

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Ibukota Provinsi Jawa Barat, Bandung mencakup 167,31 kilometer persegi dan merupakan rumah bagi 16.608,57 orang per kilometer persegi. Terdapat 151 kelurahan dan 30 jalan yang membentuk struktur administrasi kota Bandung. Bandung terletak di persimpangan penting transportasi, perdagangan, dan keamanan. Bandung berlokasi strategis di pusat transportasi utama, menyediakan akses mudah ke bagian utara dan selatan ibu kota negara, DKI Jakarta, serta pusat pertanian utama seperti Subang dan Bangalungan.

Menurut Badan Pusat Statistik Kota Bandung, hasil penduduk Kota Bandung pada semester II 2020, menunjukkan jumlah penduduk Kota Bandung sebanyak 2.500.965 jiwa. Dari data tersebut berdasarkan generasinya, generasi Pre Boomer sebanyak 1,90%, Baby boomer sebanyak 12,27%, Gen X sebanyak 22,65%, Gen Y atau Generasi Milenial terdapat sebanyak 25,03%, Gen Z sebanyak 26,12%, dan yang terakhir generasi Post Gen Z yaitu sebanyak 12,03% (bandungkota.bps.go, 2020). Diproyeksikan jumlah penduduk berdasarkan presentasinya pada Tabel 1.1.

Tabel 1. 1 Penduduk Kota Bandung 2020 Kuartal II

Generasi	Total Penduduk
Pre Boomer (lahir sebelum tahun 1945)	47.518
Baby Boomer (lahir tahun 1946-1964)	306.868
Gen X (lahir tahun 1965-1980)	566.468
Gen Y (lahir tahun 1981-1996)	625.991
Gen Z (lahir tahun 1997-2012)	653.252
Post Gen Z (lahir tahun 2013-sekarang)	300.866

Sumber: bandungkota.bps.go (2020)

Berdasarkan Tabel 1.1 Gen Z, penduduk yang lahir tahun 1997 sampai tahun 2012, merupakan penduduk mayoritas Kota Bandung jika dibandingkan berdasarkan generasinya. Orang yang lahir antara tahun 1997 dan 2012 dianggap sebagai

anggota Generasi Z. Mereka sangat muda sehingga mereka tidak pernah mengenal dunia tanpa perangkat elektronik sehingga mereka dijuluki "i-gen." Generasi Z dikenal didorong, paham teknologi, mandiri, dan skeptis terhadap figur otoritas, rasa ingin tahu yang sangat tinggi, melansir dari kompas.com pada tahun 2021.

Penggunaan *Fintech payment* di Indonesia terus meningkat. Sejak pandemi Covid-19, Bank Indonesia (BI) mengumumkan jika transaksi digital naik sampai 20% hingga November 2020. Seperti yang prediksi oleh BI, konsolidasi ekosistem *fintech* akan mengarah pada penekanan yang lebih besar pada digitalisasi. Seperti yang diprediksi oleh hasil studi *Sharing Vision 2020* yang dilakukan oleh *Telematics Research Institute*. Berikut ini adalah daftar 5 aplikasi *fintech payment* yang paling banyak digunakan: GoPay, OVO, ShopeePay, Dana, Link Aja.

Tiga Aplikasi *fintech payment* dengan jumlah pengguna terbanyak adalah GoPay, Ovo, dan ShopeePay. Berdasarkan hasil penelitian Kusuma (2020) yang dilakukan dengan 50 sampel menghasilkan data penggunaan *fintech payment* terbesar adalah OVO dengan presentase 51,3% kemudian presentase yang sama yaitu GoPay dan ShopeePay sebesar 12,8%. Berdasarkan yang dilansir oleh bigalpha.id pada tahun 2021 menunjukkan hasil survei, GoPay menempati peringkat pertama yang paling banyak digunakan di Indonesia, mencapai 81% responden yang mengikuti survei, kemudian pada peringkat kedua yaitu OVO mencapai 71% responden. Dilansir oleh Keuangan.kontan pada tahun 2020 ShopeePay menduduki puncak semua dompet digital lainnya di Indonesia pada bulan Oktober, dengan pangsa pasar 34%, menurut survei oleh perusahaan riset pasar Indonesia Ipsos. Berdasarkan kajian tersebut, ShopeePay memiliki pangsa pasar terbesar dalam hal volume transaksi *e-wallet* di Indonesia, yaitu sebesar 29% dari total seluruh transaksi digital di Indonesia. Sehingga pada penelitian ini peneliti menjadikan pengguna GoPay, OVO, dan ShopeePay menjadi objek penelitian ini.

1.2 Latar Belakang Penelitian

Kemajuan teknologi digital di Indonesia telah menciptakan perubahan pada aspek kehidupan, seperti bimbingan online, ojek online, bioskop online, hingga sektor kegiatan ekonomi yang awalnya konvensional sudah berkembang menjadi digitalisasi. Pada model konvensional, melakukan transaksi, antara pembeli dan

penjual harus bertatap muka secara langsung, namun sekarang telah diciptakan digitalisasi yang sekarang disebut *e-commerce* yang ada ditangan siapapun melalui *smartphone*. Setelah hadirnya *e-commerce* dikehidupan sehari-hari masyarakat, kemudian muncul pembayaran elektronik mengacu pada sistem pembayaran transaksi digital, mata uang elektronik ke mata uang digital, dan dompet elektronik ke dompet digital. Dalam hal menjalankan bisnis online, kenyamanan, efisiensi, dan keamanan yang ditawarkan oleh layanan pembayaran tanpa uang tunai seringkali lebih besar daripada yang ditawarkan oleh pembayaran digital (Dewi et al., 2021).

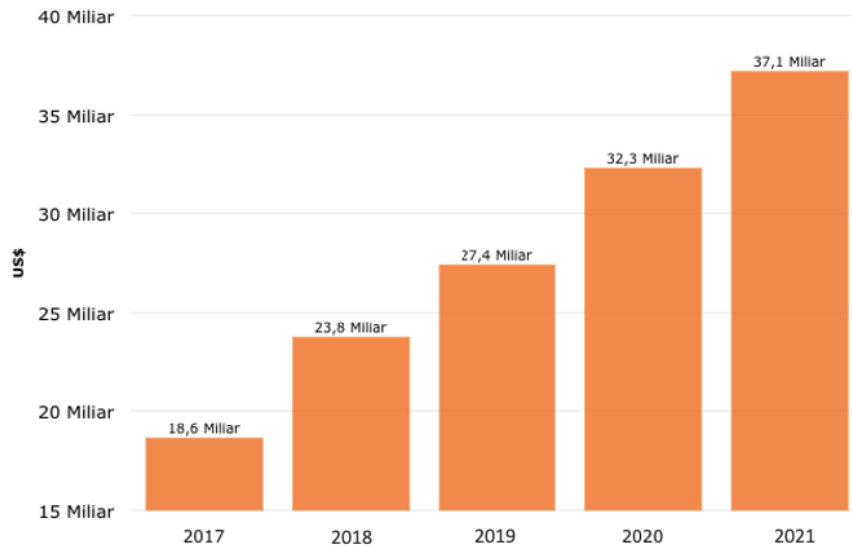
Kebiasaan pasar telah bergeser sebagai respons terhadap digitalisasi dan perkembangan teknologi. Mayoritas pembeli menyukai melakukan bisnis online. Konsumen dapat menghindari keluar dari keramaian dan keramaian dengan melakukan pembelian secara online dari kenyamanan *smartphone* mereka. Perusahaan perlu menerapkan kemudahan seperti ini jika ingin tetap kompetitif di era digital. (Rahadi, 2020:22).

FinTech yang merupakan singkatan dari "*financial technology*" adalah konvergensi sektor keuangan dan teknologi untuk menciptakan layanan dan produk keuangan yang unggul dan lebih efektif. *Fintech* sekarang tidak hanya mencakup perbankan tetapi juga sarana investasi seperti reksa dana dan perangkat lunak penganggaran pribadi. Energi kreatif dan ide-ide baru *fintech* merasuki banyak bidang kehidupan manusia. Metode dan layanan keuangan tradisional menjadi target utama persaingan teknologi ini (Rahadi, 2020:1).

Mengutip dari Yuniarti & Dinahayati (2019), Penggunaan *financial technology* bukanlah hal baru bagi sektor jasa keuangan, namun laju penggunaan *fintech* meningkat pesat baik pelaku ekonomi besar maupun kecil telah menaruh perhatian pada hal ini.

Menurut Otoritas Jasa Keuangan (OJK), *Fintech* dibagi menjadi 5 klasifikasi, salah satunya adalah *fintech payment*. organisasi *fintech* ini menawarkan layanan pembayaran (sikapiuangmu.ojk.go.id). Pengguna lembaga keuangan tertentu kini memiliki akses ke layanan *fintech payment* yang tidak terikat

dengan layanan pembayaran lembaga, melainkan dirancang agar lebih sesuai dengan kebutuhan pengguna (Erlangga & Krisnawati, 2020).



Gambar 1. 1 Transaksi Fintech Indonesia 2017-2021

Sumber: databoks.katadata (2017)

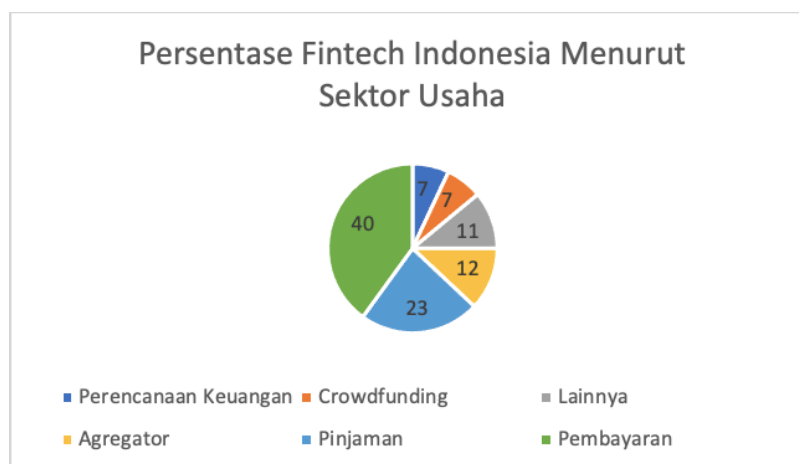
Berdasarkan pada Gambar 1.1 menunjukkan bahwa transaksi *financial technology* Indonesia di 2017 sampai pada angka US\$ 18,65 miliar dan terjadi lonjakan ke US\$ 37,15 miliar, dengan *Compound Annual Growth Rate* (CAGR) 2017-2021 dengan nilai 18,8 persen. Pangsa transaksi digital di Indonesia telah sampai pada angka US\$18,61 miliar di 2017. (databoks.katadata, 2017b).



Gambar 1. 2 Presentase Pendanaan Fintech di Indonesia Berdasarkan Kategori (Kuartal III 2021)

Sumber: databoks.katadata (2021)

Berdasarkan Gambar 1.2 laporan “*Fintech in Asean 2021: Digital Takes Flight*” memperlihatkan pendanaan fintech Indonesia telah sampai pada angka US\$904 juta atau Rp 12,90 triliun di kuartal III 2021 (pada nilai US1= Rp 14.276). sebagian besar suntukan diberikan ke fintech payment sebanyak 36% atau US\$ 325,44 juta. Sehingga dapat mendukung Gambar 1.3 yang menunjukkan bahwa fintech di Indonesia berdasarkan sektornya, sektor fintech pembayaran atau fintech payment menjadi presentase yang terbanyak yang digunakan di Indonesia.



Gambar 1. 3 Presentase Fintech Indonesia Menurut Sektor Usaha

Sumber: databoks.katadata (2017a)

Orang yang lahir antara tahun 1997 dan 2012 dianggap sebagai anggota Generasi Z. Mereka sangat muda sehingga mereka tidak pernah mengenal dunia tanpa perangkat elektronik sehingga mereka dijuluki "i-gen." Generasi Z dikenal didorong, paham teknologi, mandiri, dan skeptis terhadap figur otoritas, rasa ingin tahu yang sangat tinggi (kompas.com, 2021). Menurut survey Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) Hasil konferensi tahun 2018 menunjukkan bahwa lebih dari 50% dari 262 juta penduduk Indonesia (atau jika dikonversi ke bilangan real, sekitar 143,26 juta orang) kini memiliki akses internet. Dari seluruh pengguna internet, 49% adalah anggota Generasi Y atau Generasi Z (maucash.id, 2020).

Berdasarkan hasil survei oleh Dana pada Mei-Juli 2019, dengan sebanyak 757 orang di keempat kota yaitu Jakarta, Bandung, Yogyakarta, dan Surabaya. Bandung pada posisi pertama diantara keempat kota, yaitu Jakarta, Bandung, Yogyakarta, dan Surabaya, sebagai jumlah pengguna *fintech payment* terbesar sebesar 69,4 persen. Kemudian dengan responden sebanyak 1046 orang di keempat kota, Kota Bandung juga menempati posisi pertama dengan pengguna layanan *e-commerce* paling banyak sebesar 85,9 persen (Lifepal, 2019).

Bertransaksi secara online bagi generasi Z memiliki dampak positif dan negatif, positifnya konsumen memiliki kemudahan dalam berbelanja secara online dan membandingkan produk secara langsung, sisi negatifnya kemudahan dalam bertransaksi secara online dapat menyebabkan generasi Z menjadi konsumtif (maucash, 2020). Perilaku kompulsif seperti pengeluaran berlebihan dan pembelian dapat dihasilkan dari perilaku online Generasi Z saat ini, yang meliputi konsumsi rendah dan literasi keuangan yang rendah, terutama dalam perencanaan keuangan pribadi (Aini et al., 2021).

Perilaku konsumtif menurut Dewi et al. (2021) merupakan pola tindakan di mana seseorang tidak melakukan pembelian kecuali mereka benar-benar menginginkan atau membutuhkannya. Menurut hasil penelitian Kusuma (2020) menunjukkan dampak elektronik berdampak kepada perilaku konsumtif.

Berdasar yang telah peneliti jelaskan maka judul penelitian ini “**Pengaruh *Fintech Payment* Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Generasi Z Di Kota Bandung**”.

1.3 Perumusan Masalah

Kebiasaan pasar telah bergeser sebagai respons terhadap digitalisasi dan perkembangan teknologi. Saat melakukan pembelian di ranah digital, sebagian besar pelanggan lebih memilih menggunakan metode *fintech payment* menggunakan *smartphone* dengan akses internet. Pada generasi Z kemudahan bertransaksi secara online yang dapat menyebabkan generasi Z menjadi konsumtif. Di Indonesia penggunaan *fintech payment* terus mengalami perkembangan setiap tahunnya. Kota Bandung menjadi kota jumlah pengguna *fintech payment* terbesar dan jumlah pengguna jumlah layanan *e-commerce*.

Berdasarkan rumusan masalah diatas, peneliti memiliki pertanyaan tentang penelitian adalah, “Apakah *fintech payment* memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif pada Generasi Z di Kota Bandung?”

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasar pertanyaan penelitian pada perumusan masalah. Tujuan dari melakukan penelitian ini yaitu “Mengetahui *fintech payment* memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif pada Generasi Z di Kota Bandung”.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat Teoritis

Melakukan penelitian memberikan sebuah wawasan dalam penggunaan *financial technology payment*. Tidak hanya, penelitian dapat menjadi referensi serta sebuah masukan untuk akademisi yang akan melakukan sebuah penelitian yang memiliki hubungan dengan *financial technology payment* atau perilaku konsumtif.

1.5.2 Manfaat Praktis

Hasil dari penelitian menjadi referensi dan masukan oleh Generasi Z terkhususnya di Kota Bandung agar lebih memahami penggunaan *financial technology payment*.

1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir

Sistematika pada penelitian yang berjudul “Pengaruh *Financial Technology Payment* Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Generasi Z di Kota Bandung”, tugas akhir sendiri tersusun Bab I hingga Bab V.

BAB I PENDAHULUAN

merupakan sebuah bahasan dasar pada suatu penelitian. Bab ini meliputi sebuah Gambaran Umum Objek Penelitian, Latar Belakang Penelitian, Perumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian dan Sistematika Penulisan Tugas Akhir.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab II ini akan menjelaskan beberapa teori yang berkaitan dengan penelitian serta beberapa teori - teori pendukung dalam memecahkan suatu permasalahan penelitian terdahulu dan akan dilanjutkan dengan sebuah kerangka pemikiran penelitian dan akan diakhiri dengan hipotesis penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab III akan menjelaskan sebuah karakteristik penelitian, menegaskan pendekatan, metode, dan teknik yang akan digunakan pada saat melakukan pengumpulan data dan melakukan analisis temuan yang dapat membantu dalam menjawab permasalahan dalam penelitian. Bab ini juga akan meliputi tentang : Jenis Penelitian, Operasionalisasi Variabel, Populasi dan Sampel (jika kuantitatif) atau/ Situasi Sosial (untuk kualitatif), Pengumpulan Data, Uji Validitas dan Reliabilitas, serta Teknik Analisis Data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab IV akan membahas mengenai hasil dari penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan. Pada pembahasan hasil ini akan menjelaskan beberapa data-data yang telah didapatkan serta diolah dengan menggunakan metode yang telah ditentukan.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab V akan menyajikan kesimpulan dari hasil analisis data penelitian yang telah dilakukan, serta saran untuk penelitian selanjutnya