

BAB I

PENDAHULUAN

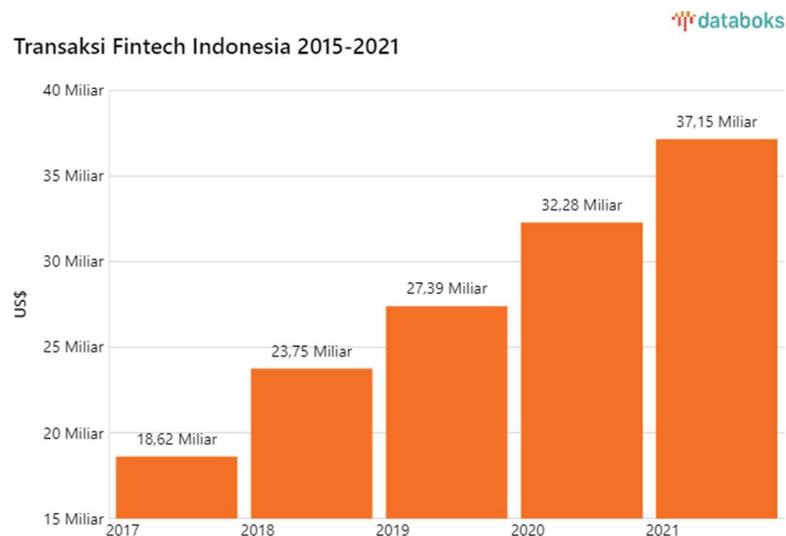
1.1 Latar Belakang

Internet merupakan terobosan revolusioner yang menakjubkan, membawa inovasi yang mendorong melewati batas kemungkinan manusia. Dengan konektivitas internet yang semakin meningkat, internet menjadi sarana untuk bertukar informasi secara *real-time* tanpa batas wilayah dan tanpa batas waktu. Indonesia mulai mengalami perkembangan internet yang pesat pada awal tahun 2006 (Institute, 2024). Indonesia merupakan salah satu negara yang tidak bisa lepas dari perkembangan teknologi dan internet. Menurut Kementerian dan Informasi (Kemkominfo), Indonesia menduduki peringkat ke-8 dengan penggunaan internet mencapai 82 juta orang. Dari penggunaan internet tersebut sebanyak 80% didominasi oleh para remaja yang berusia 15 hingga 19 tahun atau juga bisa disebut Gen Z (Kemkominfo, 2021). Gen Z (Generasi Z) adalah sebutan untuk kelompok masyarakat yang lahir antara pertengahan 1990-an hingga tahun 2010.

Perkembangan internet telah mencapai era dimana sudah dapat diakses melalui *smartphone*, kemudahan mengakses internet tersebut mendorong perkembangan sektor bisnis berbasis digital (Adinda, 2023). Dari perkembangan sektor bisnis yang ada, berhasil ditemukan evolusi teknologi baru yaitu *Fintech* (*Financial Technology*) (Arjunwadkar, 2019).

Perkembangan *fintech* di Indonesia jadi tidak terelakkan, adapun jenis *fintech* yang ada di Indonesia diantaranya yaitu 1) Pembayaran (*payment*) merupakan perusahaan *fintech* yang menjalankan layanan menerima dan

mengirimkan uang secara digital; 2) Pinjaman (*crowdfunding*) merupakan perusahaan *fintech* yang melayani pinjaman dengan mempertemukan orang yang ingin mengajukan dengan yang ingin meminjamkannya; 3) Manajemen risiko atau investasi merupakan *fintech* yang menyediakan layanan perencanaan keuangan secara digital; 4) Agregator market merupakan jenis *fintech* yang menyediakan layanan mengumpulkan dan mengolah data yang akan menjadi pertimbangan konsumen dalam mengambil keputusan (Disemadi, 2021).



Sumber: Statista – Databoks (2021)

Gambar 1.0.1 Nominal Transaksi *Fintech* 2017-2021

Dari gambar diatas, dapat diketahui bahwa transaksi menggunakan *fintech* di Indonesia selalu meningkat dari tahun ke tahun. Pada tahun 2017 transaksi *fintech* hanya sebesar US\$18,62 Miliar, lalu terus meningkat hingga US\$37,15 pada tahun 2021. Kenaikan tersebut hampir mencapai 100% peningkatan dalam kurun waktu 4 tahun.

Dengan tingginya transaksi yang dilakukan menggunakan *fintech*, bisa dilihat juga terdapat pula perbedaan dari gaya hidup yang dianut masyarakat. Ada beberapa macam gaya hidup yang dianut seseorang, antara lain gaya hidup konsumtif, mandiri, dan hedonis. Rama Prasetyo & Andjarwati, (2021) menyatakan bahwa banyak masyarakat yang ada di Indonesia menganut gaya hidup hedonis. Mereka yang memiliki gaya hidup hedonis cenderung menghabiskan waktunya dengan tujuan mendapatkan kebahagiaan dan kepuasan terhadap hal yang bersifat duniawi.

Mayoritas generasi cenderung menikmati gaya hidup hedonis yang mencakup aktivitas-aktivitas untuk mencari kebahagiaan dan kesenangan melalui berfoya-foya dan konsumsi barang-barang mewah. Perilaku tersebut paling banyak ditemui dalam generasi Z (Jennyta et al., 2021). Generasi Z, adalah sebutan untuk kelompok masyarakat yang lahir antara 1997 hingga tahun 2010 yang cenderung labil dalam menentukan gaya hidupnya dan memiliki kecenderungan tinggi dalam mengikuti gaya hidup orang lain. Generasi Z ingin selalu mengikuti trend yang sedang berkembang baik itu *fashion*, aksesoris, dan lain sebagainya. Trend seperti itu telah menjadi gaya hidup baru bagi Generasi Z. Gaya hidup yang mereka lakukan tersebut agar bisa tampil menarik dan beda dengan lainnya (Brilianaza & Sudrajat, 2022)

Dalam “Indonesia Gen-Z Report 2024” yang dirilis IDN Research Institute (2024), salah satu perilaku belanja yang dimiliki oleh Gen-Z adalah FOMO (*Fear of Missing Out*). *Fear of Missing Out* (Ketakutan akan ketertinggalan) atau lebih dikenal dengan istilah FoMO diperkenalkan pertama kali melalui penelitian yang

dilakukan oleh (Tirtayasa & Ramadhani, 2023) yang menyatakan bahwa FoMO merupakan fenomena dalam dunia psikologi dimana orang memiliki penderitaan dengan gejala berupa terobsesi pada hal-hal khusus yang sedang dan sering terjadi. Sebagai penunjang dari tren FOMO tersebut muncul juga salah satu inovasi dari *Fintech* yaitu *Fintech Lending*.

Fintech lending atau biasa dikenal dengan sistem bayar nanti atau *paylater* merupakan salah satu inovasi *Fintech* (Pratika, 2021). *Paylater* adalah layanan pinjaman online tanpa kartu kredit yang memungkinkan pelanggan membayar transaksi di lain waktu secara sekaligus atau dengan cicilan yang sama. Penyedia jasa *paylater* bekerja sama dengan *e-commerce* menghadirkan kegiatan transaksi berlangsung di *platform online*, biasanya dalam bentuk situs web atau aplikasi *smartphone* dan menggunakan penilaian kredit atau alat analisis tertentu.



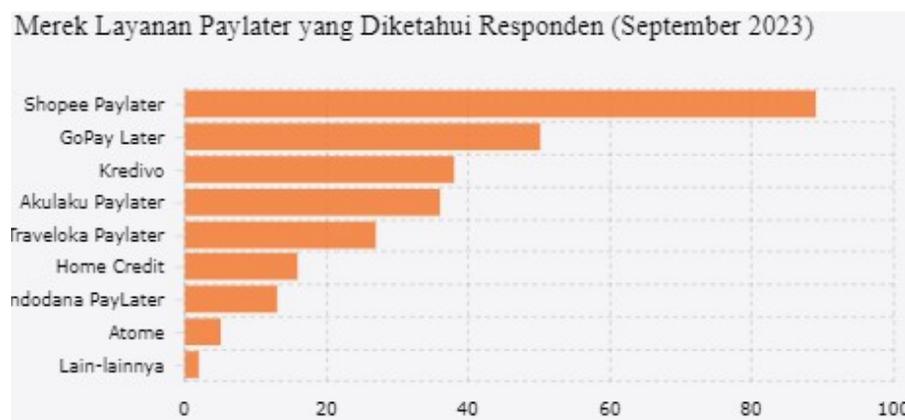
Sumber: JeoKompas.Com

Gambar 1.0.2 Tempat Berbelanja Favorit Generasi Z

Hal ini tentu dimanfaatkan dengan baik oleh generasi Z yang telah menjadi salah satu kelompok konsumen yang sangat signifikan dalam pasar *e-commerce*. Berdasarkan survei yang telah dilakukan (JeoKompas.com 2022). 69,72% generasi

Z memilih untuk berbelanja via *e-commerce*, 12,30% memilih berbelanja di supermarket/hypermarket, 9,98% memilih untuk berbelanja di minimarket. Hal ini tentu sangat mendukung dalam menggunakan layanan *paylater*. Karena awal mula dirilisnya *paylater* untuk mendukung berbelanja melalui *e-commerce*.

Hingga saat ini di Indonesia ada 99 penyelenggara *fintech lending* yang telah resmi terdaftar di lembaga Otoritas Jasa Keuangan (OJK,2023). Diantara penyelenggara *fintech lending* yang ada, Shopee sebagai *e-commerce* populer di Indonesia mengeluarkan produk *fintech lending* yang dinamai SPayLater dan dalam beberapa tahun terakhir, SPayLater telah menjadi salah satu metode pembayaran yang paling populer di semua kalangan.



Sumber: Katadata-Databoks (2023)

Gambar 1.0.3 Survei Layanan *Paylater* Paling Diketahui Responden

Berdasarkan survei yang telah dilakukan oleh Katadata-Databoks, *ShopeePaylater* menjadi layanan *PayLater* yang paling banyak diketahui oleh responden, disusul dengan *GopayLater* dan Kredivo SPayLater adalah layanan yang memungkinkan pengguna untuk melakukan pembelian online terlebih dahulu

dan membayar kemudian yang bisa langsung dibayar pada bulan depannya atau bisa juga dicicil dengan berbagai macam tempo.

Amelia et al., (2023) mengungkapkan Seseorang akan memanfaatkan sebuah sistem teknologi jika ia percaya bahwa itu mudah digunakan. Para pengguna *paylater* beranggapan bahwa *paylater* merupakan solusi paling praktis karena tidak perlu keluar rumah dan cukup menggunakan KTP (Kartu Tanda Penduduk) yang tidak memerlukan waktu panjang dalam pengaplikasiannya hanya dalam kurun waktu kurang dari 1 X 24 jam. SPayLater memiliki peminat paling tinggi karena pengaplikasiannya dianggap cukup mudah dan berpotensi mendapatkan limit kredit hingga 50 juta rupiah.

Dari beberapa kemudahan yang ditawarkan oleh SPayLater terdapat juga sejumlah masalah yang dialami pengguna SPayLater.



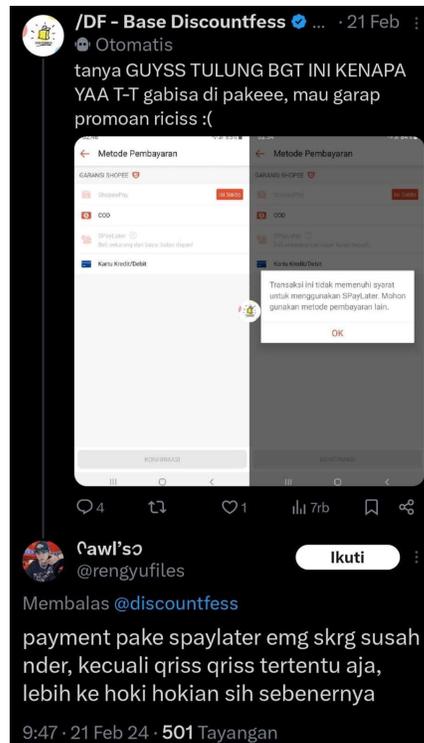
Sumber: X & App Store (2024, 2022)

Gambar 1.0.4 Beberapa Keluhan Pendaftaran SPayLater

Dilihat dari gambar diatas mengenai tangkapan layar ulasan aplikasi Shopee di *App Store* dari akun “dnda120320” pada 20 Februari 2024 menyatakan bahwa meski telah sering berbelanja fitur untuk mendaftar akun SPayLater masih belum terbuka. Dan dari media sosial X pada akun *username @yindah* pada tanggal 10 april 2022 mengatakan sekarang sangat susah untuk mendaftar akun SPayLater.

Dari beberapa keluhan yang masuk perlu diketahui bahwa beberapa pengguna yang susah aktivasi SPayLater biasanya dikarenakan nama mereka masih terdapat tunggakan pada penyedia jasa *Fintech* lainnya. Atau nama mereka *terblacklist* pada sistem *BI Checking*. *BI Checking* sendiri merupakan Informasi Debitur Individual (IDI) Historis yang mencatat lancar atau macetnya pembayaran kredit (kolektibilitas). *BI Checking* dulunya adalah salah satu layanan informasi riwayat kredit dalam Sistem Informasi Debitur (SID), di mana informasi kredit nasabah tersebut saling dipertukarkan antar-bank dan lembaga keuangan. Dalam SID, informasi yang dipertukarkan antara lain identitas debitur agunan, pemilik dan pengurus badan usaha yang jadi debitur, jumlah pembiayaan yang diterima, dan riwayat pembayaran cicilan kredit, hingga kredit macet. Adapun, setiap bank dan lembaga keuangan yang terdaftar dalam Biro Informasi Kredit (BIK) bisa mengakses seluruh informasi di SID, termasuk *BI Checking*. Data-data nasabah ini diberikan oleh anggota BIK ke BI setiap bulannya yang kemudian dikumpulkan secara berkala oleh BI dan diintegrasikan dalam sistem SID (CIMB Niaga, 2024).

Jika seseorang tidak memiliki jejak buruk terkait BI *Checking* maka orang tersebut akan dengan mudah mendaftarkan diri di penyedia *paylater fintech* apapun. Fenomena ini dapat mengakibatkan seseorang tergoda untuk terus-menerus menggunakan limit SPayLater, bahkan melebihi jumlah pendapatan mereka.



Sumber: Sosial Media X (2024)

Gambar 1.0.5 Keluhan Pelanggan Tidak Bisa Dilaksanakan

Tetapi, tidak jarang SPayLater juga mengalami gangguan saat dijadikan metode pembayaran meskipun seseorang tidak memiliki masalah pada riwayat pembayarannya. Seperti pada kicauan di media sosial X yang tertera pada gambar ada yang mengirim keluhan ke *base @discountfess* pada tanggal 21 Februari 2024 terkait kenapa SPayLater nya tidak bisa digunakan. Lalu dibalas oleh pengguna *@rengyufilles* yang membenarkan bahwa memang sekarang *payment* menggunakan SPayLater susah digunakan untuk membayar semua provider QRIS. Ada juga dari *@fanglirl* yang menyatakan bahwa untuk pembayaran menggunakan SPayLater memang sedang susah dan menyarankan penggunaan QRIS lain untuk sementara.

Dikarenakan kemudahan pengaplikasian dan batas kredit yang cukup besar, banyak dari Generasi Z yang aktif mengajukan pinjaman *online* SPayLater. Saat ini, pengguna SPayLater didominasi oleh Generasi Z, sebagaimana disoroti oleh (Adinda 2023). Banyak dari mereka menggunakan SPayLater untuk memenuhi gaya hidup hedonis, termasuk dalam hal *fashion, gadget, liburan*, dan sebagainya yang bukan merupakan kebutuhan primer. Hal ini menciptakan suatu pola gaya hidup hedonis, (Amelia et al., 2023) menjelaskan bahwa gaya hidup hedonis menjadi daya tarik bagi remaja karena para remaja menganggap gaya hidup hedonis bisa dengan mudah didapatkan di era kemajuan sekarang ini. Seiring dengan fenomena ini, remaja cenderung memilih gaya hidup yang mewah, nyaman, dan penuh kemewahan tanpa perlu melakukan usaha keras.

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Guntur Firmansyah & Ari Susanti (2023) menyatakan bahwa variabel gaya hidup hedonis berpengaruh

terhadap keputusan penggunaan transaksi *cashless*. Wulandari (2023) menyatakan bahwa variabel gaya hidup hedonis berpengaruh terhadap keputusan penggunaan SPayLater. Studi berikutnya Ningsih et al (2021) menyatakan bahwa dalam penelitiannya salah satu variabel nya yaitu persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan uang elektronik (QRIS). Dalam penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Tri Anggono et al (2020) menyatakan bahwa variabel persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan Gopay. Pada kajian ini, terdapat perbedaan dengan penelitian sebelumnya. Penelitian ini difokuskan pada penggunaan *fintech* SPayLater. Alasan peneliti memilih topik keputusan penggunaan karena melihat perkembangan SPayLater terus mengalami peningkatan pengguna baru namun tak jarang banyak pengguna yang merasa susah mendapatkan limit SPayLater. Melihat penelitian penelitian yang telah dilakukan sebelumnya terjadi beberapa perbedaan karena adanya perbedaan dan perubahan dalam pemahaman, pengalaman, atau penggunaan SPayLater pada generasi Z yang berbeda dari generasi sebelumnya.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka penulis mengambil judul **“Peran Gaya Hidup Hedonis dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Penggunaan SPayLater Pada Generasi Z di Kota Surabaya”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka yang menjadi rumusan masalah penelitian ini adalah:

1. Apakah peran gaya hidup hedonis berpengaruh terhadap keputusan penggunaan SPayLater pada generasi Z di Kota Surabaya?
2. Apakah persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan SPayLater pada generasi Z di Kota Surabaya?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui gaya hidup hedonis berpengaruh terhadap keputusan penggunaan SPayLater pada generasi Z di Kota Surabaya
2. Untuk mengetahui persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan SPayLater pada generasi Z di Kota Surabaya

1.4 Manfaat Penelitian

Dari adanya penelitian ini diharapkan menjadi manfaat bagi beberapa pihak antara lain:

1. Bagi Perusahaan

Penelitian ini memberikan pemahaman tentang faktor-faktor yang memengaruhi penggunaan SPayLater oleh Generasi Z di Kota Surabaya. Dengan ini, perusahaan dapat menyusun strategi pemasaran yang lebih efektif, menarik konsumen potensial, meningkatkan retensi pelanggan, dan meningkatkan penjualan produk SPayLater.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini menjadi dasar untuk penelitian lebih lanjut dalam memahami perilaku konsumen Generasi Z terkait penggunaan produk finansial seperti SPayLater di berbagai konteks geografis atau demografis.

Penelitian selanjutnya dapat mengeksplorasi faktor-faktor lain yang memengaruhi penggunaan, menguji model yang lebih kompleks, atau mengevaluasi dampak strategi pemasaran tertentu

3. Bagi Pembaca

Pembaca, khususnya yang tertarik dalam perilaku konsumen, teknologi keuangan, dan generasi muda, akan mendapatkan pemahaman yang lebih dalam tentang bagaimana gaya hidup hedonis dan persepsi kemudahan penggunaan memengaruhi keputusan penggunaan SPayLater. Penelitian ini juga memberikan wawasan tentang tren konsumen yang relevan bagi mereka yang terlibat dalam industri finansial atau pemasaran.