

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

1.1.1 Latar Belakang Masalah

Revolusi Industri 4.0, yang merujuk pada integrasi teknologi digital dalam berbagai aspek kehidupan (Schwab, 2016), telah mendorong digitalisasi perilaku konsumen dan melahirkan berbagai inovasi di sektor ekonomi, termasuk perdagangan elektronik. Perdagangan elektronik adalah proses transaksi jual beli barang dan jasa melalui media elektronik secara daring.

Data dari dataindonesia.co.id menunjukkan pertumbuhan penggunaan internet di Indonesia yang sangat pesat dalam beberapa tahun terakhir. Pergeseran perilaku konsumen menuju gaya hidup digital telah mendorong pertumbuhan pesat perdagangan elektronik. Kemudahan akses internet dan perangkat mobile memungkinkan konsumen untuk berbelanja kapan saja dan di mana saja, serta membandingkan harga dan produk dari berbagai penjual. Hal ini telah mengubah lanskap retail secara signifikan.

Di Indonesia, perdagangan elektronik telah mengalami perkembangan yang pesat dalam beberapa tahun terakhir. Berdasarkan laporan Bank Indonesia dan Asosiasi perdagangan elektronik Indonesia (idEA), nilai transaksi perdagangan elektronik di Indonesia mencapai Rp 476,3 triliun pada tahun 2023. Angka ini menunjukkan peningkatan sebesar 30% dibandingkan tahun sebelumnya (BI, 2023; idEA, 2023). Pertumbuhan tersebut menegaskan pentingnya perdagangan elektronik sebagai pendorong ekonomi digital nasional dan semakin tingginya adopsi pembayaran digital. Keberhasilan bisnis perdagangan elektronik sangat dipengaruhi oleh kemampuan mereka menarik konsumen untuk mengunjungi situs web mereka dan mengenal merek yang ditawarkan, yang pada gilirannya dapat berdampak signifikan pada peningkatan penjualan. (Kompas.com). BNPL menawarkan fleksibilitas kepada pengguna dengan menyediakan beberapa pilihan tenor cicilan, yaitu 3, 6, dan 12 bulan. Pengguna dapat memilih jangka waktu yang paling sesuai

dengan kebutuhan dan kemampuan finansial mereka. Untuk menghindari denda keterlambatan, pembayaran cicilan harus dilakukan sebelum tanggal jatuh tempo yang telah ditentukan.

Salah satu inovasi yang turut mempercepat perubahan pola konsumsi masyarakat adalah layanan Buy Now Pay Later (BNPL), seperti Shopee BNPL, yang memungkinkan konsumen membeli barang sekarang dan membayarnya di kemudian hari tanpa perlu kartu kredit. Konsep BNPL memungkinkan konsumen untuk membeli barang yang diinginkan dan membayar pada waktu tertentu di masa mendatang, sesuai dengan tanggal jatuh tempo. Saat ini, fitur BNPL telah menjadi metode pembayaran digital yang paling populer di Indonesia dalam transaksi perdagangan elektronik.

Salah satu inovasi pembayaran digital yang berkembang adalah skema Buy Now Pay Later (BNPL). BNPL adalah layanan yang memungkinkan konsumen membeli barang atau jasa sekarang dan membayarnya di kemudian hari melalui cicilan tanpa kartu kredit. Layanan BNPL umumnya menawarkan pilihan tenor pembayaran, seperti 3, 6, atau 12 bulan, dengan bunga tetap dan biaya administrasi tertentu. Di Indonesia, BNPL telah menjadi metode pembayaran digital yang populer di kalangan pengguna aplikasi perdagangan elektronik, khususnya generasi muda. Menurut data OJK (2024), pengguna BNPL meningkat pesat seiring pertumbuhan aplikasi perdagangan elektronik.

Kemudahan dan fleksibilitas finansial yang ditawarkan layanan BNPL berpotensi mendorong perilaku konsumtif, terutama di kalangan generasi muda. Fitur pembayaran yang ditangguhkan ini seringkali dimanfaatkan oleh konsumen untuk memenuhi keinginan materialistis, bukan kebutuhan riil. Dalam konteks ini, Materialisme, yang merujuk pada kecenderungan individu untuk menilai kebahagiaan dari kepemilikan barang, menjadi salah satu faktor yang mendorong perilaku konsumtif yang tidak rasional.

Berdasarkan survei yang dilakukan oleh Snapcart pada tahun 2022, ditemukan bahwa 67% konsumen Indonesia usia 18-35 tahun mengaku sering melakukan

pembelian spontan karena terpengaruh media sosial dan promosi online. Survei yang sama menunjukkan bahwa 54% responden mengakui bahwa kepemilikan barang-barang tertentu dapat meningkatkan status sosial mereka.

Data dari Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2023 menunjukkan bahwa pengeluaran konsumsi rumah tangga untuk barang-barang non-esensial seperti elektronik, fashion, dan aksesoris mengalami peningkatan sebesar 23% dibandingkan tahun sebelumnya. Hal ini mengindikasikan adanya pergeseran pola konsumsi masyarakat Indonesia menuju perilaku yang lebih materialistis.

Studi yang dilakukan oleh Jakpat Mobile Survey Platform pada tahun 2023 mengungkapkan bahwa 72% pengguna BNPL di Indonesia mengaku pernah melakukan pembelian impulsif menggunakan layanan tersebut. Dari jumlah tersebut, 45% melakukannya lebih dari sekali dalam sebulan. Survei ini juga menunjukkan bahwa produk fashion dan elektronik menjadi kategori yang paling sering dibeli secara impulsif melalui BNPL.

Data dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK) tahun 2023 mencatat bahwa tingkat keterlambatan pembayaran (Non-Performing Loan/NPL) pada layanan BNPL mencapai 8,5%, meningkat dari 6,2% pada tahun sebelumnya. Peningkatan ini mengindikasikan adanya masalah dalam perilaku konsumsi yang tidak terkendali di kalangan pengguna BNPL.

Penggunaan layanan BNPL dapat memengaruhi perilaku konsumen, terutama dalam kaitannya dengan kecenderungan materialistis. Ahn & Kwon (2020) menyatakan bahwa Materialisme berpengaruh positif terhadap pembelian impulsif, artinya individu yang memiliki tingkat Materialisme yang tinggi cenderung lebih sering melakukan pembelian impulsif (Pupelis & Seinauskiene, 2022).

Pembelian impulsif merujuk pada kecenderungan individu untuk melakukan pembelian secara spontan tanpa pertimbangan yang matang. Kehadiran fitur BNPL memperkuat kecenderungan ini, karena konsumen sulit mengabaikan keinginan untuk berbelanja produk yang menarik perhatian mereka. Dengan BNPL, konsumen dapat

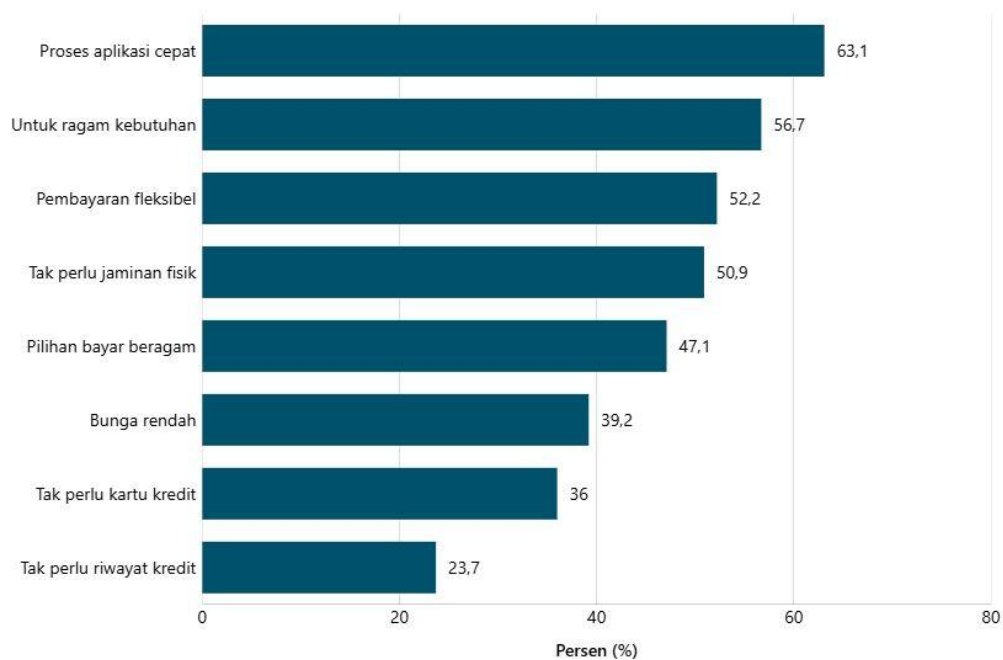
dengan cepat memperoleh produk yang diinginkan tanpa harus menunggu ketersediaan dana.

Penggunaan BNPL yang dilakukan secara terus menerus dapat memicu konsumsi lebih lanjut atau meningkatkan pembelian impulsif. Pembelian impulsif merupakan keputusan pembelian yang dilakukan secara spontan, tanpa perencanaan sebelumnya, dan didorong oleh keinginan atau emosi sesaat. Menurut Potrich & Vieira (2018) dalam Dewi & Muchtar (2023), Materialisme meningkatkan pembelian impulsif dan kecenderungan berhutang. Sedangkan menurut Pradhan et al. (2018), Materialisme yang dilengkapi dengan penggunaan BNPL cenderung meningkatkan pembelian impulsif.

Meskipun BNPL memberikan kemudahan dalam melakukan pembayaran secara kredit atau cicilan, layanan ini juga memiliki kekurangan, yaitu persyaratan pendaftaran yang ketat, bunga yang harus dibayar, risiko kelebihan utang jika pengguna tidak dapat membayar tepat waktu, dan hanya tersedia untuk beberapa jenis transaksi dan produk tertentu.

Konsekuensi dari perilaku kredit yang buruk dapat berimbas pada penurunan peringkat kredit individu dalam Sistem Layanan Informasi Keuangan (SLIK) yang dikelola oleh Otoritas Jasa Keuangan. Hal ini berpotensi menghambat aksesibilitas nasabah terhadap berbagai produk dan layanan keuangan lainnya di masa mendatang.

Metode pembelian dengan penundaan pembayaran, dikenal sebagai *Buy Now, Pay Later*, menawarkan kemudahan mendapatkan kredit dengan biaya yang lebih rendah, terutama bagi mereka yang tidak memiliki kredit perbankan. Sebagai hasil dari survei yang dilakukan oleh Katadata Insight Center (KIC) bersama OVO Finansial, banyak manfaat yang dirasakan masyarakat saat menggunakan BNPL.



Gambar 1.1 Manfaat Penggunaan Aplikasi BNPL

Sumber: databoks.katadata.co.id, diakses 2025

Karena proses aplikasi yang lebih cepat dan mudah, mayoritas Gen Z dan Milenial (63,1%) menggunakan BNPL. Hasil survei "Persepsi dan Motif Penggunaan BNPL pada Gen Z dan Milenial" menunjukkan bahwa pelanggan menyukai kemudahan menggunakan layanan dan fakta bahwa mereka dapat menggunakannya tanpa memiliki riwayat kredit sebelumnya. Sebagian besar responden (56,7%) merasa nyaman dengan layanan BNPL karena dapat digunakan untuk berbagai kebutuhan, seperti barang elektronik dan kebutuhan sehari-hari.

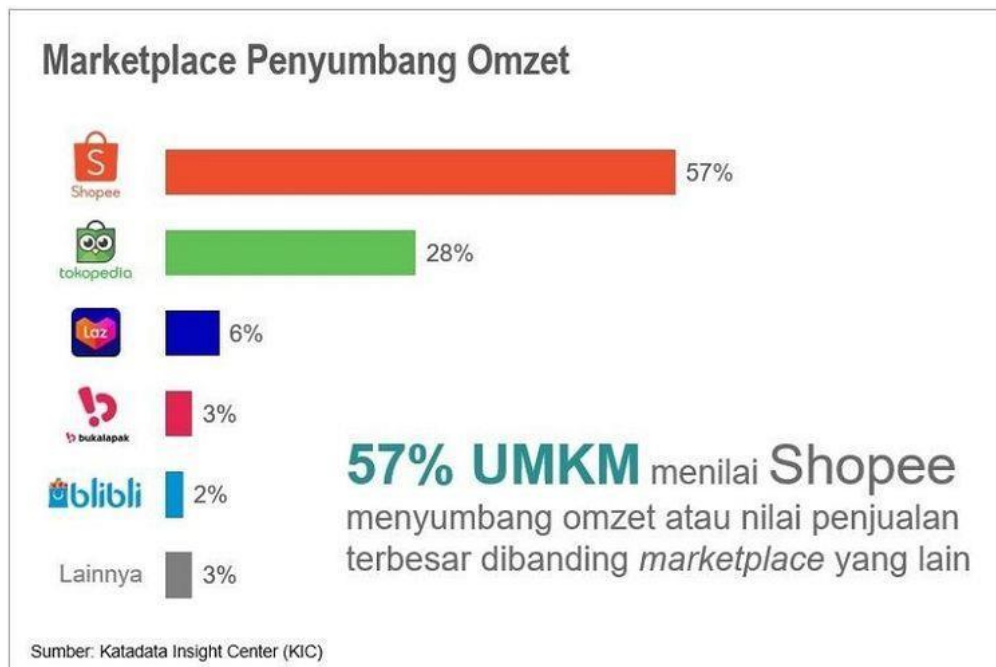
Selanjutnya adalah 52,2 persen yang senang dengan pembayaran yang fleksibel, 50,9 persen yang tidak membutuhkan jaminan fisik, dan 47,1 persen yang senang dengan berbagai pilihan pembayaran.

Manfaat BNPL lainnya termasuk bunga rendah (39,2%), tidak perlu kartu kredit (36,6%), dan tidak perlu riwayat kredit (23,7%). Selain itu, survei ini mengungkapkan manfaat keamanan BNPL yang dirasakan Gen Z dan Milenial.

Penelitian menunjukkan bahwa 61,4% Gen Z dan Milenial melihat BNPL sebagai produk keuangan yang diawasi oleh otoritas.

Selain itu, perusahaan penyedia produk BNPL dinilai memiliki reputasi yang baik (51,8%), memiliki kemampuan untuk menjaga kerahasiaan data pelanggan (50,2%), dan berasal dari perusahaan besar dan terpercaya (49,6%). Selain itu, survei ini menunjukkan bahwa pengguna yang menggunakan layanan BNPL lebih memprioritaskan regulasi dan keamanan data daripada aspek operasional seperti penagihan atau penggunaan oleh orang lain.

Survei ini, yang dilakukan oleh KIC dan OVO Finansial, melibatkan 2.153 orang, yang terdiri dari generasi Z (21-26 tahun) sebanyak 36,1% dan milenial (27-42 tahun) sebanyak 63,9%. Populasi ini dipilih secara purposive. Responden berasal dari sepuluh kota utama di Indonesia: Yogyakarta, Surabaya, Semarang, Palembang, Medan, Makassar, Bandung, Jawa Barat (Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, Bekasi), dan Banten.



Gambar 1.2 Aplikasi Marketplace dengan omzet terbesar

Sumber: Katadata Insight Center (KIC)

Shopee BNPL merupakan salah satu layanan pembayaran yang memungkinkan pengguna untuk membeli produk tertentu dengan sistem pembayaran yang fleksibel. Namun, penggunaan layanan ini memerlukan syarat bahwa toko yang bersangkutan telah menjalin kerja sama dengan Gojek sebelumnya. Fitur Shopee BNPL tersedia langsung di aplikasi Shopee, sehingga pengguna dapat memilihnya sebagai metode pembayaran dengan mudah saat bertransaksi.

Selain Shopee, platform lain seperti OVO dan Gojek juga menawarkan layanan BNPL. OVO menyediakan fitur dompet digital yang mendukung pembayaran dengan sistem BNPL, serupa dengan layanan yang ditawarkan oleh Gojek. Di sektor perdagangan elektronik lainnya, Traveloka berperan sebagai situs web yang menyediakan layanan pembelian tiket pesawat dan reservasi hotel. Traveloka dikenal dengan penawarannya yang kompetitif, menyediakan tiket dengan

harga murah, layanan cepat, dan pilihan yang lengkap untuk memenuhi kebutuhan perjalanan pengguna.

Fenomena penggunaan BNPL yang semakin masif di Indonesia, dikombinasikan dengan budaya konsumtif yang marak di kalangan generasi Z, menciptakan peluang sekaligus tantangan. Di satu sisi, layanan ini memberikan kemudahan akses terhadap produk dan jasa. Di sisi lain, kemudahan tersebut berpotensi mendorong perilaku konsumsi yang tidak bertanggung jawab dan merugikan konsumen dalam jangka panjang.

Persaingan ketat di pasar perdagangan elektronik saat ini ditandai dengan kehadiran berbagai platform seperti Tokopedia, Lazada, Blibli, Bukalapak, dan lainnya. Kompetisi ini membuat setiap platform berusaha mempertahankan pengguna mereka melalui berbagai strategi, termasuk promosi dan kemudahan pembayaran. Oleh karena itu, minat beli ulang menjadi perhatian utama perusahaan agar dapat terus bertahan dan mencapai keuntungan yang optimal.

Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk menyelidiki hubungan antara variabel Materialisme, pembelian impulsif online yang difasilitasi oleh layanan BNPL, melalui penggunaan BNPL. Penelitian ini juga bertujuan untuk mengidentifikasi permasalahan yang terkait dengan penggunaan BNPL di Indonesia. Melalui pemahaman yang lebih mendalam mengenai faktor-faktor yang memengaruhi penggunaan BNPL dan dampaknya terhadap perilaku konsumen, diharapkan dapat dirumuskan langkah-langkah yang efektif untuk mengurangi risiko yang ditimbulkan.

Selain itu, penelitian ini bertujuan untuk mempromosikan penggunaan BNPL yang bertanggung jawab, yang sejalan dengan upaya mencapai tujuan pembangunan berkelanjutan. Ahn & Kwon (2020) menyatakan bahwa teori aktivitas sifat mempunyai dampak pengaruh positif dan negatif pada perilaku *pembelian impulsif*. *materialisme* berpengaruh positif terhadap *pembelian impulsif*, artinya individu yang memiliki tingkat *materialisme* yang tinggi cenderung lebih sering melakukan *pembelian impulsif* (Pupelis. L, & Seinauskiene.B, 2022).

Berdasarkan fenomena dan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka diperlukan penelitian lebih lanjut dengan mengambil judul “**Pengaruh Materialisme dan terhadap pembelian Impulsif melalui Efek Mediasi Penggunaan Aplikasi Buy Now Pay Later (BNPL)**”

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana:

1. Bagaimana pengaruh *materialisme* terhadap BNPL pada pengguna aplikasi perdagangan elektronik di Indonesia?
2. Bagaimana pengaruh *materialisme* terhadap pembelian impulsif pada pengguna aplikasi perdagangan elektronik di Indonesia?
3. Apakah pengaruh BNPL memediasi pembelian impulsif pada pengguna aplikasi perdagangan elektronik di Indonesia?
4. Seberapa besar kontribusi masing-masing variabel dalam mempengaruhi pembelian impulsif pengguna BNPL?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk:

1. Menganalisis pengaruh Materialisme terhadap penggunaan aplikasi Buy Now Pay Later (BNPL).
2. Menganalisis pengaruh Materialisme terhadap perilaku pembelian impulsif.
3. Menguji peran mediasi penggunaan aplikasi BNPL dalam pengaruh Materialisme terhadap pembelian impulsif.
4. Menilai besaran kontribusi variabel-variabel dalam memengaruhi perilaku pembelian impulsif.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini memperkaya literatur mengenai hubungan antara Materialisme, pembelian impulsif online, khususnya dalam konteks penggunaan layanan BNPL. Hasilnya dapat memperdalam pemahaman tentang bagaimana Materialisme memengaruhi keputusan konsumsi individu, terutama di kalangan Generasi Z, yang sering dianggap sebagai generasi paling terpapar budaya konsumerisme.

1.5.2 Kontribusi Penelitian

a. Bagi Penulis

Penelitian ini memberikan sejumlah kontribusi langsung kepada penulis, antara lain:

Pengembangan Pengetahuan dan Keterampilan Akademik

Penelitian ini membantu penulis memperdalam pemahaman tentang hubungan antara Materialisme, pembelian impulsif online, perilaku konsumtif, dan penggunaan layanan BNPL. Selain itu, penelitian ini mengasah kemampuan analisis kritis, metodologi penelitian, dan interpretasi data.

Pemahaman Kontekstual

Penulis mendapatkan wawasan mendalam tentang perilaku konsumsi Generasi Z di Indonesia, khususnya dalam konteks perkembangan teknologi finansial seperti BNPL, serta kaitannya dengan isu-isu pembangunan berkelanjutan.

Kontribusi Pribadi terhadap Ilmu Pengetahuan

Penulis memiliki kesempatan untuk memberikan kontribusi pada literatur akademik dan mendorong diskusi lebih lanjut tentang pengaruh teknologi finansial terhadap perilaku konsumen.

Persiapan untuk Karir Profesional atau Akademik

Penelitian ini memberikan dasar yang kuat bagi penulis untuk melanjutkan karir di bidang akademik, penelitian, atau industri yang terkait dengan perilaku konsumen, pemasaran, dan teknologi finansial.

b. Bagi Pembaca

Penelitian ini juga memberikan manfaat penting bagi pembaca, baik akademisi, praktisi, maupun masyarakat umum, sebagai berikut:

Pemahaman Mendalam tentang Perilaku Konsumen

Pembaca dapat memahami lebih jelas tentang faktor-faktor yang memengaruhi Materialisme, pembelian impulsif terutama di era digital dan dalam penggunaan layanan BNPL.

Wawasan tentang Generasi Z

Penelitian ini memberikan informasi yang relevan bagi pembaca yang tertarik untuk memahami karakteristik konsumsi Generasi Z, baik untuk tujuan akademik maupun bisnis.

Panduan untuk Praktisi dan Pengambil Kebijakan

Temuan penelitian dapat menjadi panduan bagi praktisi bisnis, seperti pengelola perdagangan elektronik dan layanan BNPL, untuk merancang strategi yang lebih bertanggung jawab dan berkelanjutan. Selain itu, hasil penelitian ini dapat memberikan wawasan bagi pengambil kebijakan untuk menyusun regulasi yang lebih efektif dalam mengatur penggunaan BNPL.

Dukungan terhadap Tujuan Pembangunan Berkelanjutan

Penelitian ini mendorong pembaca untuk melihat dampak perilaku konsumsi terhadap keberlanjutan, sekaligus memberikan wawasan tentang langkah-langkah yang dapat diambil untuk mempromosikan konsumsi yang lebih bertanggung jawab.

Sumber Inspirasi Penelitian Lanjutan

Bagi akademisi atau mahasiswa, penelitian ini dapat menjadi referensi penting untuk memperluas studi di bidang perilaku konsumen, teknologi finansial, atau isu-isu terkait pembangunan berkelanjutan.

Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya memberikan manfaat kepada penulis secara personal, tetapi juga memberikan dampak yang luas dan relevan bagi berbagai kelompok pembaca.

1.6 Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah memberikan arah dan gambaran materi pada penelitian ini, oleh karena itu penulis menyusun sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I. PENDAHULUAN

Pada bab ini diuraikan mengenai objek penelitian, latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II. TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini diuraikan mengenai landasan teori yang digunakan, penelitian terdahulu dan kerangka penelitian teoritis.

BAB III. METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini diuraikan mengenai jenis penelitian dan sumber data, metode pengumpulan data dan metode analisis.

BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini menguraikan hasil penelitian dan analisis tentang Pengaruh Materialisme dan terhadap pembelian Impulsif melalui Efek Mediasi Penggunaan Aplikasi Buy Now Pay Later (BNPL)

BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini menguraikan simpulan dari hasil penelitian dan saran yang dapat digunakan sebagai pertimbangan bagi pihak berkepentingan.