

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perubahan merupakan sesuatu yang pasti dalam kehidupan manusia. Seiring dengan berjalannya waktu, hampir seluruh aspek kehidupan mengalami perkembangan, terutama dalam bidang teknologi. Perkembangan teknologi yang sangat pesat dewasa ini memberikan pengaruh besar terhadap gaya hidup masyarakat. Teknologi telah merambah ke berbagai sektor, mulai dari pendidikan, pemerintahan, ekonomi, hingga aktivitas sosial masyarakat. Kemajuan tersebut telah mengubah cara manusia memperoleh informasi, berkomunikasi, bekerja, hingga melakukan transaksi ekonomi. Salah satu dampak nyata dari perkembangan teknologi terlihat pada perubahan pola konsumsi masyarakat yang semakin bergantung pada teknologi digital.

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi menjadi tulang punggung utama transformasi digital yang sedang berlangsung di seluruh dunia. Melalui kemajuan internet, hampir seluruh aktivitas manusia dapat dilakukan secara daring, termasuk dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari. Berdasarkan laporan Facts and Figures 2024 yang diterbitkan oleh International Telecommunication Union (ITU), pada tahun 2024 jumlah pengguna internet global telah mencapai sekitar 5,5 miliar orang atau sekitar 68% dari populasi dunia. Jumlah tersebut mengalami peningkatan dibandingkan tahun sebelumnya yang mencapai sekitar 5,3 miliar pengguna. Peningkatan ini menunjukkan bahwa internet telah menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan masyarakat modern dan menjadi sarana utama dalam berbagai aktivitas, termasuk aktivitas ekonomi dan perdagangan.

Fenomena yang sama juga terjadi di Indonesia. Berdasarkan data Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), jumlah pengguna internet di Indonesia pada tahun 2024 mencapai 221.563.479 jiwa dengan tingkat penetrasi sebesar 79,5% dari total populasi Indonesia. Tingginya tingkat

penetrasi internet tersebut menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia semakin terbiasa memanfaatkan teknologi digital dalam kehidupan sehari-hari, baik untuk memperoleh informasi, berkomunikasi, maupun melakukan berbagai aktivitas ekonomi secara daring.

Berdasarkan data ITU dan APJII tersebut dapat disintesis bahwa perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mendorong perubahan perilaku masyarakat dalam memanfaatkan layanan digital. Peningkatan jumlah pengguna internet tidak hanya memperluas akses terhadap informasi, tetapi juga mengubah pola transaksi masyarakat dari sistem konvensional menuju sistem digital. Kondisi tersebut mendorong perusahaan untuk terus berinovasi dalam menghadirkan layanan yang lebih cepat, praktis, dan efisien sehingga mampu memenuhi kebutuhan masyarakat modern yang mengutamakan kemudahan dan fleksibilitas dalam bertransaksi.

Salah satu sektor yang mengalami perkembangan paling pesat adalah perdagangan elektronik (electronic commerce atau e-commerce). Kehadiran e-commerce telah mengubah pola belanja masyarakat karena memungkinkan konsumen melakukan transaksi kapan saja dan di mana saja tanpa harus mengunjungi toko secara langsung. Berbagai platform e-commerce seperti Shopee, Tokopedia, Bukalapak, Lazada, dan platform lainnya terus bersaing memberikan berbagai inovasi layanan guna menarik minat konsumen. Persaingan tersebut tidak hanya dilakukan melalui penyediaan produk yang beragam, tetapi juga melalui peningkatan kualitas layanan, promosi yang menarik, serta penyediaan berbagai metode pembayaran digital yang semakin memudahkan konsumen.

Dalam dunia e-commerce, minat beli merupakan salah satu komponen penting dalam memahami perilaku konsumen. Minat beli menggambarkan kecenderungan seseorang untuk melakukan pembelian terhadap suatu produk atau jasa setelah melalui proses pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, dan evaluasi terhadap berbagai alternatif yang tersedia. Minat beli dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti kualitas produk, harga, promosi, kemudahan penggunaan aplikasi, ulasan konsumen, maupun sistem pembayaran yang

ditawarkan oleh platform e-commerce. Semakin tinggi minat beli konsumen, maka semakin besar pula peluang terjadinya keputusan pembelian yang pada akhirnya memberikan dampak positif terhadap peningkatan penjualan perusahaan.

Salah satu inovasi yang berkembang pesat dalam sistem pembayaran digital adalah layanan *Buy Now, Pay Later* (BNPL). BNPL merupakan metode pembayaran yang memungkinkan konsumen membeli barang atau jasa terlebih dahulu dan melakukan pembayaran pada waktu yang telah ditentukan, baik secara penuh maupun melalui sistem cicilan. Kehadiran BNPL memberikan alternatif pembayaran yang lebih fleksibel dibandingkan metode pembayaran konvensional karena konsumen tidak harus menyediakan dana secara langsung pada saat melakukan transaksi. Kemudahan tersebut menjadikan BNPL sebagai salah satu layanan keuangan digital yang banyak diminati, khususnya oleh generasi muda yang memiliki mobilitas tinggi dan terbiasa menggunakan teknologi digital dalam aktivitas sehari-hari.

Menurut Otoritas Jasa Keuangan (OJK), layanan BNPL mengalami pertumbuhan yang sangat signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Per Mei 2024, total nilai pembiayaan BNPL di Indonesia mencapai Rp6,81 triliun atau meningkat sebesar 33,64% secara year-on-year. Peningkatan tersebut menunjukkan bahwa masyarakat semakin menerima layanan BNPL sebagai salah satu alternatif pembiayaan dalam memenuhi kebutuhan konsumsi. Selain memberikan kemudahan dalam bertransaksi, BNPL juga memungkinkan konsumen mengatur pengeluaran melalui sistem cicilan yang lebih fleksibel sehingga memberikan rasa aman dan nyaman dalam melakukan pembelian.

Penggunaan layanan BNPL kini bukan lagi sesuatu yang asing di Indonesia. Sebagaimana dilansir oleh Cindy Mutia Annur dalam Anggraini (2024), penggunaan BNPL semakin meningkat karena memberikan kenyamanan dan efisiensi dalam berbelanja. Mekanisme pembayaran yang memungkinkan konsumen menyelesaikan transaksi tanpa harus membayar secara penuh pada saat checkout membuat layanan ini semakin diminati. Berbagai penelitian juga menunjukkan bahwa kemudahan tersebut mampu mendorong perilaku

pembelian impulsif (*impulsive buying*) karena konsumen merasa memiliki kemampuan finansial yang lebih baik melalui fasilitas pembayaran secara bertahap.

Berdasarkan berbagai data dan fenomena tersebut dapat disintesis bahwa pertumbuhan layanan BNPL tidak hanya menunjukkan meningkatnya adopsi teknologi keuangan digital, tetapi juga mencerminkan perubahan perilaku konsumen dalam melakukan transaksi. Kemudahan pembayaran, fleksibilitas cicilan, serta berbagai program promosi menjadikan BNPL sebagai salah satu faktor yang mampu meningkatkan ketertarikan konsumen untuk melakukan pembelian. Dengan demikian, BNPL tidak hanya berfungsi sebagai metode pembayaran, tetapi juga menjadi strategi pemasaran yang dapat memengaruhi minat beli konsumen pada platform e-commerce.

Shopee merupakan salah satu platform e-commerce terbesar di Indonesia yang secara aktif memanfaatkan layanan BNPL sebagai salah satu strategi untuk meningkatkan pengalaman berbelanja konsumen. Melalui fitur Shopee PayLater, pengguna diberikan berbagai kemudahan seperti proses aktivasi yang cepat, cicilan tanpa kartu kredit, pilihan tenor pembayaran yang beragam, serta berbagai program promosi berupa diskon, cashback, dan gratis ongkos kirim. Berbagai kemudahan tersebut memberikan pengalaman berbelanja yang lebih praktis sehingga mampu meningkatkan loyalitas pengguna sekaligus mendorong peningkatan volume transaksi pada platform Shopee. Selain itu, Shopee juga secara aktif mempromosikan penggunaan fitur BNPL melalui berbagai kampanye besar seperti Harbolnas, Shopee 9.9, Shopee 11.11, Shopee 12.12, dan berbagai program promosi lainnya.

Fenomena penggunaan BNPL melalui aplikasi Shopee tidak hanya terjadi di kota-kota besar, tetapi juga mulai berkembang di berbagai daerah, termasuk Kabupaten Bengkalis, Provinsi Riau. Kabupaten Bengkalis merupakan salah satu daerah yang mengalami perkembangan penggunaan teknologi digital yang cukup pesat, terutama di kalangan generasi muda, mahasiswa, serta masyarakat usia produktif. Berdasarkan hasil pengamatan awal, masyarakat Kecamatan Bengkalis telah menjadikan Shopee sebagai salah satu platform

utama dalam memenuhi berbagai kebutuhan, mulai dari kebutuhan sandang, perlengkapan rumah tangga, peralatan elektronik, hingga kebutuhan sehari-hari lainnya.

Fitur BNPL menjadi salah satu alasan masyarakat memilih Shopee karena memberikan kemudahan dalam melakukan transaksi tanpa harus membayar secara langsung pada saat pembelian. Konsumen dapat membeli berbagai produk terlebih dahulu, kemudian melakukan pembayaran sesuai dengan tenor yang dipilih. Fleksibilitas tersebut memberikan kemudahan dalam mengatur pengeluaran sehingga banyak dimanfaatkan oleh masyarakat, khususnya ketika menghadapi kebutuhan yang bersifat mendesak ataupun ketika memanfaatkan berbagai program promosi yang diselenggarakan oleh Shopee.

Penggunaan BNPL oleh masyarakat Kecamatan Bengkalis menunjukkan adanya perubahan pola konsumsi dari transaksi tunai menuju transaksi digital berbasis kredit jangka pendek. Kondisi ini menunjukkan bahwa perkembangan teknologi pembayaran digital tidak hanya mengubah cara masyarakat melakukan transaksi, tetapi juga berpotensi memengaruhi minat masyarakat dalam melakukan pembelian melalui platform e-commerce.

Fenomena tersebut menunjukkan bahwa masyarakat Kecamatan Bengkalis mulai beradaptasi dengan perkembangan teknologi digital dalam aktivitas konsumsi. Meskipun penggunaan BNPL semakin meningkat, belum dapat dipastikan sejauh mana layanan tersebut benar-benar memengaruhi minat beli konsumen di Kecamatan Bengkalis. Perbedaan karakteristik sosial, tingkat pendapatan, kemampuan finansial, serta perilaku konsumsi masyarakat memungkinkan adanya hasil penelitian yang berbeda dibandingkan daerah lain. Oleh karena itu, diperlukan penelitian yang mampu memberikan bukti empiris mengenai pengaruh *Tren Buy Now, Pay Later* (BNPL) terhadap Minat Beli Konsumen pada aplikasi Shopee di Kecamatan Bengkalis.

Berbagai penelitian terdahulu pada umumnya menunjukkan bahwa layanan BNPL memberikan kemudahan dalam bertransaksi serta mampu meningkatkan minat beli konsumen melalui fleksibilitas pembayaran yang ditawarkan. Namun demikian, sebagian besar penelitian tersebut masih berfokus

pada wilayah perkotaan atau kelompok responden tertentu, seperti mahasiswa dan generasi muda. Penelitian yang secara khusus mengkaji pengaruh Tren *Buy Now, Pay Later* (BNPL) terhadap Minat Beli Konsumen pada masyarakat Kecamatan Bengkalis masih sangat terbatas. Selain itu, karakteristik masyarakat, tingkat adopsi teknologi, serta kondisi sosial ekonomi yang berbeda memungkinkan adanya variasi hasil penelitian. Dengan demikian, terdapat kesenjangan penelitian (research gap) yang perlu dikaji lebih lanjut mengenai bagaimana pengaruh Tren BNPL terhadap Minat Beli Konsumen pada aplikasi Shopee di Kecamatan Bengkalis.

Berdasarkan uraian teori, data statistik, fenomena empiris, serta kesenjangan penelitian tersebut, maka penelitian ini penting dilakukan untuk memperoleh bukti empiris mengenai pengaruh Tren *Buy Now, Pay Later* (BNPL) terhadap Minat Beli Konsumen pada aplikasi Shopee di Kecamatan Bengkalis. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu pengetahuan di bidang pemasaran dan perilaku konsumen, menjadi masukan bagi perusahaan e-commerce dalam menyusun strategi pemasaran, serta menjadi bahan pertimbangan bagi pemerintah dan lembaga terkait dalam meningkatkan literasi keuangan digital masyarakat.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "Analisis Pengaruh Tren *Buy Now, Pay Later* (BNPL) terhadap Minat Beli Konsumen pada Aplikasi Shopee di Kecamatan Bengkalis."

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan diatas dapat ditarik perumusan masalah adalah bagaimana Analisis Pengaruh Tren BNPL terhadap Minat Beli Konsumen Pada Aplikasi Shopee di Kecamatan Bengkalis?

1.3 Tujuan Penelitian

Berbentuk pernyataan yang akan menjawab rumusan masalah. Adapun tujuan penelitian yang akan dilakukan adalah:

1. Untuk menganalisis tanggapan responden terhadap Tren BNPL pada aplikasi Shopee.
2. Untuk menganalisis pengaruh tanggapan responden terhadap minat beli konsumen pada aplikasi Shopee di Kecamatan Bengkalis.
3. Untuk menganalisis pengaruh Tren BNPL terhadap minat beli konsumen pada aplikasi Shopee di Kecamatan Bengkalis.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai informasi dan masukan bagi pihak perusahaan untuk mengetahui perbandingan dari berbagai jenis promosi yang dilakukan yang memberikan dampak yang cukup besar sehingga bisa memberikan penerapan sistem promosi yang tepat terhadap kebutuhan konsumen.

1.4.2 Bagi Pembaca

Memberi informasi pengaruh Tren BNPL terhadap minat beli konsumen pada aplikasi Shopee.

1.4.3 Bagi Penulis

Selain sebagai syarat menyelesaikan pendidikan, juga dapat memberikan sumbangan ilmu pendidikan di bidang manajemen pemasaran, dan sebagai sarana bagi penulis untuk menerapkan teori-teori yang telah dipelajari di perguruan tinggi.

1.5 Sistematika Penulisan Laporan

Agar penulisan laporan tugas akhir ini dapat sistematis dan tersusun dengan rapi maka diperlukan sistematika penulisan laporan. Berikut ini adalah sistematika penulisan laporan penelitian:

BAB 1 : PENDAHULUAN

Pada bab ini berisi tentang uraian berisi latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, tempat pelaksanaan penelitian, sistematika penelitian.

BAB 2 : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini akan berisikan tentang penelitian terdahulu dan teori-teori yang relevan dengan pokok bahasan dalam penelitian akhir ini khususnya yang berkaitan dengan Analisis pengaruh tren BNPL terhadap minat beli konsumen pada aplikasi Shopee di Kecamatan Bengkalis.

BAB 3 : METODELOGI PENELITIAN

Pada bab ini menguraikan secara khusus berkaitan dengan tata cara penulisan yang dilakukan meliputi lokasi dan waktu penelitian, objek penelitian, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data, metode analisis data dan jenis penelitian.

BAB 4 : HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini berisikan hasil dan pembahasan. Hasil penelitian tugas akhir berisikan data yang mencakup antara lain: untuk mengetahui Analisis pengaruh Tren BNPL terhadap minat beli konsumen pada Aplikasi Shopee di Kecamatan Bengkalis.

BAB 5 : PENUTUP

Pada bab ini merupakan bab terakhir, yang mana akan dipaparkan kesimpulan dari hasil penelitian yang dilakukan, kemudian penulis memberikan saran yang mungkin bermanfaat bagi pembaca.