



PENGARUH DISKON PADA MARKETPLACE SHOPEE TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF PADA MASYARAKAT PRABUMULIH TIMUR

Ernawati¹⁾, dan Shelvina Sucha²⁾

^{1,2} Sekolah Tinggi Ekonomi Islam Al Furqon Prabumulih

Email: ¹ernawatipbm1702@gmail.com,, ²shelvinasuchavivo@gmail.com

Abstract

This study aims to determine the effect of discounts on the Shopee marketplace on the consumptive behavior of the community in Prabumulih Timur District. The research employs a quantitative method with a sample of 100 respondents, selected using the quota sampling technique. The data analysis method used is simple linear regression to examine the extent of the influence of discounts on the Shopee marketplace on the consumptive behavior of the community in Prabumulih Timur District. Based on the results of the simple linear regression analysis conducted in this study, the t-test results show that $t_{count}=11.288$ $t_{table}=1.660$. Thus, it can be concluded that discounts on the Shopee marketplace have a positive effect on the consumptive behavior of the community in Prabumulih Timur District.

Keywords: Discount, Consumptive Behavior



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Diskon pada marketplace shopee terhadap Perilaku konsumtif masyarakat Kecamatan Prabumulih Timur. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan menggunakan sampel sebanyak 100 responden. Pengambilan sampel menggunakan teknik kuota sampling. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier sederhana untuk melihat seberapa besar pengaruh diskon pada marketplace shopee terhadap perilaku konsumtif masyarakat Kecamatan Prabumulih Timur. Berdasarkan hasil analisis regresi linier sederhana yang telah dilakukan pada penelitian ini, dilihat dari hasil uji t ditemukan bahwa $t_{hitung} 11.288 > t_{tabel} 1.660$ maka dapat disimpulkan bahwa diskon pada marketplace shopee berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif masyarakat Kecamatan Prabumulih Timur.

Kata Kunci: Diskon, Perilaku Konsumtif



A. PENDAHULUAN

Seiring dengan majunya perkembangan zaman di era sekarang ini kemajuan teknologi telekomunikasi tentunya memberikan perubahan pada kehidupan manusia. Salah satunya adalah kemudahan dalam mengakses segala hal sehingga mempermudah masyarakat untuk mendapatkan informasi yang di inginkan secara cepat dengan memanfaatkan teknologi yang di bantu dengan menggunakan internet. (Kelly, 2021). Di Indonesia banyak sekali pengguna internet di berbagai kalangan. Setiap orang baik orang muda mau pun orang tua bisamengakses internet dengan alat canggih seperti smartphone atau pun komputer yang telah terhubung dengan internet (Sawlani, 2021). saat ini banyak sekali bermunculan pelayanan yang memudahkan masyarakat untuk berbelanja dengan bantuan internet.

Bisnis online merupakan bisnis yang dilakukan menggunakan bantuan internet sebagai media pemasaran suatu produk dan jasa. Dimana usaha ini memberikan kemudahan bagi para masyarakat untuk melakukan pembelian tanpa harus keluar rumah untuk menjangkau barangnya dan masyarakat juga bisa melihat-lihat produk yang di tampilkan kemudian apabila merasa cocok maka akan langsung bisa melakukan pembelian lalu barang akan dikirim sampai ke rumah. Dengan adanya hal tersebut tentunya pada zaman sekarang sudah tidak asing lagi yang namanya Marketplace (Timothy, 2010).

Salah satu marketplace yang sangat diminati masyarakat saat ini adalah Shopee. Shopee merupakan sebuah aplikasi mobile, aplikasi ini merupakan wadah belanja online yang dapat diakses dengan mudah sehingga orang-orang lebih mudah mencari, berbelanja, dan berjualan langsung di ponselnya saja. Shopee juga menawarkan berbagai macam produk, dilengkapi dengan metode pembayaran yang aman, layanan pengiriman yang terintegritas dan fitur sosial yang inovatif dan shopee juga telah terdaftardi otoritas jasa keuangan (OJK) untuk menjadikan jual beli menjadi lebih aman, menyenangkan dan praktis. Sehingga membuat semakin disukai berbagai kalangan dan menjadikan marketplace shopee yang banyakpeminatnya.

Marketplace Shopee memberikan kemudahan dan keamanan saat bertransaksi.

Banyaknya kemudahan dan penawaran- penawaran yang menarik bagi masyarakat yaitu dengan banyaknya fitur- fitur promosi, salah satu nya adalah diskon atau potongan harga

Ernawati dan Shelvina Sucha : Pengaruh Diskon Pada Marketplace Shopee Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Masyarakat Prabumulih Timur



yang diberikan oleh marketplace shopee.

Diskon merupakan jenis promosi penjualan strategi yang bisa dipakai oleh perusahaan berupa potongan harga yang diberikan oleh penjual kepada pembeli sebagai penghargaan atas aktivitas-aktivitas tertentu. (Fandy Tjiptono, 2015). Dengan adanya diskon dapat membuat kalangan masyarakat membeli barang yang sesuai dengan keinginannya. Secara naluriah manusia pada dasarnya memiliki banyak keinginan yang tidak terbatas serta ingin menjadi seperti apa yang sedang menjadi trending topik. Jadi, ketika melihat sesuatu produk yang sedang trend dan banyak diminati maka mereka akan langsung membeli produk tersebut agar setara dan tidak ketinggalan zaman (Zuhria, 2020).

Seringkali konsumen melakukan pembelian tanpa rencana sebelumnya, dimana pembeli tersebut melakukan secara spontan, karena tertarik dengan adanya diskon, sehingga menimbulkan perubahan perilaku konsumen untuk beli semakin besar. Perubahan perilaku inilah yang menjadi pergeseran perilaku pada konsumen yaitu perilaku yang berbelanja secara terencana menjadi tidak terencana. Perilaku ini merupakan suatu ciri khas perilaku boros, yang selalu melakukan pembelian tanpa perencanaan terlebih dahulu dan di dasarkan pada keinginan bukan suatu kebutuhan. Perubahan perilaku tersebut mengindikasikan adanya kecenderungan perilaku konsumtif.

Perilaku konsumtif adalah suatu tindakan menggunakan suatu produk secara tidak tuntas. Artinya belum habis suatu produk dipakai seseorang telah menggunakan produk jenis yang sama dari merk yang lain atau membeli suatu produk dengan adanya hadiah hadiah yang ditawarkan atau membeli produk karena banyak orang menggunakannya. (Laila, 2021).

Fenomena belanja online pada marketplace shopee saat ini sudah banyak menjalar ke berbagai lapisan masyarakat di Indonesia, mulai dari remaja, dewasa bahkan orang tua sekalipun. Kegiatan berbelanja pada marketplace shopee ini juga terjadi pada masyarakat yang ada Kota Prabumulih. Kota Prabumulih merupakan kota yang ada di Provinsi Sumatera Selatan yang memiliki 6 kecamatan. Salah satu kecamatan yang paling banyak pembelian melalui marketplace shopee adalah Kecamatan Prabumulih Timur. Kecamatan Prabumulih Timur merupakan salah satu Kecamatan yang terletak di Kota prabumulih, dimana



masyarakatnya berjumlah 82.205 jiwa. Dalam penelitian ini, peneliti tertarik melakukan penelitiandi Kecamatan Prabumulih Timur karena dilihat dari observasi dan wawancara awal bahwa banyak sekali masyarakat yang berbelanja di marketplace shopee. Dilihat pada tabel data pengiriman paket melalui jasa kirim shopee exspress Kota Prabumulih selama 3 bulan di bawah ini.

Data Jumlah Pengiriman Paket di Kota Prabumulih Pada Tahun 2023

No.	Wilayah Pengiriman Paket	Jumlah Paket			Total
		April	Mei	Juni	
1.	Kecamatan Cambai	11.856	8.574	9.645	30.074
2.	Kecamatan Prabumulih Barat	14.570	11.495	13.825	39.890
3.	Kecamatan Prabumulih Timur	33.658	27.835	30.246	91.739
4.	Kecamatan Prabumulih Utara	23.117	19.105	21.473	63.740
5.	Kecamatan Prabumulih Utara	12.654	8.950	10.750	32.354
6.	Rambang Kapak Tengah	11.155	7.930	9.540.	28.625

Sumber: Shopee Express Prabumulihh.

Berdasarkan tabel diatas, hasil dari data pengiriman paket shopee selama 3 bulan yang dilakukan oleh jasa kirim shopee exspress menunjukkan bahwa masyarakat yang banyak melakukan pembelian melauai marketplace shopee terletak pada Kecamatan Prabumulih Timur dengan jumlah paket pada bulan April sebesar 33.658, bulan Mei jumlah paket sebesar 27.835, dan bulan Juni jumlah paket sebesar 30.246. Total dari keseluruhan paket selama 3 bulan pada



Kecamatan Prabumulih Timur sebesar 91.739. Menunjukkan bahwa lebih besar diantara 5 kecamatan lainnya yang ada di Kota Prabumulih. (Agus: 2023)

Menurut keterangan warga Kota Prabumulih Timur menerangkan bahwa marketplace shopee memiliki banyak sekali manfaat serta memudahkan masyarakat dalam melakukan pembelian tanpa harus keluar rumah dan dengan adanya diskon yang ditawarkan dan diberikan oleh shopee membuat masyarakat tertarik untuk melakukan pembelian di marketplace shopee. (Randika:2023.) Penelitian yang dilakukan oleh (Iin Ratih,2020) menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh diskon melalui Shopee terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya. Penelitian yang dilakukan oleh (Annur Fatima, 2019) menunjukkan ada pengaruh antara potongan harga belanja online dan perilaku konsumtif mahasiswa. Oleh karena itu peneliti bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Diskon Pada *Marketplace Shopee* Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat di Kecamatan Prabumulih Timur.

B. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan kuantitatif, yaitu penelitian yang semua informasinya berbentuk angka, pengumpulan data, penafsiran terhadap data dan hasil analisis. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan pengaruh pengaruh diskon pada marketplace shopee terhadap perilaku konsumtif masyarakat Kecamatan Prabumulih Timur yang telah mempunyai marketplace shopee sebanyak 37.625 jiwa. Teknik pengambilan sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah non- probability sampling yang didasarkan pada faktor-faktor tertentu, adapun faktor yang dimaksud adalah masyarakat Kecamatan Prabumulih Timur yang pernah melakukan pembelian di marketplace shopee dan memiliki usia 17 tahun keatas. Jumlah sampel pada penelitian ini adalah 100 orang.

C. ANALISIS DAN PEMBAHASAN

1. Analisis

a. Uji Validitas

Tingkat validitas dilakukan uji signifikan dengan membandingkan nilai r_{hitung}

Ernawati dan Shelvina Sucha : Pengaruh Diskon Pada Marketplace Shopee Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Masyarakat Prabumulih Timur



dengan r_{tabel} . Adapun untuk deegree of freedom (df) = n-2 dalam hal ini n adalah jumlah sampel. Jadi, pada kasus ini besarnya df dapat dihitung 100-2 atau df=98 dengan $\alpha = 0.05$ maka di dapat r_{tabel} 0,196, jika r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} dan nilai r positif, maka butir pernyataan tersebut dikatakatakan valid.

b. Reabilitas

Uji reabilitas digunakan untuk mengetahui apakah indikator atau kuesioner yang digunakan dapat dipercaya atau handal sebagai alat ukur variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah Diskon terhadap Perilaku Konsumtif, setiap indikator disusun dalam bentuk pernyataan atau kuesioner dapat dilihat pada nilai cronbach's alpha (a), yaitu apabila nilai cronbach's alpha (a) lebih kecil < 0,6 maka indikator atau kuesioner tidak reliabel.

c. Regresi Linier Sederhana

Regresi linier sederhana digunakan untuk melihat pengaruh antara diskon dan perilaku konsumtif. Berdasarkan analisis regresi linier sederhana didapat persamaan regresi $Y = a + bX$, maka hasil analisis regresi linier sederhana yaitu, $Y : 0.06 = 10,265 + 0,911 (X)$.

- a) Berdasarkan hasil constant (a) sebesar 10,265 mengandung arti bahwa nilai konstanta positif. Hal ini berarti bahwa apabila diskon atau nilai $x = 0$ dianggap konstan, maka nilai diskon sebesar 10,265.
- b) Nilai koefisien regresi variabel perilaku konsumtif (b) bernilai positif sebesar 0,911, artinya jika terjadi peningkatan atau penambahan diskon maka perilaku konsumtif juga akan meningkat sebesar 0,911, sebaliknya jika angka ini negative maka diskon akan menurun sebesar 0,911.

d. Uji Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi (R²) bertujuan untuk mengukur kemampuan variabel independen yaitu diskon dalam menjelaskan variabel dependen yaitu perilaku konsumtif. Nilai koefisien determinasi yaitu antara 0 sampai dengan 1. Jika R=0 maka tidak ada hubungan antara variabel independen dan variabel devenden.

Sebaliknya, jika R=1 maka terdapat hubungan yang kuat antara variabel independen



dengan variabel devenden.

Hasil dari uji koefisien determinasi tersebut dilihat dari model summary R Square sebesar 0,565 artinya perilaku konsumtif masyarakat kecamatan prabumulih timur dapat dipengaruhi oleh diskon sebesar 56,5%. Sedangkan sisanya 43,5% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diamati. Berdasarkan hasil di atas analisis ini dinyatakan kuat.

e. Uji t

Uji t adalah uji untuk mengetahui pengaruh variabel independen (X) secara parsial terhadap variabel dependen (Y), dalam penelitian ini uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel diskon terhadap perilaku konsumtif masyarakat kecamatan Prabumulih Timur.

Dari hasil pengujian tersebut diperoleh besarnya nilai t tabel adalah 1.660. Dari tabel di atas menunjukkan bahwa untuk variabel independen (diskon) sebesar 11,288 dengan nilai signifikan 0,00. Artinya berpengaruh positif dan signifikan antara diskon terhadap perilaku konsumtif, karena nilai signifikannya tidak melebihi taraf signifikannya yaitu sebesar 0.05. hasil dari penelitian ini memperoleh nilai t_{hitung} 11,288 > t_{tabel} 1,660 dan nilai signifikan sebesar 0,000 < 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima berarti terdapat pengaruh dan signifikan antara variabel diskon (X) terhadap variabel perilaku konsumtif (Y).

2. Pembahasan

Pembahasan hasil penelitian ini bertujuan untuk memberikan gambaran yang jelas serta pemahaman mengenai dampak potongan harga terhadap perilaku konsumtif masyarakat. Berdasarkan analisis data menggunakan SPSS 16, dapat disimpulkan bahwa potongan harga yang diberikan oleh marketplace Shopee memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif masyarakat di Kecamatan Prabumulih Timur. Nilai R Square yang diperoleh sebesar 0,565 menunjukkan bahwa diskon mempengaruhi perilaku konsumtif masyarakat sebesar 56,5%, sementara sisanya 43,5% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak teramati dalam penelitian ini.



Hasil uji t juga menunjukkan adanya pengaruh signifikan antara potongan harga dan perilaku konsumtif masyarakat di Kecamatan Prabumulih Timur. Dari analisis regresi diperoleh nilai t hitung 11,288 yang lebih besar dari t tabel 1,660, dengan nilai signifikansi 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Ini menunjukkan bahwa hipotesis penelitian, yang menyatakan bahwa "Diskon (X) berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif (Y) pada masyarakat Kecamatan Prabumulih Timur", terbukti benar.

Temuan ini sejalan dengan teori yang diajukan oleh (Sutisna, 2001), yang menyatakan bahwa diskon adalah pengurangan harga dalam periode tertentu untuk mendorong konsumen membeli produk. Oleh karena itu, ketika Shopee menawarkan potongan harga, masyarakat cenderung tertarik untuk membeli lebih banyak, yang pada gilirannya mempengaruhi perilaku konsumtif mereka.

Penelitian ini juga mendukung temuan penelitian sebelumnya oleh (Annur Fatima Arsyani, 2019), yang mengkaji pengaruh potongan harga dalam belanja online terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Hasil penelitian tersebut menunjukkan nilai R Square yang signifikan, yaitu 0,499 atau 49,9%, dengan nilai signifikansi 0,000, yang menunjukkan adanya pengaruh yang kuat antara potongan harga belanja online dan perilaku konsumtif mahasiswa.

D. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian tentang pengaruh diskon pada marketplace shopee terhadap masyarakat Kecamatan Prabumulih Timur dapat ditarik kesimpulan bahwa Variabel diskon berpengaruh terhadap perilaku konsumtif masyarakat Kecamatan Prabumulih Timur. Dari hasil perhitungan dapat diketahui bahwa secara persial (Uji t) variabel diskon (X) terdapat pengaruh yang signifikan terhadap variabel perilaku konsumtif (Y). Karena nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ sebesar $11,288 > 1,660$. Dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ artinya terdapat hasil signifikan antara diskon dalam mempengaruhi perilaku konsumtif. Dengan nilai koefisien determinasi diskon dalam mempengaruhi perilaku konsumtif masyarakat Kecamatan Prabumulih Timur sebesar 56.5%. Maka H_0 ditolak H_a diterima, jadi secara persial terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel diskon (X) dan variabel perilaku konsumtif (Y).

Ernawati dan Shelvina Sucha : Pengaruh Diskon Pada Marketplace Shopee Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Masyarakat Prabumulih Timur



DAFTAR PUSTAKA

- Ainy Zuhria Nurul. (2020). Pengaruh E-Commerce Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat Di Kelurahan Karang Panjang Kota Ambon, JPEK (Jurnal Pendidikan Ekonomi dan Kewirausahaan) Vol. 4, No. 2.
- Arsyani, Fatima Annur. (2019). Pengaruh Potongan Harga Belanja Online Terhadap Perilaku Konsumen, Makassar: Universitas Negeri Makassar.
- Dhiraj, Kelly. (2021). *Digital Marketing*. Surabaya: Scopindo Media Pustaka.
- Iin Ratih, Ningcahya. (2020). Pengaruh Diskon Melalui Shopee Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Muslim, Surabaya: Universitas Islam Negeri Sunan Ampel
- James, Timothy. (2010). *Membangun Bisnis Online*. Karanganyar: Alex Media Komputindo.
- Ritia, Laila. (2021). *Konsep diri dan keformitas pada perilaku konsumtif remaja*. Pekalongan: Nesya Ekspanding Management.
- Retnowati, Yuni. (2022) *Antara Broken Home dan Konsumerisme perilaku konsumtif*, Yogyakarta: Guepedia.
- Sawlani. (2021). *Keputusan Pembelian Online Kualitas website, keamanan, dan kepercayaan*. Surabaya: Scopindo Media Pustaka
- Sumartono. (2002). *Terperangkap dalam Iklan meneropong imbas pesan iklandalam televisi*. Bandung: CV. ALFABETA.
- Sutisna. (2001). *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*, Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Tafsir Ibnu Katsir Juz 15 Al-Isra ayat 27
- Tjiptono, Fandy. (2015) *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: ANDI.
- Wawancara dengan Bapak Firdinan Agus (Admin Shopee Ekspres)
- Wawancara dengan Andika Nuryani (Pegawai Kantor Kecamatan Prabumulih Timur)

Ernawati dan Shelvina Sucha : Pengaruh Diskon Pada Marketplace Shopee Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Masyarakat Prabumulih Timur