



Eksplorasi Kualitatif Motif Penggunaan Fitur Paylater Pada Mahasiswa: Antara Kebutuhan Dan Gaya Hidup Konsumtif

Nur Rahmi Elza Ms¹, Ananda Nayla², Daisya Salsabila Silitonga³, Laila Fajri⁴, Hilmiatus Sahla⁵

^{1,2,3,4,5} Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Asahan

nurharmielza@gmail.com, anandanayla67@gmail.com, daisyasalsabilaaa@gmail.com, fajrilaila995@gmail.com,
hilmiatus.sahla03@gmail.com

Abstrak

This study aims to explore the motives for PayLater use among university students and understand the underlying factors, whether it is driven primarily by necessity or a tendency toward a consumerist lifestyle. The method used was descriptive qualitative with purposive sampling, where data was collected through in-depth interviews with Asahan University students who actively use PayLater services on various digital platforms. The results show that PayLater use is motivated by two main motives: fulfilling urgent needs when facing financial constraints, and a consumerist lifestyle driven by promotions, discounts, and social influences. Ease of access, payment flexibility, and the attractiveness of promotions are the main drivers of this service's adoption. On the other hand, uncontrolled use has the potential to trigger impulsive purchases and financial instability. This study concludes that PayLater use has dichotomous implications and that the urgency of financial literacy is crucial for students to use fintech services more wisely.

Keywords: Paylater, Financial Technology, Students, Consumer Behavior, Lifestyle.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi motif penggunaan fitur Paylater di kalangan mahasiswa serta memahami faktor-faktor yang melatarbelakanginya, apakah lebih didorong oleh kebutuhan atau kecenderungan gaya hidup konsumtif. Metode yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan teknik purposive sampling, di mana data dikumpulkan melalui wawancara mendalam terhadap mahasiswa Universitas Asahan yang aktif menggunakan layanan Paylater pada berbagai platform digital. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan Paylater dilatarbelakangi oleh dua motif utama: pemenuhan kebutuhan mendesak saat menghadapi keterbatasan finansial, dan dorongan gaya hidup konsumtif yang diperkuat oleh promo, diskon, serta pengaruh lingkungan sosial. Faktor kemudahan akses, fleksibilitas pembayaran, dan daya tarik promosi menjadi pendorong utama adopsi layanan ini. Di sisi lain, penggunaan yang tidak terkontrol berpotensi memicu pembelian impulsif dan ketidakstabilan keuangan. Penelitian ini menyimpulkan bahwa pemanfaatan Paylater bersifat dikotomatis dan urgensi literasi keuangan menjadi aspek krusial bagi mahasiswa agar dapat menggunakan layanan fintech secara lebih bijak.

Kata Kunci: Paylater, Financial Technology, Mahasiswa, Perilaku Konsumtif, Gaya Hidup.

1. Pendahuluan

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan yang sangat besar dalam berbagai aspek kehidupan masyarakat, termasuk pada sektor keuangan yang ada di Indonesia. Perkembangan teknologi dunia ke arah serba digital saat ini terbilang tumbuh sangat pesat. Saat ini perkembangan teknologi begitu pesat dapat dilihat dari transformasi teknologi dari zaman ke zaman (Hakim & Yulia, 2024). Perkembangan teknologi digital ini membawa banyak dampak positif terhadap kehidupan manusia sehingga segala sesuatu menjadi lebih mudah, cepat dan praktis. Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan masyarakat, termasuk dalam aktivitas ekonomi. Transformasi tersebut melahirkan fenomena ekonomi digital yang ditandai dengan munculnya berbagai inovasi di bidang keuangan atau financial technology (fintech) (Arya *et al.*, 2026).

Financial Technology merupakan inovasi digital yang diciptakan disektor keuangan untuk memungkinkan transaksi keuangan yang masuk akal, sederhana, dan efisien. Perkembangan fintech di seluruh dunia berevolusi dari fase 1.0 ke 3.5, seperti yang dikemukakan oleh Plukker *et al* (1993). Salah satu perkembangan fintech yang berkembang pesat saat ini adalah fitur Paylater, yaitu layanan transaksi dengan sistem "beli sekarang, bayar nanti" yang memungkinkan pengguna melakukan pembelian terlebih dahulu dan melunasi pembayaran di kemudian hari, baik secara sekaligus maupun dengan sistem cicilan. Layanan ini kini terintegrasi berbagai platform digital seperti ShopeePaylater, Gopaylater, e-commerce dan aplikasi layanan lainnya. Berdasarkan pada data PEFINDO Biro Kredit, jumlah pengguna Paylater di Indonesia mencapai 17,26 juta orang per Februari 2025, dengan pertumbuhan 25,53 % secara tahunan, dengan total nilai kredit/penyaluran mencapai

Rp 36,24 triliun (Pusvisasari, 2025). Dalam perkembangan teknologi yang serba canggih seperti sekarang, layanan finansial online ini sangat populer di kalangan usia muda, di mana 70,4 % penggunaanya berada direntang pada usia 18 sampai 35 tahun termasuk mahasiswa yang belum yang belum memiliki penghasilan tetap (Kredivo & Katadata Insight Center, 2024).

Layanan Paylater, merupakan salah satu inovasi dalam teknologi finansial (financial technology / fintech) yang berkembang pesat dan menjadi semakin populer di kalangan konsumen. Popularitas Paylater tidak terlepas dari kemudahan dan fleksibilitas yang ditawarkan dalam sistem pembayarannya. Dengan menggunakan Paylater, konsumen dapat melakukan pembelian saat ini dan membayar dalam bentuk cicilan tanpa bunga dalam jangka waktu tertentu. Skema ini memberikan pengalaman transaksi yang lebih ringan dibandingkan dengan instrumen kredit tradisional seperti kartu kredit (Candika *et al.*, 2025). Fitur ini banyak diintegrasikan dalam berbagai platform digital seperti e-commerce dan aplikasi layanan lainnya sehingga semakin mudah diakses oleh masyarakat. Kehadiran layanan tersebut secara tidak langsung memengaruhi pola konsumsi masyarakat, terutama kelompok generasi muda yang memiliki tingkat adaptasi tinggi terhadap perkembangan teknologi digital (Arya *et al.*, 2026).

Mahasiswa sebagai bagian generasi yang tumbuh dalam ekosistem digital cenderung menggunakan layanan finansial berbasis teknologi dengan cepat, termasuk fitur Paylater. Kemudahan akses, proses pendaftaran yang singkat, serta minimnya persyaratan menjadikan fitur Paylater semakin diminati oleh mahasiswa yang ingin bertransaksi tanpa harus memiliki dana secara langsung (Rahima, 2022), namun hal tersebut tidak otomatis diimbangi dengan literasi keuangan yang memadai. Keputusan konsumsi individu tidak semata bersifat rasional, melainkan dipengaruhi oleh motivasi, persepsi, serta tekanan lingkungan sosial di sekitarnya (Kotler dan Keller, 2016). Konsumen muda khususnya cenderung membuat keputusan pembelian berdasarkan dorongan emosional dan citra sosial yang ingin mereka bangun, bukan atas dasar kebutuhan yang sesungguhnya (Schiffman & Kanuk, 2010). Kondisi ini semakin benar di tengah maraknya budaya pamer konsumsi di media sosial yang secara langsung membentuk standar gaya hidup kalangan mahasiswa. Sumartono (2002) mengatakan bahwa perilaku konsumtif pada individu umumnya tidak berakar dari kebutuhan yang nyata, melainkan dari dorongan memperoleh kepuasan sesaat dan status sosial. Pada titik inilah fitur Paylater berpotensi tidak hanya bermanfaat sebagai alat pembayaran, tetapi juga sebagai membentuk bahkan mungkin memperburuk pola konsumsi tidak terencana di kalangan mahasiswa.

Fenomena penggunaan Paylater di kalangan mahasiswa dapat dipahami sebagai bagian dari dinamika sosial yang terjadi dalam masyarakat modern yang semakin terdigitalisasi (Arya *et al.*, 2026). Perubahan dalam pola konsumsi masyarakat modern juga menjadi salah satu aspek penting dalam memahami fenomena ini. Perilaku konsumsi merupakan tindakan individu dalam menggunakan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan. Dalam praktiknya, perilaku konsumsi tidak selalu didasarkan pada kebutuhan rasional, melainkan sering kali dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti motivasi, konsep diri, gaya hidup, budaya, kelas sosial, serta pengaruh kelompok referensi (Fitriyani *et al.*, 2013). Dengan demikian kondisi tersebut yang akan memicu perilaku konsumtif, di mana seseorang akan membeli suatu barang atau pun jasa secara berlebihan yang hanya berdasarkan keinginan semata dibandingkan dengan kebutuhan rasionalnya.

Berdasarkan fenomena tersebut, penggunaan fitur Paylater di kalangan mahasiswa menjadi hal yang menarik untuk diteliti karena layanan ini tidak hanya dimanfaatkan untuk memenuhi kebutuhan, tetapi juga berpotensi mendorong munculnya gaya hidup konsumtif. Kemudahan akses, fleksibilitas pembayaran, serta berbagai promo yang ditawarkan platform digital dapat memengaruhi pola pengambilan keputusan mahasiswa dalam melakukan konsumsi. Kondisi ini menimbulkan kekhawatiran bahwa penggunaan Paylater dapat mendorong perilaku konsumsi yang kurang terkontrol, terutama pada mahasiswa yang cenderung memiliki tingkat pengelolaan keuangan yang masih terbatas. Sejumlah penelitian terdahulu telah mengkaji perilaku konsumtif mahasiswa dalam kaitannya dengan layanan keuangan digital, namun sebagian besar masih terfokus pada aspek kuantitatif seperti tingkat penggunaan dan pengaruh terhadap literasi keuangan secara umum. Penelitian yang secara khusus menggali motif di balik penggunaan Paylater dari perspektif kualitatif, terutama dalam konteks mahasiswa perguruan tinggi swasta di daerah seperti Universitas Asahan, masih terbilang terbatas. Kondisi ini menjadi celah penelitian yang penting untuk diisi, mengingat karakteristik sosial-ekonomi dan tingkat literasi keuangan mahasiswa di daerah dapat berbeda dengan mahasiswa di kota besar.

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengeksplorasi motif penggunaan fitur Paylater pada mahasiswa serta memahami faktor-faktor yang melatarbelakangi penggunaan layanan tersebut, apakah lebih didorong oleh kebutuhan atau oleh kecenderungan gaya hidup konsumtif. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk mengetahui bagaimana kemudahan layanan Paylater memengaruhi perilaku konsumsi mahasiswa di era digital. Dengan adanya penelitian ini, diharapkan dapat memberikan pemahaman mengenai fenomena penggunaan Paylater di kalangan mahasiswa serta menjadi bahan pertimbangan dalam meningkatkan kesadaran terhadap pentingnya perilaku konsumsi yang lebih bijak.

2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Penelitian kualitatif secara umum dapat digunakan untuk penelitian tentang kehidupan masyarakat, sejarah, tingkah laku, fungsionalisasi organisasi, aktivitas sosial, dan lain-lain (Supriandi, 2025). Metode ini digunakan karena penelitian ini bertujuan untuk memahami secara mendalam mengenai motif penggunaan fitur Paylater pada mahasiswa, terkhususnya terkait dengan penggunaan layanan tersebut antara kebutuhan dan gaya hidup konsumtif. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif guna mengeksplorasi fenomena pemanfaatan Paylater, dengan berfokus pada sudut pandang dan pengalaman langsung mahasiswa selaku pengguna.

Subjek penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Asahan yang memiliki pengalaman aktif dalam menggunakan fitur Paylater pada berbagai platform digital seperti Shopee, Tokopedia, dan Lazada. Penentuan sampel dilakukan menggunakan *metode purposive sampling* yaitu memilih responden berdasarkan kriteria tertentu yang sesuai dengan tujuan penelitian, seperti mahasiswa yang aktif menggunakan layanan PayLater dalam aktivitas transaksi digital.

Dalam penelitian kualitatif ini, peneliti bertindak langsung sebagai instrumen utama. Data di himpun melalui wawancara mendalam terkait motif, pola konsumsi, dan pandangan mahasiswa mengenai Paylater, yang diperkuat dengan observasi lapangan serta dokumentasi literatur relevan. Teknik analisis data dilakukan secara deskriptif kualitatif melalui tahapan pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Keabsahan data dilakukan dengan membandingkan hasil wawancara antar informan serta didukung oleh sumber literatur yang relevan sehingga data yang diperoleh dapat dipercaya dan sesuai dengan tujuan penelitian.

Wawancara dilakukan secara semi-terstruktur dengan menggunakan panduan wawancara yang telah disusun sebelumnya, sehingga peneliti tetap memiliki keleluasaan untuk menggali informasi lebih dalam sesuai dengan alur cerita informan. Setiap sesi wawancara berlangsung antara 30 hingga 60 menit dan dilakukan di lingkungan kampus maupun melalui pesan daring agar informan merasa nyaman dalam menyampaikan pengalamannya. Jumlah informan dalam penelitian ini sebanyak delapan orang mahasiswa aktif Universitas Asahan yang dipilih berdasarkan keaktifan penggunaan layanan Paylater dan kesediaan untuk berbagi pengalaman secara terbuka. Proses pengumpulan data dilakukan hingga tercapai titik jenuh data, yakni ketika informasi yang diperoleh dari informan baru tidak lagi memberikan perspektif yang berbeda secara signifikan dari data yang telah terkumpul sebelumnya.

3. Hasil dan Pembahasan

3.1. Motif Mahasiswa dalam Menggunakan Fitur PayLater

Penggunaan fitur Paylater di kalangan mahasiswa didorong oleh berbagai macam motif yang melatar belakangnya. Faktor ekonomi, pemenuhan kebutuhan, serta pengaruh lingkungan sosial menjadi pembeda alasan bagi setiap individu. Oleh karena itu penting untuk dapat memahami motif utama dari penggunaan Paylater agar dapat diketahui pemanfaatan PayLater tersebut murni untuk pemenuhan kebutuhan riil atau justru merefleksikan kecenderungan gaya hidup yang konsumtif. Motif tersebut dapat dilihat berdasarkan hasil wawancara yang telah dilaksanakan terhadap sejumlah mahasiswa Universitas Asahan, pemanfaatan fitur Paylater didasarkan pada motif pemenuhan kebutuhan ekonomi serta pengaruh gaya hidup yang konsumtif. Kehadiran fitur Paylater dianggap memberikan kemudahan dalam melakukan transaksi digital karena sistem pembayarannya yang fleksibel dan praktis. Sebagian informan menyatakan mereka menggunakan fitur Paylater karena didorong oleh kebutuhan yang mendesak, khususnya disebabkan saat menghadapi keterbatasan dana untuk melakukan pembelian secara tunai. Paylater memiliki banyak keunggulan, seperti mudah digunakan dan efektif dan dapat digunakan untuk menyelesaikan kebutuhan mendesak (Marbella *et al.*, 2024).

Salah satu informan berinisial RA berusia 21 tahun dengan jenis kelamin perempuan menyatakan “*Saya menggunakan Paylater itu awalnya dulu karna ada kebutuhan mendadak dan kebutuhan uangnya belum cukup. Jadi saya pakai Paylater*”. Temuan ini mengungkapkan bahwa Paylater berfungsi sebagai mekanisme coping terhadap keterbatasan likuiditas yang dihadapi mahasiswa. Dalam kerangka hierarki kebutuhan Maslow, penggunaan semacam ini berada pada level pemenuhan kebutuhan dasar, bukan pada level ekspresif. Artinya, pada kondisi ini PayLater berperan positif sebagai instrumen darurat yang membantu mahasiswa melewati situasi krisis jangka pendek. Ini berarti Paylater tidak selalu berorientasi pada konsumsi berlebihan, tetapi juga sebagai strategi pemenuhan kebutuhan mendesak. Dan dari pernyataan yang dinyatakan informan didapatkan satu motif bahwa Paylater digunakan atas dasar memenuhi kebutuhan dan dipandang sebagai solusi alternatif dalam memenuhi kebutuhan tertentu. Dalam kondisi keterbatasan finansial, Paylater sering kali dipandang sebagai solusi sementara untuk mengatasi kesenjangan antara kebutuhan dan kemampuan ekonomi yang dimiliki (Nugrahanti *et al.*, 2024). Selain di dasarkan pada faktor kebutuhan, hasil penelitian juga menunjukkan bahwasanya penggunaan Paylater dapat di dasarkan karena pengaruh gaya hidup dan juga perkembangan budaya konsumsi digital di kalangan mahasiswa. Akses berulang terhadap kredit digital cenderung menurunkan ambang psikologis pengguna terhadap utang, sehingga penggunaan yang awalnya bersifat darurat dapat berkembang menjadi pola konsumsi yang terbiasa dan berlebihan. Dimensi ekspresif dari motif penggunaan muncul jelas pada pernyataan informan berinisial FI

berusia 22 tahun dengan jenis kelamin laki-laki menyatakan “*Saya memakai Paylater karna kemarin ingin membeli iPhone, agar bisa dicicil jadi saya pakai Paylater. Saya membeli Iphone supaya lebih menunjang penampilan*”. Pernyataan ini sangat representatif dari apa yang Veblen (1899) sebut sebagai conspicuous consumption yaitu perilaku membeli bukan untuk nilai guna suatu produk, melainkan untuk sinyal status sosial yang ditampilkan kepada orang lain. Dalam konteks mahasiswa, iPhone bukan sekadar alat komunikasi, melainkan artefak sosial yang menentukan posisi seseorang dalam hierarki pergaulan. PayLater, dalam hal ini, menjadi enabler yang memungkinkan aspirasi sosial terwujud meskipun kapasitas finansial belum memadai. Kondisi ini juga sejalan dengan argumen Schiffman & Kanuk (2010) bahwa konsumen muda cenderung merasionalisasi keputusan pembelian berbasis keinginan sebagai "kebutuhan". Motif tersebut dapat memicu reaksi timbulnya perilaku konsumtif yang dapat mempengaruhi seseorang untuk melakukan pembelian yang hanya di dasarkan oleh keinginan bukan kebutuhan. Seperti pernyataan Mahande *et al.*, (2024) bahwa selain kebutuhan mendesak, dan keinginan konsumtif turut memengaruhi keputusan mahasiswa mengambil pinjaman online. Gaya hidup konsumtif juga dapat menjadi salah satu faktor signifikan yang mendorong individu dalam rentang usia ini untuk menggunakan pinjaman online (Wahyuni dan Istiana, 2022). Beberapa informan lain mengaku tertarik menggunakan fitur ini karena adanya promo, cashback, gratis ongkir, dan diskon yang di tawarkan oleh platform e-commerce yang menyediakan layanan Paylater. Seperti yang dinyatakan oleh informan berinisial DL berusia 21 tahun dengan jenis kelamin perempuan “*Saya menggunakan Paylater supaya bisa dapat gratis ongkir dan dapat diskon potongan harga juga*”. Dari temuan ini menunjukkan penggunaan Paylater juga dapat didasari oleh ketertarikan akan promosi yang ditawarkan. Kondisi ini yang akan memicu mahasiswa untuk melakukan pembelian produk yang didasarkan pada keinginan bukan pada produk yang menjadi kebutuhan utama. Penggunaan Paylater seperti ini dapat memicu perilaku konsumtif yang kurang terkontrol apabila tidak disertai dengan pengelolaan keuangan yang baik.

Selain dari faktor internal, perilaku konsumtif pada seseorang juga disebabkan oleh faktor sosial dan gaya hidup. penggunaan Paylater tidak selalu didasarkan pada kebutuhan yang bersifat mendesak, sebagian mahasiswa juga terdorong oleh motif konsumtif yang berkaitan dengan gaya hidup serta keinginan untuk mengikuti tren yang berkembang di lingkungan sosial mereka (Arya *et al.*, 2026). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwasanya motif penggunaan Paylater tidak didasarkan hanya pada kebutuhan rasional saja, tetapi juga dapat didasari oleh faktor emosional, gaya hidup, dan lingkungan sosial. Dalam konteks masyarakat digital modern saat ini, penggunaan Paylater telah menjadi bagian pola konsumsi generasi muda yang terbiasa dengan transaksi yang instan dan fleksibel.

3.2. Paylater dan Gaya Hidup Konsumtif

Konsumtif adalah keinginan untuk mengonsumsi barang dan jasa yang sebenarnya kurang diperlukan secara berlebihan untuk mencapai kepuasan (Rahima & Cahyadi, 2022). Perkembangan Paylater tidak hanya memberikan kemudahan dalam bertransaksi, tetapi juga dapat mempengaruhi pola konsumsi bagi penggunanya. Kemudahan akses dan promo yang diberikan dapat menjadi pendorong perubahan dalam perilaku belanja, terutama pada mahasiswa sebagai pengguna aktif platform digital. Oleh sebab itu perlu dianalisis bagaimana penggunaan Paylater dapat memicu timbulnya perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa. Dari hasil penelitian, penggunaan Paylater juga dapat mempengaruhi perilaku konsumtif pada mahasiswa. Sebagian informan yang diwawancarai mengatakan mereka menjadi lebih sering melakukan pembelian secara impulsif setelah mencoba layanan tersebut dikarenakan adanya diskon yang di berikan platform e-commerce. Seperti yang dinyatakan KA berusia 20 tahun dengan jenis kelamin perempuan “*saya menggunakan Paylater awalnya dikarenakan ada diskon. Sejak memakai Paylater saya lebih sering belanja dikarenakan pembayarannya bisa dilakukan nanti*”. Dari pernyataan tersebut dapat memicu timbulnya pembelian secara impulsif, yang pada akhirnya berpotensi meningkatkan perilaku dan gaya hidup konsumtif. Ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi perilaku pembelian impulsif terutama pada Mahasiswa pada jenjang pendidikan tinggi, antara lain kecenderungan dipengaruhi oleh pemasaran atau penjualan, kurangnya pemikiran atau pertimbangan realistis, tidak memiliki tabungan, dan mudah dibujuk (Siregar & Cholili, 2023).

Kemudahan akses kredit dan juga digital membuat mahasiswa lebih mudah terpengaruh untuk membeli produk hanya berdasarkan pada keinginan bukan pada kebutuhan. Seperti yang dikemukakan oleh Taqwa dan Muklis (2022) bahwa saat remaja yang berperilaku konsumtif akan banyak mencoba membeli hal-hal baru yang diinginkan tanpa memikirkan fungsi dan manfaatnya.

Selain itu ada informan yang menyatakan bahwa Spaylater lama kelamaan membuat keuangan semakin tidak terkontrol. Informan berinisial VA berusia 19 tahun dengan jenis kelamin perempuan menyatakan “*Dulu awalnya tagihan Paylater ini saya lihat kecil, jadi saya pikir tidak masalah, tapi ternyata lama - lama tagihannya lumayan besar juga*”. Dari fenomena tersebut dapat menunjukkan bahwa penggunaan Paylater yang tidak di kontrol dapat membuat keuangan menjadi tidak stabil, karena tidak dilandasi dengan pengelolaan keuangan yang baik. Fenomena ini dapat dijelaskan melalui konsep debt normalization proses di mana individu secara bertahap menjadi toleran terhadap level utang yang semakin tinggi karena setiap penambahan terasa marginal. Cicilan kecil yang terasa ringan secara individual, ketika terakumulasi, menciptakan beban finansial yang signifikan dan sulit diurai.

Kondisi ini diperparah oleh minimnya sistem peringatan dini yang efektif dari pihak platform kepada penggunanya, terutama kelompok usia muda yang pertama kali mengakses layanan kredit. Oleh sebab itu selain dilatar belakangi oleh faktor internal, perilaku konsumtif juga didasari pada faktor lingkungan sosial dan gaya hidup serta maraknya perkembangan media digital. Tren belanja online dan konten promosi di media sosial serta promo yang di berikan platfrom menjadi daya tarik mahasiswa untuk menggunakan Paylater. Promo menjadi pertimbangan bagi kaum millennial yang kritis terhadap perkembangan teknologi (Hardika & Huda, 2021). Seperti pernyataan dari Luas *et al* (2023) yang menyatakan bahwa faktor dari dalam diri individu, dan dari luar individu maupun secara psikologis dapat mempengaruhi munculnya perilaku konsumtif. Dan dalam perkembangan kehidupan modern ini, menggunakan layanan digital sering kali dianggap sebagai bentuk dari gaya hidup yang praktis dan sebagai bentuk dari mengikuti perkembangan jaman.

3.3. Faktor yang Mendorong Penggunaan Paylater

Pemanfaatan layanan fitur Paylater di kalangan mahasiswa bukanlah sebuah tindakan spontan, melainkan hasil dari akumulasi berbagai faktor yang saling mempengaruhi. Pilihan ini lahir dari kombinasi antara kemudahan yang ditawarkan oleh fitur Paylater dan kondisi serta kebutuhan nyata dari mahasiswa itu sendiri. Berdasarkan hasil penelitian yang dihasilkan, terdapat beberapa faktor utama yang melatar belakangi mahasiswa menggunakan fitur Paylater. Faktor pertama adalah kepraktisan/kemudahan akses layanan yang dapat digunakan pada saat kebutuhan mendesak. Kemudahan akses dan fleksibilitas pembayaran menjadi faktor utama yang menarik minat mahasiswa untuk menggunakan layanan ini (Hermawan & Lathifah, 2025).

Faktor kedua, fleksibilitas finansial. Di mana sistem beli sekarang bayar nanti membuat konsumen merasa lebih ringan dalam melakukan transaksi. Faktor-faktor yang mendorong tingginya adopsi Paylater di kalangan ini antara lain adalah kemudahan penggunaan, tampilan aplikasi yang intuitif, serta waktu proses yang singkat (Candika *et al.*, 2025). Hal ini dapat menjadi daya tarik tersendiri bagi mahasiswa yang memiliki keterbatasan dana namun tetap ingin memenuhi kebutuhan maupun keinginan mereka. PayLater adalah salah satu metode pembayaran yang ditawarkan oleh berbagai perusahaan digital dan start-up dengan tujuan memudahkan penggunanya dalam memenuhi segala kebutuhan hidup (Prastiwi & Fitria, 2021).

Faktor ketiga adalah adanya diskon dan promo yang ditawarkan oleh platform digital. Seperti yang dinyatakan oleh sebagian informan yang mengaku tertarik menggunakan Paylater karena didasari adanya potongan harga dan juga gratis ongkir yang tersedia. Strategi pemasaran tersebut yang secara tidak langsung dapat menjadi pendorong mahasiswa melakukan pembelian. Selain itu, faktor keempat adalah perkembangan gaya hidup juga menjadi salah satu faktor dari penggunaan Paylater. Mahasiswa sebagai generasi yang sangat akrab dengan perkembangan teknologi akan cenderung lebih mudah untuk menerima layanan fitur keuangan ini. Sehingga pembelian menggunakan Paylater ini kini telah menjadi bagian dari rutinitas konsumsi sehari-hari.

3.4. Dampak Penggunaan Paylater Pada Mahasiswa

Implementasi layanan Paylater di kalangan mahasiswa membawa implikasi ganda yang bersifat positif sekaligus negatif. Disisi negatif penggunaan Paylater dapat menimbulkan perilaku konsumtif dan kesulitan dalam mengelola keuangan. Penggunaan Paylater turut membentuk kecenderungan perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa (Arya *et al.*, 2026). Skema pembayaran yang ditangguhkan kerap akan memicu timbulnya tindakan impulsif yang beresiko menimbulkan pola ketergantungan jika tidak diiringi dengan kontrol diri yang baik. Kemudahan untuk memperoleh akses kredit membuat sebagian mahasiswa merasa memiliki kemampuan membeli yang lebih besar dibandingkan kondisi keuangan yang sebenarnya. Akibatnya, pengeluaran dapat meningkat karena mahasiswa cenderung lebih berani melakukan transaksi tanpa mempertimbangkan kemampuan pembayaran pada periode berikutnya. Kondisi ini berpotensi menimbulkan kesulitan dalam mengatur anggaran bulanan, terutama bagi mahasiswa yang belum memiliki penghasilan tetap. Yang lebih mengkhawatirkan, sebagian informan menyatakan baru menyadari mekanisme bunga dan denda keterlambatan setelah tagihan mulai menumpuk. Ini mengindikasikan bahwa platform Paylater tidak secara proaktif mengkomunikasikan risiko kepada penggunanya, terutama kelompok muda yang pertama kali mengakses layanan kredit menciptakan asimetri, informasi yang secara struktural merugikan konsumen.

Pada sisi positif fitur ini menawarkan fleksibilitas transaksi dan solusi cepat untuk memenuhi kebutuhan mendesak, terutama saat mahasiswa menghadapi keterbatasan anggaran baik untuk memenuhi kebutuhan akademik maupun personal. Jika dikelola secara cerdas dan penuh perhitungan, layanan Paylater sejatinya mampu menghadirkan dampak positif bagi kalangan mahasiswa pada kondisi-kondisi khusus. Fitur ini berfungsi sebagai solusi alternatif dalam menjangkau pemenuhan ragam pos pengeluaran yang mendadak, baik itu untuk menebus peralatan belajar, mendanai urusan kuliah, maupun mencukupi kebutuhan esensial lainnya sewaktu kondisi keuangan pribadi sedang tidak memadai. Oleh sebab itu, baik buruknya efek dari pemakaian Paylater ini sejatinya kembali pada kapasitas dari masing-masing pengguna dalam mengontrol pola konsumsi serta mengorganisasi finansial mereka dengan penuh komitmen. Ketika instrumen ini dioperasikan dengan strategi yang terarah, ia akan membawa kontribusi positif, namun jika sekadar mengikuti pemuasan keinginan sesaat, hal tersebut justru berpeluang besar mendatangkan kerugian finansial di masa depan.

Berdasarkan hasil temuan, dapat dipahami bahwa penggunaan Paylater oleh mahasiswa bersifat dikotomatis atau memiliki implikasi ganda. Di satu sisi, layanan ini memberikan kemudahan dan fleksibilitas dalam memenuhi kebutuhan, terutama ketika mahasiswa menghadapi keterbatasan finansial. Namun di sisi lain, penggunaan Paylater yang kurang terkontrol dapat meningkatkan perilaku konsumtif, mendorong pembelian impulsif, serta menimbulkan risiko finansial berupa akumulasi tagihan dan ketidakstabilan pengelolaan keuangan. Oleh karena itu, mahasiswa perlu memiliki kemampuan literasi keuangan yang baik agar mampu mempertimbangkan manfaat dan risiko penggunaan Paylater secara rasional. Dengan literasi keuangan yang memadai, mahasiswa diharapkan dapat memanfaatkan layanan fintech secara lebih bijak, bertanggung jawab, dan sesuai dengan kebutuhan yang sebenarnya.

3.5. Peran Literasi Keuangan dalam Penggunaan Paylater

Berdasarkan temuan di lapangan, rendahnya literasi keuangan menjadi salah satu akar permasalahan yang menyebabkan mahasiswa rentan terhadap perilaku konsumtif saat menggunakan layanan Paylater. Sebagian besar informan mengaku tidak benar-benar memahami mekanisme bunga keterlambatan, biaya admin, maupun risiko gagal bayar yang dapat berdampak pada skor kredit mereka di masa depan. Kondisi ini sejalan dengan temuan yang menyatakan bahwa rendahnya pemahaman keuangan pada generasi muda mendorong mereka membuat keputusan finansial yang cenderung impulsif dan tidak terencana (Nugrahanti et al., 2024). Hal ini menunjukkan bahwa kehadiran teknologi finansial yang semakin mudah diakses perlu diimbangi dengan peningkatan kapasitas literasi keuangan, baik melalui program edukasi di perguruan tinggi maupun melalui kampanye kesadaran dari penyedia layanan itu sendiri.

Lebih jauh lagi, beberapa informan menyampaikan bahwa mereka baru menyadari dampak negatif dari penggunaan Paylater setelah tagihan mulai menumpuk dan kemampuan finansial mereka terganggu. Salah satu informan berinisial NR berusia 20 tahun menyatakan bahwa awalnya merasa Paylater sangat membantu, namun seiring waktu justru merasa terbebani karena terbiasa menunda pembayaran hingga tagihan akhir bulan terasa berat. Kondisi seperti ini mencerminkan perlunya pemahaman yang lebih baik tentang pengelolaan arus kas pribadi, terutama bagi mahasiswa yang belum memiliki penghasilan tetap. Fenomena penggunaan Paylater mahasiswa mencerminkan tentang perubahan pola pengelolaan keuangan di era digital yang menuntut adanya kesadaran serta literasi keuangan agar penggunaannya tetap terkendali dan tidak menimbulkan masalah finansial di kemudian harinya (Amelia, 2023 Universitas dan lembaga terkait kiranya perlu mempertimbangkan untuk mengintegrasikan materi manajemen keuangan pribadi ke dalam kurikulum atau kegiatan kemahasiswaan, agar mahasiswa mampu memanfaatkan layanan fintech secara lebih cerdas dan bertanggung jawab.

4. Kesimpulan

Temuan penelitian mengungkapkan bahwa penggunaan fitur Paylater di kalangan mahasiswa Universitas Asahan dengan latar belakang motif yang beragam, mulai dari kebutuhan hidup nyata hingga dorongan perilaku konsumtif. Sebagian mahasiswa memanfaatkan Paylater sebagai solusi untuk memenuhi kebutuhan mendesak ketika mengalami keterbatasan finansial. Namun, sebagian lainnya menggunakan Paylater karena tertarik pada kemudahan transaksi, promo yang ditawarkan platform digital, serta keinginan untuk mengikuti tren dan menunjang gaya hidup.

Penelitian ini juga mengungkapkan bahwa kemudahan akses dan fleksibilitas yang menjadi keunggulan Paylater berpotensi memicu perilaku belanja impulsif di kalangan mahasiswa. Hal ini dapat mendorong meningkatnya pola konsumsi yang berlebihan, khususnya ketika penggunaan layanan lebih didorong oleh keinginan semata daripada kebutuhan yang sesungguhnya. Lebih dari itu, pengaruh lingkungan pergaulan, pesatnya perkembangan media digital, dan tuntutan gaya hidup modern juga turut membentuk keputusan mahasiswa dalam memanfaatkan layanan tersebut.

Di sisi lain, Paylater memberikan manfaat berupa kemudahan transaksi dan membantu memenuhi kebutuhan tertentu dalam kondisi mendesak. Namun, penggunaan yang kurang bijak dapat menimbulkan risiko finansial serta kesulitan dalam pengelolaan keuangan. Oleh karena itu, mahasiswa perlu memiliki literasi keuangan yang baik agar dapat memanfaatkan layanan Paylater secara lebih bijak, bertanggung jawab, dan sesuai dengan kebutuhan yang sebenarnya.

Berdasarkan temuan tersebut, penelitian ini merekomendasikan beberapa hal. Pertama, pihak perguruan tinggi sebaiknya menyediakan program edukasi literasi keuangan yang terintegrasi dalam kegiatan akademik maupun kemahasiswaan, misalnya melalui seminar, pelatihan pengelolaan keuangan pribadi, atau materi di dalam mata kuliah yang relevan. Kedua, penyedia layanan Paylater diharapkan dapat menyajikan informasi risiko secara lebih transparan dan mudah dipahami oleh pengguna muda, termasuk simulasi total biaya yang harus dibayarkan apabila pembayaran dilakukan terlambat. Ketiga, mahasiswa sendiri perlu meningkatkan kesadaran diri dan kontrol terhadap dorongan konsumsi yang bersifat impulsif, antara lain dengan menetapkan anggaran belanja bulanan yang jelas sebelum memutuskan memanfaatkan layanan kredit digital. Penelitian lanjutan dengan cakupan sampel yang lebih luas dan pendekatan mixed method disarankan untuk memperkuat temuan ini serta menghasilkan

gambaran yang lebih komprehensif tentang hubungan antara penggunaan Paylater, literasi keuangan, dan perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa Indonesia.

Reference

- Arya, G. M., Zahra, I. T., Aurelia, N., & Darmayanti, S. (2026). Motif Ekonomi Mahasiswa Dalam Penggunaan Fitur Paylater Sebagai Bentuk Konsumsi Di Era Ekonomi Digital. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Dan Riset Pendidikan*, 4(4), 24569-24576. <https://doi.org/10.31004/Jerkin.V4i4.6123>
- Amelia, P. N., Fidiana, P. A., & Risa, C. S. (2023). Fenomena Penggunaan Paylater Di Kalangan Mahasiswa. *Prosiding Seminar Nasional Universitas Negeri Surabaya*, 176-187.
- Candika, Y. I., Riadi, F. S., Putri, E. L. H., & Bahtera, N. T. (2025). Kecenderungan Penggunaan Paylater Di Kalangan Mahasiswa: Peran Perilaku Konsumtif Dan Tekanan Sosial. *Journal Of Management And Digital Business*, 5(2), 685-702. <https://doi.org/10.53088/Jmdb.V5i2.1862>
- Fitriyani, N., Widodo, P. B., & Fauziah, N. (2013). Hubungan Antara Konformitas Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Di Genuk Indah Semarang. *Jurnal Psikologi*, 12(1), 1-14. <https://doi.org/10.14710/Jpu.12.1.1-14>
- Hakim, A. N., & Yulia, L. (2024). Dampak Teknologi Digital Terhadap Pendidikan Saat Ini. *Jurnal Pendidikan Sosial Dan Humaniora*, 3(1), 145-163. <https://publisherqu.com/index.php/pediaqu/article/view/800>
- Hardhika, R. E. B & Huda, A. M. (2021). Pengalaman Pengguna Paylater Mahasiswa Di Surabaya. *Commercium*, 4(2), 19-32. <https://doi.org/10.26740/Tc.V4i2.41291>
- Hermawan, M. R & Lathifah, M. (2025). Studi Kasus Penggunaan Paylater Terhadap Tingkat Stress Psikologis Mahasiswa. *Jurnal Bimbingan Dan Konseling*, 9(1), 158-168. <https://doi.org/10.26539/teraputik.913901>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga
- Kredivo Dan Katadata Insight Center. (2024). *Laporan Perilaku Belanja Konsumen Digital Indonesia 2024*. Jakarta: Katadata.
- Luas, G.N., Irawan, S. & Windrawanto, Y. (2023). Pengaruh Konsep Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Jurnal Pendidikan Dan Kebudayaan*, 13 (1), 1-7.
- Mahande, R. D., Sulaiman, D. R. A., & Wahriani, R. (2024). Studi Kasus: Risiko Psikologis Penggunaan Fintech Lending Pada Mahasiswa. *Information Technology Education Journal*. 3(3), 148-156. <https://doi.org/10.59562/Intec.V3i3.5906>
- Marbella, R. Y. T., Hakimah, E. N., Ratnanto, S. (2024). Pengaruh Kemudahan, Kepercayaan, Dan Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Metode Pembayaran Shopee Paylater. *Symposium Manajemen Dan Bisnis III*. 4(0), 625-634. <https://doi.org/10.29407/Ryawdy91>
- Nugrahanti, Y. W., Rita, M. R., Restuti, M. M. D., & Hadiluwarsa, M. A. (2024). Perilaku Keuangan Mahasiswa Dalam Penggunaan Paylater: Beli Sekarang Bayar Nanti. Penerbit NEM.
- Plukker, J. T., Aalders, J. G., Mensink, H. J. A., & Oldhoff, J. (1993). Total Pelvic Exenteration: A Justified Procedure. *British Journal Of Surgery*, 80(12), 1615-1617. <https://doi.org/10.1002/Bjs.1800801243>
- Prastiwi, I. E & Fitria, T. N. (2021). Konsep Paylater Online Shopping Dalam Pandangan Ekonomi Islam. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(1), 425-432. <https://doi.org/10.29040/Jiei.V7i1.1458>
- Rahima, A. (2022). Paylater Dan Mahasiswa: Antara Kemudahan Akses Dan Risiko Keuangan. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 10(1), 55-68.
- Rahima, P & Cahyadi, (2022). Pengaruh Fitur Shopee Paylater Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Mataram. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 4(1), 39-50. <https://doi.org/10.30812/Target.V4i1.201639>
- Schiffman, L.G. Dan Kanuk, L.L. (2010). *Consumer Behavior* (10th Ed.). Pearson Prentice Hall.
- Siregar, M. Dan Cholili, A. (2023). Pembelian Impulsif Pada Mahasiswa: Faktor-Faktor Pemicunya Di Era Belanja Online. *Jurnal Psikologi Konsumen*, 5(1), 23-38.
- Sumartono. (2002). *Terperangkap Dalam Iklan*. Bandung: CV Alfabeta.
- Supriandi, A. (2025). Pendekatan Penelitian Kualitatif. *Jurnal Riset Rumpun Ilmu Pendidikan*. 4(1), 197-204. <https://doi.org/10.55606/Jurripen.V4i1.4384>
- Taqwa, Y.S.S & Mukhlis, I. (2022). Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Pada Generasi Z. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 11(7), 831-840. <https://ojs.unud.ac.id/index.php/EEB/index>
- Veblen, T. (1899). *The Theory Of The Leisure Class: An Economic Study In The Evolution Of Institutions*. Macmillan
- Wahyuni, N. S., & Istiana, I. (2022). Pengaruh Belanja Online Di Media Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Di Universitas Medan Area. *Jurnal Penelitian Pendidikan, Psikologi Dan Kesehatan (JP3K)*. 3(2), 165-168. <https://doi.org/10.51849/J-P3k.V3i2.170>