

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah Penelitian

Seiring dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang makin canggih aktivitas manusia tidak lagi terhalang oleh jarak lantaran kehadiran internet, terciptanya berbagai inovasi yang berkaitan dengan internet memberi kemudahan pada kegiatan manusia pada kehidupan sehari-hari, sehingga individu makin tertarik pada memanfaatkannya (Purnamawati & Nugraha, 2021) seperti berkomunikasi dengan cepat, memudahkan berbelanja, berjualan, memberi wawasan dan pengetahuan pada memperoleh informasi, dan lebih mudah memperoleh hiburan (Putri & Andarini, 2022). Sudut pandang databoks.katadata.co.id, (2022) Perkembangan pengguna internet di Indonesia sangatlah tinggi, yakni terdapat 204,7 pengguna per Januari 2022 dari 277,7 juta jiwa penduduk Indonesia. Jika dibandingkan dengan total pengguna internet tahun 2018, saat ini mengalami kenaikan sebesar 54,24%.

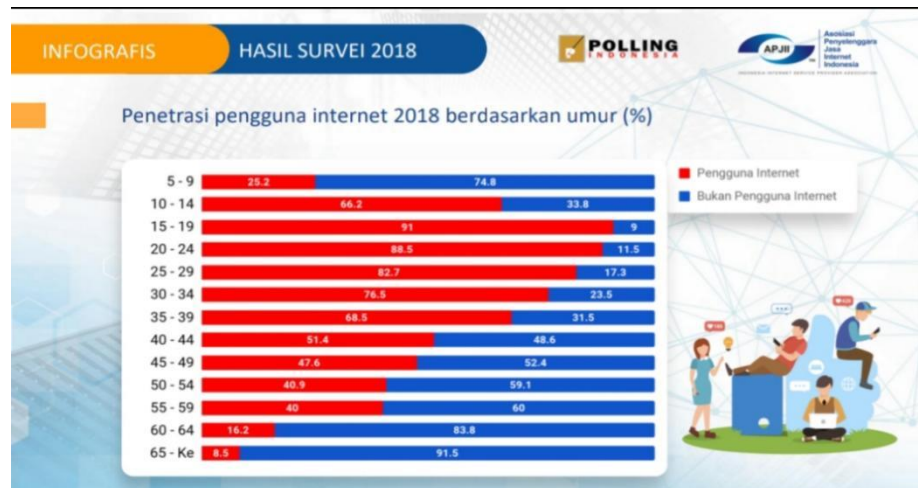


Gambar 1 1 total Pengguna Internet di Indonesia 2018-2022

(Sumber : databoks.katadata.co.id, 2022)

Pengguna internet terbanyak didominasi dari kalangan generasi muda. Didasarkan hasil riset dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet

Indonesia, penetrasi pengguna internet usia 15-19 tahun sebesar 91%, disusul dengan usia 20-24 tahun dengan besar presentasi 88,8% (Kemenko, 2021).



Gambar 1 2 Penetrasi Pengguna Internet 2018 Didasarkan usia (%)
(Sumber : Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, 2018)

memperhatikan tingginya angka pengguna dari usia muda / remaja sudah melek terhadap perkembangan teknologi informasi dan komunikasi. Sudut pandang Hanifah, (2021) rentan usia 15 – 24 tahun yakni usia yang produktif, waktu terjadinya transisi dari masa anak dan masa dewasa yang mempengaruhi perubahan biologis, kognitif dan sosial emosional, sehingga remaja lebih mudah untuk menerima perubahan zaman seperti saat ini.

Perkembangan teknologi dan komunikasi sudah menghadirkan inovasi baru yaitu *Financial Technology (Fintech)*. *Fintech* didefinisikan untuk penggabungan antara teknologi informasi dengan jasa keuangan yang memberi layanan melalui kecanggihan teknologi serta penggunaan bisnis dengan variasi baru yang berdampak pada keseimbangan keuangan,

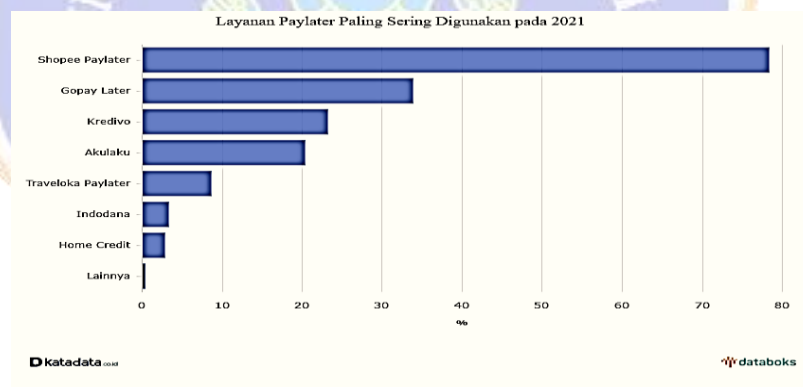
kelancaran sistem yang lebih aman melalui sistem pembayaran yang andal (Prasetya & Purnamawati, 2020). Salah satu jenis *fintech* yang sedang berkembang saat ini yaitu *Peer To Peer Lending (P2P Lending)* yang yakni penghubung antara pemberi pinjaman dengan peminjam.

Didasarkan data yang didapati dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK) Perseroan *fintech lending* yang terdaftar sebanyak 106 penyelenggara *finTech lending* sudah mempunyai izin. Pinjaman online seperti ini sudah mengantongi dasar Layanan Pinjam Meminjam Uang Berbasis Teknologi Informasi yaitu dikeluarkan oleh OJK Nomor 77/POJK01/2016. Akumulasi penyaluran pinjaman berdasar pada data *fintech lending* tahun 2020 mengalami kenaikan seiring dengan banyaknya masyarakat memakai jasa pinjaman *online* yaitu per Maret mencapai Rp. 102,53 triliun dari tahun sebelumnya. Pencapaian tersebut menunjukkan bahwasannya adanya respon positif dari masyarakat terhadap adanya inovasi *fintech*. Hal tersebut akan berdampak terhadap inklusi perekonomian Indonesia.

Perkembangan *FinTech* yang makin pesat di Indonesia, mengubah sistem pembayaran hanya dengan memakai *smartphone*. Inovasi *fintech* yang menarik yaitu sebuah sistem bayar nanti yang disebut dengan *PayLater* (Praktika et al., 2021). *PayLater* yakni layanan pinjaman online tanpa kartu kredit yang memberi kesempatan pada konsumen untuk membayar transaksi dikemudian hari secara kredit dengan layanan *full digital* (Canestren et al., 2021), namun bunga dan limit yang disediakan sama dengan pengajuan cicilan dengan kartu kredit seperti pada umumnya. Dengan layanan pinjaman *online* persyaratan yang diberikan sangatlah

mudah serta dilaksanakan secara *online*, kemudahan ini lah yang jadi “kartu kredit” bagi remaja yang belum mempunyai pekerjaan dan slip gaji (Sihombing et al., 2019).

Fitur *Paylater* hanya bisa dipakai pada aplikasi yang menyediakan fitur tersebut, yaitu *Shopee* yang yakni salah satu penyedia fitur *PayLater* untuk platform jual beli *online* hanya dengan melalui *smartphone*. Perseroan ini didirikan pada tahun 2015 dibawah naungan SEA Grup yang berdiri pada tahun 2009. Didasarkan data yang dirilis dari databoks.katadata.co.id didapati hasil survei dari DailySocial.id, konsumen tertinggi yang memakai fitur bayar nanti / *paylater* yaitu pengguna layanan *Shopee*.



Gambar 1 3 Layanan PayLater Paling Sering dipakai pada tahun 2021
Sumber : (databoks.katadata.co.id, 12 Januari 2021)

Paylater / fitur bayar nanti kini jadi *trend* yang makin menarik perhatian para ramaja, dari data yang didapati databoks.katadata.co.id, presentase pada *platform shopee* mencapai 78,4%. Disusul oleh pengguna *gopay later* pada urutan kedua yang peminatnya sangat banyak yaitu sebesar

33,8%. Kemudian, pengguna layanan fitur *paylater* di kredivo sebanyak 23,2%. Selanjutnya, sebesar 20,4% pengguna yang memakai layanan fitur *paylater* di akulaku. Dan sebesar 8,6% pengguna *paylater* memakai layanan Traveloka *paylater*. Sisanya memakai layanan fitur *paylater* lainnya.

Paylater yakni metode baru *shopee* yang diluncurkan pertama kali awal tahun 2019. Tidak hanya menawarkan metode *Paylater* saja, namun *shopee* juga menyediakan berbagai macam metode pembayaran, Melalui metode *PayLater*, pengguna aktif *shopee* memperoleh kemudahan berbelanja mulai dari pinjaman dengan bunga yang minim. Pengguna *shopee* terpilih yang sudah memakai metode *SPaylater* bisa membeli sebuah produk dengan metode pembayaran secara kredit disesuaikan dengan periode pembayaran yang sudah ditetapkan. Namun, dengan kemudahan penggunaan akan memicu timbulnya keinginan yang tinggi untuk selalu berbelanja tanpa adanya pertimbangan / bisa menimbulkan perilaku konsumtif bagi penggunanya.

Perilaku konsumtif yakni perilaku seseorang yang ingin membeli produk Didasarkan keinginan secara berlebihan bukan Didasarkan apa yang sedang dibutuhkan, keinginan yang semata-mata demi kesenangan saja sehingga menimbulkan perilaku boros pada seseorang (Sihombing et al., 2019). Perilaku ini timbul lantaran adanya keinginan yang berlebihan dan hanya berfokus pada kesenangan untuk memenuhi kepuasan saja pada mengkonsumsi sesuatu, sehingga mengorbankan segala sesuatu yang lebih dibutuhkan. Dengan adanya perilaku konsumtif yang timbul pada seseorang bisa dengan cepat membentuk jati diri seseorang, terutama pada individu

dengan rentan usia 14-24 tahun yang saat ini dengan cepat menyerap perkembangan *trend* yang sedang berkembang (Hidayat, dkk, 2019). Adapun dampak yang ditimbulkan dari perilaku konsumtif diantaranya, yaitu memupuk sifat seseorang untuk memenuhi gaya hidup konsumerisme pada membeli barang yang bisa memenuhi kesenangan, harga diri dan membawa kebahagiaan (Oktafia Mustika Rani, 2020; Saputra & Listyani, 2017).

Riset ini memakai Kab. Buleleng untuk tempat Riset lataran Kab. Buleleng yakni daerah terluas dengan total penduduk terbanyak, yaitu 687,200 ribu jiwa / sebanyak 18,34% dari total total penduduk bali Didasarkan hasil sensus penduduk tahun 2020 (Badan Pusat Statistik, 2020) yang tersebar di 9 kecamatan baik dari total penduduk asli ataupun pendatang. Walaupun secara geografis letak Kab. Buleleng mempunyai wilayah perkotaan yang sempit dibandingkan dengan pedesaan, namun dengan kemajuan teknologi dan informasi saat ini internet sudah bisa diakses hingga ke pelosok desa, hal tersebut menghapus adanya kesenjangan antara masyarakat Kab. Buleleng yang tinggal di kota dengan masyarakat dari pelosok desa. Didasarkan hasil sensus tersebut analisis berasumsi bahwasannya Kab. Buleleng berpotensi tinggi terhadap penggunaan *fintech*.

Didasarkan hasil survei / observasi awal yang dilaksanakan oleh analisis pada bulan Maret 2022 sejumlah 47 responden yang mengisi, sebanyak 29 responden / sebesar 62,7% pengguna *fintech* di Kab. Buleleng didominasi oleh kalangan remaja dengan rentangan usia 15-24 tahun, terutama remaja yang berstatus untuk pelajar SMP, SMA dan mahasiswa/i

mempunyai derajat konsumsi yang tinggi, hal ini bisa membentuk kekuatan pasar yang berpotensi pada pembayaran berbasis teknologi (Hanifah, 2021). Hal tersebut jadi salah satu alasan analisis memakai remaja diKab. Buleleng untuk populasi pada Riset ini, serupa dengan hasil survei yang dilaksanakan oleh jakpat, bahwasannya disebutkan generasi muda memperoleh predikat dengan julukan “buy now, paylater generation” (jakpat.net, 2020). Penulis meyakini bahwasannya kalangan remaja diKab. Buleleng akan jadi penopang perubahan pengguna transaksi secara konvensional jadi layanan keuangan berbasis teknologi (*fintech*).

Sebanyak 29 responden / sebesar 62,7% responden memilih memakai *PayLater* dari *e-commerce Shopee* yang termasuk kepada jenis *fintech lending* lantaran faktor kemudahan penggunaan, didukung pengaruh sosial dan untuk menunjang gaya hidup pada mengikuti tren yang ada. Namun, rerata total pada penggunaan fitur *SPayLater* masih pada rentangan 1-2 kali. Dan sebanyak 37,3% menyatakan belum memakai fitur *SPayLater* lantaran beberapa alasan yaitu belum familiar terhadap fitur *SPayLater*, menghindari hutang serta bisa menaikkan perilaku konsumsi.

Didasarkan Riset yang dilaksanakan oleh (F. D. W. Damayanti & Canggih, 2021), memperoleh hasil bahwasannya kemudahan penggunaan mempunyai pengaruh terhadap perilaku konsumtif pengguna *spaylater*. Hasil tersebut juga selaras dengan Riset yang dilaksanakan oleh (Faizah, 2020), bahwasannya kemudahan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif pengguna kartu kredit. Kemudahan penggunaan yakni keyakinan seseorang bahwasannya memakai sistem teknologi bisa jelas dipakai tanpa

menimbulkan kesulitan pada mengoperasikan sistem (Jogiyanto, 2007). Sedangkan Sudut pandang David (2019) kemudahan penggunaan yakni sebuah ekspektasi yang harus dibarengin dengan usaha pada memakai sistem. pada hal tersebut dengan adanya kemudahan yang diberikan *PayLater* menarik perhatian seseorang khususnya pada kalangan remaja. Kemudahan tersebut merubah gaya hidup para remaja yang awalnya takut untuk berhutang kini sudah jadi pengguna setia *PayLater*. Kemudahan penggunaan pada hal ini berkaitan dengan *effort expectancy* pada teori UTAUT2, lataran pengguna merasa mudah pada memakai teknologi tanpa butuh usaha yang keras pada penggunaannya (Vankesh et al., 2012).

Kemudahan pada pengaplikasian pada *marketplace*, akan mudah untuk diterima oleh konsumen, namun hal tersebut tentu akan mempengaruhi perilaku konsumsi seseorang. Dampak yang ditimbulkan lataran kemudahan yang ditawarkan tersebut akan menaikkan perilaku konsumtif pada masyarakat (Giswandhani & Hilmi, 2020). Oleh lataran itu, kemudahan penggunaan dipakai kembali pada Riset ini sebagai variabel independen untuk mengukur seberapa besar pengaruh terhadap perilaku konsumtif penggunaan fitur baru *SPayLater*.

Gaya hidup dipilih lataran gaya hidup yakni salah satu faktor yang mempengaruhi seseorang berperilaku konsumtif (Wahyuni et al., 2019). Terbentuknya gaya hidup tiap individu dipengaruhi oleh dua faktor, secara demografis yaitu Didasarkan pendidikan, usia, jenis kelamin dan secara psikografis yang Didasarkan karakteristik pribadi dan sikap yang memengaruhi gaya hidup seseorang. Gaya hidup berkaitan dengan motivasi

hedonis pada teori UTAUT2. lataran aktivitas individu terpenuhi lantaran adanya penggunaan suatu teknologi, pengguna akan merasa puas terhadap kenyamanan yang diberikan oleh teknologi tersebut (Amelia, 2021). Secara tidak langsung, penerimaan teknologi baru membawa pengaruh terhadap gaya hidup masyarakat. Dengan adanya inovasi baru dari terciptanya *fintech* memunculkan fitur *PayLater* bisa mempengaruhi pola gaya hidup seseorang untuk berbelanja *online* dengan sistem kredit tanpa batas waktu, jika perilaku tersebut terus menerus terjadi maka akan menimbulkan sifat konsumtif yang berakibat pada keuangan / perekonomian seseorang jadi tidak akan stabil (Ristiani, 2019). Pola gaya hidup yang tidak seimbang antara penghasilan dengan pengeluaran akan menghasilkan perekonomian yang buruk manajemen hutang yang tidak terstruktur (Azizah, 2020).

Didasarkan hasil Riset yang dilaksanakan oleh Rahman, (2021) bahwasannya gaya hidup berpengaruh sig. terhadap perilaku konsumtif pengguna kredit. Namun, berbeda dengan hasil Riset yang dilaksanakan oleh Fadhila et al., (2020) bahwasannya gaya hidup mempunyai pengaruh negatif dan sig. secara simultan terhadap perilaku konsumsi pengguna kartu kredit pada generasi milenial. Hal ini menunjukkan adanya *inconsistent*. Keterbaruan pada Riset ini didasarkan pada ketidakkonsistenan dari hasil Riset terdahulu terkait pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumtif. Oleh lantaran itu, pada Riset ini variabel dipakai kembali untuk menguji perilaku konsumtif. Namun dengan memakai sampel berbeda menyasar kepada kalangan remaja juga jadi keterbaruan pada Riset ini.

Pengaruh sosial jadi salah satu faktor penentu lataran pada dasarnya manusia berinteraksi dengan lingkungan sekitar, baik dari keluarga, sahabat ataupun teman sebaya sehingga memberi pengaruh dan kepercayaan untuk ikut memakai teknologi (Garaibeh et al., 2018) Dengan adanya dorongan dari lingkungan sekitar akan mempengaruhi pengelolaan keuangan seseorang lataran adanya tekanan pada memutuskan tindakan (Christian & Wiyanto, 2020). Sudut pandang (Okta, 2021) Remaja cenderung berada pada lingkungan sosial yang rendah, namun mempunyai perilaku konsumtif yang tinggi, dibuktikan dengan fenomena yang ada bahwasannya seringkali remaja berbelanja *online* demi untuk bisa mengikuti *trend*, baik *fashion* ataupun *make up*. Selaras dengan Riset yang dilaksanakan oleh Hanifah, (2021) lingkungan sosial mempunyai pengaruh yang sig. terhadap perilaku konsumtif remaja. Hal tersebut sesuai dengan teori UTAUT2 bahwasannya *social influence* mempunyai pengaruh terhadap *behavior intention*, juga dengan Riset yang dilaksanakan oleh Oktafani & Sisilia, (2020) bahwasannya *social influence, facilitating condition, hedonic motivation* dan *price value* mempunyai pengaruh yang sig. terhadap *behavior intention*. Jadi ketika suatu kelompok / Himpunan tertentu memakai *spaylater* membuat menaikkan kebiasaan berhutang yang berpengaruh terhadap pengelolaan keuangan jadi buruk. Hal tersebut membuat analisis memakai kembali variabel pengaruh sosial untuk mengetahui pengaruh terhadap perilaku konsumtif memakai fitur *spaylater*.

Ketiga variabel yang dipakai pada Riset ini mempunyai hubungan terhadap penerimaan teknologi baru ditengah masyarakat yang bisa diuji

dengan teori *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2* (UTAUT2) yang dikembangkan oleh Vankesh et al., (2003). Teori tersebut jadi model Riset pada memprediksi penerimaan dan pemanfaatan teknologi yang lebih *modern* dengan beberapa faktor yang mempengaruhi dan berbasis pada perilaku konsumen. Didasarkan teori tersebut penggunaan *SPayLater* bisa dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu, diantaranya ada faktor kemudahan penggunaan, gaya hidup dan pengaruh sosial.

Riset ini yakni replikasi dari Riset Kurniasari et al., (2021) terkait perilaku berbelanja *online* dengan memakai fitur *PayLater* pada mahasiswa Universitas Negeri Surabaya dengan pendekatan kualitatif dan sudah dimodifikasi oleh analis. Persamaan Riset ini dengan Riset Kurniasari et al., (2021) yaitu sama-sama meneliti pengaruh penggunaan *paylater* terhadap gaya hidup .

Perbedaan pada Riset ini dengan Riset Kurniasari et al., (2021) antara lain: 1) Riset ini memakai pendekatan kuantitatif, sedangkan Riset sebelumnya memakai pendekatan kualitatif, 2) Sampel yang dipakai pada Riset sebelumnya memakai sampel dari mahasiswa Universitas Negeri Surabaya. pada Riset ini, sampel yang dipakai yaitu remaja di Kab. Buleleng, 3) Periode Riset pada Riset sebelumnya yaitu tahun 2021, sedangkan Riset ini dilaksanakan pada tahun 2022, 4) Riset sebelumnya hanya memakai satu variabel bebas yaitu gaya hidup, sedangkan pada Riset ini, penulis menambahkan dua variabel bebas yaitu kemudahan penggunaan dan pengaruh sosial. Alasan analis memakai persepsi kemudahan penggunaan lantaran kemudahan dirasa butuh pada penerimaan teknologi

baru sehingga bisa menarik minat individu untuk memakai teknologi tersebut. Dan memakai variabel pengaruh sosial lataran dorongan dari lingkungan sekitar mampu untuk mengubah sikap dan kepercayaan seseorang terhadap penggunaan teknologi yang bisa berpengaruh terhadap transaksi yang dilaksanakan sehingga memberi efek kepada perekonomian seseorang.

Didasarkan fenomena yang sudah dijabarkan diatas dengan adanya kesenjangan pada remaja yang belum memiliki penghasilan membuat peningkatan pengguna *Shopee Paylater* dan adanya *research gap* maka penulis tertarik untuk meneliti terkait **“Determinan Perilaku Konsumtif Remaja pada memakai Fitur *Shopee PayLater*”**.

1.2 Identifikasi Masalah Penelitian

Didasarkan latar belakang yang sudah diuraikan diatas, bisa diidentifikasi bahwasannya masalah yang dihadapi oleh remaja yaitu :

1. Teknologi yang berkembang pesat memunculkan banyak inovasi baru salah satu nya dlam sistem pembayaran pada *e-commerce* yaitu *paylater*, sehingga memudahkan masyarakat pada mengajukan kredit dengan mudah.
2. Kemudahan penggunaan menarik minat masyarakat pada memakai sistem teknologi, tanpa harus mengeluarkan usaha yang keras pada memakai teknologi tersebut.

3. Dengan mengikuti *trend* gaya hidup saat ini, menimbulkan sifat boros yang dianggap hanya bisa memenuhi kesenangan semata saja tanpa memperhatikan adanya dampak perilaku konsumtif.
4. Pengaruh sosial yakni salah satu faktor yang mendorong seseorang memakai teknologi. Kalangan remaja belum sepenuhnya mampu mengendalikan diri ditengah tengah lingkungan sosialnya.
5. Remaja belum paham pentingnya mengatur keuangan dengan baik dan akan membahayakan kelak jika terus menerus berperilaku konsumtif mengikuti *trend* dan kehidupan *modern* saat ini.

1.3 Pembatasan Masalah

supaya Riset ini bisa lebih fokus dan terarah maka analis merasa butuh membuat pembatasan masalah. Adapun yang jadi pembatasan masalah pada Riset ini yaitu, untuk berikut:

1. Riset bersifat kuantitatif. Berfokus pada tiga variabel dependen dan satu variabel independen.
2. Subjek Riset ini yaitu para remaja di Kab. Buleleng yang pernah / sedang memakai fitur *Shopee PayLater* minimal 2 kali.

1.4 Rumusan Masalah Penelitian

Didasarkan uraian latar belakang di atas, analis merumuskan masalah untuk berikut:

1. Apakah kemudahan penggunaan berpengaruh secara positif dan sig. terhadap perilaku konsumtif Remaja pada memakai Fitur *Shopee PayLater*?
2. Apakah gaya hidup berpengaruh secara positif dan sig. terhadap perilaku konsumtif remaja pada memakai Fitur *Shopee PayLater*?
3. Apakah pengaruh sosial berpengaruh secara positif dan sig. terhadap perilaku konsumtif remaja pada menggunakan Fitur *Shopee PayLater*?

1.5 Tujuan Penelitian

Didasarkan rumusan masalah diatas maka tujuan dari Riset ini yaitu, untuk berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh kemudahan penggunaan terhadap perilaku konsumtif remaja pada memakai Fitur *Shopee PayLater*?
2. Untuk mengetahui pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumtif remaja pada memakai Fitur *Shopee PayLater*?
3. Untuk mengetahui pengaruh sosial terhadap perilaku konsumtif remaja pada memakai Fitur *Shopee PayLater*?

1.6 Manfaat Hasil Penelitian

Riset ini diharapkan bisa bermanfaat untuk berbagai pihak yaitu untuk berikut :

1. Manfaat Teoritis

Diharapkan pembaca bisa mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan sistem pembayaran yaitu *financial technology* dengan inovasi baru fitur *spaylater*.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Pembaca

Riset ini bisa memberi pengetahuan dan informasi perkembangan *financial technology* di Indonesia serta mengetahui dampak dari penggunaan teknologi yang berlebihan melalui variabel kemudahan penggunaan, gaya hidup dan pengaruh sosial terhadap perilaku konsumtif.

b. Bagi Perseroan

Riset ini bisa menambah pengetahuan baru bagi Perseroan untuk bisa mengembangkan sistem *Shopee PayLater* pada menaikkan keunggulan kompetitifnya.

c. Bagi analis selanjutnya

bisa menambah pengetahuan baru terkait proses Riset yang diharapkan bisa bermanfaat bagi analis selanjutnya baik pada hal akademis ataupun non akademis. Disamping itu juga, bisa dijadikan untuk acuan dan referensi untuk analis selanjutnya pada melaksanakan riset terkait pengaruh kemudahan penggunaan, gaya hidup dan pengaruh sosial terhadap perilaku konsumtif.