

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Teknologi digital di kalangan masyarakat kini semakin berkembang khususnya *e-commerce*. Kemajuan teknologi dan dukungan infrastruktur yang ada telah mempercepat pertumbuhan usaha berbasis digital. Sekarang lebih mudah mengakses berbagai produk dan layanan yang ditawarkan oleh berbagai platform *e-commerce* (Pakpahan et al., 2024). *E-commerce* mencakup berbagai transaksi bisnis yang dilakukan secara online, termasuk berbagai jenis penjualan barang berwujud. (Marlin et al., 2023)

Menurut Pratama & Yoedtadi (2021) *e-commerce* memberikan kemudahan dalam proses transaksi belanja. Pertumbuhan *e-commerce* di Indonesia telah melahirkan berbagai *platform* belanja online, salah satunya adalah Shopee (Enriza & Putra, 2024). Budaya saat ini telah menjadikan pembelian online sebagai suatu gaya hidup. Dengan banyaknya toko online yang menawarkan berbagai produk, preferensi pembelian masyarakat pun berubah. Dalam konteks belanja online, preferensi pembelian menjadi indikator penting perilaku konsumen, yang dipengaruhi oleh evaluasi terhadap informasi produk, kualitas, dan ulasan (Huda et al., 2024). Berdasarkan data Similarweb (similarweb.com, 2023), pada 2023 situs shopee menerima 2,35 miliar kunjungan dari Indonesia.



Gambar 1. 1 E-Commerce Dengan Pengunjung Terbanyak 2023

Sumber : Similiarweb, 2024

Dari perolehan data diatas, yang diambil dari Similiarweb dapat dikatakan bahwa tahun 2023 e-commerce dengan pengunjung terbanyak yaitu *e-commerce* shopee. Sudah jelas bahwa aplikasi shopee posisi paling unggul dari beberapa aplikasi seperti tokopedia, lazada, blibli dan bukalapak. Berbagai diskon promosi setiap bulannya ini menjadikan shopee sebagai platform terbaik dalam berbelanja secara online. Beberapa hal yang menjadi daya tarik utama Shopee antara lain potongan harga, gratis ongkir, serta iklan yang dapat meningkatkan rasa aman dan menarik minat konsumen untuk menggunakan aplikasi ini.

Menurut pendapat Putri & Ambardi (2023) Shopee adalah pasar online yang menawarkan sejumlah fitur menarik, termasuk penawaran kilat dengan harga yang sangat rendah, pengiriman gratis, dan promosi lainnya. Selain itu juga shopee sering mengadakan event khusus pada tanggal-tanggal tertentu seperti *event* tanggal kembar untuk menarik perhatian konsumen. Shopee memberikan berbagai promo pada tanggal kembaryang dapat meningkatkan antusiasme konsumen untuk berbelanja online dan mendorong mereka menjadi lebih konsumtif dibandingkan sebelumnya (Rahayu et al., 2024).

Platform Shopee menyediakan kemudahan fitur-fitur dalam proses berbelanja seperti fitur diskon tanggal kembar dan fitur online *customer review*. Diskon adalah penurunan harga di bawah harga standar selama periode waktu tertentu. Diskon dapat menarik konsumen untuk menikmati atau membeli barang (Damayanti & Damayanti, 2024). Shopee menjadi salah satu *e-commerce* yang paling sering mengadakan acara diskon "tanggal kembar" seperti 1.1, 2.2, 3.3, dan seterusnya. Situs *e-commerce* tersebut, menawarkan penurunan harga di bawah harga biasanya ditambah gratis ongkos kirim dengan berbagai ketentuan minimal pembelanjaan.

Kemudahan berbelanja online telah mengubah antusiasme konsumen saat berbelanja. Konsumen yang awalnya tidak berminat bisa saja menjadi tertarik, dan hal ini memunculkan perilaku belanja secara impulsif. Meski begitu, ada juga sebagian orang yang merasa bahwa promosi tidak terlalu memengaruhi keputusan belanja mereka. Ketika ada penawaran dengan waktu terbatas, terutama saat momen tanggal kembar, banyak pembeli terdorong untuk langsung membeli tanpa berpikir panjang, apalagi jika diskon yang ditawarkan cukup besar. Dorongan sesaat sering kali membuat konsumen membeli barang yang sebenarnya tidak mereka perlukan. Persaingan yang sangat ketat di platform *e-commerce* mendorong pelaku usaha untuk terus berinovasi dalam produk dan strategi pemasaran, dengan tujuan menarik minat pelanggan agar terus berbelanja dan pada akhirnya meningkatkan penjualan (Maharani et al., 2022).

Menawarkan diskon pada momen tanggal kembar dipercaya dapat meningkatkan minat belanja bulanan. Hal ini memungkinkan pelanggan membeli

beberapa produk dengan harga lebih murah. Pelanggan biasanya lebih cenderung membelanjakan uang mereka ketika diskon tanggal kembar diberikan karena harga yang lebih rendah. Dalam jangka waktu tertentu, strategi ini bertujuan untuk menciptakan urgensi dan meningkatkan minat pelanggan untuk melakukan pembelian. Perilaku konsumen, yang merupakan komponen proses mental yang membentuk persepsi dan merupakan salah satu elemen yang memengaruhi keputusan pembelian, merupakan sumber minat beli (Aulia et al., 2023).

Tawasuli & Kholifah (2023) mengemukakan dengan menawarkan promosi yang lebih agresif dibandingkan dengan toko online lainnya, diharapkan konsumen akan lebih tertarik untuk mengunjungi shopee. Diskon tanggal kembar telah menjadi acara yang sangat dinantikan oleh pengguna shopee dan diyakini dapat memberikan manfaat bagi shopee serta konsumennya. Salah satu faktor utama yang dipertimbangkan pembeli saat memilih produk adalah harga. Ketika mereka bisa mendapatkan produk dengan harga lebih rendah dari biasanya, sebagian besar pelanggan akan senang dan tertarik. Akibatnya, mereka terdorong untuk membeli dalam jumlah yang lebih besar, yang pada akhirnya dapat meningkatkan penjualan. Dengan adanya diskon atau potongan harga juga membuat konsumen merasa lebih untung karena bisa belanja dengan biaya yang lebih hemat. Namun, pengaruh diskon tanggal kembar terhadap minat beli di shopee masih jarang diteliti secara mendalam (Enriza & Putra, 2024).

Minat beli mengacu pada keputusan yang diambil oleh konsumen untuk membeli sebuah produk, setelah terlebih dahulu mempertimbangkan apakah produk tersebut layak dibeli, berdasarkan informasi yang dimilikinya dan

kenyataan yang dilihat secara langsung tentang produk tersebut. Keputusan untuk membeli dipengaruhi oleh hasil pertimbangan konsumen, yang sering kali dipengaruhi oleh rasa takut atau keraguan mereka, dan bisa dianggap sebagai bentuk lain dari istilah keputusan pembelian yang dikemukakan oleh Zeithalm dalam (Rachmad, 2023). Keputusan pembelian ini suatu proses di mana konsumen menyeleksi dan menilai produk atau layanan, dengan mempertimbangkan berbagai aspek yang sesuai dengan kebutuhannya sebelum membuat pilihan (Ermansyah, 2023). Dalam berbelanja online melalui *e-commerce* shopee, konsumen tentunya mempertimbangkan beberapa hal sebelum melakukan keputusan pembelian, salah satunya yaitu promosi. Konsumen akan semangat ketika produk yang diperlukan untuk memenuhi kebutuhannya mengalami penurunan harga.

Universitas PGRI Madiun merupakan suatu institusi pendidikan tinggi swasta, berkontribusi besar untuk meningkatkan kualitas pendidikan. Universitas PGRI Madiun terletak di Jalan Setia Budi, Kartoharjo, Madiun. Universitas PGRI Madiun memiliki 3 kampus dengan lokasi berbeda, kampus 1 berada di Jalan Setia Budi, kampus 2 berada di Jalan Auri dan kampus 3 berada di Jalan Raya Klitik Ngawi.

Berdasarkan data yang diperoleh, mayoritas mahasiswa Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan (FKIP) Universitas PGRI Madiun banyak yang menggunakan aplikasi Shopee dibandingkan platform belanja online lainnya. Tingginya kebutuhan akan berbagai barang, terutama di era digital yang serba praktis, mendorong mahasiswa untuk melakukan pembelian secara online. Tidak

sedikit dari mereka yang telah melakukan pembelian berulang kali melalui aplikasi tersebut. Kemudahan dalam proses transaksi serta berbagai fitur menarik yang ditawarkan Shopee menjadi daya tarik tersendiri bagi mahasiswa FKIP. Salah satu fitur yang paling diminati adalah program diskon, terutama promo tanggal kembar seperti 10.10 dan 11.11, yang memberikan potongan harga dan penawaran menarik lainnya.

Kehadiran diskon tanggal kembar tersebut memicu antusiasme mahasiswa untuk segera membeli produk yang diinginkan, bahkan secara impulsif. Ditambah dengan banyaknya variasi produk yang tersedia di Shopee, mahasiswa cenderung terdorong untuk terus berbelanja secara online. Fenomena ini menunjukkan bagaimana *e-commerce*, melalui strategi diskon dan kemudahan akses, mampu membentuk perilaku konsumen yang lebih konsumtif. Perilaku ini pada akhirnya mempengaruhi minat beli mahasiswa, yang merupakan hasil dari proses kognitif dalam menilai, mempertimbangkan, dan memutuskan pembelian. Perilaku konsumen membentuk minat beli, yang merupakan bagian dari proses pemikiran yang membentuk persepsi. Perilaku ini juga merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi perkembangan minat beli konsumen (Tawasuli & Kholifah, 2023).

Berdasarkan informasi latar belakang yang diberikan di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Diskon Tanggal Kembar pada *E-Commerce* Shopee Terhadap Minat Beli Mahasiswa FKIP Universitas PGRI Madiun”**

B. Batasan Masalah

Peneliti memberikan batasan masalah untuk penelitian ini sehingga dalam penelitian ini tetap berfokus pada tujuan yang telah ditentukan dan tidak meluas, maka batasan masalah dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Penelitian ini fokus pada diskon tanggal kembar di Shopee, tanpa mempertimbangkan diskon e-commerce lainnya.
2. Penelitian ini hanya melibatkan mahasiswa Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan (FKIP) Universitas PGRI Madiun Angkatan tahun 2021 yang merupakan pengguna aktif Shopee.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang dan batasan masalah di atas, maka penulis mengajukan rumusan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana diskon tanggal kembar pada *e-commerce* shopee?
2. Bagaimana minat beli konsumen pada *e-commerce* shopee?
3. Adakah pengaruh diskon tanggal kembar pada *e-commerce* shopee terhadap minat beli Mahasiswa FKIP Universitas PGRI Madiun?

D. Tujuan penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dikemukakan penulis di atas, maka tujuan penelitian ini yaitu

1. Ingin mengetahui diskon tanggal kembar pada *e-commerce* shopee
2. Ingin mengetahui minat beli konsumen pada *e-commerce* shopee

3. Ingin mengetahui pengaruh diskon tanggal kembar pada *e-commerce* shopee terhadap minat beli Mahasiswa FKIP Universitas PGRI Madiun

E. Definisi Operasional

1. Diskon

Diskon tanggal kembar adalah potongan harga yang diberikan oleh penjual kepada pembeli pada tanggal dengan angka yang sama sebagai bentuk penghargaan atas aktivitas berbelanja tertentu. Diskon ini bertujuan untuk menarik minat konsumen berbelanja pada momen spesial tersebut dengan memberikan penawaran menarik, seperti potongan harga, promo khusus, atau fasilitas tambahan seperti gratis ongkir.

2. Minat Beli

Dorongan atau keinginan pelanggan untuk membeli suatu barang atau jasa dikenal sebagai minat beli konsumen. Minat ini menunjukkan seberapa besar motivasi atau minat pelanggan terhadap produk yang ditawarkan suatu bisnis, baik secara langsung, melalui iklan, maupun selama promosi. Minat beli berkembang dari perilaku konsumen yang membentuk persepsi, sehingga menjadi salah satu faktor penting yang memengaruhi keputusan pembelian.

F. Manfaat Penelitian

1. Bagi peneliti

Hasil dari penelitian ini diharapkan mampu memberikan pemahaman mengenai pengaruh diskon tanggal kembar terhadap minat beli konsumen.

2. Bagi mahasiswa

Dengan penelitian ini dapat mengetahui bagaimana diskontanggal kembar dapat mempengaruhi minat beli mereka. Mahasiswa dapat menggunakan ini untuk membuat pilihan pembelian yang lebih cerdas dan tepat.

3. Bagi universitas

Dengan penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi sumbangsih ilmu atau karya yang nantinya dapat digunakan dalam penelitian selanjutnya dengan menjadikan refrensi serta menambah koleksi di perpustakaan.