

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Dari tahun ke tahun teknologi selalu berkembang pesat, dengan berkembangnya teknologi dapat membantu masyarakat dalam memenuhi kebutuhan hidupnya. Apalagi ditambah dengan perkembangan di era modern seperti saat ini kebutuhan dan gaya hidup masyarakat juga terus meningkat. *Gadget* dan internet salah satu teknologi yang berkembang cukup pesat dari dulu sampai saat ini, yang mana dengan adanya internet serta *gadget* yang canggih akan membuat semua orang mudah untuk mengakses segala hal, contohnya seperti mengakses *e-commerce* untuk melakukan transaksi *online* atau belanja *online*. Menurut hasil survei yang dilakukan oleh *We Are Social* pada April 2021 bahwasanya pengguna internet di Indonesia sekitar 88,1% telah memakai layanan *e-commerce* untuk membeli produk tertentu dalam beberapa bulan terakhir ini (Lidwina, 2021).

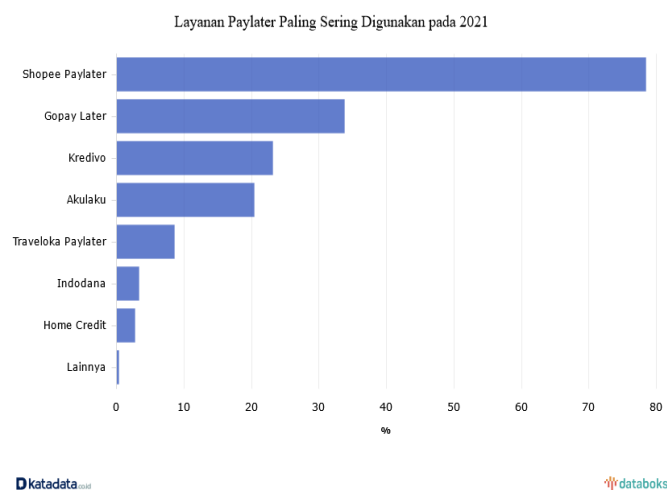
Munculnya *e-commerce* di tengah masyarakat menimbulkan suatu perubahan terhadap perilaku masyarakat yang awalnya hanya bisa berbelanja secara *offline*, sekarang seluruh masyarakat dapat berbelanja dengan sangat mudah karena cukup dilakukan secara *online* dari rumah dan hanya cukup mempersiapkan *gadget* dan internet berbelanja secara *online* sudah dapat dilakukan. Adanya perubahan perilaku masyarakat yang terjadi nyatanya sudah banyak dipengaruhi oleh persepsi para pelanggan mengenai jarak, harga, promosi, tempat yang telah ditetapkan oleh perusahaan selama ini karena setiap toko *online* selalu menawarkan kemudahan (Sari, 2021).

Selain itu, saat ini sistem pembayaran juga telah berkembang dengan sangat pesat, belakang ini beberapa *e-commerce* telah memunculkan sistem pembayaran *financial technology* atau biasa dikenal oleh masyarakat dengan sebutan *fintech* berbentuk *pay later*, hadirnya fitur *pay later* akhir-akhir ini sangat diminati berbagai macam kalangan atau kelompok, baik dari kelompok dewasa maupun dari kelompok remaja, karena slogannya

“Belanja Sekarang, Bayar Nanti” dapat memudahkan semua orang untuk berbelanja tanpa harus menggunakan kartu kredit dan tanpa harus menunggu dana yang cukup untuk berbelanja (Aria, 2019). Seperti hasil riset yang dikemukakan oleh tim peneliti *Research Institute of Socio-Economic Development (RISED)* bahwa 95% masyarakat pada saat ini telah mengetahui sistem pembayaran *pay later* sebagai suatu pilihan alternatif pembayaran yang mana hal ini menunjukkan popularitas *pay later* di kalangan masyarakat sudah cukup tinggi, dalam riset ini pula ditemukan fakta bahwa sekitar 80% masyarakat menggunakan *pay later* adalah untuk membeli kebutuhan ketika keuangan mereka terbatas (Rahardyan, 2021).

Gambar 1.1

Layanan *Pay later* Paling Sering Digunakan Pada 2021



Sumber: *Databoks.katadata.co.id*

Salah satu *e-commerce* yang telah menggunakan pembayaran *financial technology* adalah *Shopee*, *Shopee* sendiri merupakan aplikasi jual beli *online* yang bisa diakses dengan mudah oleh semua orang melalui *smartphone* atau *gadget*. Saat ini *Shopee* telah menghadirkan fitur *ShopeePayLater* sejak Maret 2019 lalu, *ShopeePayLater* ini merupakan layanan *pay later* yang paling banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia, dengan hadirnya *ShopeePayLater* di tengah masyarakat ini memberikan kemudahan bagi semua orang untuk menggunakannya. Tahun 2019, pengguna *ShopeePayLater* telah mencapai 102.971 orang dengan peminjam

aktif sebesar 81.423 orang di berbagai kota di Indonesia (Fadhila et al., 2020). Menurut data Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) yang dilakukan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) bahwasanya pada tahun 2019 telah diungkapkan tingkat literasi finansial masyarakat Indonesia hanya mencapai 38,03%, dari hasil riset yang dilakukan bahwa generasi muda seperti milenial dan gen Z yang sangat dekat dengan teknologi saja bisa kurang bijak dalam menggunakan fitur pembayaran *pay later* (Saadah, 2021). Sejalan dengan penelitian terdahulu yang dikemukakan oleh Kumala dan Mutia tahun 2020 mengenai “Pemanfaatan Aplikasi Dompot Digital Terhadap Retail Mahasiswa” bahwasanya dalam penelitian ini mengemukakan penggunaan dompet digital membawa pengaruh yang cukup signifikan terhadap perilaku konsumtif dan gaya hidup seseorang (Amelia, 2021).

Seperti dilansir dalam laman hot.liputan6.com terdapat kasus yang beredar di media sosial yaitu, seorang wanita yang menceritakan mendapatkan tagihan *ShopeePayLater* sebesar 17 juta, ia tergiur pada fasilitas yang ditawarkan oleh *e-commerce* Shopee berbentuk fitur *pay later* dan berujung menjadi kalap untuk selalu berbelanja *online*, tetapi bukannya membayar tagihan *pay later* sebelum jatuh tempo, wanita ini justru tak bisa membayarnya sehingga tagihan menumpuk dalam satu tahun (Ayuningtyas, 2021). Harapan adanya fitur *pay later* ini sebenarnya untuk memudahkan masyarakat dalam bertransaksi untuk memenuhi kehidupannya, tetapi sayangnya ditengah kemudahannya dalam menggunakan *ShopeePayLater* ini kenyataanya jika tidak digunakan secara bijak maka akan menjadi *boomerang* bagi diri sendiri yang menyebabkan munculnya perilaku konsumtif dan mengajarkan masyarakat untuk berhutang dan melakukan pemborosan. Hal ini sejalan dengan yang dikemukakan oleh (Prastiwi & Fitria, 2021) mengenai resiko penggunaan *ShopeePayLater* yang paling nyata salah satunya adalah munculnya perilaku konsumtif yang mana kemudahannya menggunakan fitur ini dapat memberikan dorongan impulsif dalam proses transaksi karena biasanya barang yang dibeli adalah barang-barang yang memang tidak dibutuhkan. Berangkat dari realitas tersebut

artinya penelitian ini penting dilakukan guna memberikan informasi kepada khalayak banyak bahwasanya penggunaan fitur *pay later* secara tidak bijak maka akan menimbulkan suatu dampak negatif.

Dalam survei kecil bertemakan Literasi Keuangan Generasi Z yang dilakukan oleh Pangestu bersama Erwin Karnadi pada tahun 2019 bahwasanya terdapat 405 responden kisaran usia 18-21 tahun pada wilayah Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, Bekasi (Jabodetabek) telah menjawab survei berupa kuesioner online selama 2 bulan penelitian, rata-rata responden dalam penelitian ini berusia 19 tahun yang mana mereka tergolong dalam mayoritas mahasiswa yang masih dibiayai oleh orang tuanya untuk memenuhi kebutuhan hidupnya dan sepertiga responden mahasiswa tersebut adalah pekerja part time, dari temuan ini sekitar 58,4% dari responden merasa lebih konsumtif dalam menggunakan *e-wallet* (Pangestu, 2021). Hal inilah yang membuat peneliti merasa tertarik bahwasanya mahasiswa generasi Z pasti sangat tertarik dengan penawaran pembayaran berbasis teknologi fintech karena banyak menawarkan kemudahan, dan bisa dapat memenuhi kebutuhan hidupnya secara mudah.

Jika dikaitkan dengan teori masyarakat konsumsi yang telah dikemukakan oleh Jean Paul Baudrillard, pada teori ini Baudrillard menjelaskan mengenai adanya nilai guna, nilai tanda, dan *simulacra* dalam setiap kegiatan konsumsi yang dilakukan oleh masyarakat, maksudnya dalam sebuah tindakan konsumsi suatu produk sudah bukan hanya berkiblat pada kegunaannya, tetapi saat ini yang melekat pada suatu produk jauh lebih mengutamakan suatu tanda atau ciri dan simbolnya (Heldi, 2009). Karena nantinya masyarakat hanya akan mengkonsumsi sebuah citra pada suatu produk, sehingga menyebabkan munculnya perasaan tidak puas bagi masyarakat selaku konsumen dan akan menimbulkan terjadinya suatu konsumsi secara berkelanjutan dengan intensitas yang terus menerus, karena kehidupan setiap individu itu dapat dilihat dari kegiatan konsumsinya.

Berkaitan dengan pengaruh *ShopeePayLater* bagi masyarakat, dengan demikian penelitian ini merupakan hal yang penting untuk diteliti. Peneliti

tertarik untuk mengkaji dan menguji permasalahan mengenai pengaruh *buy now pay later* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa generasi Z pengguna *ShopeePayLater* di Kota Bandung apakah sistem pembayaran menggunakan *ShopeePayLater* dapat mendorong perilaku konsumtif atau tidak pada saat transaksi di *e-commerce*. Kemudian, penelitian ini apabila diteliti lebih lanjut bisa saja mengidentifikasi faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi atau mendorong timbulnya perilaku konsumtif dalam penggunaan fitur *ShopeePayLater*.

1.2 Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang penelitian di atas, peneliti merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pembayaran *fintech ShopeePayLater* pada kalangan mahasiswa generasi Z di Kota Bandung?
2. Bagaimana bentuk perilaku konsumtif pengguna *ShopeePayLater* pada kalangan mahasiswa generasi Z di Kota Bandung?
3. Bagaimana pengaruh *buy now pay later* pengguna *ShopeePayLater* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa generasi Z di Kota Bandung?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Tujuan Umum

Secara umum, penelitian ini bertujuan untuk memperoleh gambaran mengenai seberapa signifikan tingkat konsumtif mahasiswa dalam menggunakan fitur *ShopeePayLater* dan bagaimana pengaruh *ShopeePayLater* bagi perilaku konsumtif mahasiswa generasi Z yang menggunakan fitur *ShopeePayLater* pada aplikasi Shopee.

2. Tujuan Khusus

Penelitian ini memiliki tujuan secara khusus, yaitu:

- a. Mendeskripsikan pembayaran berbasis *fintech ShopeePayLater* di kalangan mahasiswa generasi Z Kota Bandung.
- b. Mendeskripsikan suatu bentuk perilaku konsumtif. pengguna *ShopeePayLater* pada kalangan mahasiswa generasi Z Kota Bandung

- c. Menganalisis pengaruh *buy now pay later* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa generasi Z di Kota Bandung dalam menggunakan fitur *ShopeePayLater* pada aplikasi Shopee.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memperbanyak ilmu pengetahuan dan menambah wawasan dalam perkembangannya khususnya di bidang Sosiologi sebagai ilmu sosiologi modern, sosiologi kota, dan perubahan sosial untuk mencari pengetahuan sebuah fenomena dan sebagai ilmu terapan untuk menangani berbagai macam permasalahan yang dihadapi oleh masyarakat sehingga dapat segera terselesaikan..

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi peneliti, penelitian ini diharapkan dapat dimanfaatkan sebagai dasar untuk melakukan penelitian-penelitian lebih lanjut mengenai perilaku konsumtif penggunaan *ShopeePayLater*, dengan menggunakan penerapan teori masyarakat konsumsi dalam kajian permasalahan penelitian ini. Karena, gaya hidup saat ini semakin tinggi menyebabkan seseorang melakukan perilaku konsumtif, ditambah dengan hadirnya teknologi akan semakin memudahkan aktivitas, terutama dalam berbelanja *online*.
- b. Bagi Program Studi Pendidikan Sosiologi, dapat memanfaatkan penelitian ini sebagai referensi terkait fenomena aktual yang berkaitan langsung dengan ilmu sosiologi serta penelitian ini juga menyangkut pautkan dengan mata kuliah Sosiologi Modern yang mana masyarakat saat ini telah menjadi modern dengan adanya proses pertumbuhan ekonomi, budaya, perubahan struktur sosial, serta politik.
- c. Bagi Orang Tua, diharapkan dengan adanya penelitian ini bisa memberikan pengetahuan kepada orang tua untuk melakukan pengawasan dan bimbingan terhadap sang anak mengenai perilaku konsumtif yang sering melanda para mahasiswa saat ini,

dikarenakan saat ini pula telah muncul pembayaran berbasis *pay later* di beberapa *e-commerce* yang dapat memudahkan semua orang.

- d. Bagi Masyarakat, khususnya generasi Z dapat memanfaatkan penelitian ini untuk memperoleh informasi mengenai bagaimana pengaruh penggunaan *ShopeePayLater* pada perilaku konsumtif mahasiswa generasi Z dan agar mahasiswa generasi Z dapat mengutamakan kebutuhan sebagai prioritas utama saat membeli sesuatu hal yang tidak hanya didasarkan rasa keinginan semata.

1.5 Struktur Organisasi Penelitian

Skripsi ini terdiri atas lima bab, dengan sistem penelitian meliputi:

- BAB I : Pendahuluan, pada bab ini menjelaskan mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan, manfaat, serta struktur organisasi.
- BAB II : Pada bab Kajian Pustaka menjelaskan tentang landasan teori serta sumber-sumber pustaka yang berkaitan dengan penelitian. Serta, kerangka berpikir dan teori yang juga akan mendukung penelitian ini
- BAB III : Pada bab Metodologi Penelitian, berisikan uraian mengenai desain penelitian, metode penelitian, serta teknik atau cara pengumpulan data untuk digunakan dalam penelitian ini.
- BAB IV : Dalam bab ini akan menjelaskan hasil temuan yang telah terkumpul. Kemudian, akan dilanjutkan dengan proses pembahasan berupa analisis hasil data.
- BAB V : Simpulan, Saran, dan Rekomendasi, di bab ini peneliti akan menyampaikan dan memberitahukan kesimpulan, saran, serta rekomendasi pada penelitian yang telah dilakukan, seperti kekurangannya dan bagaimana cara mengatasinya untuk penelitian selanjutnya.