

## Kredit Digital dan Reproduksi Gaya Hidup (Studi mengenai Konsumsi di Kalangan Pengguna Kredit Digital) = Digital Credit and Lifestyle Reproduction (Study of Consumption among Digital Credit Users)

Fitri Suryani, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20504513&lokasi=lokal>

---

### Abstrak

ABSTRAK

Dalam beberapa tahun terakhir, keberadaan lembaga kredit digital di Indonesia meningkat pesat. Hal tersebut memberi sumber finansial baru bagi pengguna internet yang ingin mengakses dan memanfaatkannya untuk kebutuhan konsumsi mereka yang tidak ada habisnya. Studi-studi sebelumnya melihat bahwa akses terhadap internet memediasi aktivitas konsumsi dan aktivitas ini menjadi gaya hidup. Studi ini berfokus pada peran kredit digital terhadap perilaku konsumsi penggunanya yang cenderung untuk kebutuhan gaya hidup karena konsumsi. Sebagaimana teori masyarakat konsumen yang melihat konsumsi masyarakat bukan hanya ditujukan untuk memenuhi kebutuhan hidup (*need*) melainkan untuk kebutuhan memenuhi hasrat (*desire*) penggunanya yang antara lain bersifat kenikmatan (*pleasure*) dan pemenuhan kepuasan hasratnya (*desire*). Menggunakan pendekatan kualitatif, antara lain wawancara mendalam pada pengguna kredit digital, hasilnya menunjukkan bahwa pemanfaatan kredit digital untuk konsumsi yang sifatnya memenuhi kebutuhan menyangkut hobi, *fashion*, dan aktivitas *pleasure* lainnya menunjukkan kredit digital mereproduksi gaya hidup. Temuan ini mengokohkan pernyataan Baumann bahwa masyarakat konsumen adalah masyarakat kartu kredit yang lekat dengan aktivitas konsumsi sehingga memproduksi gaya hidup.

Kata Kunci: Kredit Digital, Perilaku Konsumsi, Masyarakat Konsumer, Gaya Hidup

---

ABSTRACT

In recent years, the existence of digital credit institutions in Indonesia has increased rapidly. This provides a new financial resource for internet users who want to access and use it for their endless consumption needs. Previous studies have seen that access to the internet mediates consumption activities and these activities become lifestyle. This study focuses on the role of digital credit on the consumption behavior of its users who are inclined to lifestyle needs due to consumption. As consumer society theory that sees public consumption is not only intended to meet the needs of life but to meet the needs of the desires of users, among others, are pleasure and the fulfillment of the satisfaction of desires. Using a qualitative approach, including in-depth interviews with digital credit users, the results show that the use of digital credit for consumption that meets the needs regarding hobbies, fashion, and other pleasure activities shows that digital credit reproduces lifestyles. This finding reinforces Baumann's statement that the consumer society is a credit card society that is closely linked to consumption activities so as to produce a lifestyle.