurship, and Innovation*, 1(3), 154–159. <https://doi.org/10.31960/ijoei.v1i3.866>
- Kominfo. (2013). *Kominfo : Pengguna Internet di Indonesia 63 Juta Orang*. Berita Kominfo. https://kominfo.go.id/index.php/content/detail/3415/Kominfo+%3A+Pengguna+Internet+di+Indonesia+63+Juta+Orang/0/berita_satker
- Kurniawan, F., & Suparna, gede. (2014). Peran Kepemilikan Kartu Kredit Dalam Memoderasi Pengaruh Kontrol Diri Dan Atmosfer Gerai Terhadap Perilaku Belanja Kompulsif Konsumen Pakaian Di Kuta-Bali. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 3(6), 242311.
- Nizar, M. A. (2017). Financial Technology (Fintech): It ' s Concept and Implementation in Indonesia. *Munich Personal RePEc Archive*, V(98486), 15.
- Praundrianagari, S. B., & Cahyono, H. (2021). *Pola Konsumsi Mahasiswa K-Popers Yang Berhubungan Dengan Gaya Hidup K-Pop Mahasiswa*

Surabaya. 1, 33–40.

Sari, L. G. P., & Nugraha, J. (2021). Kesejahteraan Ekonomi Petani Tradisional Bawang Merah di Sukomoro Pada Masa Pandemi COVID-19. *INDEPENDENT: Journal Of Economics*, 1(1), 39–54.

Satish, S., & Rajamohan, D. A. (2007). Consumer Behaviour and Marketing. *Consumer Behaviour in Tourism*, 1(10), 151–166. <https://doi.org/10.1016/b978-0-7506-6735-7.50020-8>

Sumarto, Subroto, A., & Arianto, A. (2012). Penggunaan Kartu Kredit Dan Perilaku Belanja Kompulsif: Dampaknya Pada Risiko Gagal Bayar. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 6(1). <https://doi.org/10.9744/pemasaran.6.1.1-7>

Suprihati, & Utami, W. B. (2015). *Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Mobil Pribadi Di Kelurahan Gonilan Kabupaten Sukoharjo*. 13(01), 104–116.

Thohiroh, A. Q. (2015). *Perilaku Konsumtif Melalui Online Shopping Fashion Pada Mahasiswi Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta*. Universitas Muhammadiyah Surakarta.