BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dampak digitalisasi telah melahirkan berbagai inovasi teknologi yang memudahkan aktivitas masyarakat. Salah satu inovasi teknologi yang sedang berkembang di dunia yaitu *Financial Technology (FinTech).* Di Indonesia, *FinTech* diatur melalui Peraturan No.19/12/PBI/2017 mengenai Penerapan Teknologi Finansial (Bank Indonesia, 2020).

FinTech menyediakan berbagai fitur dan layanan salah satunya adalah *fintech lending* (*fintech peer-to-peer lending)* yaitu sebuah inovasi teknologi keuangan yang memungkinkan terjadinya transaksi pinjam meminjam melalui sistem yang telah disediakan oleh penyedia *FinTech* melalui aplikasi maupun situs website.

Keberadaan *fintech lending* di Indonesia sudah dilegalisasi dan diawasi oleh OJK melalui Peraturan Otoritas Jasa Keuangan (POJK) Nomor 77/POJK.01/2016 mengenai Layanan Pinjam Meminjam Uang Berbasis Teknologi Informasi (LPMUBTI). Semua kegiatan *fintech lending* dilakukan secara *online* dengan menggunakan instrumen kontrak elektronik *(e-contract)* yang diatur melalui Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 mengenai Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE). *Fintech lending* dinilai dapat menciptakaan keadilan sosial bagi kalangan masyarakat yang tidak mendapatkan pendanaan konvensional, oleh karena itu OJK mendorong *fintech lending* untuk meningkatkan kapasitasnya. Berdasarkan data OJK, *fintech lending* yang terdaftar dan memiliki izin resmi sebanyak 102 perusahaan sampai dengan 22 April 2022 (OJK, 2022). *Fintech lending* memperkenalkan sebuah fitur pembayaran *Paylater* pada pertengaha 2018. *Paylater* merupakan sebuah konsep pembayaran secara cicilan tanpa kartu kredit (Nabila, 2020).

Kemunculan *Paylater* berhasil mencuri perhatian sehingga menimbulkan antusias yang sangat besar bagi masyarakat yang sering berbelanja melalui *e-commerce,* hal ini dibuktikan dengan *Paylater* berada pada posisi ke empat dengan persentasi 27% sebagai pembayaran yang banyak disukai oleh konsumen (KIC, 2021).

Menurut DailySocial.id (2020), terdapat dua faktor utama yang meningkatkan penetrasi layanan *Paylater*. Pertama, tren pertumbuhan konsumen *e-commerce* tumbuh cukup besar dalam beberapa tahun terakhir. Pada tahun 2021 pengguna *e-commerce* mencapai 148,9 juta sedangkan pada pertengahan tahun 2022 mengalami kenaikan menjadi 166,1 juta pengguna, pengguna *e-commerce* akan terus mengalami kenaikan hingga tahun 2024 diprediksi angka pengguna mencapai 189,6 juta (Tempo.co, 2020). Faktor kedua meningkatkan penetrasi *Paylater* adalah kepemilikan kartu kredit yang rendah, menurut data Bank Indonesia pada April 2021, jumlah kartu kredit yang beredar 16,7 juta unit (Databoks, 2021). Jika dibandingkan dengan total masyarakat di Indonesia yang berjumlah 273,87 juta kepemilikan kartu kredit masih sangat kecil, rendahnya kepemilikan kartu kredit dikarenakan persyaratan pembuatan kartu kredit yang cenderung sulit dipenuhi oleh sebagian besar masyarakat. Karena kepemilikan kartu kredit yang tidak merata membuat *Paylater* menjadi salah satu alternatif pembayaran bagi masyarakat. RISED (2021) mengungkapkan bahwa masyarakat melihat keberadaan *Paylater* sebagai solusi alternatif dalam pengelolaan keuangan, bukan hanya sekadar alat pembayaran.

Pembayaran angsuran yang ditawarkan oleh *Paylater* menggunakan persentase rata-rata berdasarkan jangka waktu dan jumlah pinjaman. Suku bunga tetap sangat jarang digunakan, kisaran bunga yang diberikan berkisar 0 hingga 4,5% tidak termasuk denda keterlambatan pembayaran. Di antara banyak nya kemudahan dan keuntungan yang ditawarkan oleh sistem pembayaran *Paylater,* terdapat sisi lain yang dapat berdampak negatif bagi penggunanya, seperti menumbuhkan budaya mengutang dan mengesampingkan perencanaan keuangan. Menurut Masrurotus Saadah (2021), sistem pembayaran *Paylater* mendorong masyarakat untuk berperilaku konsumtif.

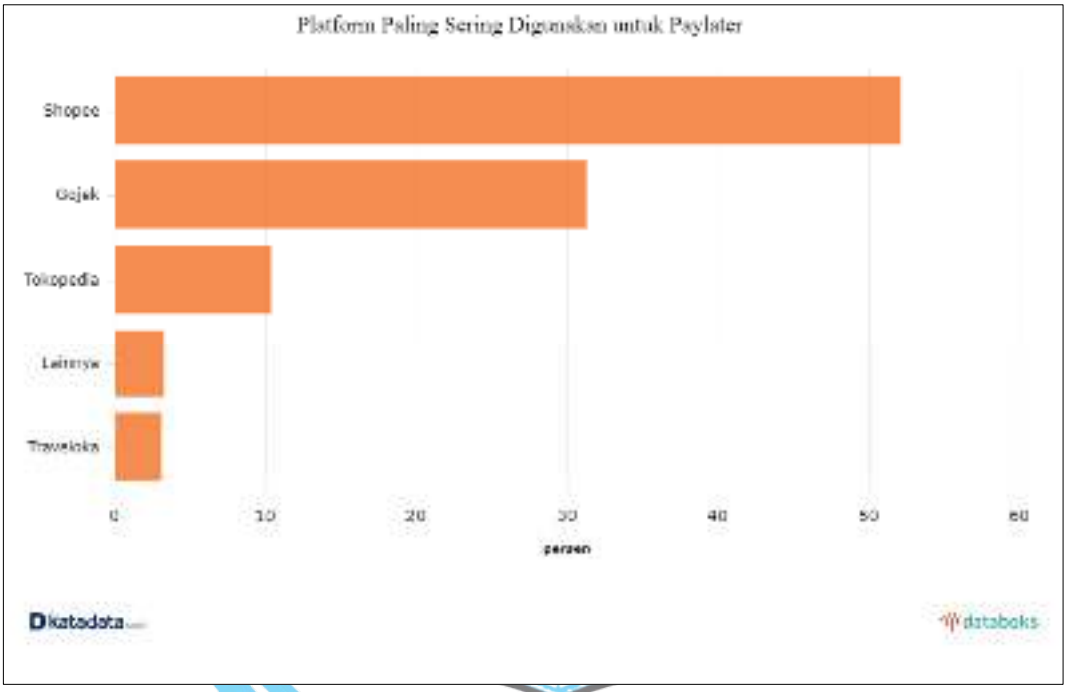
Shopee merupakan salah satu *e-commerce* yang menyediakan fitur *Paylater*, yang kemudian disebut Shopee *Paylater (SPaylater)* dan dirilis pada awal Januari 2019. Shopee *Paylater* hanya diperuntukan untuk pengguna Shopee terpilih yang sesuai telah memenuhi kriteria yang telah ditentukan oleh pihak Shopee (Amelia, 2021). Menurut statistik PT. Lentera Dana Nusantara, jumlah kumulatif akun peminjam Shopee *Paylater* yang aktif adalah 1.771.269 (LDN, 2020).

Menurut survei yang dilakukan oleh *iPrice*, *platform* Shopee merupakan pengunjung website bulanan terbesar kedua setelah tokopedia pada kuartal ketiga tahun 2021, dengan jumlah pengunjung Shopee tercatat sebanyak 134,4 juta kunjungan, jumlah tersebut mengalami kenaikan sebanyak 5,8% dari kuartal II-2021 yang hanya berjumlah 127 juta kunjungan (IPrice, 2021). Sedangkan untuk Shopee *Paylater* menempati urutan pertama sebagai fitur *Paylater* yang paling banyak digunakan dengan jumlah persentase keseluruhan 52,06% (RISED, 2021).

Di bawah ini adalah Gambar 1.1 yang menunjukkan *platform* pembyaran yang paling sering digunakan.

Gambar 1.1

Platform* Paling Sering Digunakan untuk *Paylater



Sumber : *https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/02/15/konsumen-paling-banyak-pakai-Paylater-di-Shopee*

Shopee *Paylater* merupakan salah satu fasilitas keuangan yang ditawarkan oleh Shopee, dimana pengguna dapat melakukan pembayaran dengan metode cicilan tanpa perlu kartu kredit dengan jangka waktu 1 hingga 12 bulan, dengan suku bunga 0% hingga 2,95%. Pengajuan pembuatan Shopee *Paylater* hanya membutuhkan KTP dan foto diri saja (Shopee,2018).

Shopee *Paylater* memberikan limit pinjaman yang jauh lebih tinggi dibandingkan dengan layana *Paylater* lainnya, Shopee juga menawarkan promosi seperti subsidi ongkos kirim dan potongan harga khusus pengguna Shopee *Paylater,* selain itu Shopee memberikan kemudahan bagi konsumen yang menggunakan Shopee *Paylater* seperti kemudahan dalam pembayaran cicilan, kemudahan dalam pengajuan limit pinjaman. Namun, kemudahan

membeli produk dengan dukungan dana yang cukup besar dari fitur Shopee *Paylater* dan persyaratan pengajuan persyaratan yang sederhana dapat mempengaruhi perilaku konsumtif.

Perilaku konsumtif merupakan suatu perilaku konsumen yang lebih mengutamakan kepuasan dan kesenangan dalam melakukan pembelian serta menyampingkan kebutuhan, sehingga terjadi pemenuhan kebutuhan yang tidak seimbang (Amelia, 2021). Damayanti (2021) menyatakan bahwa perilaku gaya hidup konsumtif sangat sulit untuk diubah, perilaku ini cenderung membuat seseorang kecanduang dalam berbelanja dan menimbulkan sikap *compulsive buying disorder*.

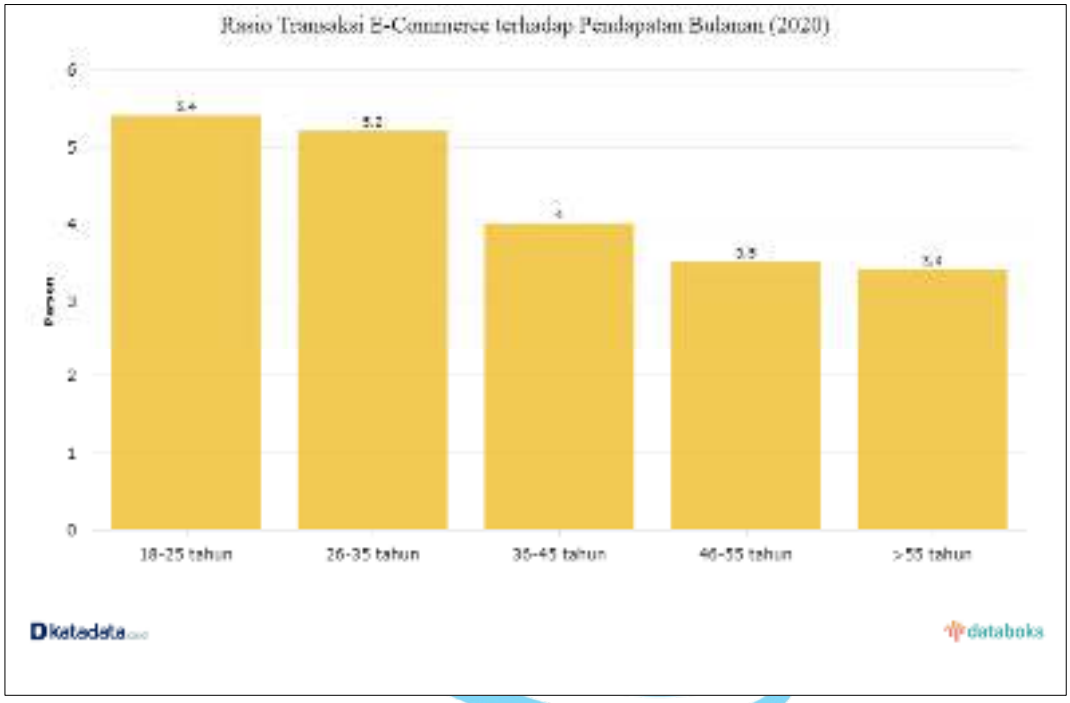
Menurut Bank Indonesia pertumbuhan transaksi *e-commerce* yang semakin meningkat berdampak pada meningkatkan penggunaan uang elektronik dalam transaksi *e-commerce.* Pada tahun 2020, nominal transaksi *e-commerce* meningkat 29,6% dari Rp 205,5 triliun di tahun 2019 menjadi Rp 266,3 triliun. Akibat dari peningkatan transaksi tersebut, penggunaan uang elektronik juga mengalami peningkatan hingga mencapai 41,71% pada kuartal IV-2020, bahkan mampu mengalahkan penggunaan transfer bank (20,23%) dan pembayaran tunai (19,01%) (BI, 2021).

Hidayatullah et al., (2018) menyatakan generasi milenial cenderung berperilaku konsumtif. Dalam hal ini mahasiswa masuk dalam kategori generasi milenial. Pada penelitian yang dilakukan oleh Sumartono, mahasiswa cenderung melakukan pembelian berdasarkan dengan keinginan bukan didasari atas kebutuhan (Sumartono, 2002). Berdasarkan survei yang dilakukan oleh MoneySmart.id, persentase kebutuhan kelompok mahasiswa dalam pemenuhan gaya hidup nya sebesar 23,3% (Eria & Hardhika, 2021).

Gaya hidup mahasiswa yang mempengaruhi perilaku konsumtif dapat dipicu oleh perubahan pola hidup. Indonesiabaik.id (2020) memaparkan beberapa ciri perilaku generasi milenial yaitu pertama, perilaku generasi milenial yang ketergantungan pada internet. Kedua, generasi milenial memiliki loyalitas yang rendah, jika mereka menemukan produk yang lebih baik, mereka dengan mudah akan berpaling. Ketiga, 59% milenial lebih memilih transaksi *cashless* atau transaksi *online*.

Menurut penelitian Katadata Insight Center (KIC) dan Kredivo (2021), semakin muda usia maka semakin tinggi presentase pendapatan yang dibelanjakan di *e-commerce*. Rentan usia 18 hingga 25 tahun memperoleh pendapatan rata-rata sebesar Rp 4,6 juta per bulan, dengan nilai transaksi *e-commerce* rata-rata 5,4% dari pendapatan bulanan mereka. Hasil survei tersebut ditunjukkan pada Gambar 1.2.

Gambar 1.2 Rasio Transaksi Ecommerce Terhadap Pendapatam Bulanan (2020)



Sumber : https://databoks.katadata.co.id/datapublishembed/120636/gaji-generasi-z-dan-milenial-banyak-dibelanjakan-di-e-commerce

Seiring dengan perkembangan zaman yang semakin maju, berdampak pada perubahan pola hidup atau gaya hidup seseorang yang menjadi lebih modern, seperti halnya dalam penggunaan in teknologi pembayaran Shopee *Paylater* saat ini (Amelia, 2021). Miranda (2017) menyatakan bahwa, penggunaan inovasi teknologi pembayaran dapat menyebabkan seseorang mengkonsumsi secara berlebihan agar mendapatkan kepuasan dan kenyamanan sehingga menimbulkan perilaku konsumtif. Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Vita Hasna I.A (2021) dan Sonia Aftika (2021), menyatakan bahwa penggunaan Shopee *Paylater* berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Nadya Anatassya (2020) menyatakan, tidak terdapat hubungan antara pengaruh penggunaan fitur Shopee *Paylater* terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa.

Perilaku konsumtif pada masyarakat dapat dinilai melalui gaya hidup dan kebiasaan yang dilakukan, mereka biasanya berpenampilan mewah dan berlebihan, mereka seringkali mengeluarkan biaya yang besar untuk memenuhi kebutuhan daripada kebutuhan (Ahmad Azhar Basyir dalam Irma Riana, 2019). Perubahan gaya hidup yang terjadi pada seseorang dapat merubah aktivitas serta kebutuhan nya, perubahan ini yang kemudian menjadi pemicu perubahan perilaku konsumsi seseorang. Gaya hidup yang tidak terbatas dan tidak rasional dapat menyebabkan seseorang berperilaku konsumtif. Berdasarkan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan dari Annisa Adzkiya (2018) menemukan bahwa terdapt hubungan positif dan signifikan antara gaya hidup terhadap perilaku konsumtif kemudian hasil penelitian Irma Riana (2019) dan Vita Amelia (2021) menunjukkan hasil penelitian yang sama.

Berdasarkan fenomena yang telah dipaparkan diatas, maka peneliti mengambil judul penelitian "Pengaruh Gaya hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Melalui Penggunaan Shopee *Paylater* Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Mahasiswa Manajemen Universitas Buana Perjuangan Karawang)".

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan fenomena dan latar belakang yang telah diurakan, maka identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Munculnya berbagai inovasi teknologi pembayaran atau *fintech*
2. Meningkatnya pengguna dan penetrasi *e-commerce* di Indonesia
3. Persaingan perusahaan *e-commerce* semakin ketat dengan menawarkan fitur *Paylater* untuk kemudahan pembayaran
4. Shopee *Paylater* merupakan fitur *Paylater* yang paling diminati
5. Belanja *online* dijadikan sebagai gaya hidup yang tidak dapat dipisahkan dari kegiatan keseharian masyarakat.
6. Gaya hidup dapat menjadi faktor pendorong perilaku konsumtif.
7. Penggunaan Shopee *Paylater* yang tidak tepat dianggap sebagai salah satu pemicu konsumsi berlebihan.
8. Semakin muda, semakin tinggi persentase pendapatan yang Anda belanjakan untuk *e-commerce*.
9. Penggunaan Shopee *Paylater* secara jangka panjang maka akan menimbulkan kebiasaan konsumen untuk mengutang.

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang telah diuraikan, maka batasan masalah penelitian ini adalah :

1. Bidang studi penelitian ini adalah bidang manajemen pemasaran.
2. Penelitian ini mengkaji mengenai pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumen menggunakan Shopee *Paylater*.
3. Metode penelitian yang digunakan yaitu metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif dan verifikatif.
4. Responden yang dipilih untuk tujuan penelitian adalah mahasiswa administrasi Universitas Buana Perjuangan Karawang menggunakan Shopee *Paylater*.
5. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah SEMPLS.

1.4 Perumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan di atas, maka masalah dalama penelitian ini dirumuskan sebagai berikut :

1. Bagaimana gaya hidup pada mahasiswa Manajemen UBP Karawang sebagai pengguna Shopee *Paylater*.
2. Bagaimana penggunaan Shopee *Paylater* pada mahasiswa Manajemen UBP Karawang.
3. Bagaimana perilaku konsumtif pada mahasiswa Manajemen UBP Karawang sebagai pengguna Shopee *Paylater*.
4. Apakah terdapat pengaruh antara gaya hidup terhadap penggunaan Shopee *Paylater* pada mahasiswa Manajemen UBP Karawang.
5. Apakah terdapat pengaruh antara gaya hidup terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa Manajemen UBP Karawang sebagai pengguna Shopee *Paylater*.
6. Apakah terdapat pengaruh antara gaya hidup melalui penggunaan Shopee *Paylater* terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa Manajemen UBP Karawang sebagai pengguna Shopee *Paylater*.
7. Apakah terdapat pengaruh antara penggunaan Shopee *Paylater* terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa Manajemen UBP Karawang sebagai pengguna Shopee *Paylater*.

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk :

1. Untuk mengetahui, menganalisis dan menjelaskan gaya hidup pada mahasiswa Manajemen UBP Karawang sebagai pengguna Shopee *Paylater*.
2. Untuk mengetahui, menganalisis dan menjelaskan penggunaan Shopee *Paylater* pada mahasiswa Manajemen UBP Karawang.
3. Untuk mengetahui, menganalisis dan menjelaskan perilaku konsumtif pada mahasiswa Manajemen UBP Karawang sebagai pengguna Shopee *Paylater*.

4. Untuk mengetahui, menganalisis dan menjelaskan pengaruh antara pengaruh gaya hidup terhadap penggunaan pengguna Shopee *Paylater* pada mahasiswa Manajemen UBP Karawang.
5. Untuk mengetahui, menganalisis dan menjelaskan pengaruh antara gaya hidup terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa Manajemen UBP Karawang sebagai pengguna Shopee *Paylater.*
6. Untuk mengetahui, menganalisis dan menjelaskan pengaruh antara gaya hidup melalui penggunaan Shopee *Paylater* terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa Manajemen UBP Karawang.
7. Untuk mengetahui, menganalisis dan menjelaskan pengaruh antara penggunaan Shopee *Paylater* terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa Manajemen UBP Karawang.

1.6 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan informasi dan pengetahuan. Secara umum, penelitian memiliki dua keunggulan utama hal utama manfaat penelitian.

1.6.1 Manfaat Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Dari penelitian gaya hidup ini diharapkan dapat memberikan sumbang untuk pengembangan teori gaya hidup untuk kategori penggunaan Shopee *Paylater*.
2. Dari penelitian penggunaan Shopee *Paylater* ini diharapkan dapat memberikan sumbang untuk pengembangan teori penggunaan fitur pembayaran Shopee *Paylater*.
3. Dari penelitian perilaku konsumtif ini diharapkan dapat memberikan sumbang untuk pengembangan teori perilaku konsumtif untuk kategori penggunaan Shopee *Paylater*.
4. Dari penelitian pengaruh antara gaya hidup terhadap penggunaan Shopee *Paylater* pada mahasiswa Manajemen UBP Karawang ini diharapkan memberikan sumbang untuk menganalisis lebih lanjut dari hubungan variable-variabel tersebut.

5. Dari penelitian pengaruh antara gaya hidup terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa Manajemen UBP Karawang ini diharapkan memberikan sumbang untuk menganalisis lebih lanjut dari hubungan variable-variabel tersebut.
6. Dari penelitian pengaruh antara perilaku konsumtif melalui penggunaan Shopee *Paylater* terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa Manajemen UBP Karawang ini diharapkan memberikan sumbang untuk menganalisis lebih lanjut dari hubungan variabel-variabel tersebut.
7. Dari penelitian pengaruh antara penggunaan Shopee *Paylater* terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa Manajemen UBP Karawang ini diharapkan memberikan sumbang untuk menganalisis lebih lanjut dari hubungan variabel-variabel tersebut.

1.6.2 Manfaat Praktis

Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Dari penelitian gaya hidup ini diharapkan dapat digunakan sebagai alat ukur untuk mengembangkan perilaku konsumen secara konsumtif pada penggunaan Shopee *Paylater*.
2. Dari penelitian penggunaan Shopee *Paylater* ini diharapkan dapat digunakan sebagai alat ukur untuk mengembangkan penggunaan fitur pembayaran Shopee *Paylater*.
3. Dari penelitian perilaku konsumtif ini diharapkan dapat digunakan sebagai alat ukur untuk mengembangkan perilaku konsumen pada penggunaan Shopee *Paylater*.
4. Dari penelitian pengaruh antara gaya hidup terhadap penggunaan Shopee *Paylater* pada mahasiswa Manajemen UBP Karawang ini diharapkan dapat digunakan sebagai alat ukur untuk mengembangkan perilaku konsumen pada penggunaan Shopee *Paylater*.

5. Dari penelitian pengaruh antara gaya hidup terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa Manajemen UBP Karawang ini diharapkan dapat digunakan sebagai alat ukur untuk mengembangkan perilaku konsumen pada penggunaan Shopee *Paylater*.
6. Dari penelitian pengaruh antara perilaku konsumtif melalui penggunaan Shopee *Paylater* terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa Manajemen UBP Karawang ini diharapkan dapat digunakan sebagai alat ukur untuk mengembangkan perilaku konsumen pada penggunaan Shopee *Paylater*.
7. Dari penelitian pengaruh antara penggunaan Shopee *Paylater* terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa Manajemen UBP Karawang ini diharapkan dapat digunakan sebagai alat ukur untuk mengembangkan perilaku konsumen pada penggunaan Shopee *Paylater*.

UBP
KARAWANG