BAB I
PENDAHULUAN

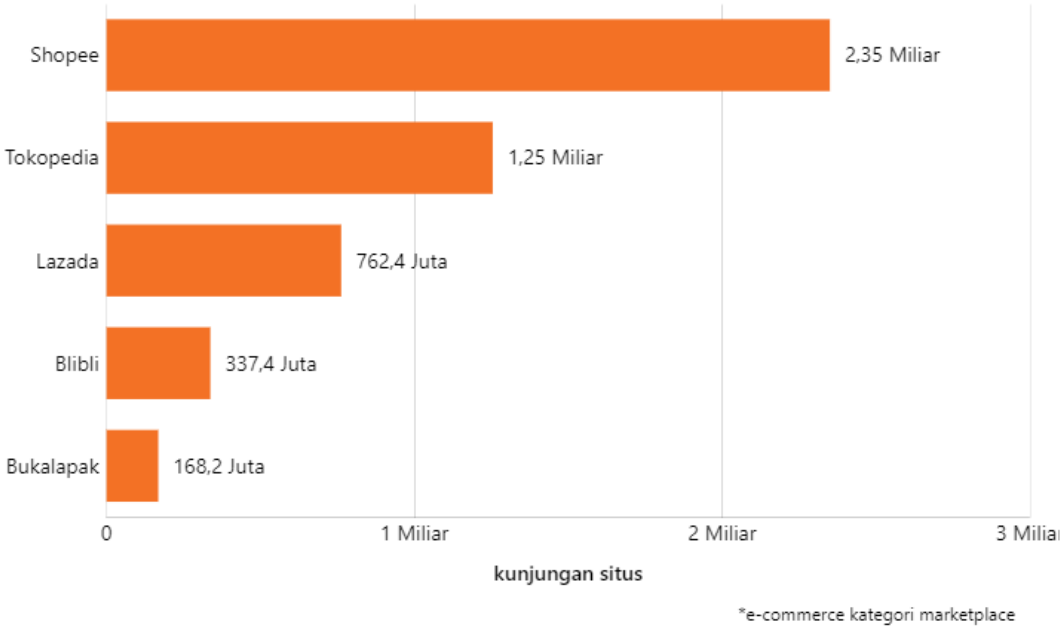
1.1 Latar Belakang

Infrastruktur pendukung yang dibangun oleh pemerintah dan perusahaan swasta semakin mendukung kemajuan teknologi informasi. Seiring dengan kemajuan teknologi di berbagai bidang, perdagangan elektronik atau e-commerce juga berkembang. Pemanfaatan teknologi informasi, khususnya e-commerce, dapat membantu bisnis karena beberapa hal, seperti fleksibilitas produksi, pengiriman produk perangkat lunak yang lebih cepat, kemampuan untuk mengirim dan menerima penawaran dengan cepat dan hemat, dan kemampuan untuk mendukung transaksi cepat tanpa kertas (Widagdo, 2019).

Sebagai bentuk perdagangan berbasis teknologi maju, *e-commerce* telah melakukan transformasi pada perdagangan konvensional. Interaksi antara konsumen dan perusahaan yang sebelumnya dilakukan secara langsung kini menjadi interaksi tidak langsung. *E-commerce* telah mengubah paradigma bisnis tradisional dengan memunculkan model-model interaksi baru antara produsen dan konsumen di dunia virtual. Hal ini menandakan pergeseran dari interaksi fisik ke interaksi digital dalam kegiatan perdagangan. Dalam *e-commerce*, sistem perdagangan dirancang untuk melakukan penandatanganan secara elektronik. Proses penandatanganan ini mencakup mulai dari tahap pembelian, pemeriksaan, hingga pengiriman. Dalam bisnis *e-commerce*, ketersediaan informasi yang akurat dan tepat mengenai konsumen dan perusahaan menjadi persyaratan wajib. Hal ini

penting untuk memastikan kelancaran dan kepercayaan dalam transaksi *e-commerce* (Anggaranie, 2020). Satu dari berbagai *e-commerce* yang sering dikenakan masyarakat adalah Shopee.

Kunjungan marketplace tahun 2023



(Sumber: Databook, 2023)

Gambar 1.1 Kunjunga Situs e-commerce terbanyak di Indonesia

Menurut sumber Databook Shopee memperoleh kunjungan situs terbanyak diantara *e-commerce* lainnya sejumlah 2,35 Miliar pada periode Januari – Desember 2023. Aplikasi Shopee memberikan kemudahan untuk melakukan transaksi penjualan produk, pembelian produk dan mempunyai beberapa fitur yang menarik untuk menarik minat konsumen. Shopee memiliki beberapa fitur yang dapat digunakan konsumen dan memberikan pengalaman belanja yang menarik dengan kemudahan yang diberikan oleh shopee. dari beberapa fitur dapat membuat

konsumen puas, sehingga konsumen akan berminat menggunakan aplikasi shopee lagi dalam belanja online (Septiyani & Hadi, 2024).

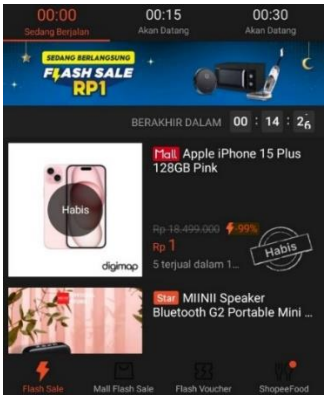
Berbagai penawaran menarik dari fitur yang diberikan shopee tentunya akan membuat konsumen puas dan berminat untuk melakukan pembelian ulang. Minat untuk memlakukan pembelian lagi yakni ekpetasi reaksi ketetika membeli suatu produk. Konsumen merasa senang dan puas, dengan kesan konsumen terhadap produk positif sehingga menjadikan terikat untuk melakukan pembelian barang itu lagi (Inri Yani & Sutarni Sutarni, 2023). Minat untuk membeli kembali ialah salah satu aspek dari tingkah laku pembelanjaan pelanggan, di dalamnya terkandung konsep loyalitas pelanggan. Minat membeli kembali menunjukkan kecenderungan pelanggan guna melaksanakan pembelanjaan lagi atas suatu barang atau layanan yang sama di masa mendatang. Kesesuaian kinerja produk atau jasa yang ditawarkan akan membuat pelanggan puas dan menarik minat mereka untuk menggunakannya di kemudian hari (Purnamawati et al., 2020).

Ketertarikan konsumen untuk memunculkan minat pembelian ulang, dapat disebabkan oleh beberapa faktor. Yaitu: segi harga yang ekonomis, potongan harga menarik, kualitas produk yang bagus, dan penilaian yang baik dari konsumen lainnya (Puspitasari & Kusuma, 2024). Ada beberapa fitur yang dapat menarik minat konsumen yaitu melalui fitur *flash sale* dan *paylater* pada aplikasi shopee.

Shopee memiliki fitur *flash sale* yang memberikan penurunan harga produk dalam waktu dan jumlah yang dibatasi. Hal tersebut akan menarik minat para calon konsumen. Mereka rela meluangkan waktu untuk mendapatkan produk dengan diskon yang besar (Putri et al., 2023).

.

Fitur flash sale pada aplikasi Shopee



(Sumber: Shopee, 2024)

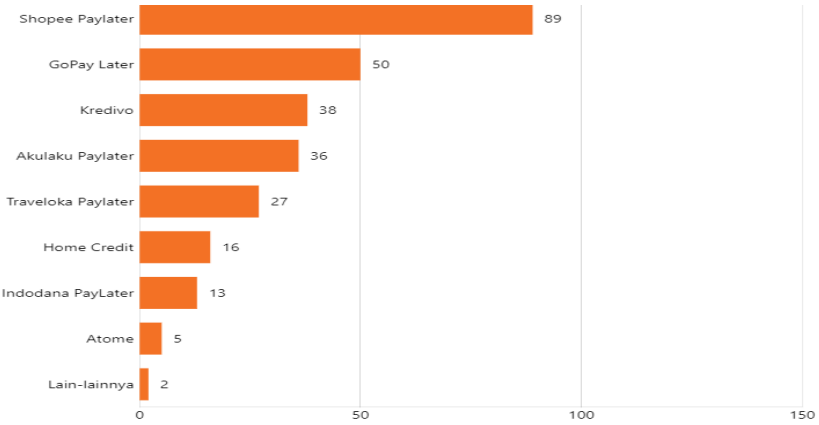
Gambar 1.2 Fitur *flash sale*

Contoh gambar diatas adalah salah satu fenomena *flash sale* yang sering kita temui pada aplikasi shopee. Dimana, shopee memberikan potongan sampai 99% pada beberapa produk unggulan dengan jumlah yang terbatas untuk menarik perhatian konsumen pada volume yang banyak. Sehingga, konsumen akan berusaha untuk saling berebut barang yang jumlahnya terbatas tersebut. *Flash sale* memberikan penawaran yang singkat yang menjadi daya tarik konsumen karena barang yang lebih murah dibandingkan harga normal (Rohmawati et al., 2023). Shopee *flash sale* memiliki fitur notifikasi yang digunakan konsumen agar tidak tertinggal penawaran *flash sale*, waktu yang diberikan sebesar 10 menit sebelum *flash sale* berlangsung (Jannah et al., 2022).

Selain melalui *flash sale*, di shopee banyak fitur yang dapat digunakan, salah satunya melalui fitur Shopee *paylater.* Fitur *PayLater* adalah layanan pembayaran keuangan atau cara alternatif untuk membayar cicilan secara online,

konsumen akan mendapatkan barang yang diinginkan tanpa harus membayar lunas terlebih dahulu karena sistem pembayaran akan dicicil setiap bulan (Wulandari, 2023). Banyak perusahaan startup menggunakan *paylater*, salah satu alat pembayaran populer saat ini. Dimana fitur ini menawarkan pembayaran secara kredit tanpa menggunakan kartu kredit (Silalahi et al., 2022). Konsep utama shopee *paylater*, "beli sekarang bayar nanti," diperkenalkan pertama kali pada tahun 2019. Pengguna shopee *paylater* dapat memilih untuk membayar dengan periode cicilan yang tersedia, dan fitur ini diawasi oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) untuk keamanan pengguna. Namun, ada beberapa persyaratan yang harus diperhatikan, seperti biaya keterlambatan dan biaya tambahan untuk setiap transaksi menggunakan *paylater* (Damayanti et al., 2023).

Statistik Brand Awareness layanan paylater tahun 2023



(Sumber : Databook, 2023)

Gambar 1.3 Layanan *paylater* dengan *Brand* awareness tertinggi di Indonesia

Menurut sumber Databook, berdasarkan laporan berjudul *"Unveiling Indonesia's Financial Evolution: Fintech Lending & Paylater Adoption"* yang diterbitkan Populix pada Oktober 2023, Shopee paylater merupakan layanan *paylater* dengan brand awareness tertinggi, diketahui oleh 89% responden,

dibandingkan dengan paylater lainnya. Selain menjadi paylater terpopuler, Shopee *paylater* yang paling banyak dipakai. Dari survei Populix, 45% responden mengakui telah memanfaatkan layanan paylater, dan 77% di antaranya menyatakan telah menggunakan fasilitas Shopee paylater. Survei dilaksanakan pada 415-18 September 2023 kepada 1.017 responden acak di Indonesia. Sebagian besar pengguna paylater bertempatan di Pulau Jawa (79%), Sumatra (12%), dan wilayah lain (9%). Mayoritas narasumber berusia antara 17 hingga 25 tahun (55%) dan 26-35 tahun (31%).

Sistem *paylater* menjadi populer di berbagai layanan aplikasi karena sangat menguntungkan bagi penyedia layanan dan pengguna. *Paylater* jauh lebih praktis, hanya membutuhkan pendaftaran singkat, aktivasi lebih mudah daripada menggunakan kartu kredit yang membutuhkan banyak persyaratan (Zhabrina Dude et al., 2022). Dampak dari banyaknya pengguna *paylater* tentu menimbulkan kesan positif dan negatif, sisi positif nya mampu membantu seseorang untuk mendapatkan kebutuhan yang penting untuk menunjang aktivitas mereka dengan lebih mudah, sedangkan pada permasalahan dari segi keamanan, paylater ini dianggap masih dinilai rentan terhadap penyalahgunaan data pribadi karena data konsumen seperti NIK, Nomor ponsel dan Alamat pribadi masuk dalam syarat proses pendaftaran aplikasi (Paramitha, 2022).

Dengan adanya fitur *paylater* memberikan pengalaman kemudahan proses pembayaran transaksi akan dapat menarik minat pelanggan untuk membeli ulang, adanya fitur paylater pelanggan akan langsung mendapatkan barang yang mereka

inginkan tanpa harus membayar lunas terlebih dahulu karena pembayaran dilakukan secara kredit sesuai ketentuan fitur pada paylater terebut.

Pada hasil penelitian yang dilakukan oleh (Rohmawati et al., 2023) menunjukkan bahwa *flash sale* berpengaruh terhadap minat beli ulang Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas PGRI Semarang. Selanjutnya penelitian yang dilakukan (Silalahi et al., 2022) menunjukan hasil bahwa *paylater* berpengaruh terhadap minat beli ulang pada pelanggan pengguna gojek.

Berlandaskan penjabaran di atas, penulis terikat untuk menjalankan studi mengenai seberapa pengaruhnya flash sale dan paylater terhadap minat beli ulang kosumen pada aplikasi shopee. Sehingga penulis melaksanakan studi dengan judul **"Pengaruh *Flash Sale* dan *Paylater* Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Pada Aplikasi Shopee (Studi Pengguna Shopee di Jombang)".**

1.2 Rumusan Masalah

Berlandaskan uraian yang dijelaskan pada latar belakang, maka untuk perumusan persoalan studi sebagai berikut:

1. Apakah *flash sale* shopee berpengaruh signifikan terhadap minat beli ulang konsumen pada pengguna shopee di Jombang?
2. Apakah *paylater* shopee berpengaruh signifikan terhadap minat beli ulang konsumen pada pengguna shopee di Jombang?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini memiliki tujuan, sebagai berikut :

1. Mengerti dan menelaah pengaruh *flash sale* shopee terhadap minat beli ulang konsumen pada pengguna shopee di Jombang.

2. Mengerti dan menelaah pengaruh *paylater* shopee terhadap minat beli ulang konsumen pada pengguna shopee di Jombang.

1.4 Manfaat penelitian

Berlandaskan uraian diatas, maka diharapkan manfaat dalam studi ini yakni:

1. Manfaat Teoritis

   Dari studi ini diharapkan bisa jadi pedoman penelitian selanjutnya dalam memperdalam wawasan pengetahuan pada bidang Manajemen Pemasaran.

2. Manfaat Praktis

   Hasil studi ini diharapkan bisa memberi masukan juga gagasan khususnya para pelaku bisnis. Serta, dapat memberi inovasi dan masukan untuk Shopee dalam mengembangkan layananan.