

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Pada zaman yang semakin maju dan serba digital, teknologi telah mampu mengubah gaya hidup masyarakat yang pada mulanya dilakukan secara fisik menjadi non-fisik, dan yang tadinya tertinggal menjadi modern. Salah satu contoh perubahan tersebut yaitu, jika dahulu suatu individu harus saling bertatap muka untuk berkomunikasi dengan individu maupun kelompok lainnya, kini dengan adanya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi dapat mempermudah masyarakat untuk saling terhubung tanpa harus bertatap muka secara langsung.

Kemunculan teknologi informasi dan komunikasi telah memberikan banyak pengaruh bagi penggunanya. Teknologi tersebut merupakan bentuk dari media baru yang membuat penggunanya dapat dengan mudah mengakses informasi secara digital dan memanfaatkannya dalam berbagai kebutuhan seperti berkirim pesan, membaca informasi yang diinginkan, berbagi informasi, memudahkan pekerjaan, serta melakukan belanja *online* yang lebih dikenal dengan perdagangan elektronik atau *e-commerce*.

Suyanto (Alif, 2022:1) *Electronic commerce* (EC) merupakan konsep baru yang bisa digambarkan sebagai proses jual beli barang atau jasa pada *World Wide Web* Internet atau proses jual beli atau pertukaran produk, jasa dan

informasi melalui jaringan informasi termasuk internet atau populer dengan istilah belanja online (*online shopping*).

Seiring perkembangan e-commerce, juga adanya kemajuan teknologi pada bidang keuangan yang bernama fintech (*Financial Technology*), yang dimana fintech ini terus tumbuh dan berkembang di Indonesia. Salah satu inovasi fintech yang sedang populer dikalangan masyarakat terutama generasi Z yaitu *paylater*. Salah satu penyedia layanan *paylater* yaitu *shopee* yang dimana *shopee* ini merupakan platform jual beli online yang dapat diakses oleh seluruh masyarakat dengan menggunakan *Smartphone*.

Kecanggihan teknologi tersebut membuat dampak yang sangat begitu signifikan terhadap keberlangsungan hidup masyarakat yaitu masyarakat akan menjadi lebih konsumtif melalui kedatangan alat pembayaran secara elektronik atau nontunai, tanpa uang cash tersebut akan membentuk perilaku belanja yang impulsif dimana seseorang membeli produk tanpa direncanakan (Jati, 2015: 103).

Seiring dengan kecanggihan teknologi ini, semakin banyak masyarakat yang mengandalkan teknologi finansial dalam melakukan transaksi online. Selain itu, tren jual-beli online juga sangat meningkat sehingga masyarakat mulai menyadari bahwa teknologi finansial dapat mendukung dan memudahkan kebutuhan pembayaran maupun pembelian secara online. Tidak hanya di bidang pembayaran, teknologi finansial sendiri juga bergerak di bidang peminjaman (*lending*), pembiayaan (*crowdfunding*), perencanaan keuangan, investasi, riset keuangan, dan lain - lain.

Saat ini penggunaan fintech semakin diminati, khususnya ketika muncul layanan cicilan tanpa kartu kredit yang dikemas secara menarik dalam bentuk fitur yaitu PayLater. Fitur yang mengusung konsep “Beli sekarang, bayar nanti” ini memungkinkan masyarakat untuk menikmati kesempatan menggunakan cicilan kredit tanpa harus memiliki kartu kredit. Sebelumnya kartu kredit adalah sesuatu yang wajib dimiliki sebagai syarat untuk mengajukan pembelian barang dengan skema cicilan. Namun, dalam mengajukan kartu kredit sendiri prosesnya tidak mudah dan tentunya membutuhkan waktu yang cukup lama untuk pengaktifan kartu. Alhasil, tidak semua orang dapat memiliki kartu kredit dan hanya sebagian orang saja yang dapat menikmati fasilitas cicilan. Berbeda dengan PayLater yang lebih praktis penggunaannya tanpa proses pengajuan yang panjang.

Adanya fitur PayLater membuat sistem transaksi online menjadi semakin praktis. Baik dari segi persyaratan, pendaftaran, maupun proses pengaktifan yang terbilang singkat menjadikan PayLater sebagai metode pembayaran yang lebih unggul dibandingkan bank. Semakin meluasnya *e-commerce*, masyarakat didorong untuk bisa memenuhi semua keinginan dan kebutuhan, yang mana memiliki prioritas tersendiri untuk memenuhinya. Sedangkan kemampuan untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan tersebut sangat terbatas karena tidak semua orang mampu membayar secara tunai. Oleh sebab itu, saat ini ada beberapa perusahaan *e-commerce* di Indonesia yang menyediakan layanan PayLater untuk pengajuan cicilan. Salah satu di antaranya adalah aplikasi

Shopee dengan jumlah pengunjung 2,35 miliar berdasarkan Katadata Media Network, seperti pada gambar berikut ini:



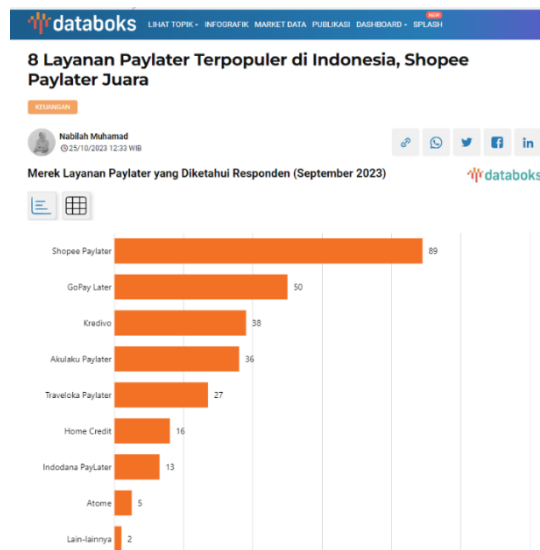
Gambar 1.1 Jumlah Pengunjung Shopee di Indonesia

Shopee merupakan salah satu perusahaan e-commerce terbesar di Indonesia yang berada di bawah naungan SEA Group, salah satu grup perusahaan internet terbesar di Asia Tenggara. Aplikasi belanja ini pertama kali diluncurkan di Singapura pada tahun 2015, dan sejak itu memperluas jangkauannya ke Malaysia, Thailand, Taiwan, Indonesia, Vietnam, dan Filipina. Mulai tahun 2019, Shopee juga sudah aktif di negara Brazil yang menjadikannya Shopee pertama di luar Asia. Kehadiran Shopee di Indonesia membawa pengalaman berbelanja baru. Shopee sendiri merupakan mobile marketplace pertama dengan gratis ongkos kirim se-Indonesia yang masuk ke pasar Indonesia pada Mei 2015. Kini aplikasi shopee telah tersedia dalam sistem operasi *iOS* dan *Android*

di mana aplikasi tersebut dapat diunduh secara gratis di *App Store* dan *Google Play Store*.

ShopeePayLater menerapkan sistem peer-to-peer lending yang merupakan platform yang mempertemukan pemberi pinjaman dan peminjam melalui internet. Peer-to-peer lending menyediakan mekanisme kredit dan manajemen risiko. Platform ini membantu pemberi pinjaman dan peminjam memenuhi kebutuhan masing-masing dan menghasilkan penggunaan uang secara efisien (Hsueh dalam Ansori, 2019:36).

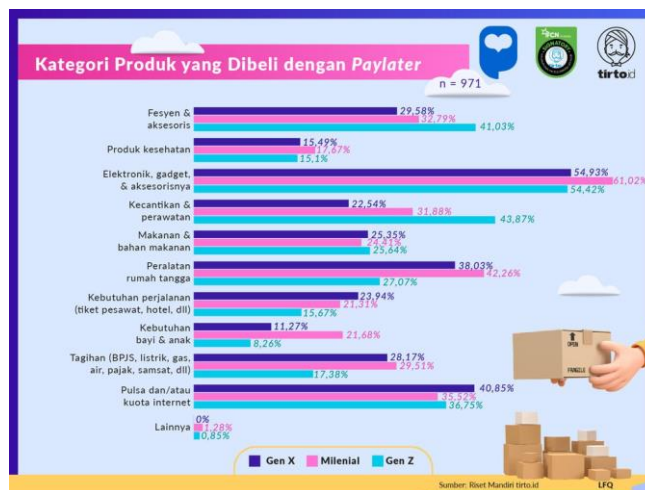
ShopeePayLater merupakan layanan yang berada di bawah platform PT. Lentera Dana Nusantara sekaligus terdaftar dan diawasi oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK). *Shopee Paylater* menawarkan keuntungan dalam bentuk pinjaman dana instan dengan bunga yang sangat minim. Pinjaman yang telah diberikan hanya bisa digunakan untuk pembelian produk yang tersedia di *Shopee* dengan jangka waktu cicilan mulai dari 1 bulan, 2 bulan, 3 bulan hingga 12 bulan. Untuk cicilan 1 bulan *ShopeePayLater* menetapkan bunga sebesar 0%, sedangkan untuk biaya transaksi cicilan 2 dan 3 bulan dikenakan biaya 2,95%. Sama seperti sistem kredit pada umumnya, semakin lama jangka waktu cicilan yang dipilih maka semakin besar bunga yang harus dibayarkan. Berikut pengguna *Shopee Paylater* menurut Katadata Media Network :



Gambar 1.2 Layanan Paylater Terpopuler di Indonesia

Shopee*PayLater* di aplikasi Shopee tentu membuat banyak masyarakat penasaran dan tertarik untuk mencoba bertransaksi secara online melalui fitur tersebut. Peluncuran fitur *ShopeePayLater* ini menjadi salah satu teknik marketing yang cerdas untuk menggaet para konsumen agar banyak yang berbelanja di Shopee. Menurut data statistik pengguna *paylater* yang dipaparkan di situs bisnis.com saat ini jumlah pengguna *paylater* di Indonesia 13,4 juta orang dengan pengguna terbanyak yang berasal dari provinsi Jawa Barat yang mencapai 28,7%. Hal ini mengindikasikan bahwa masyarakat Indonesia semakin melek terhadap teknologi finansial seperti fitur *PayLater* yang terdapat pada Shopee. Apalagi Shopee saat ini banyak diakses oleh generasi milenial yang lahir antara tahun 1981 hingga 1996. Pengguna *paylater* yang masuk kelompok tersebut rata-rata mencapai 6,99 juta debitur per bulan. Kemudian disusul generasi Z yang lahir pada 1997—2012, di mana rata-rata pengguna per bulan mencapai 4,59 juta debitur.

Generasi Z didominasi tumbuh dengan gengsi dan gaya hidup yang cukup tinggi, dimana kehidupan generasi Z tentu tidak mudah, karena kebutuhannya akan semakin beragam entah itu kebutuhan mendasar atau kebutuhan untuk memenuhi gaya hidup. Tetapi ada kalanya generasi Z mengalami krisis akhir bulan, sehingga kehadiran *ShopeePayLater* cenderung menjadi penyelamat karena fitur ini sangat membantu bagi generasi Z yang tidak memiliki uang yang cukup hingga akhir bulan untuk memenuhi kebutuhannya. Adapun tiga kategori yang paling banyak dibeli Gen Z dengan *paylater* menurut Alfanos Yoshio Hartanto dalam *tirto.id* :



Gambar 1.3 Kategori konsumtif Gen Z menggunakan *paylater*

Dalam hasil survei tersebut dijelaskan bahwa gen Z mendominasi beberapa kategori dalam menggunakan *paylater* yaitu *fashion*, kecantikan atau perawatan, elektronik atau *gadget* dan lain sebagainya. Namun di sisi lain, tidak menutup kemungkinan jika fitur tersebut nantinya menjadi bumerang bagi penggunaannya. Kemudahan *ShopeePayLater* sebagai pilihan metode pembayaran di *Shopee* berpotensi mendorong perilaku konsumtif.

Perilaku konsumtif adalah perilaku membeli barang atau jasa secara berlebihan, walaupun barang yang dibeli tidak dibutuhkan. Pada dasarnya perilaku konsumen merupakan tindakan yang langsung terlibat dalam mendapatkan, mengkonsumsi, dan menghabiskan produk dan jasa, termasuk proses keputusan yang mendahului dan menyusuli tindakan ini.

Konsumerisme yang berlebihan dapat berpengaruh buruk untuk kehidupan seseorang karena akan menimbulkan perilaku hedonis dan hidupnya hanya berfokus pada pemenuhan konsumsi yang berlebihan (Jurnal Gabriella : Analisis Perilaku Konsumtif Mahasiswa Sebagai Dampak Perkembangan *E – commerce* di Indonesia. 2021)

Hal ini bisa disebabkan oleh konsumen yang tidak berpikir dua kali untuk membeli sesuatu yang sejatinya tidak benar-benar dibutuhkan. Masyarakat saat ini membeli suatu produk bukan lagi melihat dari sisi kegunaan dan manfaatnya, melainkan hasrat dan keinginan untuk memenuhi kesenangan semata. Apalagi jika mereka adalah konsumen yang memiliki tipe “pantang lihat promo” akan menjadi seenaknya dalam melakukan kegiatan belanja. Karena konsep belanja sekarang ini tidak lagi berpatok pada kebutuhan sehari-hari, melainkan kesenangan untuk memenuhi gaya hidup. Alhasil, penggunaan yang berlebihan tersebut menimbulkan tumpukan hutang karena membeli tanpa pikir panjang dan beranggapan bisa mencicil kemudian. Perilaku semacam ini bisa menimpa siapa saja dari berbagai kalangan termasuk generasi Z yang hasrat dan keinginannya cenderung belum stabil.

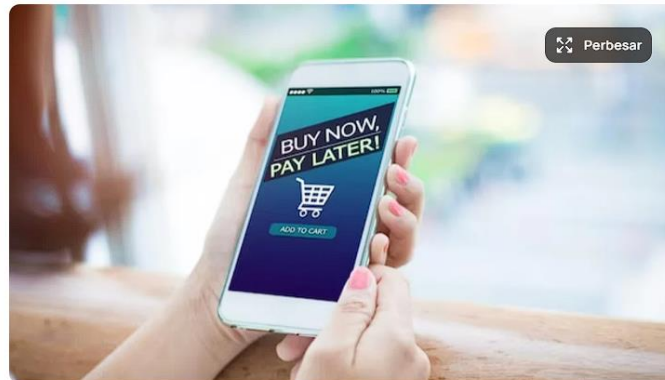
Pengguna Paylater di Indonesia 13,4 Juta Orang, Jawa Barat Terbanyak

Pengguna paylater di Indonesia mencapai 13,4 juta orang per Desember 2023.



Pernita Hestin Untari - Bisnis.com
Kamis, 7 Maret 2024 11:20

Share [f](#) [t](#) [w](#) [in](#) [v](#) [l](#)



Ilustrasi seseorang menggunakan fitur paylater. Dok Freepik

Gambar 1.4 Pengguna Paylater di Indonesia

Berdasarkan unggahan Pernita Hestinn Untari dalam bisnis.com pada tanggal 7 Maret 2024, penggunaan paylater terbanyak di Indonesia ada di provinsi Jawa Barat yaitu mencapai 28%. Kemudian disusul DKI Jakarta Mencapai 13,85%, Jawa Timur 13,36% dan Jawa Tengah 12,46% dan diikuti dengan wilayah lainnya. Dari segi demografi kelompok usia, salah satu pengguna paylater paling banyak adalah generasi Z yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012 dengan rata-rata mencapai 4,59 debitur per bulan dan dengan catatan kredit macet mencapai 460 miliar rupiah. Berdasarkan paparan diatas terdapat masalah-masalah terkait penggunaan paylater yang berpengaruh terhadap perilaku konsumtif Gen Z di Jawa Barat salah satunya di Kota Bandung.

Berdasarkan latar belakang tersebut, peneliti tertarik untuk meneliti “Pengaruh Penggunaan Shopee PayLater Terhadap Perilaku Konsumtif Gen Z di Kota Bandung”.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan pemaparan diatas maka isi dari rumusan masalah ini ialah mengenai :

1. Seberapa besar pengaruh penggunaan Shopee Paylater terhadap perilaku konsumtif Gen Z di Kota Bandung?
2. Seberapa besar pengaruh intensitas dalam penggunaan Shopee Paylater terhadap perilaku konsumtif Gen Z di Kota Bandung?
3. Seberapa besar pengaruh isi media dalam penggunaan Shopee Paylater terhadap perilaku konsumtif Gen Z di Kota Bandung?
4. Seberapa besar hubungan individu pengguna dengan isi media dalam penggunaan shopee paylater terhadap perilaku konsumtif Gen Z di Kota Bandung?

1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang diatas, Tujuan penelitian yang hendak di capai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Menganalisis seberapa besar pengaruh penggunaan Shopee Paylater terhadap perilaku konsumtif Gen Z di Kota Bandung?
2. Menganalisis seberapa besar pengaruh intensitas penggunaan Shopee Paylater terhadap perilaku konsumtif Gen Z di Kota Bandung?

3. Menganalisis seberapa besar pengaruh isi media Shopee Paylater terhadap perilaku konsumtif Gen Z di Kota Bandung?
4. Menganalisis seberapa besar hubungan individu penggunaan dengan isi media terhadap perilaku konsumtif Gen Z di Kota Bandung?

1.3.2 Kegunaan Penelitian

Kegunaan penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat pengembangan suatu ilmu sosial. Berkaitan dengan judul penelitian, maka penelitian ini terbagi menjadi kegunaan teoritis dan kegunaan praktis, yang secara umum diharapkan mampu mendatangkan manfaat bagi pengembangan Ilmu Komunikasi. Maka dari itu, manfaat dan kegunaan teoritis dan kegunaan praktis ialah sebagai berikut

1.3.2.1 Kegunaan Teoritis

1. Penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan kajian pengembangan ilmu pengetahuan yaitu komunikasi khususnya mengenai bidang kajian Ilmu Komunikasi (Ilkom).
2. Penelitian ini dapat melengkapi kepustakaan dalam ilmu komunikasi.
3. Penelitian ini diharapkan mampu menjadi referensi atau bahan acuan dalam pengembangan ilmu dan memperkaya kajian ilmu komunikasi yang dapat menjadi sumbangsih rujukan referensi bagi para peneliti kajian ilmu komunikasi serta dapat memberi kontribusi pengetahuan dan wawasan tentang perilaku konsumtif bagi penulis dan juga pembaca

khususnya mengenai pengaruh penggunaan Shopee *Paylater* terhadap perilaku konsumtif Gen Z di Kota Bandung.

1.3.2.2 Kegunaan Praktis

1. Penelitian ini merupakan bagian dari proses belajar, sehingga dengan sendirinya membantu untuk dapat menambah wawasan serta pengetahuan penulis tentang Pengaruh Penggunaan Shopee Paylater Terhadap Perilaku Konsumtif Gen Z di Kota Bandung.
2. Penelitian ini sebagai pembelajaran antara teori-teori beserta literatur-literatur yang diperoleh penulis dengan situasi dan kondisi yang sesungguhnya terjadi dalam praktek lapangan.