

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Seiring dengan perkembangan zaman, terdapat perkembangan teknologi yang pasti kita sadari. Dimulai pada tahun 1980-an dimana munculnya teknologi baru bernama komputer. Mulailah teknologi digital yang terus mengalami perubahan dari waktu ke waktu karena adanya perkembangan. Setelah kemunculan komputer sebagai tonggak awal dari digitalisasi, maka dikembangkan lagi ponsel yang mempunyai manfaat besar dan berdampak kuat di bidang komunikasi. Berawal dari ponsel yang hanya bisa mengirimkan pesan menggunakan pulsa hingga saat ini muncul *smartphone* yang dapat mengirimkan pesan melalui media sosial, bertukar *voice note*, bahkan *video call* tanpa ada batas jarak dan waktu. Tentunya sangat berbeda dengan zaman dahulu dimana harus menunggu berhari-hari untuk berkomunikasi jarak jauh karena hanya bisa dilakukan lewat pos.

Lahirnya teknologi digital di tengah masyarakat mengharuskan mereka untuk paham bagaimana berteknologi. Hadirnya berbagai inovasi baru saat ini sangat berdampak positif bagi kehidupan sehari-hari. Tetapi kewaspadaan akan menyimpangnya penggunaan teknologi wajib diperhatikan terutama oleh para orang tua. Orang tua juga perlu belajar mengenai kehebatan teknologi digital sehingga anak-anak mereka bisa tetap dalam pengawasan.

Era digital secara umum bisa diartikan sebagai suatu zaman yang mengalami perubahan dan perkembangan kemajuan di bidang teknologi dan komunikasi dalam ranah kehidupan ke arah yang serba digital. Perkembangan yang cepat dipengaruhi juga oleh tuntutan manusia yang menginginkan segala hal menjadi lebih efektif dan efisien. Pada era ini, kegiatan sehari-hari dapat dilakukan dengan sangat praktis. Contohnya adalah mencari resep masakan bisa langsung dilakukan melalui *google*, tidak perlu menunggu tukang koran datang ke rumah. Selain itu berkomunikasi dengan saudara jauh bisa kita lakukan dimana saja dan kapan saja, tanpa harus mengunjungi kota dimana saudara kita tinggal. Hanya dengan ponsel pintar yang sekarang dimiliki oleh hampir seluruh lapisan masyarakat, maka komunikasi jarak jauh sangat mudah dilaksanakan.

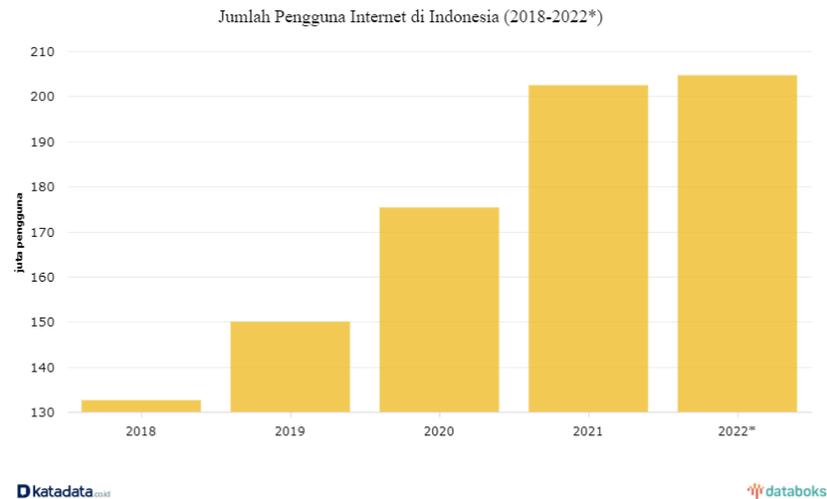
Kemajuan teknologi digital pada zaman ini sangat berguna dalam segala aspek kehidupan. Pada bidang pendidikan, tersedianya sekolah dan kursus online berdampak positif untuk siswa karena mereka bisa belajar kapanpun mereka mau. Kursus online dikemas sangat menarik dengan pengajaran yang modern membuat siswa lebih memahami materi yang dikemukakan. Pada bidang pemerintahan, dimana saat ini kita dapat melihat profil lembaga dan struktur organisasi pemerintahan seperti DPRD dan lainnya di *website* yang mereka kelola. Transparansi di bidang politik pada era digital dinilai sangat penting dan menjadi perhatian masyarakat. Artikel-artikel berita saat ini tidak hanya ada pada koran yang berbentuk cetak saja, terdapat koran elektronik atau koran digital (*e-paper*) yang sudah bisa diakses di ponsel pintar. Dibukanya kotak kritik dan saran untuk para petinggi di sosial media juga mempengaruhi kinerja petinggi negara yang secara langsung maupun tidak langsung membenahi apa yang harus diperbaiki dari kebijakan-kebijakan dan kinerja mereka. Pada bidang sosial, menambah teman virtual atau teman dunia maya adalah hal yang sangat mudah dilakukan. Kita bisa dengan mudah menemukan banyak orang-orang baru melalui media sosial, seperti *facebook, Instagram, twitter, tiktok*, dan lain-lain. Memperluas jaringan pertemanan berdampak positif karena akan memperluas koneksi kita akan segala hal. Contohnya dalam berbisnis, tentunya era digital juga sangat bermanfaat bagi para pelaku bisnis. Tentunya kondisi ini mempermudah para pebisnis dalam mengenalkan produknya kepada pelanggan.

Dengan adanya era digital, muncullah digitalisasi dalam perdagangan. Kehadiran *e-commerce* membantu mendongkrak perusahaan besar serta UMKM untuk menawarkan produknya secara praktis dan modern. *E-commerce* menjadi wadah bagi para penjual untuk menjual produk barang dan jasanya via online dalam suatu *website* atau aplikasi. Dengan *e-commerce*, pembeli bisa melihat dan memilih barang yang mereka inginkan tanpa harus keluar rumah. Hanya dengan membuka ponsel pintarnya, maka puluhan pilihan barang dari berbagai merk dagang akan muncul. Tentu hal ini menghemat waktu dan tenaga karena tidak perlu keluar rumah untuk berkeliling tempat belanja dan toko kebutuhan lainnya. Hal ini biasa disebut dengan “Belanja *Online*”.

Pengguna teknologi digital didominasi oleh generasi millennial. Generasi millennial tidak memiliki batas waktu yang pasti. Para peneliti biasanya menggunakan awal 1980-an sebagai awal kelahiran hingga tahun 2000-an sebagai akhir kelahiran generasi ini. Millennials sangat sadar terhadap perkembangan teknologi. Semua kegiatan sehari-hari mereka cukup bergantung dengan teknologi yang ada. Bahkan pekerjaan millennial bisa dilakukan di rumah hanya bermodalkan komputer dan ponsel pintar. Tidak bisa dipungkiri bahwa kehadiran millennials pun membawa dampak yang positif untuk kemajuan teknologi, karena mereka banyak menghadirkan inovasi-inovasi baru untuk memudahkan kegiatan menjadi lebih efektif dan efisien. Kepintaran millennials bisa dibuktikan dengan berkembangnya penggunaan teknologi yang bisa menghasilkan uang. Contohnya adalah menjual aplikasi-aplikasi premium, menjadi affiliator di *e-commerce*, berinvestasi melalui aplikasi online, serta menjadi distributor atau *reseller* produk-produk ternama.

Menurut data BPS dari hasil pendataan Susenas 2021, 62,10% penduduk Indonesia memiliki akses internet pada tahun 2021. Penggunaan internet yang maju ini mencerminkan iklim keterbukaan informasi dan penerimaan publik terhadap perkembangan dan perubahan teknologi menuju masyarakat informasi. Besarnya jumlah pengguna internet di Indonesia erat kaitannya dengan pesatnya perkembangan telepon seluler. Pada tahun 2021, 90,54% rumah tangga Indonesia memiliki atau menguasai setidaknya satu nomor ponsel. Angka ini meningkat dibandingkan kondisi tahun 2018 yang mencapai 88,46%.¹

¹BPS. (2022). *Statistik Telekomunikasi Indonesia 2021*. Bps.Go.Id.
<https://www.bps.go.id/publication/2022/09/07/bcc820e694c537ed3ec131b9/statistik-telekomunikasi-indonesia-2021.html> Diakses 7 Oktober 2022



Gambar 1. 1

Jumlah Pengguna Internet di Indonesia (2018-Januari 2022)

Pada Januari 2022, negara ini akan memiliki 204,7 juta pengguna internet, menurut laporan *We Are Social*. Meningkat 1,03% dibandingkan tahun sebelumnya. Pada Januari 2021, jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai 202,6 juta. Tren jumlah pengguna internet di Indonesia terus meningkat selama lima tahun terakhir. Dibandingkan tahun 2018, jumlah pengguna internet di Tanah Air kini naik 54,25%. Sementara penetrasi internet di Indonesia akan mencapai 73,7 juta pada awal 2022. Per Januari 2022, jumlah penduduk Indonesia tercatat sebanyak 277,7 juta jiwa. Pada 2018, penetrasi internet di Tanah Air baru mencapai 50% dari total populasi. Artinya, tingkat penetrasi internet di Tanah Air meningkat sangat pesat dalam beberapa tahun terakhir.²

Peningkatan penggunaan internet dalam beberapa tahun terakhir tentunya tidak terlepas dari manfaat dan kegunaan yang dirasakan masyarakat ketika menggunakan internet. Kemudahan dalam aktivitas sehari-hari menjadi faktor penunjang mengapa masyarakat memilih untuk terus menggunakan ponsel pintarnya. Jika dulu masyarakat harus mengantri untuk membayar tagihan listrik dan air, mengantri untuk membeli tiket bioskop serta angkutan umum, dan

²Annur, C. M. (2022). *Ada 204,7 Juta Pengguna Internet di Indonesia Awal 2022*. Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/03/23/ada-2047-juta-pengguna-internet-di-indonesia-awal-2022> Diakses 7 Oktober 2022

menguras tenaga dalam memilih baju yang akan dibeli. Sekarang, masyarakat bisa melakukan itu semua melalui ponsel pintar tanpa harus mengantri lama dan menguras tenaga. Dengan internet, masyarakat seperti dimanjakan dan dilayani sepenuh hati.

Kemudahan yang disuguhkan dalam era digital ini juga berdampak pada bidang ekonomi terutama dalam hal berbelanja. Seperti yang telah disebutkan di atas, munculnya *e-commerce* membantu masyarakat untuk berbelanja barang dan jasa meskipun berada di rumah. Menurut Rachmawati, E. W., dan Maria, N. S. B. (2022), akibat pandemi Covid-19, masyarakat cenderung membelanjakan lebih banyak daripada sebelum pandemi. Karena keterbatasan mobilitas masyarakat yang harus melakukan segala sesuatu di rumah memberikan kesempatan kepada masyarakat untuk menelusuri *e-commerce* dan toko online lainnya serta membeli barang-barang tersebut dibandingkan dengan kondisi normal.

Perusahaan mempunyai tugas baru yaitu bagaimana caranya mempertahankan eksistensi produk atau jasanya di era digital ini dimana persaingan menjadi semakin ketat. Banyaknya perusahaan-perusahaan baru yang datang dan menyuguhkan produk menggiurkan untuk konsumen akan menjadi lawan yang kuat bagi perusahaan lama dengan produk yang sama. Lalu bagaimana cara agar perusahaan bisa terus mempertahankan kualitas produknya dan menarik perhatian konsumen? Berbagai strategi pemasaran menjadi pilihan yang harus dilakukan oleh perusahaan.

Menawarkan diskon atau potongan harga adalah salah satu strategi pemasaran yang menarik perhatian khalayak umum. Fakta di lapangan memperlihatkan masyarakat mudah tergiur dengan diskon. Bahkan jika barang tersebut tidak terlalu dibutuhkan oleh mereka, tetapi dengan adanya diskon maka akan meningkatkan minat beli masyarakat tersebut. Perusahaan harus memikirkan bagaimana memberi diskon sebesar-besarnya tanpa ada kerugian sedikitpun. Adanya *e-commerce* menjadikan masyarakat mempunyai banyak pilihan barang dan jasa dengan kisaran harga yang berbeda. Pastikan perusahaan memberi diskon yang paling menguntungkan bagi konsumen dibandingkan dengan perusahaan lain. Menurut Kurnia Eranti, E. (2017), diskon itu sendiri adalah magnet, menurut

beberapa orang, dan ini dipahami dengan baik oleh pemilik bisnis. Semakin tinggi diskon yang diberikan, maka barang tersebut akan semakin diincar pembeli.

Salah satu *e-commerce* yang marak digunakan di Indonesia adalah Shopee. Shopee menjadi tujuan utama mayoritas penduduk Indonesia dalam aktivitas belanja online. Kebijakan memberi diskon pada Shopee ditawarkan untuk produsen guna menaikkan minat pembeli bagi produknya. Berbagai macam pilihan diskon telah diberikan pada *e-commerce* tersebut.

Selain diskon, Shopee juga mempunyai dompet digitalnya sendiri yang dinamakan ShopeePay. ShopeePay merupakan layanan dompet digital (*E-Wallet*) yang memberi kemudahan bagi konsumen untuk melakukan pembelian, membayar tagihan listrik dan ledeng, hingga pulsa bahkan investasi. Tentunya juga jika memakai ShopeePay, pembeli akan mendapatkan diskon yang lebih banyak. Ini menjadi alasan kuat mengapa penggunaan ShopeePay lebih dicintai masyarakat.

Shopee memberikan banyak pilihan produk dan jasa dari berbagai *brand* negara manapun. Hal ini mempengaruhi gaya hidup masyarakat karena banyaknya pilihan yang mereka lihat. Di era digital, gaya hidup menjadi sesuatu yang penting. Masyarakat terutama para Millenials dituntut untuk mengikuti *trend* yang ada, jika mereka tidak mengikuti *trend* tersebut, maka mereka akan dijuluki “ketinggalan zaman”. Gaya hidup era ini pun berbeda-beda. Perubahan yang cepat membuat masyarakat kewalahan dalam menghadapi tuntutan *trend* zaman sekarang. Contohnya adalah saat ini masyarakat telah mengenali *skincare* dan *outfit*. Hal tersebut mengharuskan masyarakat untuk ikut membeli *skincare* dan mempelajari bagaimana memakainya. Serta maraknya *outfit* atau pakaian sehari-hari yang dikemas dengan *style* kekinian membuat masyarakat wajib membeli baju dan celana baru setiap bulannya.

Era digital tidak disadari telah menimbulkan pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumen. Kebiasaan membeli barang diskon yang mungkin tidak dibutuhkan, menggunakan dompet digital dalam bertransaksi, dan mengikuti gaya hidup masa kini menghadirkan perilaku konsumtif. Motif utama masyarakat yang butuh pengakuan menjadi tingkatan tertinggi alasan mengapa mereka mempunyai perilaku konsumtif. Menurut Fudyartanta, dalam Pulungan (2018), pengaruh perilaku konsumtif dan gaya hidup mewah, menimbulkan kecemburuan

sosial karena orang cenderung membeli apa yang mereka inginkan tanpa mempertimbangkan harga atau kegunaan. Sebaliknya, orang yang kurang mampu tidak akan bisa mengikuti pola hidup seperti itu.

Berdasarkan masalah di atas, diketahui adanya fenomena perilaku konsumtif bagi para konsumen. Dengan kondisi tersebut sebenarnya apakah ada pengaruh diskon, penggunaan dompet digital, dan gaya hidup terhadap perilaku konsumen. Maka perlu diteliti mengenai kemudahan dalam digital yang mempengaruhi perilaku konsumen yang terjadi di masyarakat. Maka dengan itu peneliti mengambil judul besar untuk penelitian ini adalah **“PENGARUH DISKON, E-WALLET, DAN GAYA HIDUP TERHADAP PERILAKU KONSUMEN PADA GENERASI MILLENNIAL”**.

B. Rumusan Masalah

1. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, permasalahan yang dapat diidentifikasi sebagai berikut.

- a. Diskon menggiurkan masyarakat untuk membeli barang yang tidak terlalu dibutuhkan
- b. Penggunaan *e-wallet* sebagai alternatif baru untuk berbelanja
- c. Masyarakat terutama Millenials dihadapkan dengan gaya hidup yang mengharuskan mereka membeli banyak keperluan baru

2. Pembatasan Masalah

Dalam penelitian yang akan dilakukan, agar tidak melebar permasalahannya maka peneliti membatasi masalah dengan ruang lingkup yang lebih sempit. Objek penelitian yaitu penelitian hanya dilakukan pada pengaruh diskon, *e-wallet*, dan gaya hidup terhadap perilaku konsumen pada generasi millennial.

3. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah dapat diambil beberapa pertanyaan penelitian diantaranya sebagai berikut:

- a. Apakah diskon berpengaruh terhadap perilaku konsumen pada generasi millennial?

- b. Apakah *e-wallet* berpengaruh terhadap perilaku konsumen pada generasi millennial?
- c. Apakah gaya hidup berpengaruh terhadap perilaku konsumen pada generasi millennial?
- d. Apakah diskon, *e-wallet*, dan gaya hidup berpengaruh terhadap perilaku konsumen pada generasi millennial?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh diskon terhadap perilaku konsumen generasi millennial.
2. Untuk mengetahui pengaruh *e-wallet* terhadap perilaku konsumen generasi millennial.
3. Untuk mengetahui pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumen generasi millennial.
4. Untuk mengetahui pengaruh diskon, *e-wallet*, dan gaya hidup terhadap perilaku konsumen generasi millennial.

D. Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian yang telah dilakukan ini diharapkan dapat memberikan manfaat, antara lain:

1. Bagi Peneliti

Dapat dijadikan sebagai penambahan ilmu pengetahuan serta perluasan wawasan mengenai konsep diskon, *e-wallet*, dan gaya hidup terhadap perilaku konsumen. Serta mendapatkan informasi mengenai analisis diskon, *e-wallet*, dan gaya hidup terhadap perilaku konsumen.

2. Bagi Akademik

Penelitian ini sebagai implementasi dari fungsi Tri Dharma perguruan tinggi, dan diharapkan hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan kajian dan bahan bacaan yang menambah wawasan pengetahuan bagi dunia keilmuan yang ada di bidang ekonomi digital khususnya pada Jurusan Ekonomi Syari'ah IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

3. Bagi Generasi Millennial di Kota Cirebon

Diharapkan setelah dilakukannya penelitian ini, generasi millennial di Kota Cirebon dapat mengetahui dampak baik dan buruknya berteknologi di era digital dan memanfaatkan fasilitas digital yang ada sehingga berdampak positif bagi diri sendiri dan orang lain.

E. Sistematika Penulisan

Dalam penelitian ini ditulis sistematika penulisannya adalah sebagai berikut:

Pada BAB I ialah bab yang berisi pendahuluan, hal ini meliputi latar belakang masalah, identifikasi masalah, pembatasan dan perumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, dan sistematika penulisan.

Pada BAB II ialah bab yang berisi kajian pustaka, hal ini meliputi landasan teori, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, dan hipotesis penelitian.

Pada BAB III ialah bab yang berisi metodologi penelitian, hal ini meliputi tempat dan waktu penelitian, desain atau metode penelitian, populasi dan sampel, definisi operasional atau variabel, instrumen penelitian, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data.

Pada BAB IV ialah hasil dan pembahasan dari hasil penelitian, hal ini meliputi karakteristik responden penelitian, hasil penelitian, serta analisis dan pembahasan hasil penelitian.

Pada BAB V ialah bab yang berisi penutup, hal ini meliputi kesimpulan dan saran.