

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

*PayLater* atau Bayar Nanti adalah sistem pembayaran yang ditunda, dengan kata lain para penggunanya bisa membeli suatu barang tanpa harus dibayar saat itu juga. Menurut Juru Bicara Otoritas Jasa Keuangan, Sekar Putri Djarot memaparkan bahwa *PayLater* itu sendiri merujuk kepada layanan untuk menunda sebuah pembayaran atau berhutang, yang kemudian wajib dilunasi di kemudian hari. Pada umumnya, sistem pembayaran *PayLater* digunakan masyarakat sebagai sistem pembayaran darurat maupun digunakan untuk memenuhi gaya hidup. Namun, sistem pembayaran ini seringkali disalahgunakan sebagai alternatif untuk memenuhi gaya hidup yang konsumtif.

PT Pefindo Biro Kredit menyatakan per Desember 2023, sekitar 13,4 juta orang di Indonesia merupakan pengguna layanan *PayLater*. Jumlah pengguna layanan ini meningkat 1,12% dari jumlah persentase pada Desember 2022. Direktur Utama Pefindo Biro Kredit, Yohanes Arts Abimanyu mengungkapkan bahwa menurut data IdScore, total pengguna aktif *PayLater* di pelaporan Desember 2023 menyentuh angka 13.405.272 pengguna, yang mana meningkat sebesar 1,12% secara *year on year*. Menurut catatannya, pengguna aktif paling banyak ada di provinsi Jawa Barat dengan angka 28,7%, yang disusul DKI Jakarta dengan 13,85%, Jawa Timur 13,36%, dan Jawa Tengah 12,46%. Demografi kelompok usia pengguna *paylater* adalah generasi milenial dengan rentang kelahiran tahun 1981 sampai 1996 dengan rata-rata mencapai 6,99 juta debitur per bulan disusul generasi Z yang lahir pada tahun 1997 sampai 2012 dengan rata-rata pengguna per bulannya mencapai 4,59 juta debitur. Selain generasi muda, generasi X yang lahir pada tahun 1965 sampai 1980 juga berkontribusi sebagai pengguna *PayLater* dengan rata-rata 1,62 juta debitur per bulan. Angka-angka ini tergolong fantastis mengingat penggunaan *PayLater* yang semena-mena ini menyumbang kredit bermasalah dengan generasi milenial sebagai penyumbang kredit macet terbesar di angka Rp1,27 triliun dari total Rp2,12 triliun kredit macet

per Desember 2023, disusul generasi Z dengan Rp460 miliar, serta generasi X dengan Rp350 miliar catatan kredit macet.

Fakta diatas membuktikan bahwa meningkatnya pengguna dan naiknya kredit bermasalah ternyata masih kurang bisa dipahami oleh generasi muda yang masih terus mendaftarkan dirinya sebagai pengguna *PayLater*. Kebanyakan pengguna kurang memikirkan angka sumbangan kredit bermasalah ini atas dasar memenuhi kebutuhan dan memenuhi standar gaya hidup yang bertentangan dengan pendapatan sehingga layanan *PayLater* ini susah untuk dihindari. Berbagai strategi pemasaran layanan *paylater* dari *platform-platform* penyedia layanan ini juga merupakan alasan lain mengapa pengguna *PayLater* terus bertambah setiap harinya, seperti adanya potongan harga, *cashback* yang besar, hingga bunga yang diklaim rendah pada awalnya karena memang umumnya promosi seperti ini memang menarik perhatian, terutama di kalangan generasi muda. Oleh karena itu, edukasi finansial terutama di sektor *PayLater* ini harus disebarluaskan guna memberi informasi-informasi penting tentang *PayLater* supaya penyalahgunaan layanan ini bisa dikendalikan dan tidak semakin merugikan diri sendiri dan menyakiti keuangan negara.

Berdasarkan pemaparan di atas, solusi yang ditawarkan untuk permasalahan ini adalah dengan perancangan buku sebagai media edukasi peningkatan kesadaran dan pemahaman generasi muda tentang layanan *PayLater* dengan tujuan mengedukasi pengguna maupun calon pengguna *paylater* akan segala sistematika, pro kontra, sampai bagaimana cara menggunakan layanan ini secara bijak dan seperlunya dengan harapan generasi muda bisa mengontrol frekuensi penggunaan *paylater* dan tidak bertindak semena-mena saat berbelanja daring.

Selain data dan informasi mengenai layanan *PayLater* yang disusun secara tepat dan akurat, buku informatif ini juga akan disusun dengan model dan desain yang menarik menggunakan ilustrasi pendukung, *layout* yang unik, sampai warna-warna yang pas agar bisa menarik perhatian pembaca, khususnya para generasi muda. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sebuah landasan terbaik untuk meningkatkan edukasi finansial terutama di sektor layanan *PayLater* dengan buku informatif sebagai medianya.

## **1.1 Identifikasi Masalah**

### **1.1.1 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan fenomena di atas, dapat diidentifikasi berbagai masalah seperti berikut :

1. Maraknya penyalahgunaan layanan *PayLater* di kalangan Gen Z dan Milenial
2. Bertambahnya tagihan *PayLater* dan konsekuensinya
3. Terbatasnya edukasi finansial terutama di layanan *PayLater* yang benar dan informatif.

### **1.1.2 Rumusan Masalah**

Bagaimana merancang buku edukasi untuk meningkatkan kesadaran dan pemahaman tentang layanan *PayLater*?

## **1.2 Ruang Lingkup**

Fokus penelitian ini nantinya akan mengarah kepada perancangan buku sebagai media edukasi peningkatan kesadaran dan pemahaman Gen Z dan Milenial akan layanan *PayLater*. Untuk mencegah pembahasan yang terlalu luas, akan dibuat pembatasan sebagai berikut :

### **1.2.1 Apa**

Mengumpulkan data mengenai sistematika dan dampak dari layanan *PayLater*. Kemudian, data yang telah diteliti akan dianalisis sebagai acuan perancangan buku ilustrasi mengenai edukasi peningkatan kesadaran dan pemahaman Gen Z dan Milenial akan layanan *PayLater* tersebut.

### **1.2.2 Siapa**

Target perancangan buku ini berfokus pada pengguna maupun calon pengguna layanan *PayLater* dengan rentang usia 17-30 tahun karena menurut catatan Otoritas Jasa Keuangan, hampir 89% pengguna *PayLater* merupakan Gen Z dan Milenial.

### **1.2.3 Dimana**

Penelitian dilaksanakan di wilayah Kota Bandung, Jawa Barat karena provinsi Jawa Barat merupakan pengguna *PayLater* terbanyak menurut PT Pefindo Biro Kredit dan Otoritas Jasa Keuangan di angka 28,7%.

### **1.2.4 Kapan**

Pengumpulan data dilakukan mulai dari bulan November 2023 hingga Mei 2024. Sedangkan perancangan dilakukan pada bulan Mei 2024-Juli 2024.

### **1.2.5 Bagaimana**

Dengan merancang buku mengenai peningkatan kesadaran dan pemahaman Gen Z dan Milenial akan layanan *PayLater* dengan tujuan memberi informasi yang jelas tentang layanan *PayLater* sekaligus membuat kedua generasi ini lebih melek finansial agar bisa menimbang keputusan sebelum menggunakan layanan *PayLater*. Buku ini juga dirancang semenarik mungkin dengan ilustrasi dan warna yang mampu menari perhatian pembaca khususnya generasi muda. Perancangan dimulai dengan pengumpulan data dan informasi yang kemudian dianalisis kebenarannya agar pesan yang disampaikan bisa dengan mudah dipraktikkan pembacanya. Setelah data terkumpul, dilanjutkan dengan penentuan konsep sekaligus sketsa perancangan buku. Jika ketiga langkah ini sudah dilakukan, pembuatan ilustrasi dan penataan *layout* buku perlu dilakukan sebelum buku bisa dicetak dan didistribusikan.

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Mengedukasi Gen Z dan Milenial tentang layanan *PayLater* guna mengurangi angka penyalahgunaan layanan ini yang mengakibatkan naiknya angka kredit macet nasional.

## **1.4 Pengumpulan Data dan Analisis**

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode kualitatif. Pendekatan ini umumnya menghasilkan data deskriptif berdasarkan objek yang diamati, biasanya berupa ucapan atau tulisan secara langsung. (Bogdan dan Biglen, 2016).

### **1.4.1 Metode Pengumpulan Data**

#### **a. Wawancara**

Wawancara merupakan Teknik pengumpulan data yang dilakukan peneliti dalam melakukan penelitian guna mengetahui data responden secara mendalam dan mendetail (Sugiyono, 2016:194). Hal ini dilakukan guna mendapat sudut pandang secara langsung pengguna *PayLater* dan Otoritas Jasa Keuangan sebagai pihak yang mengawasi *PayLater* dari berbagai *platform* penyedia. Wawancara di penelitian ini dilaksanakan secara terstruktur melalui sesi tanya jawab dengan pihak institusi pemberi proyek (Otoritas Jasa Keuangan Provinsi Jawa Barat) dan pengguna layanan *PayLater* demi mendapatkan informasi mendetail akan layanan *PayLater* itu sendiri.

#### **b. Observasi**

Observasi merupakan teknik pengumpulan data yang berfokus pada studi perilaku objek dan memahami makna dari perilaku tersebut. Observasi di penelitian ini akan dilaksanakan pada pengguna layanan *paylater* sebagai objek penelitian sehingga dapat dihubungkan dengan wawancara yang sudah dilakukan sebelumnya. Observasi dilaksanakan dengan mengamati perilaku dan fenomena pengguna layanan *PayLater* di *platform* sosial media *X* atau *Twitter*, dan *TikTok*.

#### **c. Studi Pustaka**

Studi pustaka dilakukan dengan mengkaji segala teori dan referensi ahli atau jurnal maupun sumber resmi lainnya guna mendapat informasi sebagai pembangun media edukasi layanan *PayLater*.

#### **d. Kuesioner**

Kuesioner dilakukan dengan membagikan daftar pertanyaan kepada responden dengan demografis yang sudah ditentukan untuk mendapat jawaban rata-rata sehingga bisa ditarik kesimpulan berdasarkan massa. Pada pengumpulan data kuesioner, peneliti membagikan 13 pertanyaan kepada 50 responden Gen Z dan Milenial di daerah Bandung dengan menggunakan Google Form atau daring.

#### **1.4.2 Metode Analisis Data**

Analisis data merupakan proses mengumpulkan data dan mengorganisasikannya berdasarkan kategori, yang kemudian dijabarkan ke dalam unit-unit agar bisa dijabarkan dan disimpulkan sehingga mudah dipahami oleh peneliti maupun orang lain (Sugiyono, 2018:482). Metode analisis yang akan digunakan di penelitian ini adalah :

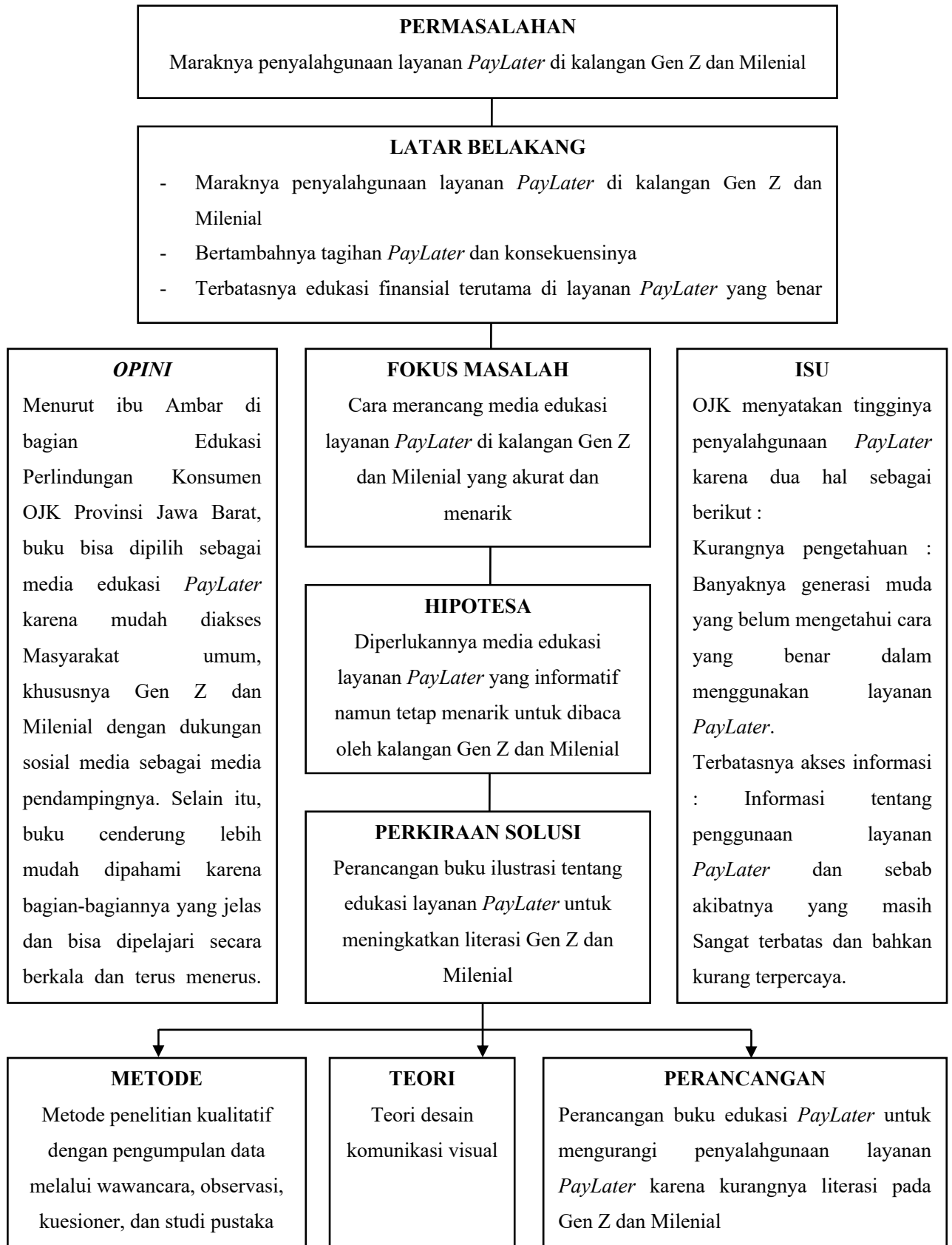
##### **1. Analisis Matriks Perbandingan**

Matriks merupakan perbandingan informasi yang dilakukan dengan menempatkan informasi tersebut secara berdampingan (Soewardikoen, 2019:1040). Analisis matrik perbandingan ini akan dilakukan guna membandingkan beberapa buku edukatif serupa sehingga dapat dijadikan sebagai standar perancangan buku ilustrasi edukatif yang benar sesuai pasar.

##### **2. Analisis SWOT**

SWOT merupakan analisis menyeluruh yang dibuat untuk mengetahui kekuatan (strength), kelemahan (weakness), kesempatan (opportunity), dan ancaman (threat) yang dihadapi oleh Perusahaan atau desainer. Dengan mengetahui keempat ini, akan diperoleh strategi yang cocok untuk diterapkan oleh Perusahaan atau desainer tersebut (Philip Kotler & Gary Armstrong, 2008:64).

## 1.5 Kerangka Penelitian



## 1.6 Pembabakan

- **BAB I PENDAHULUAN**

Berisi informasi mengenai latar belakang permasalahan yang terjadi di kalangan generasi muda pengguna layanan *paylater* dengan dasar fenomena maraknya penyalahgunaan layanan ini. Berdasarkan latar belakang tersebut, kemudian dirumuskan menjadi bagian-bagian berupa identifikasi masalah, rumusan masalah, ruang lingkup penelitian, tujuan perancangan, pengumpulan data dan analisis, serta kerangka penelitian yang kemudian juga ditutup oleh pembabakan untuk mengurai isi dari setiap bab.

- **BAB II LANDASAN TEORI**

Berisi teori-teori sebagai fondasi penelitian untuk menguraikan permasalahan yang disebut di BAB I. Teori-teori yang digunakan di penelitian ini meliputi design thinking, ilustrasi, layout, desain, serta komunikasi visual. Bab ini ditutup dengan kerangka teori dan asumsi.

- **BAB III DATA DAN ANALISIS DATA**

Berisi data-data yang telah dikumpulkan melalui wawancara, observasi, dan studi Pustaka yang kemudian dilanjutkan dengan analisis visual dan analisis matriks perbandingan dengan kesimpulan hasil analisis sebagai penutupnya.

- **BAB IV KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN**

Di bab ini akan dijelaskan mengenai konsep perancangan awal hingga finalisasi.

- **BAB V PENUTUP**

Berisi kesimpulan dari seluruh pembahasan yang telah dipaparkan dari awal hingga akhir di laporan ini.