

## FENOMENA BELANJA ONLINE : KASUS PENGGUNA FITUR SHOPEE PAYLATER

Studi Kasus pada 4 Mahasiswa Pendidikan Sosiologi Universitas Negeri Jakarta  
2020

**Adinda Putri Fauziah**

Program Studi Pendidikan Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Jakarta  
dindaputf@gmail.com

**Natasya Diva Naomi**

Program Studi Pendidikan Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Jakarta  
natasyadiv08@gmail.com

---

### Abstract

Online shopping is a process of buying goods or services from store who sell goods or services via the internet. In this procedure, the goods being traded are offered through displays with pictures on a website or virtual shop. Online shop is one of the impacts of technological developments. The skyrocketing use of online shops and their various features that pamper consumers has created a tendency for people get everything they want or need more practical. This study tries to explore consumption actions carried out by students who use one of the online shop features, namely the Shopee Paylater payment system. The act of consumption becomes a lifestyle and social construction that is packaged in an economic activity. The consumption action taken is also related to rationality which refers to the effectiveness of shopping.

### Abstrak

Belanja *online* adalah suatu proses pembelian barang atau jasa dari mereka yang menjual barang atau jasa melalui internet. Pada prosedur ini barang yang diperjualbelikan ditawarkan melalui *display* dengan gambar yang ada di suatu *website* atau toko maya. *Online shop* merupakan salah satu dampak dari perkembangan teknologi. Meroketnya penggunaan *online shop* dan berbagai fiturnya yang memanjakan konsumen, menimbulkan kecenderungan masyarakat yang menginginkan dan mendapatkan segala hal menjadi lebih praktis. Tulisan ini mencoba untuk menggali tindakan konsumsi yang dilakukan oleh mahasiswa pengguna salah satu fitur *online shop*, yaitu menggunakan sistem pembayaran Shopee PayLater. Tindakan konsumsi tersebut menjadi sebuah gaya hidup dan konstruksi sosial yang dikemas dalam sebuah aktivitas ekonomi. Tindakan konsumsi yang dilakukan tersebut juga berkaitan dengan rasionalitas yang merujuk pada efektivitas berbelanja.

*Kata Kunci: Online shop, paylater, konsumsi, konstruksi sosial*

## Pendahuluan

Tulisan ini mengulas bagaimana masyarakat pada zaman globalisasi menikmati banyak kemudahan yang diciptakan oleh perkembangan teknologi. Belanja *online* merupakan salah satu dari akibat globalisasi dan perkembangan ekonomi yang begitu pesat, terlebih perkembangan teknologi memungkinkan segala hal dilakukan dengan cepat dan juga instan. Masyarakat saat ini dimudahkan untuk membeli barang dan/atau jasa tanpa harus mendatangi toko secara langsung tetapi bisa secara *online*. *Online shop* atau toko *online* yang sekarang digandrungi oleh banyak orang tanpa mengenal usia adalah salah satu perkembangan yang tidak luput dari perhatian setiap orang dewasa ini.

Pada tulisan ini, akan dibahas bagaimana salah satu situs elektronik komersial yang berkantor pusat di Singapura memanjakan para pelanggannya dengan fitur Shopee PayLater yang berupa sistem pembayaran dengan pinjaman atau cicilan yang disediakan oleh Shopee bagi pelanggan setianya. Shopee sendiri merupakan situs elektronik komersial yang menjual berbagai jenis barang sehingga tentu saja fitur ini menjadi pilihan pembayaran untuk membeli hampir semua jenis barang yang dibutuhkan di kehidupan sehari-hari maupun kehidupan untuk jangka panjang.

Pada tulisan ini, akan dibahas bagaimana Shopee PayLater berpengaruh dalam kehidupan masyarakat khususnya mahasiswa. Tak dapat dipungkiri memang, pada jaman sekarang, justru penggunaan situs belanja *online* banyak ditemukan pada usia remaja. Pergaulan anak remaja jaman sekarang memang banyak menuntut mereka untuk terlihat modis dan juga trendi sehingga banyak dari mereka yang akhirnya justru menjadi lebih sulit untuk menahan diri agar tidak berbelanja karena takut merasa ketinggalan jaman. Sosial media dan platform lainnya juga memiliki pengaruh dalam hal ini.

Namun alasan-alasan lain seperti misalnya efektivitas yaitu tidak perlu pergi ke *outlet*, toko, atau pusat perbelanjaan secara langsung, menghemat tenaga pun patut menjadi perhatian kita, apalagi di masa pandemi. Efektivitas berbelanja dan kemungkinan adanya berbagai macam pilihan yang disajikan dari berbagai toko *online* tapi tetap bisa menghemat waktu juga merupakan keuntungan dari belanja *online*. Fitur Shopee PayLater menjadi pilihan yang memungkinkan mereka untuk bisa membeli barang yang terlebih dahulu dan membayarnya kemudian.

## Metode Penelitian

Tulisan ini dibuat menggunakan studi literatur melalui artikel-artikel dan jurnal yang ada di internet, survei, dan hasil wawancara kepada 4 orang narasumber yang berasal dari mahasiswa Pendidikan Sosiologi Universitas Negeri Jakarta.

Secara khusus penelitian bertujuan untuk mengkaji bagaimana Shopee PayLater mempengaruhi rasionalitas berbelanja 4 orang mahasiswa Pendidikan Sosiologi 2020 Universitas Negeri Jakarta. Selain itu kita juga akan bisa melihat bagaimana Shopee PayLater ini mempengaruhi gaya hidup dari mahasiswa itu sendiri. Tulisan ini juga akan menjelaskan alasan-alasan dan kemudahan yang dirasakan oleh mahasiswa Pendidikan Sosiologi 2020 Universitas Negeri Jakarta selama menggunakan fitur Shopee PayLater.

## Hasil dan Pembahasan

### Gambaran Platform Shopee dan Shopee PayLater

Shopee adalah sebuah situs *e-commerce* (elektronik komersial) yang didirikan oleh sebuah perusahaan di Singapura, SEA Group (yang awalnya bernama Garena) yang telah berdiri sejak 2009 oleh Forrest Li. Shopee pertama kali hadir di Singapura pada tahun 2015, dan sejak pada saat itu, Shopee melebarkan sayapnya ke berbagai negara di Asia, seperti Malaysia, Thailand, Taiwan, Indonesia, Vietnam, dan Filipina. Pada tahun pertama Shopee hadir, ia hanya mengusung sebagai *marketplace consumer to consumer* (C2C). Namun, pada saat ini Shopee telah beralih ke mode hibrid perpaduan C2C dan *business to consumer* (B2C) setelah mereka menghadirkan Shopee Mall, yakni platform toko daring untuk *brand* ternama. Shopee sendiri dipimpin oleh Chris Feng, ia merupakan salah satu mantan pegiat Rocket Internet yang pernah bekerja di Zalora dan Lazada.

Shopee mulai memasuki pasar Indonesia pada akhir Mei 2015, sedangkan Shopee baru mulai beroperasi di Indonesia pada akhir Juni 2015. Aplikasi yang bergerak di bidang *marketplace* daring ini menawarkan berbagai macam produk, seperti fashion, elektronik, hingga barang kebutuhan sehari-hari. Shopee juga memiliki sebuah aplikasi agar dapat memberikan kemudahan kepada penggunanya dalam melakukan transaksi jual beli tanpa harus melalui sebuah laman. Saat ini Shopee telah diunduh 100 juta lebih unduhan di Google Play Store.

**Tabel 2.1 Perkembangan Jumlah Pengunjung Shopee Selama 6 Tahun Terakhir di Indonesia**

Tahun	Jumlah Pengunjung
2016	9.100.000
2017	27.879.000
2018	38.882.000
2019	90.705.300
2020	96.500.000
2021	126.996.700

(Sumber: <https://databoks.katadata.co.id>)

Perkembangan jumlah di atas terjadi salah satunya dikarenakan Shopee menyediakan berbagai kategori yang dapat dibeli oleh penggunanya sehingga memudahkan pengguna dalam mencari produk yang mereka inginkan ([shopee.co.id](https://shopee.co.id)). Hal-hal tersebut dapat terlaksana dengan baik juga didukung dengan nilai-nilai yang telah ditetapkan, berikut adalah nilai-nilai yang dianut oleh Shopee:

1. *We serve:*
  - a. Pelanggan selalu benar.
  - b. Lampaui ekspektasi pelanggan, berikan di atas dan lebih dari yang diharapkan.
2. *We adapt:*
  - a. Mengantisipasi perubahan dan membuat rencana lebih awal.
  - b. Menerima perubahan yang tidak terduga dan tetap melakukannya dengan baik.
3. *We run:*
  - a. Mempunyai dorongan dari diri sendiri yang kuat untuk menyelesaikan sesuatu, tidak perlu didorong-dorong oleh orang lain.
  - b. Selalu memiliki rasa urgensi tinggi untuk menyelesaikan pekerjaan.
4. *We commit:*
  - a. Menjadi orang yang bisa diandalkan, melakukan apa yang kita janjikan akan kita lakukan.
  - b. Memegang standar yang tinggi, tidak mengambil jalan pintas bahkan saat tidak ada yang melihat.

- c. Berlaku sebagai seorang pemilik, bersikap proaktif mencari cara untuk membuat perusahaan lebih baik.

5. *We stay humble:*

- a. Mempunyai mentalitas bahwa kita adalah *underdog* yang masih harus belajar dan terus belajar dari kondisi pasar dan pesaing.
- b. Menerima bahwa kita tidak sempurna dan tidak akan pernah menjadi sempurna.
- c. Bekerja keras terlebih dahulu dan merayakan di kemudian hari. (careers.shopee.co.id/about)

Layanan Shopee terus berkembang hingga kini Shopee memiliki banyak fitur layanan seperti:

- a. Shopee Loyalty, yaitu program apresiasi yang diberikan kepada para pelanggan setia Shopee.
- b. Shopee Live, yaitu fitur yang memungkinkan penjual untuk membuat sesi *live streaming* untuk mempromosikan toko & produk secara langsung ke pembeli.
- c. ShopeePay, yaitu fitur layanan uang elektronik yang berfungsi sebagai metode pembayaran dan untuk menyimpan pengembalian dana di Shopee.
- d. Koin Shopee, yaitu uang virtual resmi di Shopee yang akan dikreditkan ke akun pelanggan setiap pelanggan berhasil berbelanja di Shopee Mall.
- e. Shopee Games, yaitu *games* yang ada di Shopee guna memberikan promosi yang berbeda dan menarik bagi masyarakat.
- f. Gratis Ongkir, yaitu memberikan kesempatan bagi penjual untuk menawarkan minimal pembelian gratis ongkos kirim kepada pembeli dengan syarat dan ketentuan program.
- g. *Cashback Xtra* Shopee, yaitu memberikan kesempatan kepada penjual untuk menawarkan *cashback* kepada pembeli dengan syarat dan ketentuan program (Shopee, 2020).

Shopee PayLater adalah metode pembayaran dalam bentuk pinjaman instan dengan bunga pinjaman yang relatif minim. Setelah melakukan transaksi pembelian menggunakan Shopee PayLater, nantinya pelanggan akan membayar tagihan sesuai dengan periode cicilan yang dipilih saat melakukan transaksi pembayaran di aplikasi Shopee. Cicilan di Shopee Pay Later merupakan hasil kerja sama PT Lentera Dana

Nusantara dan PT. Commerce Finance yang telah terdaftar dan diawasi oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK).

Shopee PayLater dapat diaktifkan apabila pelanggan di Shopee terpilih untuk menjadi pengguna fitur Shopee PayLater. Untuk mendapatkan Shopee PayLater ini, ada beberapa persyaratan yang harus dipenuhi terlebih dahulu. Adapun syarat yang pertama yaitu, akun Shopee harus terdaftar dan telah terverifikasi. Kemudian akun Shopee sudah dalam jangka tiga bulan pemakaian serta sering digunakan untuk bertransaksi. Selanjutnya akun pelanggan juga harus di-*update* ke aplikasi Shopee terbaru. Setelah memenuhi persyaratan tersebut, pelanggan dapat melakukan transaksi pembelian dan memilih Shopee PayLater sebagai metode pembayaran. Apabila fitur Shopee PayLater belum tersedia artinya pelanggan belum memenuhi persyaratan yang diajukan oleh Shopee. Sebaliknya, jika metode pembayaran Shopee PayLater sudah tersedia, otomatis akun Shopee PayLater pelanggan telah disetujui (Shopee, 2020).

Aktivasi Shopee PayLater hanya bisa dilakukan melalui aplikasi Shopee. Pengguna akan diminta untuk menunjukkan foto KTP serta verifikasi wajah. Shopee juga akan membutuhkan informasi tambahan tentang pengguna salah satunya tentang pekerjaan. Pengajuan aktivasi akan diperiksa oleh tim terkait dalam kurun waktu 2x24 jam. Apabila disetujui pengguna akan mendapatkan notifikasi bahwa pengguna telah berhasil menggunakan Shopee PayLater. Pengguna juga akan mendapatkan limit kredit yang nilainya disesuaikan dengan seberapa tinggi tingkat transaksi pembelian di Shopee. Semakin sering pelanggan berbelanja, limit Shopee PayLater yang diterima juga semakin besar.

Untuk membayar tagihan Shopee PayLater, pengguna diwajibkan untuk membayar tagihan sesuai dengan periode cicilan yang telah dipilih. Saat ini ada 3 periode cicilan yang tersedia yakni 2 bulan, 3 bulan, dan 6 bulan. Shopee PayLater menawarkan bunga yang sangat minim, dan pengguna dapat memilih sendiri tanggal jatuh temponya, yakni pada tanggal 5 atau 11 setiap bulannya. Pengguna yang terlambat membayar tagihan sesuai dengan tanggal jatuh tempo, maka pengguna akan dikenakan denda 5% per bulan dari total tagihan.

Pembayaran Shopee PayLater dapat dilakukan lewat ShopeePay, *virtual account*, atau Indomaret. Fitur Shopee PayLater menyediakan beberapa menu salah satunya menu pilihan riwayat transaksi dimana pengguna dapat melihat catatan barang yang sudah dibeli dan dibayar. Selain itu ada pilihan menu tagihan yang berisi pemberitahuan mengenai jumlah tagihan yang akan dibayar serta waktu batas pembayaran.

Pengguna Shopee PayLater juga dapat menambah limit pinjaman. Penambahan limit pinjaman tergantung dari apa pekerjaan yang dimasukkan oleh pelanggan saat mendaftar. Pelanggan dapat mengajukan limit hingga Rp.1.8 Juta dengan memilih tombol ajukan. Ketika pelanggan tidak menggunakan Shopee PayLater sama sekali, maka pelanggan juga tidak akan dikenakan tagihan apa pun. Pembayaran melalui Shopee PayLater juga tidak memiliki minimum transaksi. Pelanggan bisa *checkout* selama masih memiliki limit pinjaman dan tidak memiliki keterlambatan pembayaran tagihan.

Namun jika pelanggan terlambat membayar, pelanggan tidak dapat melakukan *checkout* dengan Shopee PayLater sampai tagihan lunas. Keterlambatan juga dapat mempengaruhi limit Shopee PayLater serta mengakibatkan pembekuan akun Shopee, pembatasan voucher Shopee, tercatat dalam SLIK (Sistem Layanan Informasi Keuangan) dan penagihan lapangan. Shopee PayLater hanya bisa digunakan pada produk tertentu seperti produk elektronik, fashion, kebutuhan rumah tangga dan makanan. Sementara untuk pembelian pulsa, tagihan atau voucher, Shopee PayLater tidak dapat digunakan.

### **Profil Mahasiswa Pengguna Shopee PayLater**

Pada tulisan kali ini penulis mencoba untuk menggali informasi dari mahasiswa-mahasiswa yang bersedia menjawab pertanyaan yang kami berikan terkait dengan penggunaan fitur Shopee PayLater. Mahasiswa merupakan generasi yang lebih familiar dengan belanja *online*, sehingga mahasiswa relevan menjadi sebagai subjek penelitian. Namun, sebelum membahas tanggapan yang diberikan oleh para narasumber, berikut profil keempat mahasiswa yang menjadi narasumber penulis:

#### 1. Maryati Sulastri Sitohang

Mahasiswi Universitas negeri Jakarta yang lahir di Bogor, 25 September 2001. Hobinya bercerita, membuatnya banyak dikenal dan disukai oleh teman kuliahnya. Saat ini Maryati sedang sibuk akan perkuliahan *online*-nya.

2. Dhea Riski Triani

Lahir tanggal 27 Juni 2001, kini Dhea tinggal di Bengkulu dan melaksanakan perkuliahan dari jarak jauh. Di kampusnya, Universitas Negeri Jakarta, ia aktif dalam organisasi Badan Eksekutif Mahasiswa khususnya divisi sosial politik. Di balik kesibukannya kuliah dan berorganisasi, Dhea juga sibuk mengajar.

3. Agavia Syifa Rivani

Agavia merupakan mahasiswi asal Bekasi yang saat ini berkuliah di Universitas Negeri Jakarta Prodi Pendidikan Sosiologi. Ia lahir tanggal 27 Juni 2002. Di tengah kesibukannya kuliah, Agavia suka mendengarkan musik dan juga bermain ukulele. Di kampusnya, Agavia aktif dalam organisasi Badan Legislatif Mahasiswa khususnya sebagai sekretaris.

4. Risma

Risma juga merupakan Mahasiswi Universitas Negeri Jakarta Prodi Pendidikan Sosiologi. Ia lahir di Jakarta, 22 Agustus 2002. Ia suka menonton film di kala waktu senggangnya. Risma aktif dalam organisasi Badan Legislatif Mahasiswa

### **Pola Belanja *Online* Para Informan Menggunakan Shopee PayLater**

Empat orang narasumber yang bersedia menjawab kami memberikan berbagai macam informasi termasuk pola belanja mereka selama menggunakan fitur Shopee PayLater. Pertanyaan yang kami berikan memuat berbagai macam informasi termasuk pola belanja *online*.

Berikut pendapat keempat informan terkait dengan pola belanja mereka selama sebulan menggunakan Shopee PayLater.

Maryati Sulastris Sitohang:

*“Kebetulan ya, aku ini suka belanja di Shopee, kalo lagi ada event bulanan gitu misalnya 11.11 pasti barang-barang di Shopee itu lagi diskon besar-besaran. Nah karena diskon itu rebutan, jadi aku cukup sering pake Shopee PayLater dulu buat bayarnya biar ga kehabisan barangnya. Biasanya aku sebulan bisa habis kurang lebih 200.000 ke atas sih”*

Agavia Syifa Rivani:

*“Aku udah lama banget pake aplikasi Shopee, udah dari sebelum shopee buat event ngundang artis Korea. Dari dulu sih emang shopee udah banyak ngasih pelanggannya voucher-voucher diskon gitu. Aku sendiri sering pake Shopee PayLater, sebulan pengeluaran aku belanja di shopee bisa 300.000 ribuan sih.”*

Dhea Riski Triani:

*“Sebulan pengeluaran aku pake Shopee PayLater bisa sampai Rp. 200.000 itu buat beli barang-barang kayak tas, sepatu, skincare, atau make up si. Biasanya aku beli di Shopee Mall karena lebih trusted aja gitu. Buat penggunaan Shopee Pay later aku cukup sering”*

Risma:

*“Aku sering sekali kalau belanja di Shopee, kadang orang rumah juga suka nitip ke aku kalo mau belanja-belanja gitu. Makanya pengeluaran aku sebulan bisa sampe Rp 500.000 rupiah. Kalo beli di Shopee tuh kayak praktis aja gitu, kita juga bisa milih-milih jadi ada banyak opsi yang bisa dipertimbangkan dari segi harga sama kualitasnya gimana. Tapi sering sih malah jadi kalap terus beli barang yang tidak penting”*

Dari komentar di atas, dapat dikatakan bahwa pengeluaran mahasiswa dalam menggunakan Shopee PayLater tidak bisa dibilang sedikit, apalagi untuk jangka waktu yang singkat yaitu sebulan. Barang-barang yang dibeli bisa berbagai macam jenisnya dan berbagai macam rentang harganya. Dapat dilihat pula dari intensitas penggunaan, menunjukkan pola konsumsi menggunakan Shopee PayLater ini cukup tinggi, karena mereka opsi cukup sering dan sering memiliki persentase yang seimbang.

### **Belanja *Online* dan Penggunaan Shopee PayLater Sebagai Bagian dari Gaya Hidup**

Belanja *online* sekarang ini digemari oleh setiap khalayak masyarakat, apalagi mahasiswa. Bukan hal yang baru lagi, bahwa sekarang dengan maraknya *marketplace online* membuat belanja *online* menjadi bagian dari gaya hidup mahasiswa. Di tengah kepadatan mereka kuliah di hari kerja dan melakukan kegiatan organisasi di hari libur, belanja *online* memunculkan pola konsumsi sebagai gaya hidup baru mahasiswa di tengah perkembangan teknologi dan globalisasi. Berikut ini komentar narasumber terkait dengan penggunaan aplikasi belanja *online*.

Maryati Sulastris Sitohang :

*“Aku sekarang udah jarang banget si belanja-belanja kayak baju gitu ke outlet langsung karena udah ga efisien aja gitu kalo belanja langsung kan harus pergi ke outletnya, harus ada ongkos bensin, dan semacamnya. Kalo belanja online itu kita tinggal diam di rumah aja terus pesanan datang sendiri. Udah gitu ada promo gratis ongkir yang buat kita ga perlu bayar ongkos pengiriman. apalagi sekarang udah ada Shopee Paylater juga, aku bisa beli duluan kalo lagi butuh banget dan bisa dibayar nanti selama ga melewati tenggat waktu pembayarannya. Jadi sekarang aku lebih mempertimbangkan lagi kalo mau beli baju langsung, kecuali emang baju yang aku mau cuma ada disitu, mau tidak mau aku harus beli langsung ke tokonya. Sekarang aku pun kalo ke mall gitu juga udah jarang mampir ke*

*toko baju, lebih sering untuk ke tempat makan, atau nonton bioskop aja. Karena kalo misalnya aku liat-liat baju di mall gitu, aku akan membandingkan harga disitu dengan harga baju yang dijual online. Biasanya baju yang dijual online itu lebih murah dengan kualitas yang sama. Kira-kira itu yang buat aku sehari-hari lebih memilih untuk belanja online. “*

Berdasarkan komentar tersebut, bisa ditangkap bahwa belanja *online* dan penggunaan Shopee PayLater sudah menjadi bagian dari keseharian narasumber kami. Kemudahan dalam memakai Shopee Paylater yang memberikan kita opsi dalam membayar tagihan, mulai dari 30 hari bahkan sampai 12 bulan sangat membantu. Hal ini juga dirasakan oleh mahasiswa yang memang hidup di era modern yang serba instan.

Menurut Aristanti (2020), ada beberapa keuntungan dari Paylater yang dijadikan alternatif metode pembayaran yang sangat digemari kaum milenial yakni prosesnya cepat dan lebih praktis. Mahasiswa rata-rata memiliki aktivitas yang padat sehingga menginginkan segalanya yang cepat dan praktis. Bahkan jangkauan kemampuan mahasiswa dalam berbelanja lebih menginginkan pembayaran berupa cicilan atau tenor dengan transaksi yang mudah dan aman. Pilihan cicilan dapat disesuaikan dengan kemampuan konsumen lebih membuat mahasiswa merasa lebih nyaman dan tenang dalam membayar cicilan. Mereka bebas memilih apakah ingin membayar dalam jangka waktu pendek, yang berarti bunganya lebih sedikit, begitu juga sebaliknya.

Shopee PayLater sendiri benar-benar memberikan kemudahan berbelanja tanpa modal yang jelas menjadi pilihan bagi mereka yang belum memiliki pendapatan yang stabil. Jelas fitur ini dirasa memenuhi kebutuhan mereka di era modern ini. Belum lagi prosesnya yang instan dengan cara melakukan verifikasi, mereka sudah bisa langsung merasakan kemudahan dari fitur Shopee PayLater.

### **Penggunaan Shopee PayLater sebagai Tindakan Sosial**

Pada dasarnya, mahasiswa suka bergaul dengan teman sebaya dan suka mengikuti apa yang ia anggap bagus dan keren. Mereka suka untuk mengikuti hal yang sedang *trending* dan *update* di sosial media. Hal tersebut dilakukan dengan pemikiran bahwa dirinya *up to date* atau tidak ketinggalan zaman. Bahkan akibat dari fenomena tersebut, muncul sebuah istilah yaitu FoMO (*fear of missing out*). FoMO secara sederhana merupakan kekhawatiran karena tidak *up to date*. FoMO ternyata dapat dimanfaatkan

dalam dunia pemasaran yang mengarah pada perilaku pembelian kompulsif dengan memberikan tekanan pada proses pengambilan keputusan konsumen (Hodkinson, 2016). Pemberian tekanan pada proses pengambilan keputusan dapat berupa rasa cemas jika tidak melakukan hal yang sama, maka orang tersebut tidak dalam kelompok yang *mainstream*. Dengan demikian mengacu pada penelitian – penelitian sebelumnya, Kang et al. (2019) mengkaitkan FoMO dengan kebutuhan psikologi dasar dan kebutuhan sosial untuk dapat diterima dalam suatu kelompok.

Pada saat ini pun banyak beredar video di internet yang menunjukkan tren berbusana dan aksesoris seperti tas, sepatu, *outfit*, dan lain-lain yang mempengaruhi seseorang untuk membelinya. hal tersebut tidak luput dari perhatian kami, dan kami mendapat informasi yang berkaitan dengan hal tersebut. informasi yang kami dapatkan menunjukkan alasan narasumber kami dalam keputusannya berbelanja menggunakan fitur Shopee PayLater.

Risma:

*“Biasanya kalo aku mau beli barang-barang yang dipengen itu karena mau coba sih. kayak lagi ada barang yang lagi viral gitu terus mau coba. penasaran ini barangnya worth it ga, sesuai ga sama apa yang diviralin gitu. Kadang si kasih tau temen, karena kan kalo beli barang yang lagi viral gitu diserbu banyak orang ya, jadi kadang suka kasih review ke temen yang mau beli barang itu juga. selain itu kalo pake shopee paylater jadi lebih cepet aja gitu dalam proses membeli barang yang kita mau, misalnya kalo nunggu uang aku ada, terus barangnya tuh udah banyak yang make, jadi males ajaa”*

Agavia Syifa Rivani

*“Aku kalo mau beli barang, itu biasanya karena barang itu sedang populer, maka aku ingin mencoba. biasanya karena didasari oleh keingintahuan aku mengenai barang tersebut apakah kualitasnya benar-benar bagus atau tidak. Aku juga suka memperlihatkan apa yang aku beli ke temen aku, karena mungkin saja dia ingin membeli juga barang yang aku beli.”*

Dhea Riski Triani

*“Aku kadang kalo mau beli barang di shopee itu karena kadang aku suka terpengaruh sama iklan/barang-barang endorse mba-mba tiktok. Kadang bayar pake shopeepay, kadang bayar pake shopee paylater kalo aku lagi nonton live tiktok diskon terus lagi gaada uang di saldo. terus aku juga suka kasih tau orang lain barang yang aku beli, biasanya fashion sih, apalagi yang mengharuskan untuk dipake outdoor dan diliat banyak orang. itu biasanya aku suka pamer memang”*

Maryati Sulastri Sitohang

*“Aku beli barang karena barang itu sedang populer, maka aku ingin mencoba. aku kadang penasaran akan populernya suatu barang jadi aku ingin mencobanya. aku juga suka kasih tau barang yang aku beli, karena aku senang memberikan informasi supaya teman/kerabat tidak perlu takut kecewa/tertipu jika ingin membeli barang yang sama dengan aku di hari yang akan datang, karena akan aku rekomendasikan dari toko yang telah aku beli.”*

Dari komentar keempat narasumber di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa motivasi mereka berbelanja didasari oleh keingintahuannya mengenai barang apa yang sedang tren di media sosial dan keinginannya untuk mengikuti tren atau menjadi *trendsetter*. Informasi di atas juga menunjukkan bahwa adanya kecenderungan narasumber untuk memperlihatkan apa yang mereka beli kepada orang lain, bahkan salah satu narasumber kami dengan jelas mengatakan bahwa ia memang berniat untuk memamerkannya pada orang lain.

Hal tersebut tidak bisa terlepas dari fakta bahwa keputusan yang diambil oleh narasumber kami dipengaruhi oleh orang lain dan juga mempengaruhi orang lain. Keinginan untuk mengikuti tren yang sedang berjalan dan memperlihatkannya kepada orang lain salah satunya teman sebaya menunjukkan adanya motif sosial. Leary et al. (2013) juga menjelaskan bahwa individu setidaknya juga dipengaruhi oleh pilihan dari individu - individu lainnya dan cenderung untuk mengikuti apa yang menjadi pilihan dan gaya hidup dari kelompok masyarakat pada umumnya. Hal ini dijelaskan oleh Wegmann et al. (2017) terkait ada ketakutan pada diri masyarakat muda yang khawatir akan kehilangan keterlibatan pada aktivitas, pengalaman dan interaksi dengan teman sekelompoknya.

Apabila dikaitkan dengan teori tindakan sosial Max Weber, kegiatan berbelanja yang dilakukan oleh narasumber kami merupakan tindakan sosial karena narasumber kami bertindak secara subjektif dalam pertimbangan orang lain dan berorientasi pada orang lain. Tindakan sosial sendiri merupakan tindakan individu yang mempunyai makna atau arti subjektif bagi dirinya dan diarahkan kepada tindakan orang lain. Sebaliknya, tindakan individu yang diarahkan kepada benda mati atau obyek fisik semata tanpa dihubungkan dengan tindakan orang lain bukan suatu tindakan sosial.

Weber mencatat bahwa tindakan sosial (*social action*) yang dilakukan oleh individu tersebut haruslah berhubungan atau atas dasar rasionalitas (George dan Douglas,

2009:136). Rasionalitas merupakan suatu keadaan yang merujuk pada keselarasan antara keyakinan seseorang dengan alasan orang tersebut yakni dengan memperhitungkan segala manfaat dan risiko dari tindakan yang dilakukan. Weber juga melakukan klasifikasi pada tindakan sosial. Sebelum membahas teori yang tepat, berikut komentar mahasiswa pengguna Shopee PayLater.

Maryati Sulastris Sitohang:

*“Kalau pakai Shopee PayLater, membeli barang yang limited atau rebutan dapat lebih cepat saat proses checkout, pembayaran bisa dilakukan nanti-nanti, aksesnya juga mudah hanya melalui handphone”*

Agavia Syifa Rivani:

*“Alasan menggunakan Shopee PayLater ya karna bisa biaya adminnya sedikit,.shopee paylater memudahkan aku ketika ingin checkout barang yang harus segera dibayar karena prosesnya lebih mudah.”*

Dhea Riski Triani:

*“Kalau pakai Shopee PayLater bisa menalangi membeli barang walau saya belum ada uang dan biaya admin/bunga nya nggak terlalu besar”*

Risma:

*“Tersedia jika keadaan terdesak. terus kalau misalnya membeli kebutuhan pokok, seperti bahan pokok kayak beras, telur gitu gitu kan suka ada diskon ya. diskon nya juga lumayan. terus biasanya juga suka ada diskon khusus pengguna spay later, jd lebih hemat kann”*

Jika kita lihat, alasan narasumber mengacu pada salah satu jenis tindakan sosial yang dijelaskan oleh Weber yaitu tindakan rasional instrumental. Pada dasarnya, tindakan rasional instrumental merupakan tindakan yang ditujukan pada pencapaian tujuan-tujuan secara rasional yang diperhitungkan oleh faktor yang bersangkutan. Isi teori Max Weber mengenai tindakan rasionalitas bahwa kita dapat membuktikan sesuatu yang dilakukan seseorang harus berdasarkan pertimbangan dan pilihan yang berkaitan dengan tujuan agar tindakan yang dilakukan mampu mencapai suatu tujuan. Contoh: “Tindakan ini paling efisien untuk mencapai tujuan dan melakukannya”. Hal ini sesuai dengan perilaku keempat mahasiswa tersebut dalam pemilihan atau penggunaan fitur Shopee PayLater berdasarkan pemikiran yang rasional dan dengan pertimbangan-pertimbangan dalam memilih dan menggunakan Shopee Paylater. Pertimbangan seperti yang disampaikan yaitu di antaranya karena belanja menggunakan Shopee PayLater lebih cepat, biaya admin sedikit, bisa digunakan meski dalam keadaan mendesak dan pembayaran bisa dilakukan secara mencicil. Kemudahan atau efektivitas dalam berbelanja yang mereka

rasakan membuat mereka berpikir bahwa kemudahan tersebut sangat-sangat membantu saat mereka berbelanja dikala mereka tidak memiliki uang pada saat transaksi dilakukan.

Untuk tingkat efektivitas berbelanja, melihat dari alasan-alasan yang diberikan oleh responden, maka Shopee PayLater ini jelas memiliki nilai efektivitas yang tinggi karena banyak membantu responden sebagai konsumen dalam berbelanja. Apalagi di masa pandemi COVID-19 seperti sekarang, saat mereka sulit untuk bisa keluar dari rumah dan tidak memiliki uang saku yang tetap, Shopee PayLater membantu mereka agar bisa tetap membeli kebutuhannya.

### **Kesimpulan**

Shopee merupakan situ *e-commerce* ciptaan dari perkembangan teknologi. Shopee mulai memasuki pasar Indonesia sejak tahun 2015 dan secara signifikan penggunaannya terus naik dari tahun ke tahun. Aplikasi yang bergerak dibidang *marketplace* daring ini menawarkan berbagai macam produk dan salah satu metode pembayarannya yaitu bisa dengan menggunakan fitur yang dinamakan Shopee PayLater. Shopee PayLater sendiri merupakan metode pembayaran dalam bentuk pinjaman instan dengan bunga yang sangat minim. Setelah melakukan transaksi pembelian menggunakan Shopee PayLater, nantinya pelanggan akan membayar tagihan sesuai dengan periode cicilan yang dipilih saat melakukan transaksi pembayaran di aplikasi Shopee.

Dalam penggunaan Shopee PayLater, dapat dikatakan bahwa pengeluaran mahasiswa pengguna Shopee PayLater ini tidak sedikit. Dilihat pula dari intensitas penggunaan, menunjukkan pola konsumsi menggunakan Shopee PayLater ini cukup tinggi. Konsumsi menggunakan Shopee PayLater oleh mahasiswa ini dapat diasumsikan sebagai tindakan sosial. Mahasiswa-mahasiswa tersebut terdapat kecenderungan untuk memamerkan barang yang mereka beli kepada teman-temannya. Serta apa yang mereka beli tergantung pada seberapa populer barang tersebut pada waktu itu agar tidak dikatakan ketinggalan zaman atau kemungkinan ingin menjadi *trend setter*

Jika ditelaah lagi, terdapat tindakan rasionalitas yang dilakukan oleh mahasiswa tersebut. Seperti rasionalitas yang berorientasi nilai dalam berbelanja. Terbukti dengan kesadaran keyakinan mengenai nilai-nilai yang penting entah mungkin estetika atau nilai lainnya. Serta tindakan rasionalitas lain yang mendorong keempat mahasiswa ini

menggunakan fitur Shopee PayLater. Rasionalitas ini dapat dibuktikan dengan bagaimana pemilihan atau penggunaan fitur Shopee PayLater berdasarkan pemikiran yang rasional dan dengan pertimbangan-pertimbangan dalam memilih dan menggunakan Shopee. Pertimbangan seperti yang disampaikan yaitu di antaranya karena belanja menggunakan Shopee PayLater lebih cepat, biaya admin sedikit, bisa digunakan meski dalam keadaan mendesak dan pembayaran bisa dilakukan nanti-nanti. serta dibuktikan tingkat efektivitas berbelanja. Shopee PayLater ini jelas memiliki nilai efektivitas yang tinggi karena banyak membantu responden sebagai konsumen dalam berbelanja.

### Daftar Pustaka

- Hanifah, Aida. 2016. *“Di bawah Secangkir Kopi: Starbucks sebagai Arena Konsumsi Simbolik Kelas Menengah Metropolitan.”* Jakarta: Program Studi Sosiologi Pembangunan Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Jakarta.
- Leary, M.R., Kelly, K.M., Cottrell, C.A., dan Schreindorfer, L.S. 2013. *Construct Validity of The Need to Belong Scale Mapping the Nomological Network.* Journal of Personal Assessment, Vol. 95, pp. 610-624.
- Luo, Cynthia. 2017. *eIQ Insider: The Natural Progression of C2C Business Models, Garena Shopee's Venture into B2C". ecommerceIQ - Ecommerce in Southeast Asia, Reports, Data, Insights (dalam bahasa Inggris).* 2017-05-22. Diakses tanggal 12 November 2021. <https://ecommerceiq.asia/garena-business-model-b2c/>
- Prahesti, Vivin Devi. 2021. Analisis Tindakan Social Max Weber dalam Kebiasaan Membaca Asmaul Husna Peserta Didik MI/SD. Diakses pada 04 Agustus 2022. <https://jurnalannur.ac.id>
- Prastiwi, Iin Emy. 2021. *Konsep Paylater Online Shopping dalam Pandangan Ekonomi Islam.* Diakses pada 10 Agustus 2022. <https://jurnal.stie-aas.ac.id>
- Santoso, Ignatius Hari, Suzy Widyasari, Euis Soliha. 2019. *Fomsumerism Mengembangkan Perilaku Conformity Consumption Dengan Memanfaatkan Fear Of Missing Out Konsumen.* Jurnal Ilmiah Bisnis dan Ekonomi Asia. Volume 15 No 2
- Shopee. Nilai-nilai Kami. Diakses pada tanggal 12 November 2021. <https://careers.shopee.co.id/about/>
- Shopee. Bantuan. Diakses pada tanggal 12 November 2021. <https://help.shopee.co.id/s/>
- Tim Kerja PSP2M. Tindakan Sosial. Diakses pada tanggal 14 November 2021. <https://osf.i>