

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Kajian Literatur

2.1.1. Review Penelitian Sejenis

Sebelum melakukan penelitian mengenai PENGGUNAAN PAYLATER DI KALANGAN MASYARAKAT KOTA BANDUNG, adapun peneliti akan menyusun kajian pustaka terlebih dahulu. Kajian pustaka yang dilakukan peneliti adalah melakukan kajian pustaka dengan penelitian sebelumnya yang sejenis atau terkait dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti. Berikut adalah beberapa penelitian sejenis yang terkait dengan penelitian yang dijadikan acuan untuk melakukan penelitian ini :

1. Rujukan penelitian pertama yaitu skripsi dari Vina Oktaviani Mahasiswa Universitas Pasundan dengan judul skripsi Fenomena Game Mobile Legends di kalangan Mahasiswa Bandung. Tujuan dilakukan penelitian untuk mengetahui motif, tindakan, dan makna pada pengguna dari aplikasi Game Mobile Legends di kalangan mahasiswa Bandung. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori fenomenologi oleh Alfred Schutz. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan fenomenologi, teknik pengumpulan data yaitu studi kepustakaan

dan studi lapangan meliputi observasi dan wawancara. Berdasarkan hasil penelitian, melalui lima informan diperoleh bahwa motif menggunakan aplikasi Game Mobile Legends di kalangan mahasiswa Bandung adalah untuk mengisi waktu luang penggunaannya dan sebagai alat hiburan saja. Tindakan yang dilakukan baru menggunakan dan sudah lama menggunakan Game Mobile Legends. Kemudian makna penggunaan Game Mobile Legends itu merupakan game yang menghibur, menghilangkan stress, lupaakan masalah dan untuk mengisi waktu luang.

2. Rujukan penelitian kedua yaitu skripsi dari Rifa Yunistia Raning Mahasiswa Universitas Pasundan dengan judul skripsi Fenomena penggunaan aplikasi v live broadcasting di komunitas korea hansamo bandung. Dalam penelitiannya peneliti menggunakan metode kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara : Studi kepustakaan, observasi, dan wawancara mendalam. Hasil dari penelitian ini adalah mengetahui motif penggunaan aplikasi V live broadcasting korea hansamo bandung adalah sebagai alat untuk mencari informasi dan hiburan, tindakannya karena mengikuti idola korea selatan favoritnya, maknanya sebagai aplikasi untuk mencari informasi dan hiburan.

3. Rujukan penelitian ketiga yaitu skripsi dari Dede Yusuf Apriandi Mahasiswa Universitas Pasundan dengan judul skripsi Penggunaan E-Commerce Bukalapak Di Kalangan Masyarakat Kota Bandung. Tujuan dan kegunaan penelitian ini adalah untuk mengetahui fenomena pengguna E-commerce Bukalapak yang ada dikalangan masyarakat di kota bandung, bagaimana makna penggunaan bukapolak bagi masyarakat

kota bandung, serta bagaimana masyarakat kota bandung dapat percaya belanja online di bukalapak. Metode penelitian yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah fenomenologi, dengan tipe penelitian yang bersifat kualitatif. Sedangkan teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kepustakaan dan studi lapangan yaitu observasi lapangan (field observation) dan wawancara mendalam (depth interview). Pemilihan informan dilakukan melalui proses online dan offline. Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh gambaran bahwa perilaku penggunaan E-commerce dikalangan masyarakat kota bandung ialah bermacam – macam, seperti perilaku komunikasi dalam hal penawaran dengan motif agar mendapatkan harga yang di inginkan, Bukalapak itu lebih merakyat dibandingkan E-commerce yang lain, Bisa mendapatkan barang yang sulit ditemukan dipasaran, dan ada juga yang tidak memiliki waktu untuk berbelanja offline. Selanjutnya, perilaku penggunaan E-commerce Bukalapak dikalangan masyarakat kota bandung ialah mereka ada yang menggunakan E-commerce untuk pembayaran listrik dan tiket agar mendapat cashback dari promo yang ada, ada juga yang menggunakan bukalapak Untuk membeli kuota dan pulsa, barbagai macam keperluan barang dan ada juga yang menggunakan bukalapak sebagai sarana penjualan kembali barang yang sudah tidak terpakai.

4. Rujukan penelitian keempat yaitu tesis dari Diardo Luckandi Mahasiswa Universitas Universiyas Islam Bandung dengan judul tesis Analisis Transaksi Pembayaran Menggunakan Fintech Pada UMKM di Indonesia: Pendekatan Adaptive Structuration Theory. Tujuan penelitian agar dapat digunakan sebagai pedoman oleh

penyelenggara bisnis fintech, penggunaanya, serta berbagai pelaku lain seperti pemerintah agar fintech di Indonesia dapat berkembang dan bersaing dengan negara lain. Metodologi penelitian secara kualitatif digunakan agar hasil pada setiap strukturasi dapat menjadi bahan pertimbangan untuk pengambilan keputusan. Dengan menggunakan teori strukturasi ke berbagai struktur implementasi fintech pada UMKM, maka didapatkan faktor-faktor yang mempengaruhi suatu fintech berhasil atau gagal diimplementasikan. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa pola penerapan fintech pada pelaku UMKM meliputi beberapa fase. Secara garis besar, fintech muncul disaat pelaku UMKM memerlukan tambahan pasar. Informasi tentang penggunaan fintech didapatkan oleh pelaku UMKM dari penyedia layanan dan dari rekan sesama pelaku usaha. Dengan informasi tersebut, pelaku UMKM mencoba menerapkan layanan fintech. Masalah yang biasa timbul, seperti sudah disebutkan pada faktor- faktor penghambat di atas, secara garis besar adalah penyesuaian biaya. Dengan masalah tersebut, pelaku UMKM melakukan penyesuaian harga, untuk selanjutnya tetap mempertahankan layanan yang menguntungkan dari penggunaanfintech.

Tabel 2.1
Review Penelitian Terdahulu

Nama peneliti	Judul	Teori	Metode	Hasil	Persamaan	Perbedaan
Vina Oktaviani (Universitas Pasundan,2018)	Fenomena Game Mobile Legends di kalangan Mahasiswa Bandung.	Fenomenologi	Kualitatif dengan teori Fenomenologi Alferd Schutz	Motif menggunakan aplikasi Game Mobile Legends di kalangan mahasiswa Bandung adalah untuk mengisi waktu luang penggunaanya dan sebagai alat hiburan saja. Tindakan yang dilakukan baru menggunakan dan sudah lama menggunakan Game Mobile Legends. Kemudian makna penggunaan Game Mobile Legends itu merupakan game yang	Teori dan metode yg sama	Perbedaan yang terdapat adalah dari objek dan subjek yang diteliti, dalam penelitian ini objek dan subjek yang di teliti mengenai penggunaan paylater di kalangan milenia, sedangkan penelitian terdahulu meneliti menganai penggunaan game mobile legends di

				menghibur, menghilangkan stress, lupaakan masalah dan untuk mengisi waktu luang.		kalangan mahasiswa.
Rifa yunistia raning (universitas pasundan, 2018)	Fenomena penggunaan aplikasi v live broadcasting di komunits korea hansamo bandung	Cmc (computer mediated communication	Kualitatif dengan teori fenomenologi Alferd schutz	Motif penggunaan dari aplikasi v live broadcasting, karena v live merupakan aplikasi media sosial berbasis live streaming sebagai alat untuk mencari informasi dan hiburan. Tindakannya karena mengikuti idola korea selatan favoritnya. Maknanya sebagai aplikasi untuk mencari informasi dan hiburan.	Metode yang sama	Perbedaan yang terdapat adalah pada teori yang di gunakan, dalam penelitian terdahulu menggunakan teori cmc (computer mediated communication), sedangkan dalam penelitian ini peneliti menggunakan teori fenomenologi.

Dede Yusuf Apriani (Universitas Pasundan, 2018)	Penggunaan E-Commerce Bukalapak Kalanagn Masyarakat Kota Bandung	Fenomenologi	Kualitatif dengan teori Fenomenologi Alferd Schutz	Motif dari penggunaan bukalapak karena aplikasi murah dan mudah untuk digunakan. Tindakan belanja simple, hemat waktu. Maknanya bukalapak, terpercaya, murah, mudah, aman, dan menghemat waktu.	Teori dan metode yang sama	Perbedaan yang terdapat adalah dari objek dan subjek yang diteliti, dalam penelitian ini objek dan subjek yang diteliti mengenai penggunaan paylater di kalangan milenial, sedangkan penelitian terdahulu meneliti mengenai penggunaan E-commerce di kalangan masyarakat.

<p>Diardo Luckandi (Universitas Islam Indonesia, 2018)</p>	<p>Analisis Transaksi Pembayaran Menggunakan Fintech Pada UMKM di Indonesia: Pendekatan Adaptive Structuration Theory</p>	<p>Adaptive Structuration Theory</p>	<p>Analisis data</p>	<p>Hasil penelitian ini terbagi menjadi 2 bagian, yaitu berupa faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan fintech pada UMKM, dan pola penerapannya. Faktor yang mendukung pelaku UMKM untuk menggunakan <i>fintech</i> adalah berupa kenyamanan, keamanan, kesesuaian transaksi, kemudahan, serta bisnis. Hal-hal yang berkaitan dengan faktor-faktor pendukung ini secara nyata adalah berupa kemudahan pencatatan, kemudahan proses transaksi, serta peningkatan penjualan. Faktor penghambat</p>	<p>Tema penelitian mengenai penggunaan fintech</p>	<p>Perbedaan yang terdapat adalah teori, dalam penelitian terdahulu ini menggunakan teori adaptive structuration theory, sedangkan teori dalam penelitian ini menggunakan teori</p>
---	---	--	----------------------	--	--	---

				<p>pada penggunaan layanan ini adalah implementasi teknologi, biaya, serta kesiapan infrastruktur.</p> <p>Pola penerapan <i>fintech</i> pada pelaku UMKM meliputi beberapa fase. Secara garis besar, <i>fintech</i> muncul disaat pelaku UMKM memerlukan tambahan pasar. Informasi tentang penggunaan <i>fintech</i> didapatkan oleh pelaku UMKM dari penyedia layanan dan dari rekan sesama pelaku usaha. Dengan informasi tersebut, pelaku UMKM mencoba menerapkan layanan <i>fintech</i>. Masalah yang biasa timbul, seperti sudah</p>		fenomenologi
--	--	--	--	---	--	--------------

				disebutkan pada faktor-faktor penghambat di atas, secara garis besar adalah penyesuaian biaya. Dengan masalah tersebut, pelaku UMKM melakukan penyesuaian harga, untuk selanjutnya tetap mempertahankan layanan yang menguntungkan dari penggunaan <i>fintech</i> .		
--	--	--	--	---	--	--

Sumber: repository.unpas.ac.id , repository.UIN sunan Kalijaga Yogyakarta.ac.id

2.2. Kerangka Konseptual

2.2.1. Komunikasi

Dalam setiap kehidupan manusia tidak bisa terlepas dari kegiatan komunikasi. Komunikasi adalah suatu kebutuhan yang fundamental bagi manusia dalam kehidupan bermasyarakat. Istilah Komunikasi atau dalam Bahasa Inggris Communication berasal dari kata Latin Communicatio, dan bersumber dari kata Communis yang berarti sama. Sama disini maksudnya adalah sama makna, kesamaan makna disini sesuatu yang dikomunikasikan, karena komunikasi akan berlangsung selama ada kesamaan makna mengenai apa yang dipercakapkan atau dikomunikasikan. Suatu percakapan dikatakan komunikatif apabila kedua belah pihak yakni komunikator dan komunikan mengerti bahasa pesan yang disampaikan (Uchjana,2005). Kesamaan Bahasa yang dipergunakan dalam percakapan belum tentu menimbulkan kesamaan makna. Percakapan dapat dikatakan komunikatif apabila antar individu yg terlibat dalam percakapan, selain mengerti bahasa yang dipergunakan, juga mengerti makna dari bahan yang dipercakapkan.

Pengertian komunikasi yang dipaparkan diatas sifatnya dasariah, dalam arti kata bahwa komunikasi itu minimal harus mengandung kesamaan makna antara dua pihak yang terlibat. Dikatakan minimal karena kegiatan komunikasi tidak hanya informatif, yakni agar orang lain mengerti dan tahu, tetapi juga

persuasif, yaitu agar orang lain bersedia menerima suatu paham atau keyakinan, melakukan suatu perbuatan atau kegiatan, dan lain-lain.

Onong Uchjana Effendy dalam bukunya Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek, menyatakan :

“Ilmu Komunikasi sifatnya interdisipliner atau multidisipliner, ini disebabkan oleh objek materialnya sama dengan ilmu-ilmu lainnya, terutama termasuk kedalam ilmu sosial atau ilmu kemasyarakatan” (Effendy,2004,h.3).

Sedangkan Menurut Harold Lasswell cara yang baik untuk menjelaskan komunikasi dan bisa disebut komunikasi yang efektif ialah komunikasi yang bisa menjawab pertanyaan, Who / siapa, Say What yaitu komunikasi tersebut berbicara tentang apa, In Which Channel / pada media apa pesan itu disampaikan, To Whom / komunikasi disampaikan untuk siapa, With What Effect yaitu apa efek atau dampak dari komunikasi tersebut. Paradigma Lasswell ini juga menunjukkan bahwa komunikasi meliputi lima unsur sebagai jawaban dari pertanyaan yang diajukan itu, yakni; komunikator atau penyampai pesan, pesan, media, komunikan atau penerima pesan dan efek. Jadi, berdasarkan paradigma Lasswell tersebut, komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media yang menimbulkan efek tertentu (Uchjana,2011).

2.2.1.1. Bentuk-bentuk Komunikasi

Deddy Mulyana dalam bukunya ilmu komunikasi suatu pengantar menyatakan bahwa Bentuk-bentuk komunikasi, diantaranya :

1. Komunikasi Intrapribadi (Intrapersonal Communication) Komunikasi intrapribadi adalah komunikasi dengan diri sendiri, baik disadari atau tidak. Contohnya berpikir. Komunikasi ini merupakan landasan komunikasi antarpribadi dan komunikasi dalam konteks-konteks lainnya, meskipun dalam disiplin ilmu komunikasi tidak dibahas secara rinci dan tuntas. Dengan kata lain, komunikasi intrapribadi ini inheren dalam komunikasi dua-orang, tiga-orang, dan seterusnya, karena sebelum berkomunikasi dengan orang lain kita biasanya berkomunikasi dengan dirisendiri (mempersepsi dan memastikan makna pesan orang lain), hanya saja caranya sering tidak disadari. Keberhasilan komunikasi kita dengan orang lain bergantung pada keefektifan komunikasi kita dengan diri sendiri.

2. Komunikasi Antarpribadi (Interpersonal Communication) Komunikasi antarpribadi adalah komunikasi antar orang-orang secara tatap muka, yang memungkinkan setiap pesertanya menangkap reaksi orang lain secara langsung, baik secara verbal maupun nonverbal. Sebagai komunikasi yang paling lengkap dan paling sempurna, komunikasi antarpribadi berperan hingga kapanpun, selama manusia masih mempunyai emosi

3. Komunikasi Kelompok (group communication) Kelompok adalah sekumpulan orang yang mempunyai tujuan bersama, yang berinteraksi satu sama lain untuk mencapai tujuan bersama, mengenal satu sama lainnya, dan memandang mereka sebagai bagian dari kelompok tersebut. Kelompok ini misalnya adalah keluarga, tetangga, kawan-kawan terdekat, kelompok diskusi, kelompok pemecah masalah, atau suatu komite yang tengah berapat untuk mengambil suatu keputusan. Dengan demikian, komunikasi kelompok biasanya merujuk pada komunikasi yang dilakukan kelompok kecil tersebut.

4. Komunikasi Publik (public communication) Komunikasi publik adalah komunikasi antara seorang pembicara dengan sejumlah besar orang (khalayak) yang tidak bisa dikenali satu persatu. Komunikasi demikian sering juga disebut pidato,

ceramah, atau kuliah (umum). Komunikasi publik biasanya berlangsung lebih formal dan lebih sulit daripada komunikasi antarpribadi atau komunikasi kelompok, karena komunikasi publik menuntut persiapan pesan yang cermat, keberanian, dan kemampuan menghadapi sejumlah besar orang. Komunikasi publik sering bertujuan memberikan penerangan, menghibur, memberikan penghormatan, atau membujuk.

5. Komunikasi Organisasi (Organizational Communication) Komunikasi organisasi adalah proses komunikasi yang terjadi di dalam suatu organisasi, bersifat formal dan informal, dan berlangsung dalam suatu jaringan yang lebih besar daripada komunikasi kelompok. Komunikasi organisasi seringkali melibatkan juga komunikasi diadik, komunikasi antarpribadi, dan ada kalanya juga komunikasi publik. Komunikasi formal adalah komunikasi menurut struktur organisasi, yakni : komunikasi ke bawah, komunikasi ke atas, dan komunikasi horisontal. Sedangkan komunikasi informal tidak bergantung pada struktur organisasi, seperti komunikasi antarsejawat, juga termasuk gossip.

6. Komunikasi Massa (Mass Communication) Komunikasi massa adalah komunikasi yang menggunakan media massa, baik cetak (surat kabar, majalah), maupun elektronik (radio, televisi), yang dikelola oleh suatu lembaga atau orang yang dilembagakan, yang ditujukan kepada sejumlah besar orang yang tersebar di banyak tempat, anonim, dan heterogen. Pesannya bersifat umum, disampaikan secara cepat, serentak, dan selintas (khususnya media elektronik) (Mulyana, 2010, h.80-83).

2.2.1.2. Tujuan Komunikasi

Tujuan Komunikasi Kegiatan komunikasi yang dilakukan sehari-hari oleh manusia tentu memiliki suatu tujuan tertentu yang berbeda-beda yang nantinya diharapkan dapat tercipta saling pengertian.

Onong Uchjana Effendy dalam bukunya Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi menyatakan bahwa tujuan komunikasi, yaitu :

1. Perubahan sikap (*Attitude change*)
2. Perubahan pendapat (*Opinion change*)
3. Perubahan perilaku (*Behavior change*)
4. Perubahan sosial (*Social change*) (Effendy, 2003)

Dari empat poin yang dikemukakan di atas tersebut oleh Onong Uchjana Effendy, dapat disimpulkan bahwa komunikasi bertujuan untuk merubah sikap, pendapat, perilaku, dan pada perubahan sosial masyarakat. Sedangkan fungsi dari komunikasi adalah sebagai penyampai informasi yang utama, mendidik, menghibur dan yang terakhir mempengaruhi orang lain dalam bersikap ataupun dalam bertindak.

2.2.1.3. Fungsi Komunikasi

Pada umumnya komunikasi dalam pelaksanaannya memiliki berbagai macam fungsi dalam kehidupan manusia. Menurut Onong Uchjana Effendy dalam bukunya Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi menyatakan bahwa fungsi komunikasi yaitu :

1. Menyampaikan informasi (*to inform*)
2. Mendidik (*to educate*)
3. Menghibur (*to entertain*)
4. Mempengaruhi (*to influence*) (Effendy, 2003).

Dari poin di atas, dapat disimpulkan bahwa biasanya selalu ada dan terkandung pada setiap pesan yang disampaikan, baik melalui media cetak atau elektronik ataupun pada lisan dan tulisan. Penyampaian informasi ini merupakan

hal umum dan biasa dalam kehidupan sehari-hari, mendidik (*to educate*) biasanya fungsi ini dilakukan oleh orang yang berprofesi sebagai pengajar (guru, dosen), hiburan merupakan salah satu fungsi komunikasi. yang cukup diminati karena adanya factor kesenangan, mempengaruhi (*to influence*) biasanya bersatu dengan penyampaian informasi.

2.2.2. Internet

Internet merupakan singkatan dari Interconnection Networking. Definisi internet ialah merupakan hubungan antara berbagai jenis komputer dan jaringan di dunia yang berbeda sistem operasi maupun aplikasinya dimana hubungan tersebut memanfaatkan kemajuan komunikasi (telepon dan satelit) yang menggunakan protokol standar dalam berkomunikasi yaitu protokol TCP/IP (Transmission Control/Internet Protocol) (Supriyanto, 2008).

Internet merupakan media komunikasi dan informasi modern yang dapat dimanfaatkan secara global oleh pengguna diseluruh dunia dalam interkoneksi antar jaringan komputer yang terbentuk melalui sarana berupa penyedia akses (provider) internet, sehingga internet sebagai media informasi dapat menjadi sarana yang efektif dan efisien untuk melakukan pertukaran dan penyebaran informasi tanpa terhalang oleh jarak, perbedaan waktu dan juga faktor geografis bagi seseorang yang ingin mengakses informasi. Model koneksi internet itu sendiri dapat dilakukan pada komputer pribadi maupun jaringan LAN/WAN. Definisi LAN/WAN menurut (Nugroho,2008) antara lain, LAN (Local Area Network) suatu jaringan yang terbentuk dengan menghubungkan beberapa

komputer yang berdekatan yang berada pada suatu ruang atau gedung yang terkoneksi ke internet gateway. WAN (Wide Area Network) adalah format jaringan dimana suatu komputer dihubungkan dengan yang lainnya melalui sambungan telepon. Data dikirim dan diterima oleh atau dari suatu komputer ke komputer lainnya lewat sambungan telepon. Jaringan internet sangat memberikan keuntungan yang beragam dimana dapat digunakan dan dimanfaatkan untuk membantu kegiatan berbagai aspek kehidupan. Keuntungan lain yang diberikan jaringan internet, sehingga membuat internet diminati yaitu internet dapat digunakan sebagai media konferensi dimana sejumlah orang dapat melakukan diskusi tanpa harus bertatap muka secara langsung satu dengan lainnya.

2.2.2.1. Fasilitas di Internet

Internet memberikan banyak kemudahan dalam pemanfaatan setiap fasilitas yang disuguhkan untuk di akses pengguna. Fasilitas yang terdapat di internet cukup banyak jenis dan kegunaannya sehingga dapat memberikan dukungan bagi kegiatan akademik, kalangan media massa, praktisi bisnis, keperluan pemerintahan, dan para peneliti. Fasilitas tersebut seperti E-mail, Mailing list, Newsgroup, File Transfer Protocol (FTP), Internet Relay Chat, USEnet, Bulletin Board Service (BBS), Internet Telephony, Internet Fax, Layanan Multimedia (WWW). Pada abad internet, dunia bisnis mengalami perkembangan, misalnya seperti e-Commerce saat ini bukan hanya sekedar digunakan untuk membeli dan menjual produk secara online. EC mengubah

proses pengembangan, pemasaran interaktif, penjualan, pemesanan, pengiriman, pelayanan, dan pembayaran produk dan jasa yang dibeli lewat internet secara online.

2.2.2.2. Dampak Internet

1. Dampak Positif :

Berikut ini adalah Dampak Positif dari penggunaan internet :

a. Memudahkan mendapatkan Informasi

Salah satu hal yang paling menyenangkan dengan adanya internet adalah tersebarnya banyak informasi hanya dengan dalam genggam hp maupun laptop. Berbeda jaman dahulu yang harus ke perpustakaan untuk mendapatkan banyak informasi.

b. Membantu dalam menyelesaikan masalah dan tugas

Hal ini juga dirasakan bagi kita pelajar, ada banyak informasi bahkan ada juga aplikasi pembelajaran yang menggunakan internet yang diakses dengan cepat, mudah, dan proses yang interaktif.

c. Mendapat sarana hiburan

Banyak sekali fasilitas hiburan yang bisa digunakan di internet baik itu fasilitas hiburan seperti menonton video di youtube, mendengar lagu di spotify, dan lainnya.

- d. Memudahkan dalam berbisnis

Perkembangan internet juga mempengaruhi perkembangan bisnis saat ini, hal tersebut merupakan channel yang bisa digunakan oleh orang untuk berjualan menggunakan internet untuk bisnis online mereka.

2. Dampak Negatif :

Berikut ini adalah Dampak Negatif dari penggunaan internet :

- a. Terjadinya Cyber bulliying

Hal ini yang terkadang suka membayakan karena banyak sekali masalah Cyber bulliying yang terjadi diinternet yang dalam hal ini juga dengan adanya internet juga menyebabkan privasi menjadi akan susah sekali untuk disembunyikan.

- b. Perilaku negatif dan konten yang tidak baik untuk dilihat

Internet menuntut pengguna untuk bijak dalam menggunakannya, sehingga sangat disarankan untuk tidak menggunakan internet dalam kegiatan yang tidak bermanfaat.

- c. Maraknya isu Hoax dan penyebaran Hoax

- d. Adanya Cyber Crime yaitu kejahatan internet misalnya penipuan

Salah satu dampak negatif adanya internet adalah memungkinkan terjadinya penipuan atau kita sering sebut Cyber Crime yang kita harus terus berhati-hati dalam menggunakan fasilitas internet yang kita gunakan.

e. Budaya asli mulai ditinggalkan

Teknologi berkembang pesat, para pengguna internet mulai melupakan budaya yang ada.

2.2.3. Financial Technology

Financial Technology adalah teknologi keuangan yang mengacu pada solusi baru yang menunjukkan inovasi dalam pengembangan aplikasi, produk, atau model bisnis di industri jasa keuangan yang menggunakan teknologi. Bank Indonesia mendefinisikan Financial Technology (FinTech) merupakan hasil gabungan antara jasa keuangan dengan teknologi yang akhirnya mengubah model bisnis dari konvensional menjadi modern, yang awalnya dalam membayar harus bertatap muka dan membawa sejumlah uang kas, kini dapat melakukan transaksi dengan melakukan pembayaran yang dapat dilakukan dalam hitungan detik saja. Fintech muncul seiring perubahan gaya hidup masyarakat yang saat ini didominasi oleh pengguna teknologi informasi dan tuntutan hidup yang serba cepat. Dengan Fintech, permasalahan dalam transaksi jual-beli dan pembayaran seperti tidak sempat mencari barang ke tempat perbelanjaan, ke bank/ATM untuk mentransfer dana, keengganan mengunjungi suatu tempat karena pelayanan yang kurang menyenangkan dapat diminimalkan. Dengan kata lain, FinTech

membantu transaksi jual beli dan sistem pembayaran menjadi lebih efisien dan ekonomis namun tetap efektif.

Carney (2016) menyatakan bahwa inovasi dalam sektor keuangan akan mengubah fondasi bank sentral dan membawa revolusi bagi setiap pengguna jasa keuangan. McKinsey (2016) mendefinisikan fintech atau keuangan digital sebagai jasa keuangan yang diantarkan melalui infrastruktur digital—termasuk telepon seluler dan internet—dengan penggunaan yang minim dari uang tunai dan cabang bank tradisional. Telepon seluler, komputer, atau kartu yang digunakan lewat point-of-sale (POS) devices menghubungkan individu dan bisnis ke infrastruktur pembayaran nasional digital sehingga memungkinkan transaksi tak terbatas antara semua pihak. Sedangkan Pribadiono, Hukum, Esa, & Barat (2016), menyatakan bahwa Financial Technology (Fintech) merupakan perpaduan antara teknologi dan fitur keuangan atau dapat juga diartikan inovasi pada sektor finansial dengan sentuhan teknologi modern. Jadi fintech dianggap sebagai sebuah solusi pada bidang keuangan yang sangat berguna untuk mempermudah masyarakat dalam proses pembayaran.

2.2.3.1. Sejarah singkat Fintech

Fintech pertama kali muncul di benua Eropa. Tepatnya, Fintech hadir dalam bentuk P2P Lending di Inggris pada tahun 2005 silam. Perusahaan P2P Lending pertama yang ada di Inggris dan benua Eropa tersebut bernama Zopa. Pemilik Zopa pada saat itu melihat sebuah peluang untuk menghadirkan pengalaman terbaik dalam layanan keuangan dengan memberi akses yang mudah

serta nilai bunga yang masuk akal serta investasi yang menjanjikan. Setelah itu, hadir juga P2P Lending Funding Circle yang telah menyalurkan lebih dari 40.000 dana pinjaman untuk para UMKM. Setelah hadirnya Fintech di benua Eropa, benua lain pun mulai memperkenalkan Fintech. Ingin segera mengejar perkembangan Fintech di Eropa, P2P Lending pun hadir di benua Amerika pada tahun 2006. Fintech yang muncul di awal perkembangannya adalah Rospur Marketplace dan Lending Club. Fintech pun terus berkembang dengan pesat. Hal yang sama juga terjadi di Tiongkok. Perkembangan Fintech di Tiongkok dimulai pada tahun 2011.

Di Indonesia sendiri, Fintech mulai berkembang dan dikenal sekitar 3 tahun ke belakang. Pada tahun 2015, hadir Asosiasi Fintech Indonesia (AFI) yang bertujuan untuk menyediakan partner bisnis yang mumpuni. Kehadiran AFI menjadi salah satu pemicu perkembangan Fintech di Indonesia. Tepatnya pada tahun 2016, nama-nama perusahaan Fintech mulai bermunculan. Penggunaan internet di Indonesia yang kian meningkat, menjadi salah satu acuan pemerintah untuk menghadirkan inovasi dalam jasa keuangan. Hingga saat ini, lebih dari 150 fintech telah terdaftar dan diawasi oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK). Teknologi yang semakin maju turut serta menunjang perkembangan industri Fintech. Industri baru ini dianggap menjadi solusi tepat dan cepat untuk masalah transaksi keuangan sehari-hari. Terlebih lagi, dengan semakin banyaknya pengguna internet dan juga smartphone di Indonesia. Dengan manfaat dan dampak positif bagi penggunanya, Fintech mendapat dukungan dari Bank Indonesia yang telah

berperan aktif di sektor Fintech ini. Dukungan tersebut diberikan dalam bentuk regulasi yang diharapkan dapat membuat industri Fintech berjalan aman dan sesuai aturan. Berikut regulasi dari Bank Indonesia tentang Fintech:

1. Surat Edaran Bank Indonesia No. 18/22/DKSP perihal Penyelenggaraan Layanan Keuangan Digital.
2. Peraturan Bank Indonesia No. 18/17/PBI/2016 tentang Uang Elektronik.
3. Peraturan Bank Indonesia No. 18/40/PBI/2016 tentang Penyelenggaraan Pemrosesan Transaksi Pembayaran.

2.2.3.2. Jenis Layanan Financial Technology (Fintech)

Menurut Hsueh & Kuo (2017), Financial technology dapat digolongkan menjadi tiga tipe, yaitu:

- A. Third-party payment systems, merupakan sistem pembayaran melalui pihak ketiga. Contoh: sistem pembayaran mobile, platform pembayaran yang menyediakan jasa seperti transfer dan pembayaran bank.
- B. Crowdfunding, merupakan tipe Fintech di mana sebuah konsep atau produk seperti desain, program, konten, dan karya kreatif dipublikasikan secara umum dan bagi masyarakat yang tertarik dan ingin mendukung konsep atau produk tersebut dapat memberikan dukungan secara finansial. Crowdfunding dapat digunakan untuk mengurangi kebutuhan finansial kewirausahaan, dan memprediksi permintaan pasar.

C. Fintech Peer-to-Peer Lending atau disebut Fintech Lending, atau Layanan Pinjam Meminjam Uang Berbasis Teknologi Informasi (LPMUBTI) adalah salah satu inovasi pada bidang keuangan dengan pemanfaatan teknologi yang memungkinkan pemberi pinjaman dan penerima pinjaman melakukan transaksi pinjam meminjam tanpa harus bertemu langsung. Mekanisme transaksi pinjam meminjam dilakukan melalui sistem yang telah disediakan oleh Penyelenggara Fintech Lending, baik melalui aplikasi maupun laman website. Peer-to-peer Lending adalah layanan untuk membantu permodalan pelaku UMKM agar mereka dapat meminjam dana walaupun belum memiliki rekening bank. Penyelenggara Fintech Lending hanya berperan sebagai perantara yang mempertemukan pemberi pinjaman dan penerima pinjaman. Pemberi pinjaman dan penerima pinjaman terlebih dahulu harus melakukan registrasi dan mengisi data diri yang diperlukan sebelum dapat mengajukan pemberian pinjaman ataupun permohonan pinjaman.

Peraturan terkait Lending tertuang dalam Peraturan Otoritas Jasa Keuangan (POJK) Nomor 77/POJK.01/2016 mengenai Layanan Pinjam Meminjam Uang Berbasis Teknologi Informasi (LPMUBTI). Hal-hal yg diatur dalam POJK 77/2016 ketentuan umum, penyelenggaraan, pengguna jasa LPMUBTI, perjanjian, mitigasi risiko, tata kelola sistem TI, edukasi dan perlindungan pengguna LPMUBTI, tanda tangan elektronik, prinsip dan teknis pengenalan nasabah, larangan, laporan berkala, sanksi, ketentuan lain, ketentuan peralihan, ketentuan penutup.

2.2.3.3. Manfaat fintech

Berkat adanya pemanfaatan teknologi yang digabung dengan sistem finansial, fintech pun berhasil memberikan banyak manfaat di berbagai lingkup kehidupan. Mulai dari memudahkan layanan finansial hingga mendukung inklusi keuangan,

1. Kemudahan layanan finansial

Salah satu manfaat yang ditawarkan oleh fintech adalah kemudahan layanan finansial, mungkin manfaat satu inilah yang paling terasa. Coba bandingkan dengan sepuluh tahun lalu. Saat hendak mentransfer uang, kamu mungkin harus mendatangi mesin ATM atau teller di bank. Hal ini tentu cukup merepotkan karena membutuhkan waktu yang tidak sebentar. Belum lagi kalau kamu harus antre, tentu semakin banyak waktu yang terbuang.

Namun, hal seperti itu bisa disederhanakan berkat kehadiran fintech. Kini, kamu bisa melakukan transfer uang hanya melalui smartphone. Bahkan beberapa layanan fintech juga memungkinkan kamu untuk membayar berbagai tagihan bulanan, contohnya listrik, telepon, dan BPJS. Kamu pun jadi bisa menghemat waktu dan tenaga karena tidak perlu keluar rumah untuk melakukan transaksi tersebut.

2. Membantu UMKM mendapatkan modal usaha berbunga lebih rendah

Sebelum kemunculan fintech, mayoritas pelaku UMKM di Indonesia mengandalkan pinjaman bank untuk mendapatkan modal usaha. Tentu tidak ada yang salah dengan hal ini. Namun, perlu kamu ingat lagi kalau pinjaman bank biasanya memiliki bunga yang cukup tinggi. Belum lagi prosedur dan persyaratan yang umumnya cukup sulit.

Fintech adalah solusi terbaik untuk membantu memajukan UMKM. Saat ini, sudah ada cukup banyak penyedia layanan fintech di Indonesia yang menawarkan pinjaman modal usaha dengan bunga relatif lebih rendah apabila dibandingkan dengan bunga bank. Sistem ini disebut juga dengan peer-to-peer (P2P) lending, yaitu sebuah praktik berbasis online platform yang mempertemukan pelaku UMKM yang membutuhkan dana dengan orang-orang yang bersedia berinvestasi meminjamkan uang mereka.

3. Mendukung inklusi keuangan

Inklusi keuangan merujuk pada akses terhadap lembaga keuangan masyarakat. Pada 2019 ini, Dewan Nasional Keuangan Inklusif (DKNI) menargetkan 75% inklusi keuangan. Namun, sampai sekarang target tersebut baru tercapai 49%. Itulah kenapa pemerintah Indonesia menyusun kebijakan inklusi keuangan demi menarget masyarakat yang berada di piramida ekonomi paling bawah. Umumnya, masyarakat ini tinggal di desa-desa terpencil.

Fintech adalah alternatif solusi untuk membantu mencapai target inklusi keuangan tersebut. Umumnya, layanan fintech berbasis online sehingga bisa

lebih mudah diakses selama siapa pun memiliki jaringan internet. Hal ini sejalan dengan pilar ketiga dari pengembangan inklusi keuangan di Indonesia, yaitu Layanan Keuangan Digital Inovatif.

2.2.4. Paylater

PayLater adalah fasilitas keuangan yang memungkinkan metode pembayaran dengan cicilan tanpa kartu kredit. Metode pembayaran ini berlaku untuk semua produk yang tersedia, kecuali untuk produk Pembayaran Tagihan dan Produk Konektivitas. Paylater pertama kali diluncurkan pada tahun 2018 oleh traveloka, traveloka menggandeng mitra resmi peer to peer lending yang memiliki izin beroperasi dari OJK, yaitu Danamas. Pendaftarannya pun mudah dan cepat, hanya butuh waktu berkisar antara 10 menit, pengguna bisa mendapatkan limit hingga Rp 10 juta dengan lama cicilan 1-12 bulan.

Pendaftarannya pun mudah dan cepat, hanya butuh waktu berkisar antara 10 menit, pengguna bisa mendapatkan limit hingga Rp 10 juta dengan lama cicilan 1-12 bulan. Caranya pengguna harus mengajukan diri dengan cara mengirimkan data diri dan hasil pemindaian dari beberapa dokumen, seperti Kartu Tanda Penduduk (KTP), Kartu Keluarga (KK), dan kartu NPWP. Pihak perusahaan kemudian akan memeriksa apakah pengguna tersebut layak atau tidak untuk menggunakan fitur PayLater.

PayLater tidak bersifat mengikat penggunanya. Artinya, pengguna bisa berhenti menggunakan PayLater setelah melunasi cicilan. pengguna pun tak perlu takut akan adanya dana yang terpotong di rekening, Selain itu dengan pengawasan Otoritas Jasa Keuangan (OJK), dapat dipastikan PayLater merupakan fitur kredit yang aman dan terpercaya. Maka, tak perlu khawatir akan ada biaya yang tak terduga pada nominal yang muncul saat pembayaran. Semua biaya yang harus dibayar akan tertera di halaman pembayaran tanpa ada tambahan biaya tahunan, biaya administrasi, maupun uang muka.

Saat ini sudah ada beberapa platform yang menyediakan metode pembayaran menggunakan paylater, diantaranya adalah traveloka, ovo, tokopedia, gojek, shopee, bukalapak, dana, linkaja. Untuk menghadirkan fitur ini para aplikasi bekerjasama dengan fintech lending yang sudah terdaftar di Otoritas Jasa Keuangan (OJK), PT Dompot Anak Bangsa (Go-Pay) misalnya, menggandeng PT Mapan Global Reksa (Findaya) guna menyediakan PayLater untuk Go-Food, Go- Clean, dan Go-Massage. Lalu, PT Trinusa Travelindo (Traveloka) juga menggandeng PT Pasar Dana Pinjaman (Danamas) untuk menyediakan pembayaran dengan cara mencicil. Adapula PT FinAccel Digital Indonesia (Kredivo) yang menyediakan layanan cicilan di e-commerce seperti Bukalapak, Tokopedia, Lazada, dan JD.ID.

2.2.4.1. Sejarah Singkat Paylater

Paylater diluncurkan pada pertengahan tahun 2018 oleh startup travel online traveloka. Ide pembuatan fitur paylater datang dari keperluan konsumen

Banyak konsumen yang mengeluh ingin membeli tiket pesawat atau memesan hotel, tapi tidak punya uang yang cukup. Mereka menanyakan apakah Traveloka memiliki metode pembayaran dengan cicilan. Metode pembayaran yang ada pun masih kurang seamless, tidak bisa langsung selesai hanya dengan beberapa klik saja. Saat ini memang telah ada beberapa solusi e-money, namun jumlah maksimal saldo yang diizinkan mungkin tidak cukup untuk membeli produk tiket pesawat atau hotel di Traveloka. Fitur paylater tersebut yang menjadi solusi dari keinginan konsumen. Konseumen bisa memesan tiket pesawat dan hotel di platform mereka tanpa perlu langsung membayar. konsumen bisa melakukan pembayaran di akhir bulan, atau mencicilnya hingga maksimal dua belas bulan.

Traveloka tidak membuat fitur tersebut sendirian. Mereka menggandeng layanan peer to peer (P2P) lending tanah air yang telah mendapat izin dari OJK, yaitu Danamas. Langkah Traveloka tersebut kini telah diikuti oleh GO-JEK yang bekerja sama dengan Findaya untuk menghadirkan layanan serupa di platform miliknya, serta Tiket yang kini menghadirkan layanan mirip di aplikasi Kredivo.

Proses pemilihan nama membutuhkan waktu yang cukup lama. Sejak awal traveloka tidak mau menimbulkan kesan “utang” yang mempunyai stigma negatif di masyarakat. Karena itu traveloka berusaha mencari kata atau istilah yang mempunyai kesan positif tanpa menghilangkan maksud dari fitur ini. Akhirnya dipilih nama PayLater (bayar kemudian) karena langsung bisa menggambarkan cara penggunaan dari fitur ini. Saat ini sudah ada beberapa platform yang menyediakan metode pembayaran menggunakan paylater,

diantaranya adalah traveloka, ovo, tokopedia, gojek, shopee, bukalapak, dana, linkaja.

2.2.4.2. Resiko Penggunaan Paylater

1. Perilaku konsumtif berlebihan

Tanpa disadari dengan kemudahan untuk beli sekarang bayar belakangan memberikan dorongan impulsif dalam keputusan pembelian yang seringkali justru jatuh kepada barang-barang yang tidak diperlukan, jangan lupa pelaku usaha juga memiliki strategi melakukan promo untuk menghabiskan produk mereka yang tidak terlalu laku.

2. Biaya yang tidak disadari

Masyarakat terutama milenial sangat menyukai kecepatan dan kepraktisan, terkadang mereka tidak memahami berbagai biaya yang langsung aktif disaat mereka menggunakan fitur Paylater seperti biaya subscription, biaya cicilan dan biaya lainnya yang dapat berbeda dari tiap aplikasi. Biaya ini seringkali memberatkan disaat tagihan datang.

3. Pengaturan keuangan terganggu

Mudahnya pembelian fasilitas paylater dari berbagai aplikasi seringkali dapat mengganggu pengaturan keuangan pribadi dengan banyaknya cicilan yang datang. Dana yang disisihkan untuk membayar tagihan paylater juga dapat

terpakai untuk keperluan tak terduga sewaktu-waktu sehingga menimbulkan risiko tidak mampu bayar yang tinggi.

4. Penunggakan yang berisiko pada BI checking

Melalui BI checking, lancar atau tidaknya pembayaran nasabah akan terlihat jelas. Jika terjadi tunggakan transaksi pada paylater, tagihan tersebut akan menyebabkan catatan reputasi kredit yang buruk, hal ini akan menyebabkan pengajuan kredit lain yang sifatnya lebih penting untuk digunakan seperti properti dan kendaraan memiliki risiko ditolak kedepannya.

5. Peretasan identitas

Bertransaksi via digital tak luput dari bahayanya peretasan yang mengintai. Meskipun setiap aplikasi tentu sudah menyiapkan keamanan tingkat tinggi untuk penggunaannya, risiko para kriminal siber mampu menemukan cara meretas database di akun transaksi pengguna dan menggunakannya untuk hal-hal yang tidak bertanggung jawab tetap ada.

2.2.5. Milenial

Pendapat tentang generasi milenial yang dilihat dari rentang waktu kelahiran dan penyebutan istilah generasi milenial berbeda antar peneliti, Tapscott (1998) menyebut generasi milenial dengan istilah Digital Generation yang lahir antara tahun 1976- 2000. Kemudian Zemke et al (2000) menyebut generasi milenial dengan istilah Nexters yang lahir tahun 1980-1999. Oblinger

(2005) menyebut generasi milenial dengan istilah Generasi Y/NetGen, lahir antara 1981- 1995. Howe dan Strauss, Lancaster dan Stillman (2002), serta Martin dan Tulgan (2002) menyebut dengan istilah Generasi Milenial/ Generasi Y/Milenial yang dikenal sampai sekarang, meskipun rentang tahun kelahirannya masing-masing berbeda. Sementara para peneliti sosial dalam negeri lainnya menggunakan tahun lahir mulai 1980-an sampai dengan tahun 2000-an untuk menentukan generasi milenial. Berdasarkan beberapa pendapat para ahli dari berbagai negara dan profesi, penentuan siapa generasi milenial dapat ditarik kesimpulan bahwa generasi milenial adalah mereka yang dilahirkan antara tahun 1980-2000.

Generasi milenial memiliki ciri khas tersendiri yaitu, mereka lahir pada saat TV berwarna, handphone juga internet sudah diperkenalkan. Mereka berpendidikan lebih tinggi dari generasi sebelumnya, kompeten dalam bidang teknologi informasi dan komunikasi (TIK), dan terbiasa dengan dunia media sosial. Generasi milenial atau disebut juga generasi Y ini banyak menggunakan teknologi komunikasi instant seperti email, SMS, instant messaging dan lain2. Hal ini dikarenakan generasi Y merupakan generasi yang tumbuh pada era internet booming (Lyons, 2004) (dalam Putra, 2016). Tidak hanya itu saja, generasi Y ini lebih terbuka dalam pandangan politik dan ekonomi, sehingga mereka terlihat sangat reaktif terhadap perubahan lingkungan yang terjadi di sekelilingnya. Menurut Yoris Sebastian dalam bukunya Generasi Langgas Millennials Indonesia, ada beberapa keunggulan dari generasi milenial, yaitu

ingin serba cepat, mudah berpindah pekerjaan dalam waktu singkat, kreatif, dinamis, melek teknologi, dekat dengan media sosial, dan sebagainya.

Generasi milenial cenderung menjadi sangat konsumtif seiring dengan berkembangnya teknologi. Seakan-akan teknologi telah menguasai hidup mereka. Pakar perencanaan keuangan Universitas Indonesia Zaafri Husodo menyatakan bahwa generasi milenial memiliki gaya hidup dan karakteristik yang berbeda dengan generasi sebelumnya. Kebiasaan hidup konsumtif dan modernisasi serta hedonisme membuat generasi milenial lupa diri untuk menabung bahkan berinvestasi.

2.3. Kerangka Teoritis

Melihat dasar pemikiran Schutz mengenai fenomenologi, maka dari itu penelitian ini menggunakan teori fenomenologi Alfred Schutz yang akan menjadi tolak ukur dalam membahas dan memecahkan masalah yang ada dalam penelitian ini. Istilah fenomenologi mengacu pada sebuah benda, kejadian atau kondisi yang dilihat. Oleh karena itu fenomenologi merupakan cara yang digunakan manusia untuk memahami dunia melalui pengalaman langsung. Dengan demikian, fenomenologi membuat pengalaman nyata sebagai data pokok sebuah realitas. Fenomenologi berarti membiarkan segala sesuatu menjadi jelas sebagaimana adanya.

2.3.1. Fenomenologi

Fenomenologi adalah studi mengenai bagaimana manusia mengalami kehidupannya di dunia. Teori ini melihat objek dan peristiwa dari perspektif orang yang mengalami. Realitas dalam fenomenologi selalu merupakan bagian dari pengalaman sadar seseorang. Fenomenologi berasal dari bahasa Yunani, "phainomai" yang berarti "menampak" dan "phainomenon" merujuk "pada yang menampak". Phenomenon juga dapat diartikan sebagai kemunculan suatu objek, peristiwa atau kondisi dalam persepsi seorang individu.

Kuswarno dalam bukunya fenomenologi menyatakan bahwa

"Fenomenologi berusaha mencari pemahaman bagaimana manusia mengkonstruksi makna dan konsep penting dalam kerangka intersubjektivitas (pemahaman kita melalui dunia dibentuk oleh hubungan kita dengan orang lain)"
(Kuswarno, 2009, h.2).

Asumsi dari fenomenologi menurut Little John adalah interpretasi dari pengalaman-pengalaman pribadi seseorang, seperti berikut ini, Fenomenologi berasumsi bahwa orang-orang secara aktif menginterpretasi pengalaman-pengalamannya dan mencoba memahami dunia dengan pengalaman pribadinya" (Littlejohn, 2009).

2.3.2. Sejarah Fenomenologi

Fenomenologi tidak dikenal setidaknya sampai menjelang abad ke-20. Abad ke-18 menjadi awal digunakannya istilah fenomenologi sebagai nama teori tentang penampakan, yang menjadi dasar pengetahuan empiris (penampakan

yang diterima secara inderawi). Istilah fenomenologi itu sendiri diperkenalkan oleh Johann Heinrich Lambert, pengikut Christian Wolff. Sesudah itu, filosof Immanuel Kant mulai sesekali menggunakan istilah fenomenologi dalam tulisannya, seperti halnya Johann Gottlieb Fichte dan G.W.F.Hegel. Pada tahun 1889, Franz Brentano menggunakan fenomenologi untuk psikologi deskriptif. Dari sinilah awalnya Edmund Husserl mengambil istilah fenomenologi untuk pemikirannya mengenai “kesengajaan”.

Fenomenologi dicetuskan secara intens sebagai kajian filsafat pertama kali oleh Edmund Husserl (1859-1938), sehingga Husserl sering dipandang sebagai bapak Fenomenologi. Pada abad ke- 18 pembahasan filsafat modern dimulai. Di satu sisi ada aliran empirisme yang percaya bahwa pengetahuan muncul dari pengindraan. Dengan demikian kita mengalami dunia dan melihat apa yang sedang terjadi. Bagi penganut empirisme, sumber pengetahuan yang memadai itu adalah pengalaman. Akal yang dimiliki manusia hanya bertugas untuk mengatur dan mengolah bahan-bahan yang diterima oleh panca indera.

Fenomenologi Edmund Husserl

Bagi Husserl makna “realitas” merupakan perluasan dari kata “nature”. Maknanya nature science menggunakan realitas sebagai keseluruhan benda dalam ruang dan waktu. Namun Husserl membalik persoalan filsafat dari objek ke subjek pengetahuan.

Menurut Husserl yang dikutip oleh Kuswarno dalam bukunya Fenomenologi menyatakan bahwa

“Fenomenologi tidak saja mengklarifikasi setiap tindakan sadar yang dilakukan, namun juga meliputi prediksi terhadap tindakan di masa yang akan datang, dilihat dari aspek-aspek yang terkait dengannya” (Kuswarno, 2009, h.10).

Husserl menyatakan bahwa fenomenologi tidak saja mengklarifikasi setiap tindakan sadar yang dilakukan, namun juga meliputi prediksi terhadap tindakan dimasa yang akan datang, dilihat dari aspek-aspek yang terkait dengannya.

Adapun pokok pikiran husserl mengenai fenomenologi, adalah sebagai berikut :

1. Fenomena adalah realitas sendiri (realitas in se) yang tampak
2. Tidak ada batas antara subjek dengan realitas
3. Kesadaran bersifat intensional
4. Terdapat interaksi antara tindakan kesadaran (Noesis) dengan objek yang disadari (noema)

Semuanya itu bersumber dari bagaimana seseorang memknai objek dalam pengalamannya. Oleh karena itu, tidak salah apabila fenomenologi juga diartikan sebagai studi tentang makna itu lebih luas dari sekedar yang mewakilinya.

Fenomenologi Max Weber (1864-1920)

Fenomenologi yang menekankan keunikan spirit manusia, membutuhkan metode khusus untuk dapat dipahami secara otentik, khususnya dalam rangka memahami makna tindakan manusia. Weber mengemukakan metode Verstehen yang mengarah pada suatu tindakan bermotif demi tujuan yang hendak dicapai atau in order motive, sebagai salah satu metode untuk memahami motif dan makna dibalik tindakan manusia. Dengan begitu tindakan individu dilihat sebagai tindakan subjektif yang merujuk pada suatu motif tujuan, yang sebelumnya mengalami proses intersubjektif berupa hubungan interaksi face to face antar person yang bersifat unik.

Tindakan rasional demikian ini adalah tindakan yang bertujuan atas dasar rasionalitas nilai yang berlaku (afektual), atau tindakan yang terkait dengan kemampuan intelektual dan emosi, serta berdasarkan pemahaman makna subjektif dari pelaku itu sendiri.

Weber meyakini bahwa empati, intuisi dan intensionalitas merupakan hal yang esensial untuk dipahami. Kemudian mengembangkan teknik intuitif yang melibatkan bentuk identifikasi terhadap aktor dengan partisipasi simpati terhadap emosi mereka. Sebagaimana diamini oleh Schutz, dunia sosial bagi Weber adalah dunia arti yang intersubjektif dan dunia tempat terjadinya interaksinya dan simbol diantara manusia. Tugas fenomenologi untuk melampaui pandangan aktor sehingga drama permasalahan hidup dari aktor tersebut dapat dipahami dengan baik.

Fenomenologi alfred schutz

Schutz sering dijadikan centre dalam penerapan metodologi penelitian kualitatif yang menggunakan studi fenomenologi. Pertama, karena melalui schutz lah pemikiran dan ide Husserl yang dirasa abstrak dapat dijelaskan dengan lebih gambalang dan mudah dipahami. Kedua, schutz merupakan orang pertama yang menerapkan fenomenologi dalam penelitian ilmu sosial.

Dalam mempelajari dan menerapkan fenomenologi sosial ini, schutz mengembangkan juga model tindakan manusia (human of action) dengan tiga dalil umum yaitu :

1. The postulate of logical consistency (Dalil Konsistensi Logis)

Konsistensi logis mengharuskan peneliti untuk tahu validitas tujuan penelitiannya sehingga dapat dianalisis bagaimana hubungannya dengan kenyataan kehidupan sehari-hari. Apakah bisa dipertanggungjawabkan ataukah tidak.

2. The postulate of subjective interpretation (Dalil Interpretasi Subyektif)

Menuntut peneliti untuk memahami segala macam tindakan manusia atau pemikiran manusia dalam bentuk tindakan nyata. Maksudnya peneliti mesti memposisikan diri secara subyektif dalam penelitian agar benar-benar memahami manusia yang diteliti dalam fenomenologi sosial.

3. The postulate of adequacy (Dalil Kecukupan)

Dalil ini mengamanatkan peneliti untuk membentuk konstruksi ilmiah (hasil penelitian) agar peneliti bisa memahami tindakan sosial individu. Kepatuhan terhadap dalil ini akan memastikan bahwa konstruksi sosial yang dibentuk konsisten dengan konstruksi yang ada dalam realitas sosial.

Schutz dalam mendirikan fenomenologi sosialnya telah mengawinkan fenomenologi transedental-nya Husserl dengan konsep *Verstehen* I yang merupakan buah pemikiran Weber.

Jika Husserl hanya memandang filsafat fenomenologi (transedental) sebagai metode analisis yang digunakan untuk mengkaji sesuatu yang muncul mengkaji fenomena yang terjadi di sekitar kita. Tetapi Schutz melihat secara jelas sosiologisnya di dalam analisis ilmu pengetahuan, berbagai gagasan dan kesadaran. Schutz tidak hanya menjelaskan dunia sosial semata, melainkan menjelaskan berbagai hal mendasar dari konsep ilmu pengetahuan serta berbagai model teoritis dan realitas yang ada.

Dalam pandangan Schutz memang ada berbagai ragam realitas termasuk di dalamnya dunia mimpi dan ketidakwarasan. Tetapi realitas yang tertinggi itu adalah dunia keseharian yang memiliki sifat intersubjektif yang disebutnya sebagai *the life world*. Menurut Schutz ada enam karakteristik yang sangat mendasar dari *the life world* ini, yaitu pertama, *wide-awakeness* (ada unsur dari kesadaran yang berarti sadar sepenuhnya). Kedua, *reality* (orang yakin akan

eksistensi dunia). Ketiga, dalam dunia keseharian orang-orang berinteraksi. Keempat, pengalaman dari seseorang merupakan totalitas dari pengalaman dia sendiri. Kelima, dunia intersubyektif dicirikan terjadinya komunikasi dan tindakan sosial. Keenam, adanya perspektif waktu dalam masyarakat.

Dalam the life world ini terjadi dialektika yang memperjelas konsep dunia budaya dan kebudayaan. Selain itu pada konsep ini Schutz juga menekankan adanya stock of knowledge yang memfokuskan pada pengetahuan yang kita miliki atau dimiliki seseorang. stock of knowledge terdiri dari knowledge of skills dan useful knowledge. stock of knowledge sebenarnya merujuk pada content (isi), meaning (makna), intensity (intensitas), dan duration (waktu). Schutz juga sangat menaruh perhatian pada dunia keseharian dan fokusnya hubungan antara dunia keseharian itu dengan ilmu (science), khususnya ilmu sosial.

Schutz mengakui fenomenologi sosialnya mengkaji tentang intersubyektivitas dan pada dasarnya studi mengenai intersubyektivitas adalah upaya untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan seperti:

1. Bagaimana kita mengetahui motif, keinginan, dan makna tindakan orang lain?
2. Bagaimana kita mengetahui makna atas keberadaan orang lain?

3. Bagaimana kita dapat mengerti dan memahami atas segala sesuatu secara mendalam?
4. Bagaimana hubungan timbal balik itu dapat terjadi?

Realitas intersubyektif yang bersifat sosial memiliki tiga pengertian, yaitu:

1. Adanya hubungan timbal balik atas dasar asumsi bahwa ada orang lain dan benda-benda yang diketahui oleh semua orang.
2. Ilmu pengetahuan yang intersubyektif itu sebenarnya merupakan bagian ilmu pengetahuan sosial.
3. Ilmu pengetahuan yang bersifat intersubyektif memiliki sifat distribusi secara sosial.

Beberapa tipifikasi yang dianggap penting dalam kaitan dengan intersubyektivitas, antara lain :

1. Tipifikasi pengalaman (semua bentuk yang dapat dikenali dan diidentifikasi, bahkan berbagai obyek yang ada di luar dunia nyata, keberadaannya didasarkan pada pengetahuan yang bersifat umum).
2. Tipifikasi benda-benda (merupakan sesuatu yang kita tangkap sebagai sesuatu yang mewakili sesuatu).

3. Tipifikasi dalam kehidupan sosial (yang dimaksudkan sosiolog sebagai System, role status, role expectation, dan institutionalization itu dialami atau melekat pada diri individu dalam kehidupan sosial).

Schutz mengidentifikasi empat realitas sosial, dimana masing-masing merupakan abstraksi dari dunia sosial dan dapat dikenali melalui tingkat imediasi dan tingkat determinabilitas. Keempat elemen itu diantaranya umwelt, mitwelt, folgwelt dan vorwelt.

1. Umwelt, merujuk pada pengalaman yang dapat dirasakan langsung di dalam dunia kehidupan sehari-hari.
2. Mitwelt, merujuk pada pengalaman yang tidak dirasakan dalam dunia keseharian.
3. Folgwelt, merupakan dunia tempat tinggal para penerus atau generasi yang akan datang.
4. Vorwelt, dunia tempat tinggal para leluhur, para pendahulu kita.

Schutz juga mengatakan untuk meneliti fenomena sosial, sebaiknya peneliti merujuk pada empat tipe ideal yang terkait dengan interaksi sosial. Karena interaksi sosial sebenarnya berasal dari hasil pemikiran diri pribadi yang berhubungan dengan orang lain atau lingkungan. Sehingga untuk mempelajari interaksi sosial antara pribadi dalam fenomenologi digunakan empat tipe ideal berikut ini:

a. The eyewitness (saksi mata)

Yaitu seseorang yang melaporkan kepada peneliti sesuatu yang telah diamati di dunia dalam jangkauan orang tersebut.

b. The insider (orang dalam)

Seseorang yang karena hubungannya dengan kelompok yang lebih langsung dari peneliti sendiri, lebih mampu melaporkan suatu peristiwa, atau pendapat orang lain, dengan otoritas berbagi sistem yang sama relevansinya sebagai anggota lain dari kelompok. peneliti menerima informasi orang dalam sebagai benar atau sah, setidaknya sebagian, karena pengetahuannya dalam konteks situasi lebih dalam dari saya.

c. The analyst (analisis)

Seseorang yang berbagi informasi relevan dengan peneliti, orang itu telah mengumpulkan informasi dan mengorganisasikannya sesuai dengan sistem relevansi .

d. The commentator (komentator)

Schutz menyampaikan juga empat unsur pokok fenomenologi sosial yaitu :

1. perhatian terhadap aktor.
2. perhatian kepada kenyataan yang penting atau yang pokok dan kepada sikap yang wajar atau alamiah (natural attitude).

3. memusatkan perhatian kepada masalah mikro.
4. memperhatikan pertumbuhan, perubahan, dan proses tindakan. Berusaha memahami bagaimana keteraturan dalam masyarakat diciptakan dan dipelihara dalam pergaulan sehari-hari.

2.4. Kerangka Pemikiran

Kerangka Pemikiran adalah dukungan dasar teoritis dalam rangka memberi jawaban terhadap pendekatan pemecahan masalah. Penelitian ini menggunakan pendekatan Fenomenologi Alfred Schutz sebagai teknik pengumpulan data yang dianggap tepat untuk meneliti mengenai Fenomena penggunaan paylater di kalangan milenial kota Bandung. Peneliti mengambil dasar pemikiran tersebut karena peneliti tertarik untuk mengupas bagaimana motif, tindakan dan makna dari penggunaan paylater di masyarakat kota Bandung.

Penelitian ini menggunakan teori fenomenologi sebagai kerangka pemikiran, melihat dasar pemikiran Schutz mengenai fenomenologi, maka dari itu penelitian ini menggunakan teori fenomenologi Alfred Schutz yang akan menjadi tolak ukur dalam membahas dan memecahkan masalah yang ada dalam penelitian ini. Istilah fenomenologi mengacu pada sebuah benda, kejadian atau kondisi yang dilihat. Oleh karena itu fenomenologi merupakan cara yang digunakan manusia untuk memahami dunia melalui pengalaman langsung. Dengan demikian, fenomenologi membuat pengalaman nyata sebagai data pokok

sebuah realitas. Fenomenologi berarti membiarkan segala sesuatu menjadi jelas sebagaimana adanya.

Kuswarno dalam bukunya Fenomenologi menyatakan bahwa

“Fenomenologi adalah menghubungkan antara pengetahuan ilmiah dengan pengalaman sehari-hari, dan dari kegiatan dimana pengalaman dan pengetahuan itu berasal. Dengan kata lain mendasarkan tindakan sosial pada pengalaman, makna dan kesadaran” (Kuswarno,2013, h.17).

Dalam pandangan Schutz manusia adalah makhluk sosial, sehingga kesadaran di kehidupan sehari-hari adalah kesadaran sosial. Dunia individu merupakan dunia intersubjektif dengan makna yang beragam, dan perasaan sebagai bagian dari kelompok. Manusia dituntut untuk memahami satu sama lain dan bertindak dalam kenyataan yang sama. Dengan demikian ada penerimaan timbal balik atas dasar pengalaman bersama, dan tipikasi atas dunia bersama. Melalui tipikasi inilah manusia belajar menyesuaikan diri ke dalam dunia yang lebih luas.

Fenomena yang terjadi di masyarakat dapat membuat suatu hal menjadi fenomena dikarenakan tindakan dari seseorang bisa saja merupakan suatu tindakan peniruan atau hanya rasa penasaran terhadap suatu hal yang menjadi sebuah fenomena.

Tindakan manusia yang melakukan peniruan dari tindakan orang lainnya dapat membuat suatu hal menjadi fenomena dikalangan masyarakat atas tindakan manusia itu sendiri.

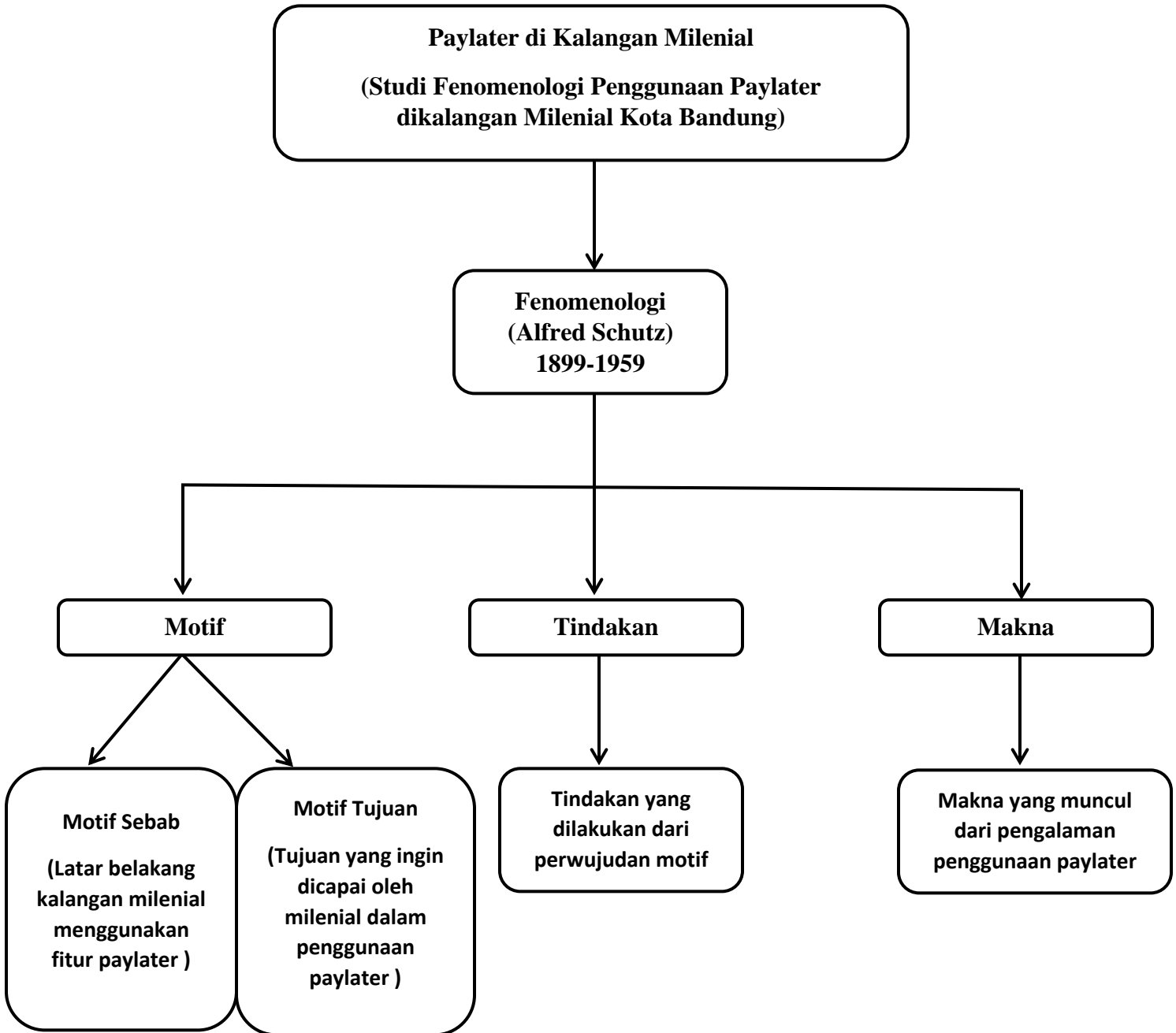
Sobur dalam bukunya filsafat komunikasi menyatakan bahwa

“Fenomenologi bukan hanya motif dan tindakan, menurut Schutz Semua tindakan memiliki makna; jadi, bukan hanya tindakan yang rasional , saja, melainkan semua tindakan. Lebih dari itu, makna tindakan orang lain dalam pengertian motif tidak bisa kita peroleh” (Sobur,2014, h.56).

Schutz berpendapat bahwa motif berkembang menjadi tindakan yang masuk akal atau rasional, namun dibalik tindakan tersebut setiap orang mempunyai makna yang berbeda-beda. Memaknai tindakan tersebut dengan alasan yang berbeda-beda mengapa melakukan tindakan tersebut.

Jadi fenomenologi menurut Schtuz sendiri berawal dari motif yang membuat pergerakan menjadi suatu tindakan sehingga memiliki makna atas suatu fenomena yang telah terjadi.

2.2 Tabel kerangka pemikiran



Sumber : Alfred Schutz, hasil modifikasi peneliti & pembimbing