

Pemanfaatan Diskon Besar Dalam E-Commerce Bagi Mahasiswa

Risya Dinda Salsabilla¹, Septia Anggraini², Abiyyu Luthfi Manshur³

^{1,2,3}Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Negeri Surabaya

risya.23346@mhs.unesa.ac.id septia.23204@mhs.unesa.ac.id,

abiyyu.23234@mhs.unesa.ac.id

Abstract

This study aims to understand college students' experiences in utilizing big discounts in e-commerce through a phenomenological approach. College students tend to rely on big discounts to save money and get quality products. However, it is necessary to be aware that discounts do not encourage impulsive shopping behavior. The research highlights the importance of transparency in the use of big discounts and wise use by college students. Thus, it is expected that students can utilize discounts wisely and avoid consumptive behavior. Using a phenomenological study approach, data was collected by conducting interviews with 7 informants with different backgrounds and experiences in using Shopee discounts, where these informants are the younger generation, especially students.

Keywords: E-commerce; Shopee; Student; Big Discount; Phenomenology

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk memahami pengalaman mahasiswa dalam memanfaatkan diskon besar di *e-commerce* melalui pendekatan fenomenologi. Mahasiswa cenderung mengandalkan diskon besar untuk menghemat uang dan mendapatkan produk berkualitas. Namun, perlu diwaspadai agar diskon tidak mendorong perilaku belanja impulsif. Penelitian menyoroti pentingnya transparansi dalam penggunaan diskon besar dan penggunaan yang bijak oleh mahasiswa. Dengan demikian, diharapkan mahasiswa dapat memanfaatkan diskon dengan bijak dan menghindari perilaku konsumtif. Dengan menggunakan pendekatan studi fenomenologi, Data dikumpulkan dengan melakukan wawancara kepada 7 informan dengan latar belakang dan pengalaman berbeda dalam menggunakan diskon *Shopee*, dimana informan tersebut adalah generasi muda khususnya mahasiswa.

Kata Kunci: Perdagangan Elektronik; *Shopee*; Mahasiswa; Diskon Besar; Fenomonologi

1. Pendahuluan

E-commerce telah menjadi metode belanja yang populer di Indonesia, termasuk di kalangan mahasiswa. *E-commerce* sendiri adalah suatu mekanisme perdagangan elektronik yang berfokus pada transaksi bisnis individu/independen dengan menggunakan internet sebagai media yang baik untuk bertukar barang atau jasa. Sekarang ini, banyak sekali toko *online* lain bermunculan yang menawarkan beragam keuntungan serta meningkatnya daya saing tinggi antar *e-commerce* besar di Indonesia untuk memperebutkan peringkat pertama dari berbagai aspek[1]. Hal ini bergantung pada berbagai faktor, termasuk kenyamanan, kecepatan, dan keterjangkauan. Strategi yang umum digunakan untuk menarik pembeli di *e-commerce* adalah dengan menawarkan diskon besar. Diskon besar ini hadir dalam bentuk diskon, cashback, gratis ongkos kirim, dan lainnya. Diskon yang signifikan merupakan daya tarik besar bagi mahasiswa. Sebab, mahasiswa biasanya mempunyai anggaran yang terbatas. Dengan diskon besar, mahasiswa dapat membeli produk yang diinginkannya dengan harga lebih murah. Namun, diskon besar-besaran juga dapat menimbulkan dampak negatif. Misalnya, diskon besar dapat mendorong mahasiswa untuk melakukan pembelian impulsif. Hal ini dapat menyebabkan mahasiswa mengeluarkan uang lebih banyak dari yang seharusnya. Penelitian ini bertujuan untuk memahami pengalaman mahasiswa dalam memanfaatkan diskon besar di *e-commerce*. Penelitian ini menggunakan pendekatan fenomenologi untuk memahami pengalaman mahasiswa dari sudut pandang yang unik.

Perubahan terus terjadi selama bertahun-tahun, baik di bidang pendidikan, hiburan, dan yang tak kalah pentingnya, sektor bisnis. Hal inilah yang menyebabkan tren pemasaran digital dan bisnis *online* terus bermunculan dan terus bermunculan bak jamur sampai saat ini. Kebanyakan masyarakat yang belum pernah berbelanja *online* mengandalkan platform belanja *online* untuk memenuhi kebutuhannya. Pertumbuhan bisnis digital/*online* juga erat kaitannya dengan pembangunan infrastruktur dan penetrasi digital di Indonesia. *E-commerce* telah menjadi cara alternatif bagi banyak masyarakat Indonesia untuk mencari dan membeli produk. Hampir seluruh pengguna internet di Indonesia (tepatnya 88%) pernah membeli produk secara *online*. [2].

Perkembangan teknologi di era globalisasi seperti saat ini membawa banyak perubahan dalam kehidupan seseorang[3]. Salah satunya dalam bidang bisnis dapat dengan mudah memasarkan barang dan jasa yang mereka produksi. Salah satu dampak yang paling terlihat dari perkembangan internet ini adalah lahirnya berbagai situs web *e-commerce* yang menawarkan berbagai macam produk secara *online* sehingga pembeli tidak harus datang langsung ke toko.

Belanja *online* adalah pembelian atau penjualan barang atau jasa, dilakukan melalui Internet untuk menerima atau memesan barang atau jasa, tetapi mengutamakan pembayaran dan pengiriman barang atau jasa tidak perlu dilakukan secara *online*[3]. Saat ini, belanja *online* sudah menjadi kebiasaan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Banyak orang, baik penjual maupun pembeli, mendapatkan keuntungan dari bisnis toko *online*. Karena kemudahan dan kenyamanan bertransaksi, toko *online* menjadi semakin populer. Seorang informan bernama Nadia mengatakan, belanja *online* tidak merepotkan konsumen karena dapat menghemat waktu, tenaga, dan biaya. Selain itu, para informan mengatakan bahwa mereka merasa gaya hidup mereka berubah dengan munculnya situs belanja *online*, gaya hidup mereka selalu mengikuti perkembangan toko *online*, dan mereka selalu membeli sesuatu setiap kali ada barang baru. lakukan itu[4]. Data menunjukkan bahwa ada banyak toko *online* dalam *e-commerce* pada software bisnis *online* salah satunya *Shopee*. *Shopee* merupakan startup Singapura yang hadir di Indonesia sejak Desember 2015. *Shopee* juga hadir dalam format ponsel yang memudahkan pekerjaan penggunanya. Belanja *online*

langsung di handphone tanpa harus melalui gawai kalkulator. *Shopee* juga memudahkan penjual untuk berjualan menyediakan pembeli dengan proses pembayaran yang aman[3].

Pertumbuhan *e-commers* sangat pesat di Indonesia. Pada penelitian ini data menunjukkan banyak sekali toko *online* yang memiliki software bisnis *online* di *e-commerce*, termasuk *Shopee*. Hingga saat ini, *Shopee* telah menjual 74 juta item fashion dari 1,6 juta penjual di seluruh Indonesia. Apa yang ingin dicapai *Shopee* konsisten dengan temuan yang dipublikasikan Snapcart. Laporan bertajuk ``Perilaku Belanja *Online* di Indonesia" menemukan bahwa 65% pengguna *e-commerce* adalah perempuan dan 35% adalah laki-laki. Dari segi usia, 50% Gen Y berusia antara 23 hingga 35 tahun, artinya mereka masih muda. Hingga 31% merupakan generasi Z (15-22 tahun) dan 2% merupakan kelompok usia 15+[5]. Tren gaya hidup di kalangan generasi muda seringkali membutuhkan perubahan yang cepat. Hal ini dapat menimbulkan kecenderungan pembentukan identitas berdasarkan gaya hidup seseorang. Hal-hal yang modern dan kekinian dapat dengan mudah merangsang minat generasi muda. Pasalnya, generasi muda mengejar perkembangan teknologi dan menuntut segala sesuatunya serba instan. Selain itu, generasi muda juga mengikuti perkembangan pesat, termasuk teknologi komunikasi dan menekuni berbagai aspek praktis dalam beraktivitas. Inilah salah satu motif pembelian generasi ini. Peneliti ini menggunakan kualitas fitur dan harga sebagai variabel independen dan keputusan pembelian sebagai variabel dependen. Karena permasalahan di atas, peneliti tertarik pada penelitian yang berjudul “Penggunaan Diskon Besar pada *E-Commerce* Mahasiswa: Sebuah Studi Fenomenologis”.

2. Metode Penelitian

Secara metodologis, penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme. Hal ini dikarenakan penulis ingin melihat dan menjelaskan hasil studi lapangan yang dilakukan mahasiswa mengenai pemanfaatan diskon besar-besaran pada *e-commerce*[6]. Jenis penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif untuk mempelajari dan menganalisis fenomena banyaknya mahasiswa yang memanfaatkan diskon besar-besaran di *e-commerce*. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang menggunakan lingkungan alam dan menggabungkan berbagai metode yang ada untuk menafsirkan fenomena yang terjadi. Penelitian ini menggunakan metode fenomenologi yang mengabaikan asumsi penelitian dan menggunakan pengalaman aktual sebagai data kunci dari data yang dikumpulkan dalam berbagai penelitian, dan peneliti juga ikut serta untuk memperdalam penelitian. Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data wawancara mendalam. Wawancara dilakukan terhadap tujuh orang informan dari kelompok mahasiswa yang menggunakan kupon diskon berbelanja di *Shopee*. Pengumpulan data dimulai dengan perumusan pertanyaan penelitian, pemilihan metode wawancara yang akan dilakukan, dan proses pengumpulan dan transkripsi data. Penulis melakukan wawancara dengan menggunakan dua metode yaitu wawancara langsung dan wawancara tidak langsung (*online*) yang dilakukan dalam waktu satu minggu. Penelitian ini menggunakan triangulasi sumber sebagai teknik untuk menjamin keabsahan data dengan membandingkan informasi yang dikumpulkan dari berbagai sumber. Informasi ini kemudian dipertimbangkan, kesimpulan diambil, dan temuan penelitian diberikan.

Tabel 1. Data Informan mengenai Pemanfaatan Diskon Besar

No	Narasumber	Data Informan
1	AD	mahasiswa semester 3, pengguna kupon diskon aplikasi <i>Shopee</i> tahun 2019
2	NA	mahasiswa semester 1, pengguna kupon diskon aplikasi <i>Shopee</i> tahun 2019
3	AC	mahasiswa semester 1 pengguna kupon diskon aplikasi <i>Shopee</i> tahun 2021
4	FI	mahasiswa semester 3, pengguna kupon diskon aplikasi <i>Shopee</i> mulai tahun 2019
5	YS	mahasiswa semester 1, pengguna kupon diskon aplikasi <i>Shopee</i> sejak tahun 2019
6	AN	mahasiswa semester 9, pengguna kupon diskon aplikasi <i>Shopee</i> sejak tahun 2019
7	AE	mahasiswa semester 3 dan pengguna voucher <i>Shopee</i> aplikasi sejak tahun 2022

3. Hasil dan Pembahasan

Dalam penelitian ini kami memilih sebagai informan mahasiswa yang memenuhi kriteria yang telah ditentukan dan dapat memberikan jawaban yang sesuai dengan rumusan masalah penelitian ini karena sering berbelanja melalui aplikasi *Shopee*. Belanja melalui aplikasi *Shopee* memiliki beberapa diskon, sehingga mereka terpacu untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan yang didapat setelah berbelanja melalui aplikasi *Shopee*.

Belanja *online* melalui aplikasi *Shopee* merupakan gaya hidup dan budaya yang digemari banyak orang di Indonesia. Dengan berkembangnya internet, sebagian besar aktivitas kini dapat dilakukan dengan lebih cepat. Belanja jadi lebih praktis. Konsumen cukup memesan, menukarnya, dan produk diantar ke rumahnya. Karena *Shopee* tidak memiliki biaya operasional yang tinggi, tidak jarang produk di *Shopee* dibanderol dengan harga lebih murah dibandingkan di toko offline dan pasar tradisional. Budaya populer belanja *online* mengagungkan konsumsi, keuntungan, dan kepentingan pasar sambil mendukung komersialisme dan menolak tantangan intelektual. Dengan adanya perubahan perekonomian dan globalisasi melalui media baru seperti media sosial, perilaku pembelian masyarakat pun ikut berubah sehingga menyebabkan mereka membeli barang-barang yang tidak sesuai dengan kebutuhan sebenarnya. Akibat gaya hidup digital belanja *online* dan teknologi finansial, penulis mengamati bahwa belanja melalui aplikasi *Shopee* telah menjadi bagian dari aktivitas media dan teknologi sebagai perpanjangan tangan manusia. Masyarakat tidak perlu lagi membeli produk di toko atau pergi ke pasar. Cukup gerakkan jari Anda untuk membeli item di layar[7].

Berdasarkan wawancara di lapangan, seluruh informan menyatakan bahwa mereka pernah melakukan transaksi belanja di *Shopee*. Belanja *online* merupakan aktivitas yang mereka sukai, dan terdapat beberapa temuan bagaimana mahasiswa mendapatkan manfaat dari diskon besar-besaran di *Shopee*. Artinya mahasiswa merupakan salah satu kelompok yang menikmati diskon signifikan di *e-commerce*. Sebab, mahasiswa biasanya mempunyai anggaran yang terbatas.

Dengan diskon besar-besaran, Anda bisa mendapatkan produk yang Anda inginkan dengan harga lebih murah. Mahasiswa mendapatkan keuntungan dari diskon besar karena berbagai alasan, termasuk menghemat uang, mendapatkan produk dengan harga lebih murah, dan mendapatkan produk berkualitas. Mahasiswa umumnya suka berhemat dengan memanfaatkan diskon besar. Kupon diskon besar menjadi daya tarik besar bagi mahasiswa. Hal itu dikarenakan kupon diskon yang berkualitas dapat memberikan manfaat besar bagi mahasiswa, antara lain: B. Untuk menghemat uang. Dengan berhemat, biasanya mahasiswa dapat memanfaatkan diskon anggaran yang terbatas untuk menurunkan harga produk yang diinginkannya, dan pada akhirnya bisa mendapatkan produk yang bagus dan berkualitas. Hasil yang ditemukan tersebut berdasarkan wawancara dengan para informan yang memiliki motif tersendiri yang mendorong mereka untuk memanfaatkan diskon besar-besaran di aplikasi *Shopee*.

Kami menjamin harga terendah dibandingkan dengan penyedia *e-commerce* lainnya. Artinya, pengguna *Shopee* tidak perlu berpikir dua kali untuk berbisnis dengan *Shopee*. Strategi yang dikembangkan *Shopee* dengan menjalankan kampanye “Jaminan Harga Terbaik, Uang Kembali 2x” menjadikan perusahaan ini lebih menarik dibandingkan kompetitor lainnya. Tidak semua pesaing berani memilih strategi berbiaya rendah karena keuntungannya rendah[8]. Kupon diskon yang signifikan memang menjadi daya tarik yang kuat bagi mahasiswa. Pasalnya, kupon diskon yang bernilai tinggi dapat memberikan manfaat yang besar bagi mahasiswa, antara lain: Menghemat uang: mahasiswa biasanya memiliki anggaran terbatas, jadi kupon diskon besar dapat membantu Anda menghemat uang. Harga Lebih Rendah: Diskon besar dapat menurunkan harga produk yang Anda inginkan. Namun, beberapa mahasiswa percaya bahwa kupon diskon yang besar dapat mendorong perilaku belanja. Pengaruh penggunaan kupon diskon: mahasiswa lebih sering berbelanja *online* karena tersedianya kupon diskon yang bernilai tinggi. Bagi mahasiswa, hal ini karena mereka merasa bisa mendapatkan apa yang mereka inginkan dengan harga yang lebih murah. Berikut pendapat menurut 7 narasumber tentang perilaku belanja mereka terhadap voucher diskon besar.

Penelitian fenomenologis dapat membantu menggali lebih dalam motivasi-motivasi ini dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan terperinci kepada mahasiswa. Studi ini memberikan wawasan berharga mengenai perilaku belanja *online* mahasiswa dalam konteks *e-commerce* dengan memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang apa motivasi mereka dalam menggunakan voucher diskon *Shopee* ini. Temuan yang diperoleh antara lain gambaran umum informan yang merupakan mahasiswa yang menggunakan kupon diskon bernilai tinggi di aplikasi *Shopee*. Para informan memiliki motif bahwa dengan menggunakan diskon besar pada aplikasi *Shopee* disebabkan karena mereka menginginkan barang yang berkualitas dengan harga yang murah, akan tetapi membuat seseorang memiliki sifat konsumtif yang disebabkan dengan kemurahan harga sehingga meskipun barang tidak begitu dibutuhkan akan tetap dibeli karena harga yang murah.

Dari pernyataan di atas dapat disimpulkan bahwa mahasiswa mewakili kelompok pengguna kupon diskon bernilai tinggi di *e-commerce*. Sebab, Mahasiswa biasanya mempunyai anggaran yang terbatas. Dengan diskon besar-besaran, Anda bisa mendapatkan produk yang Anda inginkan dengan harga lebih murah. Berdasarkan tanggapan informan, muncul beberapa tema. Dasar-dasar penggunaan kupon diskon: Pelajar menggunakan kupon diskon dalam jumlah besar untuk menghemat uang, mendapatkan produk dengan harga murah, dan mendapatkan produk berkualitas tinggi. Pengalaman menangani kupon diskon: Mahasiswa merasa hemat dan puas dengan menggunakan kupon diskon yang besar. Diskon mempengaruhi keputusan dalam membeli. dengan demikian dapat membuktikan bahwa semakin besar keputusannya, akan semakin efektif dalam penentuan diskon. Jadi, Sangat penting untuk melaksanakan rencana tersebut dengan meningkatkan jumlah diskon secara teratur akan bisa menjadikan pengguna lebih tertarik untuk melakukan pembelian melalui *Shopee*[9].

Dalam beberapa kasus, Anda mungkin dapat membeli produk bagus dan berkualitas tinggi dengan harga diskon yang signifikan. Namun, pelajar harus mewaspadai kupon diskon yang mahal agar tidak terjerumus ke dalam perilaku konsumen. Berikut beberapa tip tentang cara memanfaatkan kupon diskon menarik untuk pelajar. Pertama, sebelum Anda berbelanja *online*, buatlah daftar kebutuhan Anda. Bagaimana menghindari pembelian impulsif. Yang kedua adalah membandingkan harga produk dan membandingkan harga sebelum membeli. Ini akan membantu Anda mendapatkan harga terbaik. Ketiga, gunakan kupon diskon dengan bijak. Jangan gunakan kupon diskon untuk membeli barang yang tidak Anda perlukan. Dengan mengikuti tip berikut, Anda bisa mendapatkan keuntungan dari kupon diskon besar dan menghindari pengeluaran yang tidak perlu. Faktor-faktor yang memotivasi orang untuk memanfaatkan diskon besar di e-commerce meliputi:

- a. Kenyamanan: *E-commers* menawarkan kemudahan berbelanja seperti penggunaan kupon diskon. Siswa dapat dengan mudah menemukan dan menggunakan kupon diskon yang tersedia.

Menanggapi pernyataan tersebut, peneliti melakukan wawancara dengan beberapa informan. Seperti yang diungkapkan oleh YS sebagai berikut:

“Karena Shopee memiliki beberapa macam diskon yang sangat berguna untuk saya, tidak hanya diskon tetapi barang yang ada di aplikasi Shopee tergolong lengkap dan aplikasi Shopee lebih mudah dan praktis dibandingkan aplikasi lain yang sedikit rumit dari segi tata letak dan desain.”

Kemudian FI juga menyatakan bahwa:

“yang mendorong saya memanfaatkan promosi ini adalah untuk mendapat harga murah namun mendapat barang yang bagus dan berkualitas, dan dapat gratis ongkos kirim kepada pelanggan dengan kita membeli barang tertentu.”

Dari hasil pemaparan wawancara yang dilakukan penulis dapat kita tarik kesimpulan bahwa informan lebih memilih berbelanja di *Shopee* dibandingkan di pasar atau toko tradisional karena *Shopee* menyediakan banyak promo dan diskon yang menggiurkan. Selain itu, *Shopee* juga menyediakan produk yang lengkap dengan harga yang lebih murah dibandingkan dengan pasar dan toko tradisional, serta lebih praktis dibandingkan aplikasi lain. Jadi disamping harga yang murah, menawarkan banyak promo dan diskon, kemudahan dalam pembayaran sehingga para informan lebih memilih aplikasi *Shopee* dalam berbelanja. Hal ini diperkuat oleh observasi penulis bahwa *Shopee* banyak memberikan promo-promo menarik yang disesuaikan dengan waktu dan barang yang dipromosikan, seperti 2.2 Men Sale, 3.3 Fashion Sale hingga 11.11 Big Sale dan Promo Rutin Tanggal Cantik[7].

- b. Program loyalitas: Program loyalitas yang menawarkan poin atau hadiah ekstra untuk setiap pembelian dengan potongan harga besar juga dapat membantu memotivasi mahasiswa untuk terus melakukan pembelian.

Tanggapan informan terhadap pernyataan tersebut di atas, antara lain diungkapkan oleh AE sebagai berikut:

“Dengan adanya vouvher badai Shopee sangat meringankan bagi kita kaum kantong mahasiswa yang berkeinginan memiliki barang bagus namun dengan harga terjangkau, serta akan dapat banyak diskon dan cashback yang mungkin jika berbelanja di offline store belum tentu didapatkan.”

Selanjutnya AC menyatakan:

“Karena dengan menggunakan voucher ini kita akan dapat potongan harga, sehingga barang yang kita inginkan jadi lebih murah dan hemat, yang membuat kita mendapatkan lebih banyak diskon dari promo jika sering menggunakan voucher yang telah disediakan.”

Dari hasil wawancara di atas, mengenai program loyalitas dari aplikasi *Shopee*, dapat disimpulkan bahwa para informan merasa bahwa program ini cukup loyalitas dalam memberikan diskon besar bagi para penggunanya, sehingga dengan sering menggunakan diskon yang ada maka akan semakin banyak pula diskon dan voucher yang akan didapatkan dan memutuskan untuk lebih memilih memesan produk diaplikasi *Shopee*.

Belanja *online* telah menjadi metode belanja yang populer di Indonesia, termasuk di kalangan mahasiswa. Hal ini didorong oleh beberapa faktor seperti kenyamanan, kecepatan, dan keterjangkauan. Strategi yang umum digunakan dalam *e-commerce* untuk menarik pembeli adalah dengan menawarkan diskon besar. Diskon besar ini datang dalam bentuk diskon, refund, atau gratis ongkos kirim. Diskon besar-besaran bisa menjadi daya tarik tersendiri bagi mahasiswa. Sebab, mahasiswa biasanya mempunyai anggaran yang terbatas. Dengan diskon besar, pelajar dapat membeli produk yang diinginkannya dengan harga lebih murah. Namun, diskon besar-besaran juga dapat menimbulkan dampak negatif. Misalnya, diskon besar dapat mendorong mahasiswa untuk melakukan pembelian impulsif. Hal ini dapat menyebabkan mahasiswa mengeluarkan uang lebih banyak dari yang seharusnya.

Mahasiswa merupakan kelompok yang menikmati diskon signifikan dalam *e-commerce*. Sebab, mahasiswa biasanya mempunyai anggaran yang terbatas. Dengan diskon besar-besaran, anda bisa mendapatkan produk yang anda inginkan dengan harga lebih murah. Mahasiswa mendapat manfaat dari diskon besar karena berbagai alasan. Artinya menghemat uang, mendapatkan produk dengan harga lebih murah, dan mendapatkan produk berkualitas. Mahasiswa biasanya senang dan menghemat uang dengan diskon besar. Namun, beberapa mahasiswa percaya bahwa diskon besar-besaran dapat mendorong perilaku belanja. Kupon diskon yang besar dapat mendorong mahasiswa untuk lebih sering berbelanja *online*. Bagi mahasiswa, hal ini karena mereka merasa bisa mendapatkan apa yang mereka inginkan dengan harga yang lebih murah. Hal tersebut dapat dilihat dari para konsumen yang menggunakan *e-commerce Shopee* untuk melakukan transaksi secara *online*[10].

Dasar-dasar penggunaan kupon diskon membuat mahasiswa menggunakan kupon diskon dalam jumlah besar untuk menghemat uang, mendapatkan produk dengan harga murah, dan mendapatkan produk berkualitas tinggi. Pengalaman menangani kupon diskon membantu mahasiswa agar merasa hemat dan puas dengan menggunakan kupon diskon yang mahal. Namun, beberapa mahasiswa percaya bahwa kupon diskon yang besar dapat mendorong perilaku belanja.

Efek kupon diskon dengan harga tinggi memiliki daya tarik yang kuat bagi pelajar. Pasalnya, kupon diskon yang bernilai tinggi memiliki manfaat yang besar bagi mahasiswa, antara lain: Menghemat uang: Mahasiswa biasanya memiliki anggaran terbatas, sehingga kupon diskon bernilai tinggi dapat membantu Anda menghemat uang. Diskon besar-besaran menurunkan harga secara signifikan, sehingga mahasiswa dapat membeli barang yang mereka inginkan dengan harga lebih murah. Harga Lebih Murah: Diskon besar dapat berarti harga lebih rendah untuk produk yang Anda inginkan. Ini merupakan daya tarik besar bagi mahasiswa dengan anggaran terbatas. Produk bagus dan berkualitas tinggi: Terkadang Anda bisa mendapatkan produk bagus dan berkualitas tinggi dengan diskon besar. Hal ini menarik bagi mahasiswa yang ingin mendapatkan produk berkualitas baik dengan harga lebih murah. Namun, pelajar sebaiknya menggunakan kupon diskon mahal dengan bijak agar tidak terjerumus ke dalam konsumerisme. Berikut beberapa tip bagi mahasiswa untuk memanfaatkan kupon diskon besar. Pertama, buatlah daftar kebutuhan Anda. Sebelum berbelanja *online*, buatlah daftar kebutuhan Anda terlebih dahulu. Ini akan membantu Anda menghindari pembelian impulsif. Selanjutnya, bandingkan harga. Bandingkan harga produk sebelum membeli. Ini akan membantu Anda mendapatkan harga terbaik. Gunakan kupon diskon dengan bijak: Jangan gunakan kupon diskon untuk membeli barang-barang yang tidak dibutuhkan.

Dengan mengikuti tips-tips tersebut, Anda dapat memanfaatkan voucher diskon besar secara bijak dan menghindari perilaku konsumtif. Berdasarkan hasil penelitian, berikut adalah beberapa rekomendasi untuk *e-commerce* dan mahasiswa:

- a. Pertama bagi *E-commerce*: dapat meningkatkan transparansi tentang syarat dan ketentuan penggunaan voucher diskon besar. Hal ini dapat membantu mahasiswa untuk membuat keputusan yang lebih bijak dalam memanfaatkan voucher diskon besar.
- b. Kedua tentang mahasiswa: Mahasiswa perlu bijak dalam memanfaatkan voucher diskon besar. Mahasiswa perlu membuat daftar kebutuhan sebelum berbelanja *online*. Selain itu, mahasiswa juga perlu membandingkan harga barang sebelum melakukan pembelian. Dengan mengikuti rekomendasi tersebut, diharapkan mahasiswa dapat memanfaatkan voucher diskon besar secara bijak dan menghindari perilaku konsumtif.

Pengaruh *e-commerce* dalam kehidupan sehari-hari menjadi semakin signifikan, terutama di bidang-bidang berikut:

Mahasiswa seringkali memiliki anggaran yang terbatas. *E-commerce* menawarkan berbagai penawaran diskon yang menarik perhatian mahasiswa, memengaruhi keputusan pembelian, dan membentuk perilaku belanja *online* mereka. Dalam konteks ini, penelitian fenomenologi memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang bagaimana mahasiswa menghadapi dan menyikapi fenomena tersebut. Karena informan dalam penelitian ini adalah pelajar, kemungkinan besar mereka berasal dari kelompok umur dan latar belakang pendidikan yang berbeda. Profil demografi informan meliputi usia, jenis kelamin, bidang studi, dan tahun studi. Informan mempunyai pengalaman berbelanja *online* khususnya dengan aplikasi *Shopee*. Seberapa banyak pengalaman yang Anda miliki dengan belanja *online* merupakan faktor penting dalam memahami kupon diskon. Gambaran umum para informan dalam penelitian ini memberikan latar belakang yang diperlukan untuk memahami pengalaman mereka menggunakan kupon diskon bernilai tinggi di aplikasi *Shopee*. Dengan memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai profil, motivasi, pengalaman emosional, dan perspektif mahasiswa, penelitian ini dapat memberikan wawasan yang lebih akurat mengenai perilaku belanja *online* mahasiswa dalam konteks *e-commerce* modern. Data ini membantu perusahaan dan peneliti *e-commerce* memahami cara menargetkan dan memenuhi kebutuhan pelanggan secara lebih efektif dengan penawaran diskon besar. Penggunaan diskon besar dalam *e-commerce* untuk mahasiswa: Penelitian fenomenologis memiliki kelebihan dan kekurangan, namun kelebihanannya adalah: Peningkatan kepuasan: Mahasiswa biasanya puas dengan penggunaan kupon diskon besar, rasakan sensasinya dan hemat uang. Ini akan meningkatkan kepuasan belanja *online* Anda. Tingkatkan frekuensi pembelian: Kupon diskon besar mendorong mahasiswa untuk lebih sering berbelanja *online*. Bagi Mahasiswa, hal ini karena mereka merasa bisa mendapatkan apa yang mereka inginkan dengan harga yang lebih murah.

Kekurangan dari pemanfaatan diskon besar dalam *e-commerce* bagi mahasiswa: studi fenomenologi adalah Meningkatkan perilaku konsumtif Diskon besar dapat mendorong mahasiswa untuk melakukan pembelian impulsif. Hal ini dapat menyebabkan mahasiswa menghabiskan uang lebih banyak daripada yang seharusnya. Menyebabkan ketagihan: Diskon besar dapat menyebabkan mahasiswa menjadi ketagihan berbelanja *online*. Hal ini dapat berdampak negatif bagi keuangan dan kesehatan mental mahasiswa. Meningkatkan persaingan: Diskon besar dapat meningkatkan persaingan antara *e-commerce*. Hal ini dapat menyebabkan *e-commerce* menurunkan kualitas produk dan layanan mereka.

Berikut beberapa tips untuk membantu Anda memanfaatkan diskon besar: Pertama, buatlah daftar kebutuhan Anda: Sebelum berbelanja *online*, buatlah daftar kebutuhan Anda terlebih dahulu. Ini akan membantu Anda menghindari pembelian impulsif. Kedua, bandingkan harga. Bandingkan harga produk sebelum membeli. Ini akan membantu Anda mendapatkan harga terbaik. Ketiga: Gunakan voucher diskon dengan bijak: Jangan gunakan voucher diskon untuk membeli barang yang tidak diperlukan. Mahasiswa umumnya puas dan dapat menghemat uang dengan memanfaatkan kupon diskon bernilai tinggi. Mereka percaya bahwa dengan kupon diskon yang besar, mereka bisa mendapatkan produk yang mereka inginkan dengan harga lebih murah, namun beberapa mahasiswa juga percaya bahwa kupon diskon yang besar mendorong perilaku belanja.

Mereka merasa penggunaan kupon diskon yang mahal dapat memaksa mereka membeli barang yang tidak diperlukan.

4. Kesimpulan

Perkembangan dunia Internet telah memungkinkan untuk melakukan sebagian besar tugas dengan lebih cepat. Berbelanja menjadi lebih nyaman karena Anda cukup memesan melalui aplikasi *Shopee* dan diantar langsung ke rumah Anda. *Shopee* juga memudahkan penjual dalam berjualan dengan menyediakan proses pembayaran yang aman bagi pembeli. Belanja *online* telah menjadi metode belanja yang populer di Indonesia, termasuk di kalangan mahasiswa. Efek kupon diskon bernilai tinggi sangat menarik bagi pelajar. Dengan kupon diskon, pelajar dapat menghemat uang dengan menggunakan kupon diskon dalam jumlah besar. Berdasarkan hasil wawancara yang kami lakukan, terdapat tujuh informan yang menyatakan bahwa mereka memilih berbelanja di *Shopee* dibandingkan dengan marketplace dan toko tradisional karena *Shopee* menawarkan produk yang lengkap dan diskon kupon. Dalam konteks ini, penelitian fenomenologi memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang bagaimana siswa mengatasi fenomena tersebut. Mungkin mereka berasal dari kelompok umur dan latar belakang pendidikan yang berbeda.

Pelajar umumnya suka berhemat dengan memanfaatkan diskon besar. Hasil yang diperoleh berdasarkan wawancara dengan informan yang mempunyai motivasi tersendiri dalam mendorong penggunaan diskon besar-besaran pada aplikasi *Shopee*. Diskon yang signifikan membantu meringankan beban keuangan mahasiswa.

Mahasiswa yang mendapat diskon besar mungkin bisa lebih fokus pada penelitian dan pengembangan teori di bidang fenomenologi. Hal ini dapat menghasilkan penelitian yang lebih berkualitas dan kemajuan dalam pemahaman Mahasiswa tentang fenomenologi. Diskon pelajar yang signifikan dapat mendorong lebih banyak orang untuk mendaftar pada kursus fenomenologi dan bidang studi lainnya. Hal ini dapat membantu meningkatkan partisipasi dalam pendidikan tinggi dan meningkatkan kesadaran dan pemahaman tentang fenomenologi. Namun, penting untuk diingat bahwa memanfaatkan diskon yang signifikan juga harus diimbangi dengan kebutuhan finansial lembaga yang menawarkan program fenomenologi. Diskon yang terlalu besar dapat mempengaruhi keberlangsungan program. Kesimpulan ini memberikan wawasan tentang manfaat dan pertimbangan penting ketika mempertimbangkan menawarkan diskon yang signifikan kepada mahasiswa yang memilih untuk belajar fenomenologi.

Daftar Pustaka

- [1] N. E. Helwig, S. Hong, and E. T. Hsiao-wecksler, “No 主観的健康感を中心とした在宅高齢者における 健康関連指標に関する共分散構造分析Title,” pp. 233–242.
- [2] Dameria et al., “Pemanfaatan Platform E-Commerce Melalui Marketplace Sebagai Upaya Peningkatan Penjualan,” *SKYLANDSEA Prof. J. Ekon. Bisnis dan Teknol.*, vol. 2, no. 2, pp. 16–21, 2022, [Online]. Available: <https://jurnal.yappsu.org/index.php/skylandsea/article/view/85>
- [3] A. I. Yulianti, N. R. Maharani, and Yusmaneti, “Pengaruh Harga dan Kualitas Fitur *Shopee* Live Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen *Shopee*,” *J. Bisnis Manaj. dan Akunt.*, vol. 3, no. 1, pp. 6–13, 2023.
- [4] H. Jazilah and S. Azizah, “*Online* Shop dan Tren Gaya Hidup Shopaholic dikalangan Mahasiswi,” *Sociol. Islam*, vol. 1, no. 2, pp. 66–85, 2021, [Online]. Available: <http://jurnalfisip.uinsby.ac.id/index.php/JSI%0AOnline>
- [5] J. Hermawan, M. A. Wafa, and S. Shadiqien, “Dampak Media *Online Shopee* Terhadap Perilaku Konsumtif Karyawan PT. Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten, Tbk Cabang Banjarmasin,” *Ilmu Komun.*, pp. 1–10, 2020.
- [6] D. Hidayati and P. Sukardani, “PERILAKU KONSUMTIF MASYARAKAT URBAN DALAM FENOMENA JASTIP (Studi Fenomenologi Pelanggan Perempuan Pada Layanan Jasa Titip Produk Fast Fashion),” vol. 7, no. 2, pp. 203–211, 2023.
- [7] Y. Aprianto, S. Narti, and V. Octaviani, “The Phenomenon of *Online* Shopping Behavior on the *Shopee* Application During a Pandemic,” *J. ISO J. Ilmu Sos. Polit. dan Hum.*, vol. 2, no. 2, pp. 217–226, 2022, doi: 10.53697/iso.v2i2.1033.
- [8] A. Fatyandri, J. Tan, P. Surya Sri Rahayu, A. Fahira, and C. Aj Reqha, “Analysis Industry Rivalry and Competition : Analisis Persaingan Kompetitif Perusahaan E-Commerce *Shopee* Dengan Menggunakan Metode Porter’S Five Forces,” *J. EK&BI*, vol. 6, pp. 2620–7443, 2023, doi: 10.37600/ekbi.v6i1.804.
- [9] N. E. Helwig, S. Hong, and E. T. Hsiao-wecksler, “No 主観的健康感を中心とした在宅高齢者における 健康関連指標に関する共分散構造分析Title”.
- [10] L. D. Lestari and R. Dwijayanti, “Pengaruh Fenomena Harbolnas (Hari Belanja *Online* Nasional) Pada E-Commerce *Shopee* Melalui Diskon Dan Kemudahan Bertransaksi Terhadap Keputusan Pembelian,” *J. Pendidik. Tata Niaga*, vol. 10, no. 1, pp. 1482–1491, 2022, doi: 10.26740/jptn.v10n1.p1482-1491.