

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kartu kredit sebagai alat pembayaran bukanlah hal yang baru lagi. Masyarakat kini mulai terbiasa melakukan transaksi pembayaran non-tunai, salah satunya menggunakan kartu kredit. Selain dari sisi keparaktisannya karena tidak perlu membawa uang tunai yang terlalu banyak, transaksi menggunakan kartu kredit menjadi pilihan dikarenakan banyak promo diskon apabila berbelanja menggunakan kartu kredit.

Jumlah kartu kredit yang beredar di Indonesia terus bertambah dari tahun ke tahun, diiringi pertumbuhan jumlah transaksi dan peningkatan nilai transaksi kartu kredit itu sendiri. Asosiasi Kartu Kredit Indonesia (AKKI) sebagai organisasi yang bertujuan untuk membangun industri kartu kredit yang sehat dan bertanggung jawab bagi penerbit kartu kredit, pemegang kartu, merchant, principle (American Express, Diners Club International, JCB International, MasterCard International dan Visa International) dan pihak lain yang terkait menjelaskan bahwa jumlah kartu kredit di tahun 2015 sebanyak lebih dari 16.863.842 kartu dengan total transaksi sebanyak 145.579.444 dan menghasilkan nilai transaksi sebesar Rp 135.712.601.000.000,- (www.akki.or.id).

Data dari Bank Indonesia (BI), jumlah pemegang kartu kredit dari data APMK (Alat Pembayaran Menggunakan Kartu) berdasarkan gambar 1.1 terlihat bahwa sampai dengan September 2018 adalah sebanyak 17,224,684 kartu kredit.

Jumlah APMK Beredar

Periode	Tahun 2017	Tahun 2017			Tahun 2018								
		Oktober	November	Desember	Januari	Februari	Maret	April	Mei	Juni	Juli	Agustus	September
Kartu Kredit	17,244,127	16,922,296	17,079,966	17,244,127	17,400,189	17,438,938	17,396,248	17,418,527	17,268,459	17,249,578	17,270,960	17,280,602	17,224,684
Kartu ATM	8,815,007	8,594,687	8,670,840	8,815,007	8,942,236	8,978,019	9,259,043	9,288,400	9,138,117	9,237,436	9,234,984	8,899,095	8,838,414
Kartu ATM + Debet	155,663,442	152,230,476	154,022,773	155,663,442	158,382,554	161,055,020	163,488,079	165,932,735	170,998,258	155,919,023	158,277,746	152,623,900	154,587,238

Tabel 1.1 Jumlah APMK Beredar di Indonesia

Sumber: Bank Indonesia (2018)

Dengan adanya pertumbuhan jumlah kartu, jumlah transaksi dan nilai transaksi kartu kredit di Indonesia, mengindikasikan bahwa produk kartu kredit yang dikeluarkan oleh bank adalah produk yang diminati oleh masyarakat. Hal ini akan mendorong bank sebagai lembaga penerbit kartu kredit untuk meningkatkan bisnisnya, khususnya dalam produk kartu kredit. Sasaran konsumen kartu kredit adalah golongan berpenghasilan tetap maupun wiraswasta.

Disisi lain, pengguna internet di Indonesia pada tahun 2017 tercatat mencapai angka 112 juta orang (Kementerian Komunikasi dan Informasi, 2017). *Online shop* tumbuh pesat karena semakin berkembangnya internet dan berbagai media yang memanfaatkan internet, yaitu website dan media sosial. Pertumbuhan penggunaan internet di Indonesia berasal dari para anak muda yang merupakan penduduk Indonesia yang dinamis dan tinggal di kota urban seperti Jakarta.

Kebanyakan pengguna internet di Indonesia juga didominasi oleh para pengguna gawai yang memiliki kebiasaan berbelanja yang berbeda dengan para pengguna internet yang menggunakan komputer atau laptop. Ditambah lagi dengan perkembangan *smartphone* Saat ini masyarakat menjadi semakin mudah untuk mengakses internet dan melakukan transaksi jual-beli secara *online*. Para pengguna internet pada gawai cenderung lebih sering berbelanja secara impulsif dibandingkan pengguna internet pada komputer atau laptop (the-marketeers.com, 2013).

Data dari *Social Research & Monitoring* (2016) menyebutkan bahwa nilai transaksi jual-beli secara *online* pada tahun 2016 mencapai angka US\$ 4,89 miliar yang dilakukan oleh 8,7 juta orang di Indonesia. Jumlah tersebut masih kecil dibandingkan total pengguna internet di Indonesia. Diperkirakan jumlah *online shopper* di Indonesia, apalagi di ibukota seperti Jakarta, akan terus bertambah, karena semakin meluasnya jaringan internet dan jalan yang semakin macet, sehingga toko *online* menjadi salah satu jalan keluar bagi mereka yang ingin berbelanja tanpa keluar rumah.

Toko Online	Pengunjung Web Bulanan	Ranking AppStore	Ranking PlayStore	Twitter	Instagram	Facebook	Jumlah Karyawan
1 Tokopedia	153,639,700	#2	#4	174,800	903,260	5,892,100	1,917
2 Bukalapak	95,932,100	#3	#3	139,150	365,480	2,377,600	1,853
3 Shopee	38,882,000	#1	#1	41,120	1,101,070	13,246,900	1,717
4 Lazada	36,405,200	#4	#2	361,530	803,360	27,220,200	1,704
5 Blibli	31,303,500	#6	#5	473,710	339,970	7,856,800	998
6 JD ID	11,401,500	#5	#7	18,490	262,750	776,900	709
7 Sale Stock Indonesia	4,333,000	#8	#8	14,520	550,470	4,356,600	535
8 Elevenia	4,001,800	#13	#11	122,000	120,370	1,196,700	310
9 Bhinneka	3,725,600	#25	#19	71,790	20,420	1,037,500	509
10 Zalora	3,505,300	#7	#9	67,090	294,630	7,847,200	428
11 Mataharimall	2,784,900	#10	#10	102,690	356,490	1,658,700	623
12 Sophie Paris	2,432,200	n/a	n/a	35,120	474,950	1,963,300	598
13 Jakarta Notebook	2,126,500	n/a	n/a	10,900	22,700	45,600	37
14 Sociolla	2,046,900	n/a	n/a	310	259,200	3,700	107
15 Orami	1,670,600	#24	#27	6,210	56,760	356,900	105

Sumber: *iPrice* (2019)

Gambar 1.1 Perkembangan Ritel *Online* di Indonesia Sampai dengan Kuartal 3 2018

Berdasarkan gambar 1.1 dapat di lihat bahwa perkembangan *online shop* di Indonesia sampai tahun 2018 mengalami kemajuan pesat, yang membuktikan bahwa memang diminati oleh pasar. Beberapa alasan yang menyebabkan *online shop* semakin diminati masyarakat yaitu harga lebih murah dibanding harga ditoko, adanya tawaran gratis ongkos kirim sehingga pembeli dapat berbelanja dari kota bahkan negara yang berbeda, suasana tenang saat berbelanja atau tidak takut toko tutup sehingga bisa lebih tenang, menghemat biaya transportasi karena tidak harus mendatangi toko, menghemat tenaga dan waktu, dan nyaman walaupun berbelanja pada malam hari.

Di sisi lain, saat ini hampir semua *online shop* di Indonesia menyediakan promo atau tawaran yang menarik bagi pemegang kartu kredit. Sehingga selain pemegang kartu kredit dapat berbelanja dengan mudah tanpa perlu mentransfer melalui ATM ataupun M-Banking, mereka juga bisa mendapatkan tawaran-tawaran yang menarik yang diberikan bank penerbit kartu kredit. Salah satu contohnya adalah situs jual-beli *online* Bukalapak. Situs ini bahkan menawarkan cicilan 0% bagi pemegang kartu kredit dari beberapa bank di Indonesia. Atau akan ada promo seperti *cashback*, diskon, dan tawaran lainnya. Berdasarkan gambar 1.2, pengguna aplikasi Bukalapak di Google Play Store lebih dari 10,000,000 orang. Belum lagi ditambah dengan pengguna dari iOS dan orang-orang yang tidak memiliki aplikasi Bukalapak, namun berbelanja langsung melalui situs

ADDITIONAL INFORMATION

Updated November 12, 2018	Size 30M	Installs 10,000,000+
Current Version 4.31.6	Requires Android 4.1 and up	Content Rating Rated for 3+ Learn More
Interactive Elements Shares Info	Permissions View details	Report Flag as inappropriate
Offered By PT Bukalapak.com	Developer Visit website apps@bukalapak.com Privacy Policy	

Bukalapak.

Sumber: Google Play Store (2019)

Gambar 1.2 Pengunduh Aplikasi Bukalapak di Google Play Store

Salah satu gaya hidup yang umumnya banyak ditemukan di kalangan remaja adalah gaya hidup hedonis. Kusumanugraha (dalam Zulkifli, 2016) menyatakan bahwa gambaran mengenai kecenderungan gaya hidup hedonis tersebut menampakkan ciri khas pada kalangan remaja yang selalu mengerjakan

aktivitas maupun minatnya dengan cara berkelompok. Menurut Susianto (dalam Zulkifli, 2016) gaya hidup hedonis adalah pola hidup yang mengarahkan aktivitas untuk mencari kesenangan hidup seperti lebih banyak bermain, senang di keramaian kota, senang membeli barang-barang mahal untuk memenuhi kesenangannya dan selalu ingin menjadi pusat perhatian oleh orang-orang sekitarnya. Dengan adanya fenomena ini, dianggap gaya hidup hedonis dan perilaku pembelian impulsif dapat menstimulasi penggunaan kartu kredit. Hal ini dikarenakan gaya hidup hedonis yang dimiliki oleh seseorang dapat mendorong orang tersebut untuk ingin mendapatkan barang yang sebenarnya tidak dibutuhkan. Lina dan Rosyid (Wahyudi, 2013) menuturkan bahwa kebiasaan dan gaya hidup masyarakat berubah dalam waktu yang relatif singkat menuju ke arah kehidupan mewah dan cenderung berlebihan yang pada akhirnya menimbulkan pola hidup konsumtif. Pola hidup yang konsumtif sangat terlihat dari perilaku pembelian masyarakat. Konsumen membeli barang-barang ataupun jasa yang kurang atau tidak diperlukan sehingga sifatnya menjadi berlebihan. Artinya, seseorang menjadi lebih mementingkan faktor keinginan (*want*) daripada kebutuhan (*need*) dan cenderung dikuasai oleh hasrat keduniawian dan kesenangan material semata (Sumartono, 2002). Selain itu dengan tingginya penggunaan internet dan *online shopping*, serta tawaran yang diberikan situs jual-beli *online* maupun bank penerbit kartu kredit, yang didukung dengan perilaku pembelian impulsif atau pembelian yang tidak direncanakan sebelumnya atau dengan spontan juga akan terdorong untuk menggunakan kartu kredit.

Situs jual-beli Bukalapak merupakan situs jual-beli jumlah pengguna terbanyak kedua di Indonesia setelah Tokopedia. Di dalam situs jual-beli Bukalapak menawarkan berbagai macam produk dari aksesoris sampai barang elektronik yang mahal sekalipun. Pengunjung situs jual-beli Bukalapak dengan mudah dapat mencari barang-barang yang sedang menjadi *trend* di aplikasi maupun situs Bukalapak. Dari para pengguna ini juga pasti banyak orang yang memiliki perilaku pembelian impulsif maupun gaya hidup hedonis. Ditambah lagi Bukalapak juga menawarkan promosi maupun cicilan 0% bagi para pemilik kartu kredit dari beberapa bank tertentu. Hal ini menjadi sangat menarik bagi konsumen

yang memiliki perilaku pembelian impulsif dan gaya hidup hedonis untuk menggunakan kartu kredit dalam mendapatkan barang yang diinginkan dan dapat membayarnya dikemudian hari.

Perilaku pembelian impulsif yang dimiliki oleh seseorang mampu mendorong orang tersebut untuk menggunakan kartu kredit. Hal ini disebabkan karena saat mereka ingin melakukan pembelian secara tidak terencana lebih memilih pembayaran yang mudah dan biasanya membeli barang yang murah. Sehingga kartu kredit merupakan pilihan yang sangat menarik. Selain itu gaya hidup hedonis juga dapat mendorong seseorang untuk menggunakan kartu kredit. Karena orang-orang yang memiliki gaya hidup hedonis cenderung ingin mengikuti *trend* yang sedang *hype*. Namun tidak selamanya mereka memiliki uang, sehingga kartu kredit menjadi sangat menarik dan dapat mereka dapat terdorong untuk menggunakan kartu kredit.

Sehingga apabila toko online, terutama situs jual-beli Bukalapak dapat memanfaatkan hal tersebut, tidak dapat dipungkiri bahwa akan meningkatkan penjualan dengan dorongan dari perilaku pembelian impulsif dan gaya hidup hedonis masyarakat Indonesia untuk menggunakan kartu kredit. Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini ditujukan untuk mengetahui **“Pengaruh Perilaku Pembelian Impulsif dan Gaya Hidup Hedonis Terhadap Penggunaan Kartu Kredit Pada Situs Jual Beli Bukalapak”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Adapun masalah yang menjadi dasar dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Fenomena perilaku pembelian impulsif yang dimiliki oleh masyarakat saat ini semakin meningkat. Sehingga dapat meningkatkan penggunaan kartu kredit yang kemudian dapat menyebabkan tagihan yang tidak terkendali.
2. Fenomena banyak masyarakat yang memiliki gaya hidup hedonis yang selalu ingin mengikuti *trend* yang sedang berlangsung. Sehingga dapat

meningkatkan penggunaan kartu kredit yang kemudian dapat menyebabkan tagihan yang tidak terkendali.

3. Banyaknya penawaran-penawaran menarik dari *online* shop, serta perilaku konsumtif dari konsumen sehingga dapat mendorong konsumen untuk menggunakan kartu kredit dengan berlebihan.

1.3 Batasan Masalah

Dalam penelitian ini, peneliti membatasi ruang lingkup penelitian agar lebih terfokus terhadap perilaku pembelian impulsif dan gaya hidup hedonis. Penelitian ini dibatasi oleh beberapa faktor sebagai berikut:

1. Dibatasi pada variabel perilaku pembelian impulsif, gaya hidup hedonis, dan penggunaan kartu kredit yang dimiliki lini bisnis tertentu.
2. Melibatkan hanya pemilik kartu kredit dan pelanggan situs jual-beli *online* Bukalapak di Jakarta yang pernah melakukan pembelian secara impulsif dan memiliki gaya hidup hedonis.

1.4 Rumusan Masalah

Bedasarkan pemaparan latar belakang penelitian dan identifikasi masalah di atas, maka dirumuskan pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh perilaku pembelian impulsif dan gaya hidup hedonis terhadap penggunaan kartu kredit pada Situs Jual Beli Bukalapak?
2. Apakah terdapat pengaruh perilaku pembelian impulsif terhadap penggunaan kartu kredit pada Situs Jual Beli Bukalapak?
3. Apakah terdapat pengaruh gaya hidup hedonis terhadap penggunaan kartu kredit pada Situs Jual Beli Bukalapak?
4. Apakah variabel gaya hidup hedonis lebih dominan dalam mempengaruhi penggunaan kartu kredit pada Situs Jual Beli Bukalapak?

1.5 Tujuan Penelitian

Berkaitan dengan perumusan yang telah ditetapkan sebelumnya, maka tujuan penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh perilaku pembelian impulsif dan gaya hidup hedonis terhadap penggunaan kartu kredit pada Situs Jual Beli Bukalapak.
2. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh perilaku pembelian impulsif terhadap penggunaan kartu kredit pada Situs Jual Beli Bukalapak.
3. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh gaya hidup hedonis terhadap penggunaan kartu kredit pada Situs Jual Beli Bukalapak.
4. Untuk mengetahui variabel kebenaran bahwa variabel gaya hidup hedonis lebih dominan dalam mempengaruhi penggunaan kartu kredit pada Situs Jual Beli Bukalapak.

1.6 Manfaat Penelitian

Penelitian ini merupakan kajian untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh perilaku pembelian impulsif gaya hidup hedonis terhadap penggunaan kartu kredit. Penelitian ini diharapkan dapat memiliki manfaat baik secara akademis maupun secara praktis.

Adapun manfaat dari penelitian ini sebagai berikut:

1.6.1 Manfaat Teoritis

1. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dari segi bertambahnya ilmu teoritis atau pengetahuan yang dapat digunakan sebagai acuan pembelajaran mengenai seberapa besar pengaruh perilaku pembelian Implusif dan gaya hidup hedonis terhadap penggunaan Kartu Kredit
2. Hasil penelitian diharapkan dapat mendukung peneliti selanjutnya dalam melakukan penelitian yang berkaitan dengan perilaku pembelian Implusif dan

Gaya hidup Hedonis terhadap penggunaan Kartu kredit pada situs jual beli Bukalapak

1.6.2 Manfaat Praktis

1. Bagi Perusahaan

Dapat digunakan sebagai informasi mengenai Pengaruh perilaku pembelian Implusif dan gaya hidup Hedonis terhadap jumlah penjualan perusahaan

2. Konsumen

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai alat dan informasi dalam memilih produk di Bukalapak dengan menggunakan kartu kredit sehingga konsumen memiliki gambaran terkait dengan promosi melalui penggunaan kartu kredit

3. Peneliti

Memperluas wawasan dan pengetahuan serta sebagai dasar implementasi teori-teori yang telah diperoleh selama proses perkuliahan untuk menganalisis perilaku konsumen sesuai dengan kenyataan yang sebenarnya