

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Penelitian

Mahasiswa merupakan bagian dari masyarakat, pada setiap aktivitas yang dilakukan oleh mahasiswa kini tidak bisa terlepas dari kemajuan teknologi. Seperti dalam kegiatan pembelajaran hingga memenuhi kebutuhan hidupnya. Aktivitas mahasiswa selain mengikuti pembelajaran yang ada di kampus, ada beberapa mahasiswa pada umumnya mengikuti organisasi baik itu di dalam lingkup kampus maupun luar kampus. Karena kegiatan berorganisasi tersebut mahasiswa akan lebih mudah bergaul dan memperluas wawasan dirinya dengan mahasiswa lain (Hamalik, 2005 : 202).

Karena pergaulan mahasiswa yang luas maka mereka akan menyesuaikan dirinya dalam suatu lingkup sosial yang ditemuinya, entah itu dari cara berpakaianya ataupun cara mereka bersikap terhadap suatu hal yang ditemuinya. Berbelanja *online* pada kalangan mahasiswa saat ini sudah menjadi hal yang umum. Kegiatan membeli barang melalui media internet bagi mahasiswa merupakan pilihan gaya hidup yang baru, terutama di kalangan generasi *milenial*. Bagaimana cara seseorang menghabiskan suatu aktivitas yang Ia anggap penting dalam lingkungan hidupnya serta yang Ia pikirkan mengenai dirinya sendiri dan lingkungan merupakan pengertian dari gaya hidup (N. Setiadi, 2005 : 7).

Didalam kehidupan dimasyarakat memiliki cara hidup yang berbeda-beda, tergantung dari bagaimana sikap yang diambil dari aktivitas kesehariannya, diawali karena pengaruh dari kebutuhan hidup hingga pengaruh disekitarnya baik itu lingkup keluarga dan pendidikan yang menjadi faktor dari gaya hidup seseorang.

Gaya hidup mahasiswa yang dinamis membuat mereka menjadi ingin terlihat lebih modern. Karena pergaulan mahasiswa yang luas, hal tersebut membuat seorang mahasiswa ingin menampilkan diri dilingkungan sosialnya agar nampak elegan. Karena hal tersebut mahasiswa ini mulai membenahi dirinya dengan cara membeli barang yang mereka inginkan, melalui media internet.

Perkembangan teknologi informasi yang digunakan oleh manusia untuk membantu seseorang memahami dunia, disertai dengan adanya globalisasi membuat peradaban manusia menjadi lebih modern. Teknologi informasi tidak dipungkiri dapat meningkatkan kinerja dan mempermudah manusia untuk melakukan segala kegiatan dengan cara yang cepat, serta tepat.

Hal tersebut dapat berpengaruh pada tingkat produktivitas seorang penggunanya. Perkembangan teknologi informasi juga merupakan salah satu faktor terbentuknya gaya hidup. Perkembangan teknologi informasi ini, memiliki beragam jenis. Perkembangan teknologi hadir dan memunculkan jenis teknologi informasi berbasis elektronik seperti *e-commerce*, *e-education*, *e-emedicine*, *e-laboratory*, dan lain sebagainya (Natakusumah, 2002 : 5).

Internet mulai dikenal pertama kali di Indonesia pada tahun 1990-an. Internet hadir sebagai sebuah sarana untuk mempermudah mendapatkan informasi yang dibutuhkan dengan sangat instan. Dapat dilihat masyarakat saat ini dapat mengakses sebuah informasi dimanapun dan kapanpun dengan sangat mudah, hal ini yang membuat penggunaan internet dapat dikatakan sebagai suatu kebutuhan primer yang diperlukan oleh manusia pada zaman sekarang. Kemunculan kecanggihan internet ini dapat membuat suatu perubahan pada gaya hidup seseorang (Kurnia, 2021 : 208). Diawali dari media komunikasi, interaksi, hingga melakukan kegiatan perdagangan dengan orang lain di belahan dunia dengan sangat mudah.

Istilah *E-Commerce* atau biasa disebut dengan perniagaan elektronik merupakan sebuah kegiatan bisnis melalui internet. *E-Commerce* sendiri merupakan suatu kegiatan bisnis yang didalamnya melibatkan konsumen, manufaktur, *service providers*, pedagang dan perantara dengan menggunakan jaringan-jaringan internet (Abdul, 2006 : 4). Banyaknya manfaat yang di rasakan oleh orang-orang melalui penggunaan internet, bahkan perusahaan menggunakan media internet untuk membantu memasarkan produknya secara meluas dengan cara yang cepat serta mudah.

Dengan kemudahan penggunaan internet bagi kehidupan masyarakat, lebih dari itu kegunaan internet memunculkan berbagai fitur yang menarik. Kemunculan

fitur tersebut diantaranya adalah *platform* berbelanja. Aktivitas berbelanja bagi masyarakat dewasa ini dapat dengan mudah di dapatkan. Hanya dengan mengunduh atau *meng-instal* aplikasi melalui *smartphone* yang hampir semua orang memilikinya. Berbagai macam aplikasi belanja di internet kini sudah banyak ragamnya. Misalnya terdapat aplikasi berbelanja seperti Shopee, Bukalapak, Lazada, Tokopedia, Blibli.com, dan lainnya. Peneliti akan lebih memfokuskan salah satu *onlineshop* yang ada di internet yaitu aplikasi Shopee, dikarenakan aplikasi Shopee ini merupakan *platform* digital yang paling banyak digunakan oleh mahasiswa Sosiologi, selain itu *platform* tersebut memiliki fitur yang banyak serta mudah dalam penggunaannya.

Shopee merupakan *marketplace* atau aplikasi *mobile* pada telepon seluler. Aplikasi ini memberikan berbagai macam penawaran produk. Produk yang ditawarkan antara lain pakaian bahkan hingga keperluan rumah tangga sekalipun. Aplikasi ini memiliki banyak fitur yang berfungsi untuk mempermudah penggunaannya, baik itu penjual ataupun pembeli untuk saling bertransaksi.

Oleh karena itu, aplikasi Shopee ini banyak diminati oleh masyarakat. Selain kemudahan dalam proses transaksi, Shopee juga memberikan beragam penawaran serta fitur yang menarik kepada konsumennya seperti promosi pada tanggal dan bulan kembar, serba 10 ribu, *flash sale*, gratis ongkir minimal belanja 0 rupiah, *cashback & voucher*, permainan dalam aplikasi, pembayaran dengan dompet Shopee (*ShopeePay*), *ShopeePayLater* dan lain sebagainya.

Terdapat fenomena di masyarakat yaitu munculnya *PayLater*, munculnya *PayLater* ini salah satunya disebabkan oleh maraknya penggunaan *E-Commerce* di masyarakat. Oleh karena itu, bukan hal yang tabu jika topik mengenai pembelian barang dengan sistem pembayaran kredit *online* tanpa kartu ini banyak diperbincangkan oleh masyarakat luas. *ShopeePayLater* ini hampir sama dengan kartu kredit, namun yang membedakan kartu kredit dengan *ShopeePayLater* ialah, jika kartu kredit merupakan alat yang dapat membantu dalam melakukan pembayaran secara darurat yang berbentuk fisik (kartu) yang dapat dibawa oleh penggunaannya, namun *ShopeePayLater* hadir untuk membantu penggunaannya melakukan pembelian suatu barang yang diinginkan secara kredit dan digital. Jadi

dapat dikatakan bahwa aplikasi *ShopeePayLater* ini merupakan fitur untuk membeli barang atau keperluan seseorang dengan cara pembayaran yang dapat di bayar dikemudian hari setelah barang tersebut diterima oleh pembeli.

Disamping kemudahan untuk mendapatkan barang yang diinginkan, peneliti melihat terdapat berbagai dampak dari penggunaan aplikasi *ShopeePayLater* pada mahasiswa Sosiologi. Dimana dengan kemudahan membeli barang yang diinginkan dengan sangat mudah, banyak pembeli atau mahasiswa yang gaya hidupnya menjadi berubah. Menurut (Setiadi, 2008 : 184),

secara umum gaya hidup merupakan cara hidup yang dilihat dari cara seseorang memanfaatkan waktu atau ketertarikan yang mereka anggap penting dalam lingkungannya, serta pendapat apa yang mereka pikirkan mengenai diri sendiri dan lingkungannya. Perubahan gaya hidup dapat terjadi karena adanya suatu perkembangan atau kemajuan yang signifikan, gaya hidup atau *Life Style* ialah cara seseorang untuk menghabiskan waktu dan uangnya. Berbagai cara yang dapat dilakukan seseorang untuk menghabiskan waktu, seperti bertemu dengan kerabat atau menghabiskan uang untuk berbelanja membeli barang yang diinginkan. Dalam hal ini, gaya hidup tentunya memiliki pengaruh dalam perilaku seseorang untuk menentukan pilihannya.

Dengan dampak dari *ShopeePayLater* yang ditimbulkan, penggunaan aplikasi ini banyak di gunakan oleh kalangan mahasiswa untuk membeli barang yang bukan kebutuhan utama mereka. Mahasiswa cenderung menggunakan aplikasi ini untuk membeli barang yang sedang ramai di bicarakan atau sering disebut dengan *Tranding*. Karena banyak iklan yang ada di media sosial, membuat mahasiswa mencari barang yang diinginkan menggunakan aplikasi *ShopeePayLater* agar tidak kehabisan barang yang mereka mau. Mahasiswa menggunakan berbagai cara agar dirinya terlihat lebih menarik dibandingkan yang lain. Dengan demikian dampak yang ditimbulkan ini menjadi salah satu sumber perubahan gaya hidup mahasiswa yang lebih konsumtif.

Peneliti melakukan wawancara awal dengan mahasiswa Sosiologi angkatan 2019. Hasil dari wawancara tersebut, diketahui bahwa penggunaan aplikasi *ShopeePayLater* pada mahasiswa Sosiologi angkatan 2019 sebanyak 10 orang

mahasiswa dan diketahui dari hasil wawancara tersebut, mahasiswa Sosiologi angkatan 2019 mereka menggunakan fitur *ShopeePaylater* selain karena ingin membeli barang yang sedang ramai di media *online*, menurut mereka juga dengan fitur *ShopeePayLater* barang yang diperlukan dapat dengan mudah didapat.

Berdasarkan latar belakang masalah, peneliti merasa tertarik untuk meneliti, serta mengkaji mengenai bagaimana transformasi gaya hidup mahasiswa penggunaan aplikasi *ShopeePaylater* pada pola konsumsi dan keuangan, pada mahasiswa sosiologi angkatan 2019 Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UIN Sunan Gunung Djati Bandung.

## 1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan pemaparan latar belakang di atas, maka penulis dapat mengidentifikasi masalah penelitian ini sebagai berikut :

1. Penggunaan fitur *ShopeePayLater* berdampak pada perubahan gaya hidup mahasiswa, yang mungkin dapat mencakup perubahan dalam perilaku belanja dan konsumsi mereka.
2. Penggunaan *ShopeePayLater* berdampak pada pola konsumsi mahasiswa, termasuk apakah mereka lebih cenderung untuk berbelanja secara impulsif atau mengalami perubahan dalam jenis barang yang mereka beli.
3. Penggunaan *ShopeePayLater* berdampak pada situasi keuangan mahasiswa, termasuk apakah mereka mengalami kesulitan dalam mengelola hutang atau cicilan, dan apakah hal ini memengaruhi stabilitas keuangan mereka.

Dengan demikian, masalah utama dalam penelitian ini adalah mengidentifikasi transformasi gaya hidup mahasiswa sebagai akibat dari penggunaan *ShopeePayLater*, serta memahami dampaknya pada pola konsumsi dan keuangan mahasiswa.

### 1.3 Rumusan Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka permasalahan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apa faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan mahasiswa dalam menggunakan *ShopeePaylater* ?
2. Bagaimana dampak penggunaan *ShopeePaylater* terhadap pola konsumsi dan keuangan mahasiswa ?
3. Bagaimana perubahan gaya hidup mahasiswa akibat penggunaan *ShopeePayLater* ?

### 1.4 Tujuan Penelitian

Penelitian ini memiliki tujuan sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi keputusan mahasiswa pengguna *ShopeePayLater* pada mahasiswa Sosiologi angkatan 2019 UIN Sunan Gunung Djati Bandung.
2. Untuk mengetahui dampak penggunaan *ShopeePayLater* pada pola konsumsi dan keuangan mahasiswa Sosiologi angkatan 2019 UIN Sunan Gunung Djati Bandung.
3. Untuk mengetahui bagaimana perubahan gaya hidup mahasiswa akibat penggunaan *ShopeePayLater* pada mahasiswa Sosiologi angkatan 2019 UIN Sunan Gunung Djati Bandung.

### 1.5 Manfaat Penelitian

Kemudian manfaat yang dapat diperoleh dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Manfaat Akademik, peneliti mengharapkan hasil dari penelitian ini dapat memperluas wawasan serta pengetahuan terutama dalam bidang Sosiologi.
2. Manfaat *praktitis*, peneliti mengharapkan beberapa manfaat dari hasil penelitian ini antara lain:

1. Manfaat Bagi Peneliti  
Dapat menambah wawasan mengenai perubahan gaya hidup akibat penggunaan fitur *ShopeePayLater*.
2. Manfaat Bagi Universitas  
Dapat bermanfaat bagi Universitas untuk mengembangkan materi pengajaran.
3. Manfaat Bagi Masyarakat  
Penelitian ini dapat menambah pengetahuan untuk masyarakat umum mengenai penggunaan fitur *ShopeePayLater*.

### 1.6 Kerangka Pemikiran

*PayLater* merupakan sebuah metode pembayaran yang menggunakan cicilan tanpa kartu kredit. Metode pembayaran ini sedang ramai digunakan oleh masyarakat. Fitur ini banyak digunakan oleh berbagai *E-commerce*, mulai dari *E-commerce ticketing* liburan sampai dengan *E-commerce marketplace* hanya untuk memenuhi kebutuhan masyarakat yang hendak berbelanja maupun liburan (Prastiwi, 2021 : 3).

Pada dasarnya fitur *paylater* merupakan suatu layanan untuk menunda pembayaran atau berhutang yang wajib dilunasi dikemudian hari. Di Indonesia telah hadir fitur *paylater* pada berbagai *marketplace*. Salah satu contohnya yaitu *ShopeePayLater* yang terdapat pada aplikasi Shopee. *ShopeePayLater* adalah fasilitas pembayaran yang dibuat oleh PT. *COMMERCE FINANCE* ketika akan melakukan belanja *online* lewat aplikasi Shopee perusahaan inilah yang akan menanganinya. *ShopeePaylater* merupakan sebuah metode pembayaran yang mempunyai slogan “Beli Sekarang Bayar Nanti” dimana konsumen dapat melakukan pembelian terlebih dahulu kemudian melakukan pembayaran di bulan selanjutnya, atau dapat berupa melakukan pembelian terlebih dahulu kemudian melakukan cicilan selama beberapa bulan dengan pilihan yang telah disediakan oleh aplikasi Shopee. Penyediaan dana tersebut difasilitasi oleh PT. *COMMERCE FINANCE*.

*ShopeePayLater* adalah salah satu *Finance Technology Legal Peer to Peer Lending* (P2P) yang sudah terdaftar serta diawasi oleh Otoritas Jasa Keuangan. Landasan hukum untuk pelaksanaan perusahaan pembiayaan itu merupakan peraturan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) tentang pembiayaan (Prastiwi, 2021 : 9). Dari dampak kemudahan penggunaan aplikasi *ShopeePayLater*, hal ini dapat berpengaruh pada gaya hidup penggunanya terutama sebagian besar dari kalangan mahasiswa.

Machin & Leeuwen menyebutkan bahwa gaya hidup berbeda dengan *individual style* (gaya pribadi) dan *social style* (gaya sosial). Maksud dari *life style* atau gaya hidup disini adalah perpaduan dari kedua gaya pribadi dan gaya sosial yang timbul pada kondisi sosial tertentu, seperti melakukan suatu aktivitas secara bersamaan dalam mengisi waktu luang, serta bagaimana bersikap dalam menghadapi suatu isu sosial tertentu (Suyanto, 2013 : 138-143). Gaya hidup merupakan suatu yang dapat menentukan sebuah pilihan seseorang. Kotler menyebutkan gaya hidup yaitu sebuah pola dari hidup seseorang di dunia yang diekspresikan dalam suatu aktivitas, minat serta persepsinya. Gaya hidup menampilkan “keseluruhan dari diri seseorang” dalam melakukan interaksi dengan lingkup sosialnya. Gaya hidup memperlihatkan seluruh pola diri seseorang dalam berinteraksi dikehidupan (Djoko Damono, Sapardi. 1997 : 107).

Pengaruh perkembangan zaman dan kemajuan teknologi adalah faktor yang dapat mempengaruhi gaya hidup individu. Perkembangan zaman semakin pesat maka akan semakin berkembang pula penerapan gaya hidup yang ada dalam diri manusia sebagai individu di kehidupan sehari-harinya. Gaya hidup setelah menggunakan aplikasi *ShopeePayLater* ini sebagian besar dapat berubah. Gaya hidup dapat berhubungan dengan pola konsumsi pada mahasiswa.

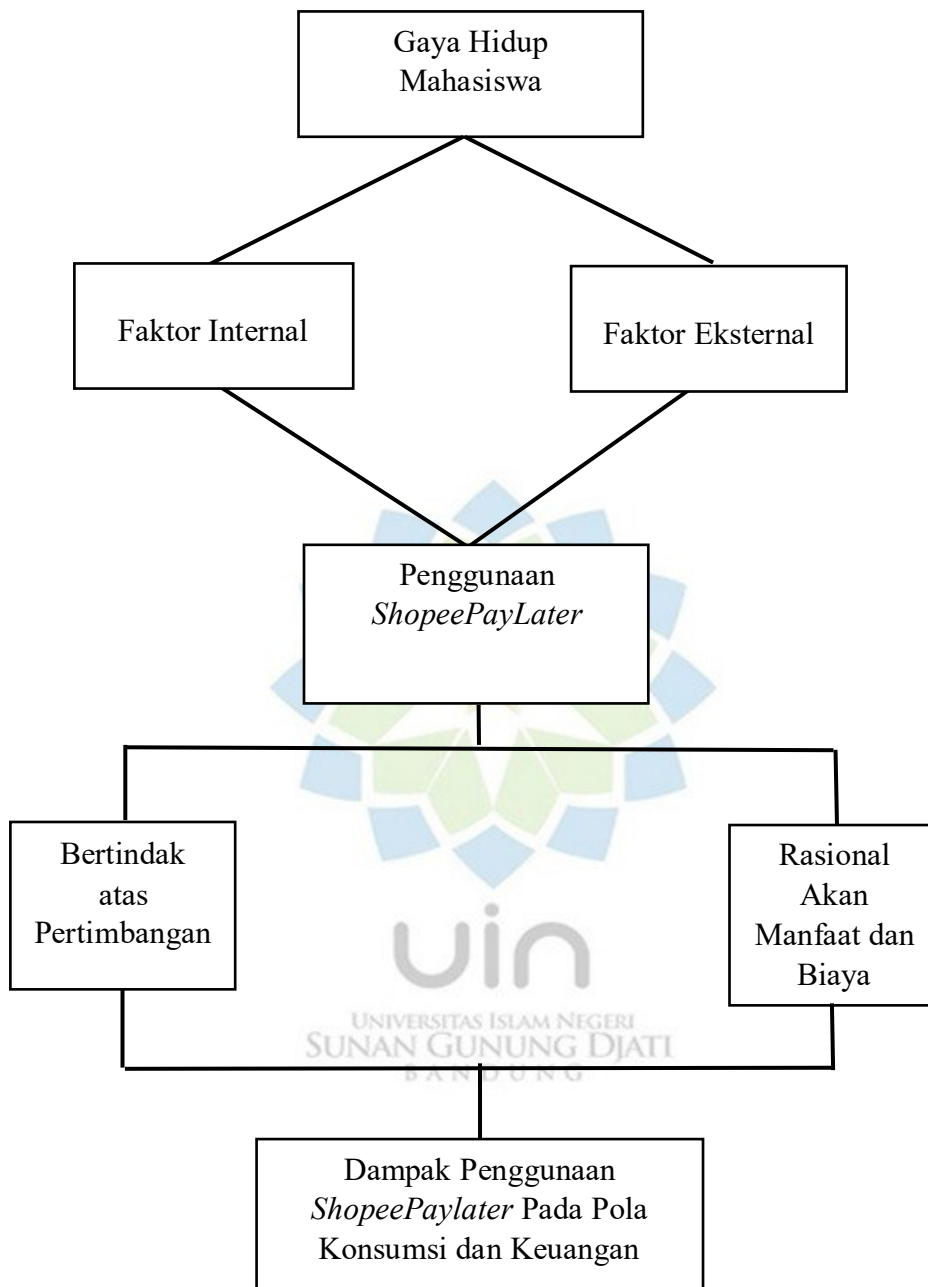
Menurut Weber, Ia mengatakan bahwa pengkonsumsian suatu barang adalah sebuah gambaran gaya hidup tertentu dari suatu kelompok sosial tertentu. Penggunaan terhadap suatu barang tertentu merupakan landasan penjenjangan dari status kelompok sosial tertentu. Sehingga status kelas sosial akan ditentukan oleh ekonomi dan situasi status ditentukan oleh penghargaan sosial (George Ritzer & Barry Smart, 2012 : 45).



Mahasiswa Sosiologi penuh dengan penafsiran dan tindakan. Tindakan-tindakan ini yang merujuk pada apa yang mereka inginkan dan butuhkan dari penggunaan aplikasi *ShopeePayLater*. Kerangka pemikiran dalam penelitian ini menjelaskan mengenai bagaimana peneliti mengkaji perubahan gaya hidup akibat dampak dari pembelian berbasis *online* pada pola konsumsi dan keuangan mahasiswa jurusan sosiologi angkatan 2019 Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UIN Sunan Gunung Djati Bandung. Dengan melihat definisi dari berbagai sumber yang telah di telaah. Kemudian dalam penelitian ini, akan menggunakan analisis teori dari George C.Homans mengenai pertukaran sosial .

Penggunaan aplikasi *ShopeePayLater* pada mahasiswa biasanya sering terjadi perubahan gaya hidup, dimana mereka menggunakan aplikasi ini hanya untuk mendapatkan suatu barang yang tidak terlalu mereka butuhkan, lebih mengutamakan gengsi dan kesenangan semata hanya untuk memiliki barang yang mereka inginkan namun sebagai kepentingan citra dirinya dalam artian bagaimana orang lain menilai dirinya. Perubahan gaya hidup yang dialami biasanya cenderung lebih mengutamakan pembelian sesuatu barang yang bukan keperluannya, melainkan untuk memperlihatkan bahwa dirinya mampu memperoleh barang yang orang lain tidak miliki.

Gaya hidup mahasiswa seringkali terlihat jelas bagaimana mereka selalu ingin menampilkan dirinya lebih bergaya. Seperti halnya seorang perempuan yang senang berdandan dan selalu ingin tampil beda, wangi dan modis. kaum laki-laki pun sering kali tidak kalah konsumtif untuk ingin lebih terlihat modis dan bergaya. Hal ini sudah menjadi umum bagi kaum perempuan dan laki-laki.



**Gambar 1.1 Skema Kerangka Pemikiran**