

## BAB I PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Kemajuan teknologi internet telah mengalami perkembangan yang cukup pesat dan mampu mengubah pola hidup masyarakat. Adapun teknologi internet saat ini bertujuan untuk memudahkan para penggunanya untuk mengakses apapun yang mereka inginkan dengan lebih praktis dan efisien sehingga mempercepat waktu melakukan aktivitas sehari-hari. Perkembangan teknologi internet juga merambah kepada aktivitas ekonomi dalam bentuk *E-commerce* sebagai media yang membantu dan memudahkan masyarakat untuk berbelanja atau mengkonsumsi barang dan memanfaatkan jasa.

*E-commerce* sebagai suatu bidang perdagangan yang memperjualbelikan barang dan jasa dengan menggunakan media elektronik. Adapun Aktivitas untuk membeli produk melalui *E-commerce* dikenal sebagai media belanja *online*, memperoleh barang dan jasa dengan mengunjungi situs jual beli atau jaringan sosial yang menawarkan barang dan jasa. Belanja *online* juga dapat diartikan sebagai perilaku konsumen seseorang yang membelanjakan uangnya untuk mendapatkan apa yang dibutuhkan dan diinginkan dengan memanfaatkan teknologi internet atau media *online* (Harahap dan Dita, 2018).

Munculnya *E-commerce* di tengah masyarakat menimbulkan perubahan terhadap cara berbelanja masyarakat. Awalnya masyarakat melakukan belanja secara *offline*, namun sekarang seluruh masyarakat dapat berbelanja secara *online*. Untuk berbelanja, para konsumen tidak perlu lagi harus datang ke toko atau

penjual namun dilakukan secara *online* dari rumah atau tempat lain melalui *gadget* dan media internet. Adanya perubahan perilaku masyarakat yang terjadi karena banyak dipengaruhi oleh kemudahan dan tawaran menarik dari cara belanja *online* di *E-commerce* yaitu mulai dari variasi produk, metode pembayaran, harga, promosi, dan strategi lain untuk menarik perhatian pembeli (Muas, 2021; Ilahi, 2022).

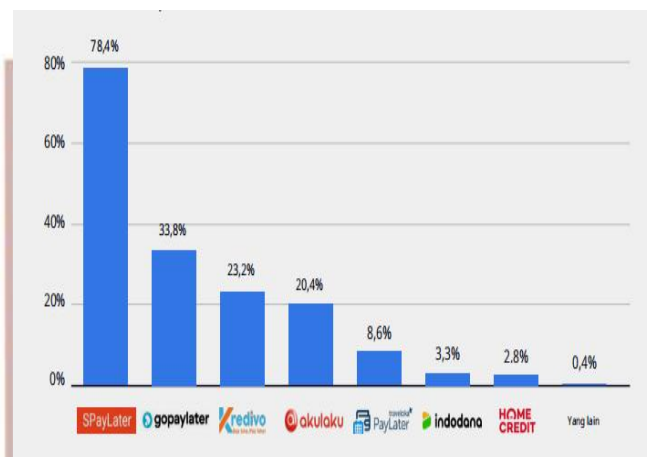
Kemunculan *E-commerce* juga menimbulkan perubahan terhadap cara pembayaran dalam berbelanja yang dapat dilakukan dengan kredit secara *online*. *E-commerce* telah memunculkan fitur pembayaran baru yaitu pembayaran *paylater* yakni sistem kredit secara *online*. Dengan fitur pembayaran *paylater* maka perusahaan akan memberikan konsumen dana pinjaman *instan* yang dapat digunakan untuk memanfaatkan jasa dan layanan yang ada yaitu pembelian produk dahulu, sementara pembayaran tagihan belanjaan dilakukan nanti pada waktu selanjutnya. Pembayaran dilakukan sesuai batas waktu, sesuai kalkulasi dalam sistem pembayarannya (Putri dan Iriani 2020 ; Imala dkk, 2022 ; Nur Aeni, dkk; 2022).

Berbelanja dengan pembayaran *paylater* menjadi populer di kalangan konsumen yang memudahkan pembeli dalam berbelanja terlebih saat dalam kondisi keterbatasan uang (Aria dalam Prastiwi & Tira: 2021). Hal yang serupa juga ditunjukkan dari hasil *Research Institute of Socio-Economic Development* (RISED), pada tahun 2020 terhadap 2.000 responden pada 10 provinsi besar di Indonesia yang menunjukkan bahwa sebanyak 1.900 responden mengetahui tentang sistem pembayaran *paylater* dan terdapat sebanyak 1.362 responden yang

menggunakan *paylater*. Dari pengetahuan dan penggunaan *paylater* ini bahwa cara *paylater* telah memiliki popularitas yang tinggi pada konsumen sebagai suatu pilihan alternatif pembayaran untuk berbelanja terutama untuk membeli kebutuhan mendadak ketika keterbatasan uang (RISED, 2020).

Gambar 1.

Fitur Pembayaran *Paylater* yang Banyak Digunakan Tahun 2021



Sumber: *Dailysocial.id*

Survei *Dailysocial.id* dalam Laporan *Fintech 2021* telah dilakukan untuk menjelaskan pandangan sektor *fintech* di Indonesia selama satu tahun terhadap 1.500 responden di Indonesia, hal ini dapat dilihat pada gambar di atas. Terdapat 509 orang dari 1.500 responden yang ditanyakan tentang layanan pembayaran *paylater* yaitu *Shopee Paylater* menjadi layanan teratas yang paling banyak digunakan pada 2021. Hal ini terlepas dari gencarnya promosi dan berbagai tawaran menarik yang diberikan Shopee. Survei menunjukkan *Shopee Paylater* mendapatkan persentase 78,4% pengguna mengalahkan layanan *paylater* lainnya seperti *GoPayLater*, *Kredivo*, *Akulaku*, dan *Traveloka Paylater* (*Dailysocial.id*).

Shopee merupakan salah satu *E-commerce* yang telah menghadirkan pembayaran *paylater*. Shopee sendiri merupakan platform bisnis *online* dalam bentuk kegiatan menjual dan membeli produk secara *online* yang bisa diakses dengan mudah oleh semua orang melalui *gadget*. Shopee telah menghadirkan fitur pembayaran *Shopee PayLater* sejak Maret 2019 dan pada tahun itu juga pengguna *Shopee PayLater* telah mencapai 102.971 orang peminjam dari berbagai kota di Indonesia. Penggunaan *Shopee Paylater* semakin diminati dan banyak dilakukan hingga pada tahun 2021, fitur ini menjadi layanan *paylater* yang paling banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia (Fadhila, dkk: 2020).

Konsumen yang ingin menggunakan *Shopee Paylater* untuk berbelanja produk harus memenuhi berbagai ketentuan atau kesepakatan yang diberikan oleh Shopee. Beberapa ketentuan yang utama dalam penggunaan *Shopee Paylater* yaitu konsumen harus sudah melakukan pendaftaran untuk menggunakan fitur pembayaran *Shopee Paylater* dan setelahnya pengguna akan mendapatkan *limit* dana yang dapat digunakan untuk transaksi pembelian produk. Pada transaksi menggunakan *paylater* maka akan dikenakan biaya cicilan minimal 0,95% dari harga produk dengan pembayaran dapat dipilih baik itu dengan bayar nanti untuk satu bulan maupun dengan bayar cicilan untuk waktu 3, 6 dan 12 bulan. Terdapat catatan bahwa apabila mengalami telat bayar maka penggunaannya akan dikenakan denda sebesar 5% dari total tagihan ([help.Shopee.co.id](http://help.Shopee.co.id)).

Dalam kacamata Antropologi, belanja *online* dengan *Shopee Paylater* merupakan bentuk hubungan timbal balik (*Resiprositas*) yang terbatas pada aspek pertukaran. Pertukaran ini berbentuk hubungan penjualan dan pembelian produk

dalam konteks pasar yang dilakukan secara *online* dengan menukarkan uang dengan jasa layanan untuk pembelian produk. Berlangsungnya resiprositas ini sesuai dengan batasan Polanyi (dalam Sairin, 2002) yaitu terdapat jalinan hubungan simetris antar pelaku resiprositas yang memposisikan diri sesuai dengan peranan sama yaitu Shopee sebagai pemberi jasa layanan pembelian produk, sedangkan konsumen sebagai penerima jasa shopee untuk memudahkan pembelian produk serta memiliki kewajiban membayar jasa shopee menggunakan uang dengan sistem pembayaran kredit.

Resiprositas dalam pembayaran *Shopee Paylater* merupakan sebagai gejala kebudayaan. Resiprositas seperti yang diungkapkan oleh Hudayana (1991) yaitu memiliki eksistensi budaya dengan dimensi luas sehingga resiprositas bukan hanya memiliki dimensi ekonomi saja, akan tetapi juga memiliki dimensi ekologi, agama, organisasi sosial, politik dan teknologi. Resiprositas sebagai gejala kebudayaan bahwa semua aktivitas kebudayaan memiliki fungsi sebagai pemenuhan suatu rangkaian hasrat naluri dari manusia yang berkaitan dengan seluruh kehidupan (Koentjaraningrat, 1980).

Konsumen pengguna fitur *Shopee Paylater* banyak dilakukan oleh masyarakat muda-mudi termasuk mahasiswa. Mahasiswa dewasa ini merupakan generasi Y yang lahir antara tahun 1984 hingga 1995 dan generasi Z yang lahir sesudah tahun 1995 dan sering disebut sebagai generasi digital, yakni generasi yang sejak lahir sudah ditemani, belajar, dan berinteraksi dengan perangkat digital (Hidayat. dkk, 2016). Generasi tersebut cenderung lebih tertarik dan berani untuk mencoba hal baru, antusias untuk mempelajari dan mengikuti perkembangan

teknologi digital, serta cepat beradaptasi termasuk dalam sektor *E-commerce* dan pemanfaatan sistem pembayaran digital (RISED, 2020).

Mahasiswa memiliki kebiasaan berbelanja yang cenderung dipengaruhi berbagai faktor, salah satunya teknologi. Suwarman (2011) mengemukakan bahwa terdapat faktor-faktor yang memengaruhi seseorang dan mendorong kebutuhan dan keinginan untuk melakukan perilaku konsumsi yaitu disebut sebagai faktor lingkungan konsumen. Hal ini sejalan seperti yang dikemukakan oleh Hardhika & Huda (2021) bahwa pada kalangan ini memiliki kecenderungan *sophisticated* dalam kebiasaan mereka berbelanja yang berarti bahwa terbuka dengan teknologi, memiliki pengetahuan teknologi yang yang luas dan sesuai perkembangan, dan memiliki perasaan bebas dalam memenuhi apa yang diinginkan atau dibutuhkan.

Penelitian (Nilam dan Nur, 2021; Lisma & Haryono dalam Fitriyani, dkk, 2021) menunjukkan bahwa mahasiswa telah mengadaptasikan belanja *online* sebagai aktivitas untuk memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari, seperti kebutuhan perkuliahan dan meningkatkan penampilan dengan membeli *Make Up*, pakaian dan lainnya. Di satu sisi ada keterbatasan keuangan di kalangan mahasiswa sehingga menyulitkan mereka dalam memenuhi kebutuhan, sehingga belanja *online* dengan pembayaran *Shopee Paylater* dianggap membantu pembayaran ketika mereka berbelanja (Anastasya, 2020).

Perilaku berbelanja *online* dengan *Shopee Paylater* dapat menguntungkan dan juga dapat merugikan. Di satu sisi berbelanja dengan *Shopee Paylater* dapat

menggiurkan, karena dapat membantu mahasiswa berbelanja saat tidak memiliki uang. Namun di sisi lain penggunaan *Shopee Paylater* dapat menjebak mahasiswa ke arah yang buruk seperti yang diungkapkan Kartono (dalam Sazali dan Fakhrur, 2020) yaitu membuat konsumen muda-mudi menjadi lebih sering berbelanja tanpa mempertimbangkan manfaat produk atau juga berbelanja yang tidak sesuai kondisi keuangan. Hal ini dapat terjadi ketika mereka berbelanja tanpa berpikir dua kali atau pantang melihat potongan harga, maka akan langsung membelinya, namun ketika tiba waktu pembayaran tidak dapat membayar tagihan belanja.

Kesalahan dalam berbelanja *online* dengan *Shopee Paylater* dapat memunculkan tumpukan utang yang dapat menjadi permasalahan bagi mahasiswa. Tumpukan utang dapat terjadi akibat terkena denda pembayaran dan berpengaruh pada aktivitas sehari-hari mereka karena terlalu sibuk untuk mencari cara untuk membayar tagihan *paylater*. Tak jarang mahasiswa yang tidak bisa membayar tagihan *paylater* yaitu memilih meminta uang saku tambahan pada orang tuanya dan bahkan sampai menumpuk utang dengan meminjam uang ke temannya hanya untuk menutupi tagihan maupun denda pembayaran. Kondisi ini dapat menimpa siapa saja dari berbagai kalangan mahasiswa yang hasrat dan keinginannya belum stabil atau yang tergiur kemudahan, terlebih lagi karena tidak semua dari mereka memiliki penghasilan atau sumber keuangan tetap.

Mahasiswa yang menggunakan pembayaran *Paylater* dalam berbelanja *online* memiliki risiko jika tidak dilakukan dengan baik dan bijak serta pertimbangan panjang. Walaupun demikian penulis menemukan bahwa banyak dari mahasiswa Universitas Andalas telah melakukan berbelanja *online* di Shopee

dengan menggunakan pembayaran *Shopee Paylater*. Hal ini membuat penulis tertarik untuk meneliti fenomena tersebut. Dengan demikian Penulis ingin memahami lebih mendalam perilaku mahasiswa Universitas Andalas yang berbelanja *online* yang menggunakan pembayaran *Shopee Paylater*.

## **B. Rumusan Masalah**

Fenomena belanja *online* dengan pembayaran *Shopee Paylater* dapat ditemukan pada sebagian mahasiswa Universitas Andalas. Berbelanja *online* dengan menggunakan pembayaran *Shopee paylater* di kalangan mahasiswa bukan hanya fenomena pemenuhan kebutuhan dan keinginan saja, tetapi juga ada hubungan resiprositas yang terjadi, yakni terdapat pola memberi dan menerima dalam membeli produk dahulu dan membayarnya nanti. Resiprositas yang terjadi yaitu memiliki peranan yang penting dalam memenuhi kebutuhan mahasiswa terhadap barang dan jasa sehari-hari. Tentu saja hubungan resiprositas yang terjadi berbeda setiap orangnya.

Resiprositas dalam pembayaran *Shopee Paylater* memiliki suatu yang mendasar yaitu sebagai pertukaran yang saling menguntungkan para pelakunya dan dibalas pada saat tiba waktunya. Namun ketika para pelakunya tidak menerima keuntungan maka resiprositas dapat memunculkan masalah atau konflik, terutama ketika konsumen tidak dapat membayar tagihan pembayaran sesuai ketentuan dan akan memunculkan sanksi denda pembayaran yang akan terus bertambah apabila tidak dapat membayar tagihan dan denda pada waktu selanjutnya. Pada akhirnya hal ini dapat mengakibatkan resiprositas menjadi rusak dan tidak lagi dapat dijalin dengan baik.



Belanja *online* dengan pembayaran *Shopee Paylater* merupakan suatu inovasi baru yang memengaruhi orang untuk mengikutinya dan menyebabkan munculnya suatu perubahan. Perubahan yang ada dapat memunculkan perilaku baru bahkan dapat menjadi suatu gaya hidup baru. Dengan demikian fenomena berbelanja *online* dengan sistem pembayaran *Shopee Paylater* relevan untuk dikaji dalam sudut pandang Antropologi Ekonomi untuk memahami penggunaan belanja *online* dengan pembayaran *Shopee Paylater* pada mahasiswa sebagai suatu bentuk resiprositas dan memahami perubahan perilaku yang terjadi pada penggunanya. Berdasarkan uraian tersebut, maka yang menjadi pertanyaan pokok dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Bagaimana resiprositas dalam berbelanja *online* dengan pembayaran *Shopee Paylater* pada mahasiswa Universitas Andalas ?
2. Apa perubahan perilaku belanja yang terjadi pada mahasiswa Universitas Andalas setelah terbiasa melakukan berbelanja *online* dengan pembayaran *Shopee Paylater* ?

### C. Tujuan Penelitian

1. Menggambarkan resiprositas dalam berbelanja *online* dengan pembayaran *Shopee Paylater* pada mahasiswa Universitas Andalas
2. Menjelaskan perubahan perilaku belanja yang terjadi pada mahasiswa Universitas Andalas setelah terbiasa melakukan berbelanja *online* dengan pembayaran *Shopee Paylater*.

#### D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat akademis: Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menambah kajian studi dalam ilmu Antropologi Ekonomi dan dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya terutama yang membahas tentang perilaku mahasiswa dalam berbelanja *online* dengan pembayaran *Shopee Paylater*.
2. Manfaat praktis: Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan bagi penulis dalam membahas tentang praktik atau aktivitas dalam berbelanja *online* pada kalangan mahasiswa maupun masyarakat dan sekaligus menjadi sumbangan pemikiran peneliti kepada peneliti lain untuk dikembangkan.

#### E. Tinjauan Pustaka

Untuk memperkuat penelitian ini, penulis mengumpulkan beberapa literatur yang relevan dengan penelitian yang akan penulis teliti yaitu sebagai berikut:

Pertama Skripsi jurusan Antropologi Sosial Universitas Andalas oleh Salsa Nuraisyah pada tahun 2021 berjudul Penggunaan aplikasi belanja *online* (studi kasus enam mahasiswa Universitas Andalas). Penelitian ini mendeskripsikan belanja *online* pada mahasiswa dengan tujuan mengidentifikasi pengetahuan mahasiswa pada penggunaan aplikasi belanja *online* serta analisis faktor memengaruhi mahasiswa dalam penggunaan aplikasi tersebut. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan teknik pengumpulan observasi, wawancara, dokumentasi dan studi kepustakaan pada enam mahasiswa. Temuan penelitian ini yaitu mahasiswa memiliki pengetahuan tentang aplikasi belanja

*online* dan melakukannya untuk memenuhi kebutuhan terhadap produk dengan dipengaruhi diri sendiri sebagai faktor internal dan dipengaruhi oleh teman atau kelompok sebagai faktor eksternal. Selain itu pandangan mereka terhadap belanja *online* dapat memberikan kemudahan, jenis produk yang tersedia dan mereka juga mendapatkan efisiensi waktu dan biaya.

Penelitian Salsa Nuraisyah terdapat persamaan dengan penelitian yang penulis teliti yaitu kesamaan membahas berbelanja *online* pada Mahasiswa Universitas Andalas. Perbedaannya pada penelitian Salsa Nuraisyah yaitu meneliti perilaku belanja *online* pada lebih dari satu aplikasi untuk mengidentifikasi pengetahuan, penggunaannya dan menganalisis faktor yang memengaruhi mahasiswa dalam penggunaan aplikasi belanja *online*. Sementara penulis meneliti perilaku berbelanja *online* hanya pada *E-commerce* Shopee dengan pembayaran *Shopee Paylater* untuk memahaminya sebagai kajian resiprositas dan melihat pengaruhnya terhadap perubahan perilaku berbelanja mahasiswa.

Kedua, Penelitian Harahap dan Dita pada tahun 2018 yang berjudul Perilaku Belanja *Online* Di Indonesia: Studi Kasus. Penelitian ini bertujuan menguji perilaku konsumen dalam menetapkan pembelian produk sebagai suatu kajian spesifik bagi perusahaan sebelum melepaskan produk ke pasar. Penelitian ini merupakan studi perbandingan dengan beberapa penelitian sebelumnya. Temuan penelitian ini yaitu konsumen mengalami kecenderungan untuk memilih cara belanja *online* daripada secara *offline*. Hal ini yang memengaruhi toko *online* menawarkan produk untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Toko *online* perlu merespon dengan cepat untuk mengelola bisnis agar konsumen dapat

terus berbelanja di toko tersebut. Selain itu ketika berbelanja *online*, konsumen biasa memiliki banyak pilihan untuk memenuhi kebutuhannya.

Persamaan antara penelitian Harahap dan Dita dengan penelitian yang penulis lakukan yaitu kesamaan dalam membahas perilaku konsumen dalam melakukan belanja *online*. Perbedaannya Harahap dan Dita lebih membahas perilaku konsumen dalam menetapkan pembelian produk sebagai kajian perusahaan dengan menggunakan studi perbandingan. Sedangkan penulis lebih membahas fenomena perilaku belanja *online* konsumen mahasiswa sebagai kajian resiprositas dengan menggunakan studi kasus.

Ketiga, Penelitian skripsi program studi ilmu komunikasi Universitas Sumatera Utara oleh Nadya Anatasya pada tahun 2020 berjudul Pengaruh penggunaan fitur *Shopee Paylater* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa FISIP USU. Penelitian ini dilakukan untuk memahami perilaku konsumtif mahasiswa terhadap pemakaian, pendapat dan dampak pemakaian fitur *Shopee Paylater*. Hasil temuan penelitian ini yaitu penggunaan *Shopee paylater* pada mahasiswa FISIP USU kurang dari 3 bulan dengan intensitasnya penggunaan sebanyak 3 kali pada kebanyakan produk perawatan dan kecantikan. Mereka merasa puas dengan penggunaan *Shopee paylater* karena menguntungkan, simpel, mudah dipahami dan transaksinya singkat. Namun penggunaan fitur ini tidak berdampak pada perilaku konsumtif mahasiswa.

Persamaan antara penelitian ini dengan penelitian yang penulis lakukan yaitu kesamaan dalam membahas penggunaan *Paylater* untuk belanja *online* oleh mahasiswa. Adapun perbedaannya yaitu penelitian Nadya Anatasya menggunakan

landasan teori komunikasi massa melalui penelitian kuantitatif. Sementara penulis menggunakan kajian resiprositas dalam Antropologi Ekonomi untuk memahami pertukaran dalam pembelian produk dahulu dan membayarnya nanti dan melihat perubahan perilaku mahasiswa dalam berbelanja

Keempat, Penelitian Hasan Sazali & Fakhur Rozi pada tahun 2020 yang berjudul *Belanja Online dan Jebakan Budaya Hidup Digital pada Masyarakat Milenial*. Penelitian ini menjelaskan tentang perilaku belanja *online* di kalangan milenial bertujuan untuk mengetahui bagaimana belanja *online* pada milenial dan bagaimana jebakan budaya digitalnya. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologis. Sampel yang diambil dari *purposive sampling* dengan 5 responden yang berlokasi di Kota Medan. Penelitian ini menemukan bahwa telah muncul patologi sosial akibat milenial yang terdeterminasi gaya hidup digital yang pada akhirnya menjadikan mereka konsumtif. Kemudian terdapat budaya populer yang memunculkan arus dan pusaran serta menunjukkan perspektif *Interdependen-mutua* dan nilai yang kompleks dan saling berpengaruh dan memengaruhi masyarakat dan lembaganya dengan berbagai cara.

Persamaan antara penelitian Hasan Sazali dan Fakhur Rozih ini dengan penelitian yang penulis lakukan yaitu kesamaan dalam membahas belanja *online* dan aplikasi pinjaman (kredit) uang *online* yang dilakukan oleh kalangan muda-mudi dan memunculkan pengaruh dan memengaruhi masyarakat. Perbedaannya Hasan Sazali dan Fakhur Rozih menggunakan pendekatan fenomenologi untuk membahas penggunaan aplikasi belanja *online* dan aplikasi pinjaman (kredit) oleh

masyarakat sebagai sebuah ketergantungan dan untuk melihat jebakan budaya digitalnya. Sementara penulis hanya membahas pada *E-commerce* belanja *online* Shopee dengan pembayaran kredit *Shopee Paylater* menggunakan pendekatan Antropologi Ekonomi yaitu resiprositas untuk memahami fenomena pertukaran pada pembelian produk dahulu dan membayarnya nanti dan menggunakan konsep perubahan untuk melihat perubahan perilaku konsumen setelah berbelanja.

Kelima, Penelitian oleh Rahmatika Sari pada tahun 2020 yang berjudul Pengaruh penggunaan *Paylater* terhadap Perilaku *Impulse Buying* pengguna *E-commerce* di Indonesia. Penelitian ini dilakukan untuk mengenal perolehan teknologi *Paylater* dalam sistem pembayaran terutama dalam *E-commerce*, mengenal perilaku implusif pengguna *E-commerce* dan menganalisis pengaruh *paylater* terhadap perilaku implusif pada penggunaan *E-commerce* di Indonesia. Temuan penelitian ini yaitu penggunaan *paylater* berada pada kategori sangat baik pada penggunaannya. Lalu perilaku *impluse buying* dari penggunaan *paylater* di Indonesia berada pada kategori cukup tinggi. Penggunaan *paylater* memberikan pengaruh positif terhadap perilaku *Impulse buying*.

Persamaan antara penelitian ini dengan penelitian penulis yaitu kesamaan dalam membahas penggunaan *Paylater* untuk belanja *online* di *E-commerce*. Perbedaannya yaitu Rahmatika Sari meneliti pengaruh penggunaan *paylater* terhadap perilaku *impulse buying* konsumen di Indonesia dengan menggunakan metode analisis deskriptif kuantitatif. Sementara penulis meneliti penggunaan *Shopee paylater* pada mahasiswa Universitas Andalas dengan menggunakan metode kualitatif studi kasus dan dengan kajian antropologi.

## F. Kerangka Konseptual

### 1. Resiprositas

Dalam studi antropologi Ekonomi, konsep resiprositas (pertukaran timbal-balik) berperan membantu masyarakat dalam memenuhi kebutuhan terhadap barang dan jasa, kesejahteraan hidup yang tidak hanya dipengaruhi oleh sistem produksi yang digunakan tetapi juga dipengaruhi keberadaan sistem perkawinan (Sairin, 2002:). Dalton dalam Sairin (2002) menjelaskan resiprositas merupakan pertukaran sosial ekonomi antara para pelaku yang saling memberi menerima barang atau jasa dan terdapat kewajiban mengembalikan pemberi dalam bentuk yang sama atau berbeda. Dalam Antropologi ekonomi, resiprositas adalah sebagai gejala kebudayaan yang memiliki eksistensi dengan dimensi luas, bukan hanya ekonomi saja, akan tetapi juga memiliki dimensi ekologi, agama, organisasi sosial, politik dan teknologi (Hudayana, 1991).

Karakteristik berlaku resiprositas yaitu memiliki jalinan hubungan simetris antar pelaku resiprositas yang memposisikan diri sesuai dengan peranan dan kedudukan sama (Polanyi dalam Sairin, 2002). Karakteristik lain berlakunya resiprositas adalah terdapat hubungan personal antara partisipan, terutama terjadi dalam komunitas yang menempati lapangan hidup yang sama sehingga memiliki hubungan sosial dan kontrol sosial yang kuat, intensif yang mendorong untuk mematuhi adat kebiasaan yang berlaku. Namun apabila hubungan resiprositas yang terjadi berbentuk impersonal maka tidak dapat menjamin berlakunya resiprositas karena baik interaksi antar pelaku dan kontrol sosial dalam resiprositas sangat rendah sehingga semakin mudah munculnya pengingkaran.

Hubungan personal dalam resiprositas juga memiliki kaitan dengan motivasi untuk melakukan resiprositas yang tidak hanya ditujukan pada pribadi tetapi juga pada lingkungan (Hudayana, 1991).

Sahlins dalam *Stone Age Economics* (2017) membagi resiprositas menjadi tiga bentuk resiprositas, yaitu

- 1) Resiprositas Umum (*Generalized Reciprocity*) yaitu para pelaku resiprositas saling bertukar barang atau jasa tidak terbatas waktu pengembalian. Resiprositas ini terjadi dalam hubungan saling percaya antara pelaku bahwa akan saling memberi dan menerima pembalasan yang tidak tahu kapan. Resiprositas ini tidak dilakukan atas dasar aturan atau kontrol yang ketat melainkan hanya berdasarkan kesadaran bahwa itu merupakan suatu kebenaran dan tidak boleh dilanggar.
- 2) Resiprositas Sebanding (*Balanced Reciprocity*). Resiprositas ini menghendaki pertukaran timbal-balik memiliki nilai yang seimbang, begitu juga pada waktu pertukaran berlangsung yaitu waktu memberi, waktu menerima dan waktu pengembalian. Dalam resiprositas ini para pelakunya saling membutuhkan barang dan jasa yang dipertukarkan, namun mereka menghendaki pertukaran dengan nilai yang sebanding dan tidak menerima nilai yang lebih dibandingkan dengan yang akan diterima. Resiprositas ini menunjukkan pelakunya sebagai unit-unit sosial yang otonom.



- 3) Resiprositas Negatif (*Negative Reciprocity*). Resiprositas negatif adalah jenis pertukaran yang berlangsung impersonal atau tidak setiakawan, masing-masing pihak saling berusaha mendapatkan keuntungan dari lawannya. Contoh resiprositas ini yaitu pertukaran pasar yang terjadi pada wilayah teritorial yang tidak mempunyai keterkaitan sosial yang tinggi, saling berhadapan untuk mencari keuntungan dari harta benda yang dipertukarkan (Hidayana, 2018). Hubungan resiprositas ini berdasarkan kekuatan permintaan dan penawaran yang dilakukan segera guna menghindari konflik.

Dalam penelitian ini resiprositas digunakan untuk membahas fenomena belanja *Shopee Paylater* sebagai gejala pertukaran timbal balik antara shopee sebagai menawarkan jasa pembelian produk dan konsumen sebagai menerima yang menggunakan jasa pembelian produk dari shopee. Resiprositas ini akan membantu menjadi acuan untuk memahami pertukaran dari sesuatu yang diberikan dan sesuatu yang diterima serta kewajiban dalam membalas pemberian dalam praktik jual-beli produk. Resiprositas ini sekaligus untuk melihat keuntungan atau suatu yang didapat masing-masing pelaku dalam memenuhi rangkaian hasrat naluri yang berhubungan dalam resiprositas yang berlangsung.

## 2. Kebutuhan

Konsep kebutuhan berjenjang yang dikenal sebagai hierarki kebutuhan manusia dikenalkan seorang psikolog klinis bernama Maslow. Maslow dalam Suwarman (2011) mengemukakan bahwa terdapat lima kebutuhan manusia yang

bergantung pada tujuannya yaitu dimulai dari tingkatan rendah yaitu kebutuhan fisiologis sampai pada kebutuhan yang lebih tinggi yaitu kebutuhan aktualisasi diri. Dalam konsep ini manusia terlebih dahulu berusaha memenuhi kebutuhan dasar terendah dan selanjutnya akan memunculkan kebutuhan yang lebih tinggi.

- 1) Kebutuhan fisiologis, merupakan kebutuhan pertama dan kebutuhan dasar bagi manusia. Kebutuhan fisiologi merupakan kebutuhan tubuh manusia untuk mempertahankan hidup mereka yang meliputi makanan, air, udara, rumah, pakaian, dan seks.
- 2) Kebutuhan rasa aman, merupakan kebutuhan kedua. Kebutuhan ini yaitu kebutuhan untuk fisik sebagaimana membutuhkan perlindungan dari gangguan kriminalitas, sehingga mendapatkan rasa aman secara psikis, karena konsumen tidak merasa was-was dan khawatir, serta terancam jiwanya ketika melakukan aktivitas.
- 3) Kebutuhan Sosial merupakan kebutuhan ketiga. Kebutuhan ini yaitu kebutuhan berdasarkan pada perlunya manusia berhubungan dengan yang lainnya. Contoh seperti pernikahan atau keluarga yang mengikat anggota-anggotanya secara fisik dan sesama anggota saling membutuhkan, saling menyayangi, saling melindungi, dan saling mendukung.
- 4) Kebutuhan Ego merupakan kebutuhan keempat. Kebutuhan ini yaitu kebutuhan untuk mencapai derajat yang lebih tinggi dari yang lainnya. Manusia memiliki ego yang kuat untuk mencapai prestise,

reputasi, dan status yang lebih baik. Bahkan, seorang individu ingin dikenal sebagai orang yang memiliki prestasi maupun sukses.

- 5) **Kebutuhan Aktualisasi Diri** merupakan kebutuhan kelima. Kebutuhan ini merupakan keinginan seseorang untuk menjadikan diri sebaik mungkin sesuai dengan potensi dan kemampuan yang dimiliki. Kebutuhan aktualisasi diri juga menggambarkan keinginan seseorang untuk mengetahui, memahami, dan membentuk suatu sistem nilai, sehingga ia bisa memengaruhi orang lain. Kebutuhan aktualisasi diri adalah keinginan untuk menyampaikan ide, gagasan, dan sistem nilai yang diyakininya kepada orang lain.

### 3. Perubahan

Perubahan menurut Gillin dan Gillin sebagai suatu variasi cara-cara hidup yang telah diterima karena adanya perubahan keadaan geografis, kebudayaan materiil, komposisi penduduk, ideologi, difusi atau penemuan-penemuan dalam masyarakat. Sedangkan Koenig mendefinisikan perubahan sosial sebagai suatu modifikasi-modifikasi yang terjadi dalam pola-pola kehidupan manusia (Martono, 2012). Menurut Szompka, perubahan memiliki hubungan dengan pemikiran sosial dan konsep dasarnya menyangkut tiga hal yaitu: 1) Studi mengenai perbedaan, berarti harus meninjau adanya keadaan yang berbeda atau berubah dari objek fokus studi, 2) studi harus dilakukan pada waktu yang berbeda, berarti harus membandingkan keadaan dalam waktu yang berbeda, 3) pengamatan pada sistem

sosial yang sama, berarti harus melakukan studi dengan membandingkan objek yang sama (Martono, 2012)

Himes dan Moore (dalam Martono, 2012) mengemukakan bahwa perubahan memiliki dimensi, yaitu:

- 1) Dimensi struktural yaitu mengacu pada perubahan bentuk struktur sosial yang berkaitan dengan perubahan peran, hadirnya peran baru, perubahan struktur kelas sosial, dan perubahan institusi sosial. Perubahan tersebut meliputi: bertambah dan berkurangnya kadar peranan, menyangkut aspek perilaku dan kekuasaan, adanya peningkatan atau penurunan sejumlah peranan, terjadinya pergeseran dari wadah peranan, terjadinya modifikasi saluran komunikasi diantara peranan-peranan atau kategori peranan, dan terjadinya perubahan sejumlah tipe dan daya guna fungsi akibat dari struktur.
- 2) Dimensi budaya mengacu pada perubahan budaya dalam suatu masyarakat. Perubahan ini meliputi: 1) Inovasi budaya merupakan komponen dari dalam masyarakat yang membawa perubahan sosial, 2) Difusi merupakan perubahan dari faktor eksternal disebabkan suatu budaya memengaruhi budaya yang lain dan masyarakat menerima unsur budaya yang ada, 3) integrasi merupakan perubahan dari penyatuan unsur-unsur budaya yang saling bertemu dan menyatu sehingga menghasilkan budaya baru.

- 3) Dimensi interaksi mengacu pada perubahan hubungan sosial dalam masyarakat. Perubahan ini meliputi: 1) Perubahan frekuensi, berkurangnya frekuensi pertemuan individu secara tatap muka karena dapat dilakukan menggunakan teknologi, 2) Perubahan jarak sosial, fungsi tatap muka mulai bergeser karena dengan teknologi sehingga komunikasi tidak harus dilakukan langsung, 3) Perubahan perantara, individu tidak memerlukan banyak orang dalam mengirim informasi karena pada mekanisme kerja pada masyarakat modern adalah "semua *online*".
- 4) Perubahan aturan atau pola-pola. Perubahan dapat terjadi seiring perkembangan masyarakat termasuk pada aturan maupun pada pola-pola tertentu. Contoh seperti emansipasi perempuan dalam pekerjaan. Awalnya terdapat anggapan bahwa perempuan itu nakal ketika mereka sering keluar atau pulang malam, namun sekarang hal ini dianggap biasa karena banyak perempuan bekerja sampai larut malam atau bekerja malam hari.
- 5) Perubahan dalam bentuk interaksi. Perubahan juga terjadi pada bentuk interaksi yaitu awalnya dilakukan tatap muka secara langsung, namun di era sekarang ini bentuk interaksi telah berubah yaitu tidak lagi kaku hanya dapat dilakukan secara tatap muka saja tapi juga dapat dilakukan kapan saja dan dimana saja melalui teknologi *handphone*, telepon, Email, *Messenger*, Facebook, Instagram dan melalui teknologi lainnya.

Dalam penelitian ini konsep perubahan digunakan untuk melihat perilaku konsumen mahasiswa dalam melakukan berbelanja *online* dengan *Shopee paylater*. Perubahan ini bukanlah bersifat besar melainkan hanya perubahan kecil. Hal ini karena belanja *online* dengan *shopee paylater* merupakan suatu bentuk inovasi baru yaitu sebagai cara berbelanja yang menawarkan manfaat kepada konsumen, tentu bagi orang yang baru menggunakannya akan terdapat perbedaan dari cara mereka berbelanja dari biasanya. Dengan demikian perubahan dalam hal ini untuk mengetahui perubahan atau perbedaan kondisi antara perilaku konsumen sebelum dan sesudah melakukan belanja *online* dengan *shopee paylater*.

#### 4. Gaya Hidup

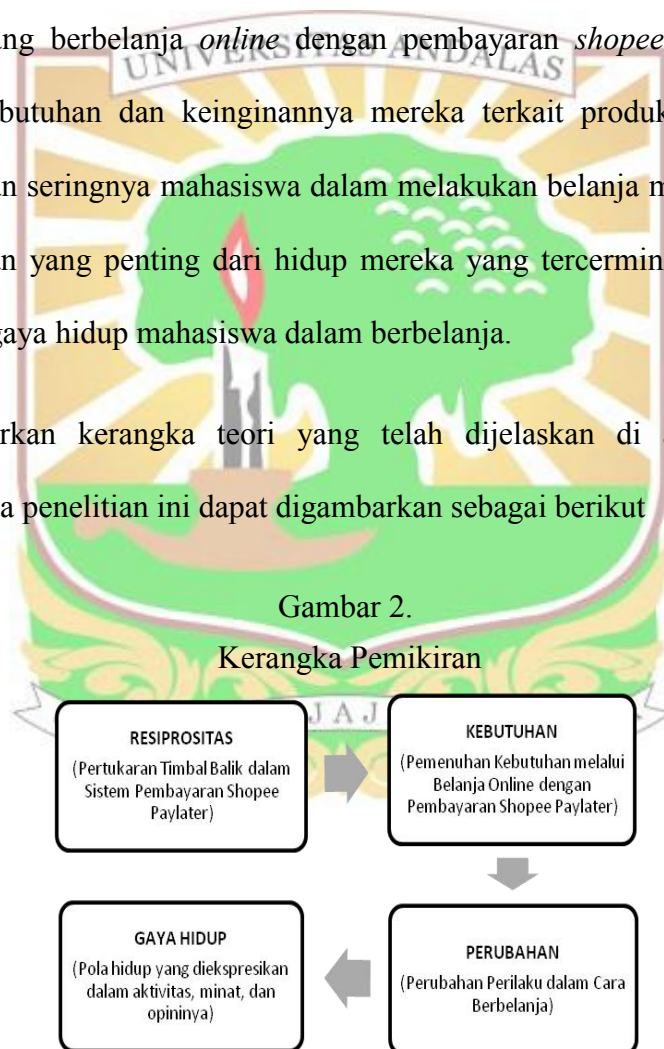
Gaya hidup adalah tanda dari modernitas untuk menunjukkan pola-pola perilaku yang membedakan satu dengan yang lainnya. Gaya hidup digunakan bukan sebagai pembenaran melainkan untuk menjelaskan perilaku seseorang yang Memiliki arti baik itu diri sendiri maupun orang lain (Chaney, 2017: 40). Kotler (2002) mengemukakan gaya hidup adalah pola hidup seseorang yang ditunjukkan dalam aktivitasnya, minatnya dan opini di dunia. Gaya hidup merupakan cerminan keseluruhan diri dalam melakukan interaksi dengan lingkungannya.

Chaney mengemukakan gaya hidup adalah sebagai pola perilaku dan sebagai pembeda untuk mengelompokkan perilaku, yang berada pada tatanan sosial modern. Dilakukannya gaya hidup sebagai alat ekspektasi yang berlaku sebagai pengaturan yang terkendali pada lahirnya tidak pastinya masyarakat modern (Chaney, 2017:50). Gaya hidup semakin mendapatkan arti yang luas

sebagai pola dalam menggunakan, memahami, memperlakukan artefak budaya budaya material guna permainan kriteria status. Dalam hal ini gaya hidup sebagai cara berpola dalam penanaman sesuatu dengan nilai dan simbolik dalam kehidupan sehari-hari dan dalam arti lainnya juga sebagai permainan identitas (Chaney, 2017: 91-92).

Pada penelitian ini gaya hidup digunakan untuk melihat aktivitas mahasiswa yang berbelanja *online* dengan pembayaran *shopee paylater* untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya mereka terkait produk. Dengan telah terbiasanya dan seringnya mahasiswa dalam melakukan belanja maka perilaku ini menjadi bagian yang penting dari hidup mereka yang tercermin pada kebiasaan atau indikasi gaya hidup mahasiswa dalam berbelanja.

Berdasarkan kerangka teori yang telah dijelaskan di atas maka alur pemikiran pada penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut



## **G. Metode Penelitian**

### **1. Lokasi Penelitian**

Penelitian ini berfokus kepada subjek penelitian yaitu mahasiswa Universitas Andalas yang melakukan belanja *online* dengan pembayaran *Shopee Paylater*. Adapun pilihan lokasi penelitian ini yaitu dilakukan di Universitas Andalas Kampus Limau Manis dan di tempat tinggal informan mahasiswa yang dipilih dengan menyesuaikan dengan beberapa kegiatan mahasiswa sehingga akan lebih memudahkan dalam mendapatkan informasi terkait penelitian. Selain itu karena penulis juga berada dalam satu lingkungan kampus tentu intensitas bertemu dengan informan menjadi lebih banyak. Dengan demikian penulis merasa lokasi ini relevan dan cocok untuk mendapatkan dan memperjelas data yang menjadi sasaran dalam penelitian.

### **2. Pendekatan Penelitian**

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus pada informan. Penelitian kualitatif dilakukan karena terdapat isu atau masalah yang perlu dieksplorasi untuk mempelajari suatu kelompok atau populasi tertentu, mengidentifikasi variabel-variabel yang tidak mudah untuk diukur. Selain itu, penelitian kualitatif digunakan untuk memahami secara detail dan lengkap tentang suatu permasalahan yang ada (Creswell, 2019:63-64).

Penelitian kualitatif ini menggunakan pendekatan studi kasus adalah studi terkait dengan suatu kasus yang ada dalam kehidupan dunia nyata dalam konteks *setting* kontemporer (Yin dalam Creswell, 2019: 135). Studi kasus pada penelitian



ini dilihat sebagai metodologi yaitu sebagai satu desain dalam penelitian kualitatif yang dapat berupa objek penelitian dan juga hasil dari penelitian tersebut. Studi kasus pada penelitian ini berfokus pada *life history* informan yaitu menceritakan pengalaman hidup dari individu atau informan (Hasan, dkk, 2022). Dengan pendekatan penelitian ini untuk mendapatkan pengertian yang mendalam mengenai situasi dan makna suatu objek yang terutama mengungkap secara lengkap tentang bagaimana pengalaman informan mahasiswa terkait perilaku uniknya dalam berbelanja *online* dengan pembayaran *Shopee Paylater*.

### 3. Informan Penelitian

Informan penelitian yaitu orang yang memberikan informasi baik tentang dirinya maupun orang lain atau suatu kejadian atau suatu hal kepada peneliti (Afrizal, 2014). Informan dalam penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Andalas pengguna belanja *online* dengan *Shopee Paylater* yaitu sebagai orang yang memberikan keterangan tentang dirinya, pikirannya dan pengetahuannya terutama pengalaman selama melakukan belanja *online* dengan *Shopee Paylater*. Namun demikian pemilihan informan pada penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu. Pertimbangan tertentu ini, misalnya orang tersebut yang dianggap yang paling tahu tentang apa yang kita harapkan, atau mungkin dia sebagai penguasa sehingga akan memudahkan peneliti menjelajahi objek atau situasi yang diteliti (Sugiyono, 2013: 218). Adapun yang menjadi pertimbangan dalam melakukan pemilihan informan yaitu dengan kriteria sebagai berikut:

- a. Informan memiliki status sebagai mahasiswa Universitas Andalas
- b. Informan memiliki aplikasi Shopee dan melakukan belanja *online* dengan pembayaran *Shopee Paylater*
- c. Informan sudah melakukan belanja *online* dengan *Shopee Paylater* minimal 5 bulan dan minimal 4 kali pembelian produk

Tabel 1.  
Informan Penelitian

NO	Nama	Jenis kelamin	Program Studi/Fakultas	Limit Tersedia
1	RA	Laki-laki	Prodi Antropologi Sosial Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik	Rp 4.000.000
2	AW	Perempuan	Prodi Kebidanan Fakultas kedokteran	Rp 8.000.000
3	NH	Perempuan	Prodi Hukum Fakultas Hukum	Rp 8.300.000
4	TS	Perempuan	Prodi Akuntansi Fakultas ekonomi	Rp 5.900.000
5	MF	Laki-laki	Prodi Teknologi Pertanian dan Biosistem Fakultas Teknologi Pertanian	Rp 1.800.000
6	AK	Laki-laki	Prodi Sastra Inggris Fakultas Ilmu Budaya	Rp 6.500.000
7	SB	Perempuan	Prodi Teknik Sipil Fakultas Teknik	Rp. 1.500.000
8	PT	Laki-laki	Prodi Peternakan Fakultas Peternakan	Rp. 640.000
9	HM	Perempuan	Prodi Ilmu Kesehatan Masyarakat Fakultas Kesehatan Masyarakat	Rp. 600.000
10	AF	Perempuan	Prodi Farmasi Fakultas Farmasi	Rp. 12.000.000
11	YB	Laki-laki	Prodi Agroteknologi Fakultas Pertanian	Rp. 1.880.000
12	AC	Perempuan	Prodi Sistem Informasi Fakultas Teknologi Informasi	Rp. 750.000

#### 4. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data merupakan langkah yang untuk mendapatkan informasi atau data berkaitan dengan penelitian. Teknik pengumpulan data dapat dilakukan dengan mengumpulkan dari informasi atau dari pengalaman individu. Koentjaraningrat (dalam Bungin, 2015) menyebutkan bahwa data pengalaman individu merupakan bahan keterangan mengenai suatu yang dialami seseorang yang menjadi objek penelitian atau dalam ilmu antropologi dikenal dengan istilah *life history* untuk data tersebut. Data pengalaman individu penting untuk melihat bagaimana reaksi, tanggapan, interpretasi, pandangan dari masyarakat sebagai partisipan mengenai gambaran yang lebih mendalam mengenai fenomena sosial dengan metode *interview* berdasarkan pertanyaan langsung.

Data yang diperlukan dalam penelitian ini yaitu data primer. Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari lapangan. Dengan demikian teknik pengumpulan data yang digunakan adalah teknik observasi, wawancara pada *life history* informan dan pengumpulan dokumen-dokumen yang relevan dengan penelitian yang akan dilakukan. Adapun teknik dalam pengumpulan data dalam penelitian ini akan dijelaskan sebagai berikut;

##### a. Observasi

Observasi atau Pengamatan adalah salah satu pengumpulan data dalam penelitian kualitatif. Mengamati berarti memperhatikan fenomena di lapangan melalui kelima indra peneliti, seringkali dengan instrumen atau perangkat dan merekamnya untuk tujuan ilmiah (Angrisuno dalam Creswell, 2019). Dalam

teknik pengumpulan data observasi ini dilakukan penulis dengan cara melibatkan diri secara langsung pada berbagai kegiatan terkait penggunaan *Shopee Paylater* dalam berbelanja *online*. Hal ini dilakukan dengan tujuan untuk mengamati secara langsung realitas yang ada di lokasi penelitian terutama cara informan dalam berbelanja dengan *Shopee Paylater*.

b. Wawancara

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara tanya jawab, berdasarkan topik tertentu dalam penelitian ini adalah wawancara mendalam. Wawancara mendalam merupakan wawancara yang tidak menggunakan alternatif jawaban dan hal ini dilakukan guna mendalami informasi dari seseorang informan yang telah dipilih (Afrizal, 2015). Teknik wawancara ini dilakukan penulis untuk memudahkan dalam menemukan informasi dengan cara bertanya jawab dengan informan melalui pertanyaan-pertanyaan penelitian yaitu mengenai penggunaan belanja *online* dengan *Shopee Paylater* pada mahasiswa.

c. Dokumentasi

Dokumentasi adalah sumber data yang digunakan untuk melengkapi penelitian, baik berupa sumber tertulis dan foto (gambar). Dalam penelitian ini peneliti mengambil dokumentasi dalam bentuk foto yang diperoleh selama pengumpulan data baik itu pada saat pengamatan dan pada saat wawancara di lapangan yang bertujuan sebagai pendukung dan untuk mendapatkan informasi dalam penelitian. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan teknik ini untuk memudahkan penulis dalam menemukan dan menjelaskan realitas yang terjadi di

lapangan dalam bentuk dokumentasi terkait penggunaan *Shopee Paylater* mahasiswa dalam berbelanja *online*.

## 5. Analisis Data

Analisis data pada penelitian ini berpedoman pada analisis *Creswell* untuk menyusun data agar dapat ditafsirkan oleh peneliti. Analisis data dimulai dengan menyiapkan dan mengorganisasikan data untuk dianalisa, kemudian mereduksi data tersebut menjadi tema melalui proses pengkodean dan peringkasan kode, dan terakhir yaitu menyajikan data dalam bentuk bagan, tabel atau pembahasan (Creswell, 2019).

Adapun tahapan analisis data pada penelitian ini yaitu:

1. Melakukan persiapan data yang didapatkan dari hasil pengumpulan data di lapangan baik itu data dari hasil pengamatan, data dari hasil wawancara dan data dari hasil dokumentasi dan lain sebagainya untuk diolah atau dianalisa.
2. Melakukan reduksi yaitu pengurangan, pemotongan pengkodean dan melakukan analisis dengan mengacu pada kerangka landasan teori dan kerangka berpikir sesuai dengan keperluan tema penelitian.
3. Menyajikan data dari hasil pengkajian pada setiap data yang telah didapat dan telah ditelaah. Dari penyajian data ini sebagai dasar untuk memberikan kesimpulan yang bertujuan menjawab rumusan permasalahan penelitian.

Dari hasil analisis data ini, penulis menggabungkan dan menyajikan dalam bentuk laporan untuk mendeskripsikan realitas terkait perilaku konsumen mahasiswa dalam konteks belanja *online*.

## 6. Proses Jalan Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Universitas Andalas Kampus Limau Manis Padang. Penelitian ini dibagi menjadi beberapa tahapan yaitu tahap penulisan proposal penelitian awal (pra-penelitian), seminar proposal, melakukan penelitian lapangan guna menemukan data dan memenuhi tujuan penelitian hingga pada tahap melakukan penulisan skripsi.

Proses mengumpulkan data mulai dilakukan pada 15 Juli 2022. pada tahapan ini peneliti mengumpulkan data terkait penelitian baik itu pada data primer dan sekunder. Pada data sekunder mencari data yang berkaitan dengan penelitian dari beberapa sumber (Laporan, jurnal dan lain) untuk mendapatkan data seperti gambaran umum lokasi, gambaran umum mahasiswa, dan data lainnya. Pada pengumpulan data primer dilakukan dengan wawancara dan observasi kepada informan yang sudah ditentukan. Dalam pengumpulan data primer ini tidak selalu mudah karena saat itu juga memasuki kondisi libur semester walaupun begituterdapat beberapa mahasiswa yang berkegiatan di kampus dan mahasiswa itu menjadi informan dalam penelitian ini. Ketika mahasiswa mulai melakukan kuliah kembali, maka peneliti intens dalam mencari data dari penelitian.

Peneliti dalam memilih mahasiswa sebagai informan penelitian ini dengan menanyakan terlebih dahulu terkait penggunaan belanja *online* *Shopee Paylater*,

dan ketika sesuai kriteria yang dibutuhkan maka dilanjutkan meminta kesediaan untuk melakukan tahapan wawancara. Peneliti menemukan dua belas informan yang sesuai dengan kriteria penelitian dan bersedia untuk diwawancarai. Wawancara dengan dua belas informan ini diantaranya dilakukan secara langsung yaitu dengan bertemu di suatu tempat (tempat tinggal kos, kampus, dan di beberapa *cafe*) dan juga dilakukan secara *online* (media telepon, *chatting* dari aplikasi whatsapp dan melalui media *zoom meeting*).

Pada bulan Oktober peneliti telah selesai mengumpulkan data dilanjutkan dengan menulis dan menganalisis data sesuai dengan konsep yang digunakan dalam penelitian ini, peneliti mulai mengelompokkan data: menggambarkan resiprositas belanja *onlineShopee Paylater* dan menjelaskan bentuk perubahan perilaku dan gaya hidup yang terjadi pada mahasiswa yang berbelanja *online* dengan pembayaran *Shopee Paylater*. Dalam tahapan ini peneliti mengolah data dalam bentuk tulisan yang kemudian dapat menjadi skripsi, lalu setelahnya dapat diujikan guna memperoleh gelar Sarjana Sosial.

