

ANALISIS PEMANFAATAN LAYANAN PAYLATER DI ERA KEUANGAN DIGITAL OLEH GENERASI Z

Gery Alde Sitepu¹, Ardhiani Fadila^{2*},

¹Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, Indonesia, gerrysitepu11@gmail.com

²Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, Indonesia, fadilaardhiani@upnvj.ac.id

*Penulis Korespondensi

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pemakaian layanan paylater pada generasi Z, dengan fokus pada intensitas penggunaan, jenis pembelian, dan preferensi aplikasi paylater. Metode penelitian menggunakan kuesioner yang disebarakan kepada 85 responden dari kalangan generasi Z. Hasil kuesioner menunjukkan bahwa sebagian besar responden pernah menggunakan paylater, dengan intensitas pemakaian yang cenderung rendah. Mayoritas pembelian paylater adalah produk bersifat produktif. Shopee Paylater menjadi aplikasi yang paling sering digunakan, diikuti oleh Kredivo dan Akulaku. Implikasi dari temuan ini adalah bahwa paylater telah menjadi alternatif pembayaran yang populer, terutama untuk generasi Z. Meskipun memiliki kelebihan, seperti memenuhi kebutuhan dengan cepat dan kemudahan berbelanja, pengguna juga dihadapkan pada risiko ketergantungan utang dan biaya tambahan yang tinggi. Oleh karena itu, penyedia layanan paylater perlu mempertimbangkan strategi untuk meningkatkan intensitas penggunaan dan memberikan edukasi tentang pengelolaan keuangan yang bijak kepada pengguna.

Kata Kunci: Paylater, Generasi Z, Intensitas Penggunaan, Preferensi Aplikasi, Kelebihan dan Kekurangan.

ANALYSIS OF PAYLATER SERVICE UTILIZATION IN THE CONTEXT OF DIGITAL FINANCE AMONG GENERATION Z

Abstract

This research aims to analyze the usage of paylater services among Generation Z, focusing on usage intensity, types of purchases, and paylater application preferences. The research employed a questionnaire distributed to 85 respondents from Generation Z. The survey results indicate that the majority of respondents have used paylater, with a tendency toward low usage intensity. Most paylater purchases are productive products. Shopee Paylater emerges as the most frequently used application, followed by Kredivo and Akulaku. The implications of these findings suggest that paylater has become a popular payment alternative, especially among Generation Z. Despite its advantages, such as meeting urgent needs and shopping convenience, users face the risks of debt dependence and high additional costs. Therefore, paylater service providers need to consider strategies to increase usage intensity and provide education on prudent financial management to users.

Keywords: Paylater, Generation Z, Usage Intensity, Application Preferences, Pros and Cons

PENDAHULUAN

Teknologi komunikasi, media, dan informatika mengalami pertumbuhan pesat dan meluas, memberikan dampak signifikan pada pola dan cara berkegiatan dalam bidang bisnis, pemerintahan, sosial, politik, dan ekonomi. Proses digitalisasi kegiatan telah mempercepat pertumbuhan perekonomian, memberikan efisiensi di berbagai sektor industri. Kemudahan dalam berbisnis melalui digitalisasi telah meningkatkan produksi dan percepatan distribusi produk kepada konsumen, khususnya melalui platform e-commerce yang telah mengubah lanskap industri.

Dalam konteks pembayaran, jenis E-commerce yang menggunakan metode *Paylater* menjadi semakin relevan. *Paylater* merupakan opsi pembayaran non-kartu kredit yang memungkinkan pembelian produk sekarang dengan pembayaran transaksi ditangguhkan. Beberapa platform e-commerce terkemuka seperti Shopee, Traveloka, Tokopedia, Lazada, dan BliBli telah mengadopsi *Paylater* sebagai strategi bisnis utama. Penelitian oleh (Khasanah & Ridwan, 2022) menunjukkan bahwa layanan pembayaran menggunakan *Paylater* dapat memotivasi konsumen untuk melakukan pembelian online, meskipun pembayaran dapat ditunda.

Pembayaran tanpa uang tunai, yang sering disebut sebagai *paylater*, telah menjadi fenomena di Indonesia. Aplikasi e-commerce dan travel online seperti Gojek, Traveloka, Tiket, Tokopedia, Akulaku, dan Shopee menawarkan layanan pembayaran cashless dengan opsi *Paylater* yang membayar pada bulan berikutnya.

Pada tahun 2023, perkembangan pesat teknologi Generasi Z memberikan dampak besar pada sektor bisnis. Sebagaimana dijelaskan oleh (Hartarto, 2022), teknologi mempermudah bisnis, terutama dalam hal pembayaran online. *Paylater* melalui aplikasi E-commerce menjadi semakin menarik bagi semua kalangan, terutama generasi muda di Indonesia. Survei oleh Katadata Insight Center dan Zig menunjukkan bahwa milenial dan Generasi Z merupakan target potensial dalam menggunakan *Paylater* (Putri, 2022). Dalam survei tersebut, 13,8 persen dari 5.204 responden menggunakan *Paylater*, dengan Generasi Z mendominasi penggunaan sebesar 9,7 persen (Setyowati, 2022).

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Generasi Z terhadap penggunaan fitur *Paylater*, dengan fokus pada jumlah pengguna dan pola penggunaan, khususnya di kalangan pemuda yang cenderung belum memiliki penghasilan tetap. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada pemahaman terkait dampak teknologi pembayaran, terutama *Paylater*, di kalangan generasi muda Indonesia.

TINJAUAN PUSTAKA

E-commerce

Menurut (Kotler et al., 2012), toko online adalah saluran online yang dapat diakses melalui komputer, digunakan oleh pedagang dalam menjalankan bisnisnya, dan mengumpulkan informasi dari konsumen melalui komputer. Proses ini dimulai dengan memberikan informasi kepada konsumen untuk membantu mereka dalam pengambilan keputusan. Wong (2013) mendefinisikan perdagangan elektronik sebagai proses pembelian, penjualan, dan pemasaran barang dan jasa melalui sistem elektronik seperti radio, televisi, dan jaringan komputer atau internet. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa *e-commerce* merupakan kumpulan dinamis dari teknologi, aplikasi, dan proses bisnis yang menghubungkan bisnis, konsumen, dan berbagai komunitas. Pertukaran barang antara pengecer dan konsumen terjadi dalam transaksi elektronik berskala besar, termasuk pengiriman barang oleh pengecer dari satu daerah ke daerah lain. Penggunaan istilah "toko online" dan "perdagangan elektronik"

menggambarkan kompleksitas dan dinamika dari fenomena *E-commerce*. *E-commerce* tidak hanya mencakup proses transaksi elektronik tetapi juga melibatkan interaksi yang kompleks antara berbagai entitas bisnis dan konsumen. Oleh karena itu, pemahaman mendalam tentang konsep dan perkembangan *E-commerce* menjadi kunci dalam mengkaji dampak teknologi pembayaran seperti *Paylater* dalam ekosistem bisnis yang terus berkembang.

Generasi Z (Kelahiran 1997 sampai dengan 2012)

Rakhmah (2021) menjabarkan dalam berbagai analisis, para pakar menyatakan bahwa Generasi Z memiliki sifat dan karakteristik yang sangat berbeda dibandingkan dengan generasi sebelumnya. Generasi ini sering disebut sebagai generasi tanpa batasan (*boundary-less generation*). Hasil dari Sensus Penduduk Tahun 2020 yang dirilis oleh Badan Pusat Statistik pada akhir Januari lalu memperlihatkan gambaran demografi Indonesia yang mengalami banyak perubahan sejak sensus terakhir pada tahun 2010 (Rakhmah, 2021). Sesuai dengan prediksi dan analisis dari berbagai pihak, Indonesia sedang mengalami Bonus Demografi. Poin menariknya adalah hasil sensus 2020 menunjukkan bahwa sebagian besar penduduk Indonesia berasal dari Generasi Z (27,94%), yaitu kelompok yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012 (Rakhmah, 2021). Meskipun Generasi Milenial dianggap sebagai pendorong utama perubahan masyarakat saat ini, jumlah mereka sedikit di bawah Generasi Z, yakni sekitar 25,87% dari total penduduk Indonesia. Hal ini menunjukkan bahwa peran Generasi Z sangat signifikan dan memberikan dampak pada perkembangan Indonesia baik saat ini maupun di masa mendatang (Rakhmah, 2021).

Rakhmah (2021) menjelaskan bahwa tidak selalu keakraban Generasi Z dengan teknologi membawa manfaat. Mereka lahir dan tumbuh dalam lingkungan pengasuhan yang sangat protektif di tengah ketidakpastian dunia, termasuk resesi ekonomi, transformasi digital, konflik internasional, bencana alam, dan wabah penyakit. Hal ini menyebabkan, saat dewasa, Generasi Z menjadi kurang mampu mengatasi ketidakpastian lingkungan karena pengalaman masa kecil yang sangat terlindungi (Rakhmah, 2021).

Generasi Z sering diidentifikasi sebagai "generasi digital" karena ketergantungannya yang tinggi pada teknologi digital untuk pertumbuhan dan perkembangan pribadi. Kemampuan teknologi menjadi ciri khas mereka, terutama di kalangan mahasiswa yang masih aktif dalam pendidikan tinggi. Internet memainkan peran sentral dalam kehidupan Generasi Z, membentuk cara mereka berkomunikasi, mendapatkan informasi, dan berinteraksi dalam dunia sosial.

Pergeseran generasional ini terjadi seiring dengan kemajuan teknologi global yang pesat. Generasi Z cenderung menginginkan kepuasan yang instan dan memiliki keterikatan yang kuat dengan internet, baik dalam konteks sosial, pendidikan, maupun pencarian informasi. Mereka sering kali menghadapi kesulitan dalam berkomunikasi di dunia nyata karena ketergantungan pada dunia digital (Zis et al., 2021).

Bagi Generasi Z, internet bukan hanya sebagai sumber informasi, tetapi juga sebagai media hiburan, relaksasi, dan sarana untuk mengatasi kehampaan atau mengisi waktu luang. Smartphone menjadi perangkat utama yang membawa mereka ke dalam dunia penglihatan yang menarik. Fleksibilitas dan mobilitas menjadi aspek kunci yang dihargai oleh generasi ini, yang dapat terlihat dalam preferensi mereka terhadap produk dan media virtual (Christiani & Ikasari, 2020)

***Paylater* di Indonesia**

Paylater, sebagai layanan yang memungkinkan konsumen untuk membayar nanti setelah melakukan pembelian produk atau jasa, telah menjadi bagian integral dari ekosistem finansial di Indonesia. Beberapa platform E-commerce dan fintech telah menyediakan layanan ini, yang membentuk pola konsumsi modern di masyarakat. Berikut adalah beberapa platform

Paylater yang populer di Indonesia, beserta pangsa pasar pengguna mereka (Angelia, 2022):

1. **Shopee Paylater**
Shopee Paylater menempati posisi puncak dengan pangsa pasar 78,4 persen. Fitur ini, dikenal sebagai SPy Later, merupakan opsi pembayaran kredit atau cicilan yang tersedia di platform toko online Shopee. Eksekusi kampanye yang agresif telah membuat Shopee Paylater menjadi pilihan utama konsumen.
2. **Gopaylater**
Go Paylater berada di posisi kedua dengan pangsa pasar 33,8 persen. Layanan Paylater ini merupakan bagian dari GoTo Financial dan dapat digunakan dengan Gojek, Tokopedia, dan mitra bisnis GoPay lainnya. Tagihan Go Paylater jatuh tempo pada akhir setiap bulan.
3. **Kredivo**
Kredivo menduduki posisi ketiga dengan pangsa pasar 23,2 persen. Layanan pinjaman instan ini memungkinkan pengguna melakukan transaksi BNPL (Buy Now Pay Later) dengan pilihan pembayaran dalam waktu 30 hari atau melalui cicilan dengan bunga yang bervariasi.
4. **Akulaku**
Akulaku menempati posisi keempat dengan pangsa pasar 20,4 persen. Selain menyediakan layanan Paylater, Akulaku juga menawarkan berbagai layanan keuangan, termasuk pembelian saham dan penarikan tunai yang fleksibel.
5. **Traveloka**
Traveloka Paylater menduduki peringkat kelima dengan pangsa pasar 8,6 persen. Layanan ini adalah kartu kredit online yang dapat digunakan untuk bertransaksi di platform Traveloka.
6. **Indodana**
Indodana berada di urutan keenam dengan pangsa pasar 3,3 persen. Sebagai platform fintech lending, Indodana memberikan opsi pembiayaan yang dapat digunakan untuk pembayaran nanti.
7. **Home Credit**
Home Credit menempati posisi ketujuh dengan pangsa pasar 2,8 persen. Perusahaan ini menyediakan layanan keuangan dengan fokus pada pinjaman hipotek dengan periode pembayaran yang dapat mencapai 42 bulan.

Kehadiran berbagai platform Paylater mencerminkan adaptasi masyarakat Indonesia terhadap model pembayaran yang lebih fleksibel dan memudahkan. Pangsa pasar yang beragam mencerminkan preferensi konsumen dalam memilih layanan Paylater yang sesuai dengan kebutuhan dan preferensi masing-masing.

METODOLOGI PENELITIAN

Desain Penelitian

Desain penelitian adalah metode ilmiah yang digunakan untuk mendapatkan informasi untuk tujuan dan kegunaan tertentu. Penelitian ini mengadopsi pendekatan kuantitatif, yang merupakan metode untuk memeriksa populasi dan sampel tertentu. Pendekatan kuantitatif yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif, dengan teknik pengumpulan data menggunakan angket atau kuisioner sebagai alatnya.

Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi dan sampel menjadi elemen kunci dalam penelitian ini. Populasi didefinisikan sebagai kumpulan item yang memiliki karakteristik umum tertentu dan memiliki kesempatan yang sama untuk dipilih sebagai anggota sampel (Nurrahmah et al., 2021). Dalam penelitian ini, populasi adalah generasi dari semua kalangan usia. Sampel yang diteliti adalah Generasi Z dengan rentang usia antara 11 hingga 26 tahun.

Penentuan sampel didasarkan pada pertimbangan tertentu. Menurut (Millah, 2020), konsep populasi adalah domain umum yang terdiri dari objek/subjek yang menunjukkan fitur dan karakteristik tertentu dari mana peneliti menentukan, mempelajari, dan menarik kesimpulan. Sampel penelitian ini terdiri dari individu-individu Generasi Z yang berada dalam rentang usia yang telah ditentukan.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan angket atau kuisioner. Angket digunakan untuk mengumpulkan data dari responden terkait penggunaan dan persepsi mereka terhadap layanan Paylater di Indonesia. Penggunaan angket diharapkan dapat memberikan gambaran yang jelas dan kuantitatif terhadap preferensi dan perilaku Generasi Z terkait layanan Paylater.

Analisis Data

Analisis data dilakukan dengan menggunakan metode deskriptif kuantitatif. Hasil angket akan dianalisis untuk mengidentifikasi pola-pola dan tren yang muncul dari tanggapan responden. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk menggambarkan dengan rinci karakteristik dan perilaku dari sampel yang diteliti.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Data Responden

Untuk menggali informasi tentang pemakaian Paylater pada Generasi Z, penelitian ini menggunakan kuesioner yang disebarakan melalui Google Form kepada masyarakat. Sebanyak 85 responden berhasil dihimpun selama periode 16 Mei 2023 hingga 30 Mei 2023, dengan menyebarkan kuesioner melalui media sosial seperti WhatsApp, Line, dan Instagram.

Pemakaian Paylater

Tabel berikut menunjukkan sejauh mana Generasi Z menggunakan Paylater dalam berbelanja:

Tabel 1. Penggunaan Paylater

| Pengguna Paylater | Total |
|-------------------------|-----------|
| Ya | 61 |
| Tidak | 24 |
| Jumlah Responden | 85 |

Sumber : Data Diolah

Berdasarkan tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa dari total 85 responden, 61 di antaranya pernah menggunakan layanan Paylater, sedangkan 24 responden belum menggunakan layanan tersebut. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar Generasi Z yang menjadi responden (71,76%) telah menggunakan layanan Paylater dalam berbelanja.

Hal ini mencerminkan adopsi yang cukup tinggi terhadap model pembayaran ini di

kalangan generasi muda. Pemakaian Paylater dapat diatributkan pada berbagai faktor, termasuk kemudahan dalam melakukan transaksi, adanya promo atau cashback yang menarik, serta kebutuhan akan fleksibilitas dalam pembayaran.

Dalam konteks ini, Paylater tidak hanya dianggap sebagai metode pembayaran, tetapi juga sebagai alat yang mendukung gaya hidup generasi muda yang cenderung mengutamakan kenyamanan dan kecepatan. Penting untuk melanjutkan penelitian ini dengan fokus pada motivasi, preferensi, dan pengalaman pengguna Paylater agar dapat memberikan wawasan lebih mendalam. Kesimpulan ini merupakan titik awal untuk memahami bagaimana generasi Z mengadopsi dan berinteraksi dengan inovasi keuangan seperti layanan Paylater di era digital ini.

Usia Responden

Berikut adalah diagram usia responden yang mencerminkan karakteristik usia dalam penelitian ini:

Tabel 2. Karakteristik Usia Responden

| Usia Responden | Persentase |
|----------------|------------|
| 11-21 tahun | 49,2% |
| 22-26 tahun | 50,8% |
| Total | 100% |

Sumber : Data Diolah

Berdasarkan diagram di atas, dapat disimpulkan bahwa dari total responden yang mengisi kuesioner, sebanyak 50,8% berusia 22-26 tahun, sementara 49,2% berusia 11-21 tahun. Lebih lanjut, dari responden yang menggunakan Paylater, mayoritas berusia 22-26 tahun.

Analisis usia responden menunjukkan distribusi yang hampir seimbang antara dua kelompok usia, yaitu 11-21 tahun dan 22-26 tahun. Meskipun demikian, penggunaan Paylater lebih dominan pada kelompok usia 22-26 tahun. Kemungkinan besar, kelompok usia ini lebih cenderung menggunakan Paylater karena sudah berada dalam tahap kehidupan yang lebih mandiri, memiliki pendapatan tetap, dan mungkin memiliki kebutuhan keuangan yang lebih kompleks. Selain itu, faktor-faktor seperti promosi dan iklan yang ditargetkan pada kelompok usia ini dapat memengaruhi penggunaan Paylater.

Data Gender Responden

Berikut adalah diagram gender responden yang mencerminkan distribusi gender dalam penelitian ini:

Tabel 3. Distribusi Gender Responden

| Gender Responden | Persentase |
|------------------|------------|
| Perempuan | 68,9% |
| Laki-Laki | 31,1% |
| Total | 100% |

Sumber: Data Diolah

Berdasarkan diagram di atas, dapat disimpulkan bahwa dari total responden yang mengisi kuesioner, sebanyak 68,9% adalah perempuan, sementara 31,1% adalah laki-laki. Lebih lanjut, dari responden yang menggunakan Paylater, mayoritas adalah perempuan.

Analisis gender responden menunjukkan dominasi partisipasi perempuan dalam penelitian ini. Persentase yang tinggi dari responden perempuan yang menggunakan Paylater dapat diartikan sebagai indikasi adopsi yang lebih besar dari kalangan perempuan dalam penggunaan layanan ini.

Pemakaian *Paylater* pada generasi Z

Hasil kuesioner yang diperoleh dari 61 responden Generasi Z yang menggunakan *Paylater* menunjukkan gambaran pemakaian layanan ini dalam berbelanja. Berikut adalah analisisnya:

a. Kategori Produk yang dibeli dengan *Paylater*

Berikut adalah diagram yang menunjukkan kategori produk yang dibeli oleh responden menggunakan *Paylater*

Tabel 4. Kategori Produk yang Dibeli dengan *Paylater*

| Kategori Produk | Persentase |
|-----------------|-------------|
| Produktif | 75,4% |
| Non-Produktif | 24,6% |
| Total | 100% |

Sumber: Data Diolah

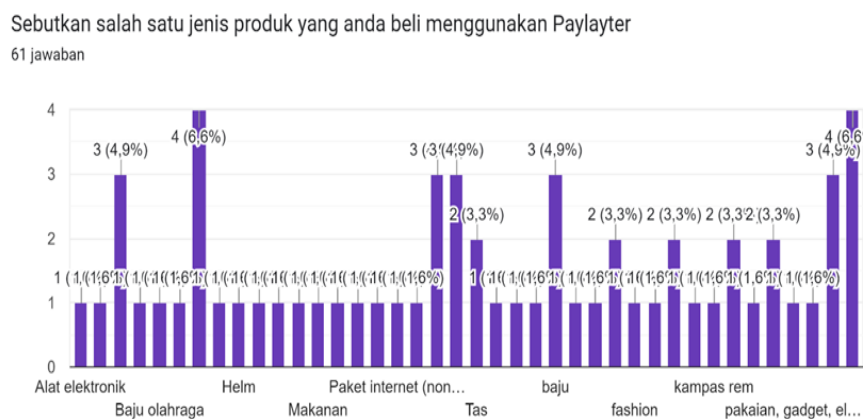
Berdasarkan diagram di atas, dapat disimpulkan bahwa dari total responden yang menggunakan *Paylater*, sebanyak 75,4% membeli produk yang bersifat produktif (mendukung pekerjaan/aktivitas sehari-hari), sementara 24,6% membeli produk yang bersifat non-produktif (kebutuhan non primer). Dari data ini, dapat ditarik kesimpulan bahwa mayoritas responden cenderung menggunakan *Paylater* untuk pembelian yang bersifat produktif.

Analisis pemakaian *Paylater* pada Generasi Z menunjukkan tren yang menarik terkait kategori produk yang dibeli. Mayoritas responden lebih memilih menggunakan *Paylater* untuk membeli produk-produk yang bersifat produktif. Hal ini dapat diartikan bahwa *Paylater* menjadi solusi finansial yang mendukung kebutuhan sehari-hari dan aktivitas produktif responden.

b. Jenis Produk yang dibeli dengan *Paylater*

Berikut ini merupakan diagram yang menunjukkan beberapa jenis produk yang dibeli menggunakan *paylater* responden, dapat dilihat pada tabel berikut:

Gambar 1. Jenis Produk yang dibeli dengan *Paylater*



Sumber: Data Diolah

Berdasarkan diagram diatas, dapat dijelaskan bahwa dari keseluruhan responden yang telah mengisi kuesioner, dari rangkuman hasil kuesioner, generasi Z banyak membeli dan menggunakan paylater dengan kategori produk dibawah ini:

Tabel 5. Kategori Produk yang dibeli dengan Paylater

| No | Produktif | Non Produktif |
|----|--------------------------|--------------------|
| 1 | Alat Elektronik 6,6% | Alat make up 6,6% |
| 2 | Gedget/handphone 6,6% | Baju Olahraga 1,6% |
| 3 | Laptop 1,6% | Skincare 6,6% |
| 4 | Makanan 1,6% | Fashion 3,3% |
| 5 | Paket Internet 1,6% | Accesoris 3,3% |
| 6 | Pulsa 1,6% | Pakaian 3,3% |
| 7 | Kampas rem 1,6% | Sepatu 1,6 % |
| 8 | Perlengkapan Kantor 1,6% | Helm 1,6% |

Sumber: data diolah

Berdasarkan tabel di atas, dapat ditarik beberapa kesimpulan: Produk Produktif: Alat Elektronik, Gadget/Handphone, Laptop, Makanan, Paket Internet, Pulsa, Kampas Rem, Perlengkapan Kantor. Produk Non-Produktif/Non-Primer: Alat Make Up, Baju Olahraga, Skincare, Fashion, Aksesoris, Pakaian, Sepatu, Helm. Pembelian Seimbang: Responden cenderung memiliki pembelian yang seimbang antara jenis produk yang bersifat produktif dan non-produktif.

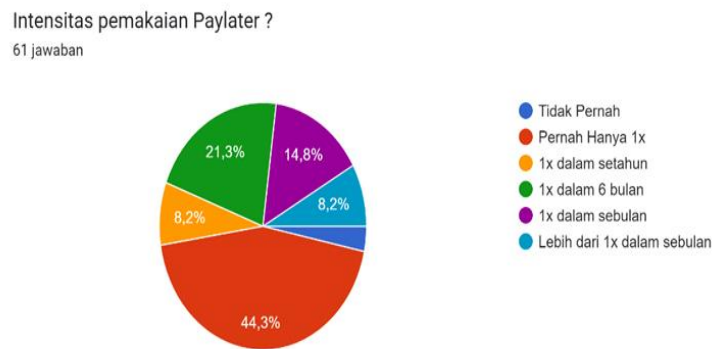
Analisis jenis produk yang dibeli dengan menggunakan Paylater menunjukkan variasi yang signifikan antara produk yang bersifat produktif dan non-produktif. Meskipun demikian, responden cenderung memiliki kecenderungan pembelian yang seimbang antara kedua kategori produk tersebut.

Hasil kuesioner ini serupa hasil survei dari Katadata Insight Center (KIC) dan Zigi menunjukkan bahwa metode pembayaran paylater, di mana pembelian dilakukan sekarang dan pembayaran dilakukan kemudian, semakin populer di kalangan generasi Z dan milenial. Jenis produk yang sering dibeli melalui paylater meliputi pakaian, pulsa, dan perangkat elektronik (Setyowati, 2022).

c. Intensitas Pemakaian Paylater

Berikut ini merupakan diagram yang menunjukkan intensitas pemakaian *Paylater* responden, dapat dilihat pada diagram berikut:

Gambar 2. Intensitas Pemakaian Paylater



Sumber: Data Diolah

Berdasarkan diagram di atas, dapat dijelaskan bahwa dari keseluruhan responden yang telah mengisi kuesioner sebanyak 44,3% menggunakan Paylater hanya sekali, 21,3% menggunakan Paylater sekali dalam 6 bulan, 14,8% menggunakan Paylater sekali dalam sebulan, 8,2% menggunakan Paylater lebih dari sekali dalam sebulan, dan 8,2% menggunakan Paylater sekali dalam sebulan.

Analisis intensitas pemakaian Paylater menunjukkan pola penggunaan yang cenderung rendah. Mayoritas responden hanya menggunakan Paylater dalam frekuensi yang terbatas, dengan 44,3% dari mereka hanya menggunakan layanan ini sekali. Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan Paylater masih belum menjadi kebiasaan rutin bagi sebagian besar responden.

d. Kepuasan dalam Penggunaan Paylater

Berikut ini merupakan diagram yang menunjukkan kepuasan dalam pemakaian *Paylater* responden, dapat dilihat pada diagram berikut:

Gambar 3. Kepuasan dalam Pemakaian Paylater



Sumber: Data Diolah

Berdasarkan diagram di atas, dapat dijelaskan bahwa dari keseluruhan responden yang telah mengisi kuesioner sebanyak 83,6%, menyatakan kepuasan dalam menggunakan aplikasi Paylater, sedangkan 16,4% responden merasa kurang puas dengan aplikasi Paylater. Data menunjukkan mayoritas responden merasa puas dengan penggunaan Paylater.

Kelebihan dan Kekurangan Penggunaan Paylater: Perspektif Responden

Berikut adalah ringkasan mengenai kelebihan dan kekurangan Paylater berdasarkan hasil kuesioner yang diisi oleh responden:

Gambar 4. Kelebihan paylater dari Hasil Pengisian Kuesioner



Sumber: Data Kuesioner

Kelebihan Paylater berdasarkan Perspektif Responden

1. Alternatif Pembayaran

Paylater menjadi salah satu alternatif pembayaran populer, memungkinkan konsumen untuk melakukan pembelian sekarang dan membayar nanti dalam jangka waktu tertentu. Ini memberikan fleksibilitas kepada konsumen untuk mendapatkan produk atau layanan tanpa harus membayar secara langsung.

2. Promo yang Ditawarkan

Banyak perusahaan Paylater menawarkan berbagai promo sebagai upaya untuk menarik pelanggan. Varian promo ini dapat mencakup penawaran khusus, diskon, atau cashback. Tingginya jumlah promo bisa menjadi faktor daya tarik bagi pengguna.

3. Kemudahan dalam Berbelanja

Paylater memungkinkan pengguna untuk berbelanja tanpa harus menggunakan kartu kredit. Pembelian dapat dilakukan melalui aplikasi atau situs web perusahaan Paylater dengan menggunakan saldo Paylater atau metode pembayaran lain yang disediakan.

4. Cepat Memenuhi Kebutuhan

Layanan Paylater dapat membantu memenuhi kebutuhan dengan cepat karena pengguna dapat melakukan pembelian tanpa harus membayar secara langsung pada saat pembelian. Ini berguna dalam situasi kebutuhan mendesak yang memerlukan pembelian segera.

Berdasarkan hasil kuesioner yang diisi oleh responden, terdapat beberapa kekurangan dalam penggunaan Paylater yang dapat diidentifikasi:

Gambar 5. Kekurangan Paylater Dari Hasil Pengisian Kuesioner



Sumber: Data Kuesioner.

Kekurangan Penggunaan Paylater: Perspektif Responden

Berdasarkan hasil kuesioner yang diisi oleh responden, terdapat beberapa kekurangan dalam penggunaan Paylater yang dapat diidentifikasi:

1. Potensi Ketergantungan Utang

Salah satu risiko yang muncul adalah potensi ketergantungan utang. Jika pengguna terus menggunakan Paylater tanpa memperhatikan kemampuan membayar, ada risiko akumulasi utang yang signifikan. Pengguna yang tidak berhati-hati dapat terjebak dalam siklus utang sulit untuk diatasi.

2. Biaya Admin dan Bunga Tinggi

Layanan Paylater sering kali menyertakan bunga atau biaya admin tambahan pada pembayaran cicilan. Jika pengguna tidak dapat melunasi utang dalam waktu singkat, biaya tambahan tersebut dapat meningkatkan jumlah total yang harus mereka bayar. Hal ini dapat memperburuk potensi ketergantungan utang.

3. Munculnya Perilaku Impulsif

Kemudahan berbelanja dengan Paylater dapat mendorong perilaku impulsif. Pengguna cenderung melakukan pembelian tanpa pertimbangan menyeluruh, tanpa memastikan apakah barang atau layanan yang dibeli benar-benar diperlukan. Jika perilaku ini berlanjut, pengguna dapat terjebak dalam lingkaran utang yang sulit diatasi.

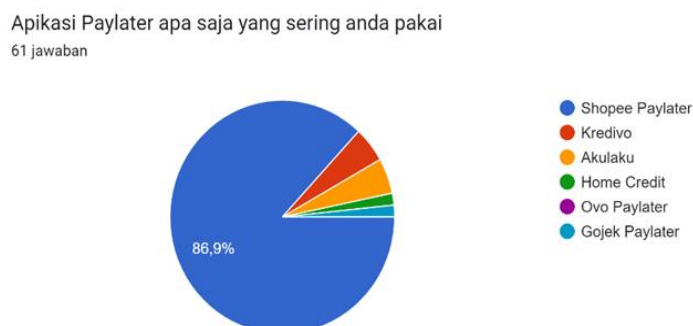
4. Banyak Utang/Cicilan

Dengan suku bunga yang mungkin rendah dan penawaran menarik, pengguna bisa kehilangan kendali dan memutuskan untuk membeli produk tanpa perhitungan matang. Penting untuk diingat bahwa Paylater seharusnya digunakan dengan bijak, terutama untuk memenuhi kebutuhan mendesak, dan bukan sebagai alasan untuk membuat keputusan pembelian impulsif.

Paylater yang Umum Digunakan oleh Generasi Z: Analisis Preferensi Responden

Berdasarkan hasil kuesioner yang diisi oleh generasi Z, terlihat bahwa aplikasi Paylater yang umum digunakan adalah sebagai berikut:

Gambar 6. Aplikasi Paylater yang sering Digunakan



Sumber: Data Diolah

Berdasarkan hasil kuesioner yang diisi oleh generasi Z, terlihat bahwa aplikasi Paylater yang umum digunakan adalah sebagai berikut: Shopee Paylater (86,9%): Menjadi aplikasi Paylater yang paling populer, dengan 86,9% responden menggunakan layanan ini. Kredivo (4,9%): Secara lebih terbatas, sekitar 4,9% responden menggunakan Kredivo. Meskipun persentasenya lebih kecil, Kredivo tetap menjadi opsi yang dipilih oleh sebagian generasi Z. Akulaku (4,9%): Akulaku juga mendapatkan perhatian dengan persentase penggunaan sekitar 4,9%. Platform ini tidak hanya menyediakan layanan Paylater tetapi juga menawarkan berbagai layanan keuangan. Home Credit (1,6%): Dengan penggunaan sekitar 1,6%, Home Credit juga menjadi salah satu opsi, menunjukkan adanya variasi preferensi di antara generasi Z. Gojek Paylater (1,6%): Secara terbatas, sekitar 1,6% responden menggunakan layanan Paylater dari Gojek. Penggunaan ini mungkin terkait dengan integrasi Gojek dalam berbagai aspek kehidupan sehari-hari. Secara keseluruhan dari hasil kuesioner, *paylater* yang paling sering digunakan adalah *shoppe paylater*, *kredivo*, *Akulaku*, *home credit*, *gojek paylater*.

Menurut (Annur, 2022) dari Jurnal Data Books juga memperkuat temuan kuesioner, dengan menyoroti bahwa Shopee Paylater menjadi yang paling banyak digunakan oleh konsumen. Kemungkinan besar, kemudahan transaksi dan promo yang ditawarkan menjadi faktor kunci dalam popularitas Shopee Paylater.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dapat disusun kesimpulan yang terangkum dalam beberapa poin kunci:

- Intensitas pemakaian Paylater pada generasi Z cenderung rendah, dengan mayoritas responden hanya menggunakan layanan ini sebanyak satu kali. Generasi Z cenderung menggunakan Paylater untuk pembelian non-produktif, terutama produk seperti *skincare*. Mayoritas pengguna Paylater juga merupakan perempuan.
- Kelebihan aplikasi Paylater melibatkan fleksibilitas pembayaran, promosi menarik, kemudahan berbelanja, dan kemampuan memenuhi kebutuhan dengan cepat. Kekurangan Paylater mencakup potensi ketergantungan utang, biaya admin dan bunga yang tinggi,

munculnya perilaku impulsif, dan risiko akumulasi utang/cicilan.

- c. Aplikasi Paylater yang Umum Digunakan: Shopee Paylater menjadi aplikasi Paylater yang paling umum digunakan oleh generasi Z, mengungguli pesaingnya seperti Kredivo, Akulaku, Home Credit, dan Gojek Paylater.

Penelitian ini masih memiliki beberapa kelemahan yang terletak pada jumlah responden yang masih terbatas serta jangka waktu yang singkat sehingga hasilnya mungkin tidak sepenuhnya mencerminkan variasi pengguna Paylater pada generasi Z secara menyeluruh. Keterbatasan jumlah responden dapat mempengaruhi generalisasi hasil temuan.

Selain itu, potensi penggunaan Paylater pada generasi muda belum sepenuhnya tergali dengan mendalam. Penelitian selanjutnya dapat memperluas cakupan sampel untuk mencakup lebih banyak variasi karakteristik pengguna dan mendalami potensi penggunaan Paylater pada generasi muda, sehingga hasilnya menjadi lebih representatif dan relevan secara umum. Meskipun demikian, kesimpulan yang diambil dari penelitian ini dapat memberikan wawasan awal yang berguna untuk pemahaman lebih lanjut terkait fenomena penggunaan Paylater pada generasi Z.

DAFTAR PUSTAKA

- Angelia, D. (2022). *7 Layanan Paylater Paling Sering Digunakan di Indonesia 2021*.
- Annur, M. C. (2022, January 12). *Shopee Paylater, Layanan Paylater Paling Banyak Digunakan pada 2021*. <https://Databoks.Katadata.Co.Id/>.
- Christiani, L. C., & Ikasari, P. N. (2020). Generasi Z dan pemeliharaan relasi antar generasi dalam perspektif budaya Jawa. *Jurnal Komunikasi Dan Kajian Media*, 4(2), 84–105.
- Hartarto, A. (2022, March 12). *Generasi Muda yang Berkualitas Tinggi Berperan Penting dalam Pertumbuhan Ekonomi di Era Society 5.0*. <https://Www.Ekon.Go.Id/Publikasi/Detail/3913/Generasi-Muda-Yang-Berkualitas-Tinggi-Berperan-Penting-Dalam-Pertumbuhan-Ekonomi-Di-Era-Society-50>.
- Khasanah, R., & Ridwan, M. (2022). Tinjauan Hukum Islam Tentang Transaksi E-Commerce Aplikasi Shopee Dengan Metode Paylater. *Jurnal Indragiri Penelitian Multidisiplin*, 2(2), 123–131.
- Kotler, P., Armstrong, G., Ang, S. H., Leong, S. M., Tan, C. T., & Ho-Ming, O. (2012). *Principles of marketing: an Asian perspective*. Pearson/Prentice-Hall.
- Millah, H. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Karyawan Terhadap Kepuasan Konsumen. *Iqtishodiyah: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 6(2), 134–142.
- Nurrahmah, A., Rismaningsih, F., Si, S. P., Ul'fah Hernaeny, M. P., Pratiwi, L., Wahyudin, M. P., Rukyati, A., Yati, F., RO, A. M., & Lusiani, S. (2021). *Pengantar Statistika 1*. Media Sains Indonesia.
- Putri, A. A. (2022, October 24). *Kalangan Muda Makin Minati Everyday Paylater untuk Dukung Keseharian Artikel ini telah tayang di Katadata.co.id dengan judul "Kalangan Muda Makin Minati Everyday Paylater untuk Dukung Keseharian"*, <https://katadata.co.id/padjar/infografik/635653b09df28/kalangan-muda-makin-minati-everyday-paylater-untuk-dukung-keseharian> Penulis: Ardhia Annisa Putri Editor: Padjar Iswara. <https://Katadata.Co.Id/>.
- Rakhmah, D. N. (2021, February 4). *Gen Z Dominan, Apa Maknanya bagi Pendidikan Kita?* <https://Pskp.Kemdikbud.Go.Id/>.
- Setyowati, D. (2022). Survei KIC: Gen Z dan Milenial Pakai Paylater untuk Belanja Busana. Retrieved from Katadata. Co. Id: <https://Katadata.Co.Id/Desysetyowati/Digital/61e0ecf4b1b96/Survei-Kicgen-z-Danmilenial-Pakai-Paylater-Untuk-Belanja-Busana>.

Wong, J. (2013). *Internet marketing for beginners*. Elex Media Komputindo.

Zis, S. F., Effendi, N., & Roem, E. R. (2021). Perubahan perilaku komunikasi generasi milenial dan generasi z di era digital. *Satwika: Kajian Ilmu Budaya Dan Perubahan Sosial*, 5(1), 69–87.