

Motif Ekonomi Mahasiswa Dalam Penggunaan Fitur *Paylater* Sebagai Bentuk Konsumsi Di Era Ekonomi Digital

Garin Muhamad Arya¹, Intan Tania Zahra^{2*}, Natasya Aurelia³, Sri Damayanti⁴

^{1,2,3,4} Program Studi Sosiologi, UIN Sunan Gunung Djati Bandung, Jl. A.H Nasution No.105, Cipadung, Cibiru, Kota Bandung, Jawa Barat (40614), Indonesia.

E-mail: intantaniazahra08@gmail.com

*Corresponding Author



<https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i4.6123>

ARTICLE INFO

Article history:

Received: 18 Apr 2026

Revised: 24 Apr 2026

Accepted: 30 Apr 2026

Kata Kunci:

Paylater, Mahasiswa, Motif Ekonomi, Perilaku Konsumsi.

Keywords:

Paylater, Students, Economic Motives, Consumption Behavior.

ABSTRACT

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perkembangan penggunaan fitur *paylater* di kalangan mahasiswa, mengidentifikasi motif ekonomi yang melatarbelakanginya, serta memahami dampaknya terhadap pola konsumsi dalam era ekonomi digital. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan teknik pengumpulan data berupa observasi, wawancara, dan studi dokumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan *paylater* di kalangan mahasiswa mengalami peningkatan yang signifikan, didorong oleh kemudahan akses, proses yang cepat, serta berbagai penawaran promosi yang menarik. Motif penggunaan *paylater* tidak hanya bersifat rasional, seperti pemenuhan kebutuhan dan kepraktisan, tetapi juga dipengaruhi oleh faktor sosial dan budaya, seperti gaya hidup dan tekanan lingkungan. Selain itu, penggunaan *paylater* berdampak pada perubahan pola konsumsi mahasiswa yang cenderung lebih impulsif dan konsumtif, serta berpotensi menimbulkan masalah dalam pengelolaan keuangan. Dengan demikian, meskipun *paylater* memberikan kemudahan dalam bertransaksi, penggunaannya perlu disikapi secara bijak agar tidak menimbulkan dampak negatif dalam jangka panjang.

This study aims to analyze the development of paylater usage among university students, identify the underlying economic motives, and examine its impact on consumption patterns in the digital economy era. This research employs a qualitative approach using observation, interviews, and document studies as data collection techniques. The findings indicate that the use of paylater among students has increased significantly, driven by easy access, simple procedures, and various promotional offers. The motives behind the use of paylater are not solely rational, such as fulfilling needs and practicality, but are also influenced by social and cultural factors, including lifestyle and social pressure. Furthermore, the use of paylater affects students' consumption behavior, making it more impulsive and consumptive, and potentially leading to financial management issues. Therefore, although paylater provides convenience in transactions, its use should be managed wisely to avoid negative long-term consequences.



This is an open access article under the CC-BY-SA license.

How to Cite: Garin Muhamad Arya, et al. (2026), Motif Ekonomi Mahasiswa Dalam Penggunaan Fitur *Paylater* Sebagai Bentuk Konsumsi Di Era Ekonomi Digital, 4(4). <https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i4.6123>

PENDAHULUAN

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). Salah satu inovasi yang berkembang pesat adalah fitur *paylater*, yaitu layanan yang memungkinkan pengguna melakukan transaksi dengan sistem “beli sekarang, bayar nanti”. 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 (Putri & Pradananta, 2024).

Mahasiswa sebagai bagian dari generasi digital memiliki kecenderungan untuk memanfaatkan kemudahan teknologi dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari. Kemudahan akses, proses pendaftaran yang cepat, serta minimnya persyaratan menjadikan fitur *paylater* semakin diminati oleh mahasiswa sebagai alternatif dalam melakukan transaksi tanpa harus memiliki dana secara langsung (Rahima, 2022). Sistem pembayaran yang memungkinkan transaksi tanpa pembayaran langsung memberikan fleksibilitas bagi pengguna dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari. Namun di balik kemudahan tersebut, penggunaan *paylater* juga berpotensi mendorong perubahan perilaku ekonomi mahasiswa dari yang semula berorientasi pada pemenuhan kebutuhan menjadi lebih konsumtif dan berorientasi pada pemenuhan keinginan.

Fenomena penggunaan *paylater* di kalangan mahasiswa menunjukkan adanya berbagai motif ekonomi yang melatarbelakangi tindakan tersebut. Motif ekonomi merupakan dorongan yang menyebabkan seseorang melakukan kegiatan ekonomi untuk memenuhi kebutuhan atau mencapai tujuan tertentu. Dorongan tersebut dapat berupa motif untuk memenuhi kebutuhan, memperoleh keuntungan, memperoleh penghargaan, memperoleh kekuasaan, maupun motif sosial (Patrikha, 2015). Dengan demikian, keputusan mahasiswa dalam menggunakan layanan *paylater* tidak hanya didasarkan pada pertimbangan rasional semata, tetapi juga dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor sosial yang berkembang dalam lingkungan mereka.

Dalam perspektif sosiologi ekonomi, aktivitas ekonomi tidak dapat dipahami semata-mata sebagai tindakan individu yang bersifat rasional, tetapi juga sebagai bagian dari interaksi sosial yang dipengaruhi oleh nilai, norma, serta struktur masyarakat. Sosiologi ekonomi memandang bahwa cara individu maupun masyarakat dalam memenuhi kebutuhan terhadap barang dan jasa berkaitan erat dengan berbagai aktivitas ekonomi seperti produksi, distribusi, pertukaran, dan konsumsi yang terjadi dalam kehidupan sosial (Ilahi & Lesmana, 2023). Oleh karena itu, fenomena penggunaan *paylater* di kalangan mahasiswa dapat dipahami sebagai bagian dari dinamika sosial yang terjadi dalam masyarakat modern yang semakin terdigitalisasi.

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). Kondisi tersebut dapat memunculkan perilaku konsumtif, yaitu kecenderungan membeli barang atau jasa secara berlebihan yang lebih didasarkan pada keinginan dibandingkan kebutuhan.

Dalam konteks perkembangan ekonomi digital, penggunaan *paylater* juga tidak dapat dilepaskan dari perkembangan sistem ekonomi berbasis teknologi. Ekonomi digital merupakan sistem ekonomi yang memanfaatkan teknologi digital dalam proses produksi, distribusi, dan konsumsi barang maupun jasa. Salah satu bentuk perkembangan tersebut adalah munculnya layanan *financial technology* (fintech) yang menghadirkan inovasi dalam sistem pembayaran dan layanan keuangan. Fitur *paylater* merupakan bagian dari inovasi tersebut yang memberikan kemudahan bagi pengguna untuk melakukan transaksi dengan sistem pembayaran tertunda (Nurcholidah & Harsono, 2021).

Selain itu, fenomena penggunaan *paylater* juga dapat dianalisis melalui teori tindakan sosial yang dikemukakan oleh Max Weber. Weber menjelaskan bahwa tindakan sosial merupakan tindakan individu yang memiliki makna subjektif dan diarahkan kepada orang lain. Salah satu bentuk tindakan sosial yang dikemukakan Weber adalah tindakan rasional instrumental, yaitu tindakan yang dilakukan berdasarkan pertimbangan efisiensi serta tujuan tertentu (Weber; Putra, 2020). Dalam konteks penggunaan *paylater*, mahasiswa dapat dianggap melakukan tindakan rasional ketika memanfaatkan kemudahan teknologi untuk memenuhi kebutuhan secara praktis. Namun dalam praktiknya, keputusan tersebut juga dapat dipengaruhi oleh faktor non-rasional seperti emosi, kebiasaan, maupun tekanan sosial yang berkembang di lingkungan pergaulan.

Berbagai penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa penggunaan fitur *paylater* di kalangan mahasiswa berkaitan erat dengan perubahan perilaku konsumsi. Penelitian yang dilakukan oleh Parhan dan Burhanudin (2025) menunjukkan bahwa kemudahan akses serta berbagai promosi yang ditawarkan

oleh platform digital menjadi faktor utama yang mendorong mahasiswa menggunakan layanan *paylater*, yang pada akhirnya meningkatkan kecenderungan perilaku konsumtif. Penelitian lain yang dilakukan oleh Darsono et al. (2025) juga menunjukkan bahwa gaya hidup, pengaruh sosial, serta motivasi hedonisme memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa pengguna *Paylater*. Sementara itu, penelitian yang dilakukan oleh Subur & Syata (2025) menyoroti adanya risiko penggunaan layanan *paylater*, di mana gaya hidup hedonis dapat mendorong individu untuk menggunakan layanan tersebut demi memperoleh kepuasan instan meskipun berpotensi menimbulkan beban keuangan di masa mendatang.

Berdasarkan berbagai temuan tersebut dapat dipahami bahwa penggunaan fitur *paylater* di kalangan mahasiswa tidak hanya didorong oleh faktor ekonomi semata, tetapi juga dipengaruhi oleh faktor sosial dan budaya yang berkembang dalam lingkungan mereka. Kemudahan teknologi digital yang memberikan akses cepat terhadap layanan kredit turut membentuk pola konsumsi baru yang lebih fleksibel, namun sekaligus berpotensi meningkatkan perilaku konsumtif. Meskipun demikian, kajian yang secara khusus membahas motif ekonomi mahasiswa dalam penggunaan *paylater* dari perspektif sosiologi ekonomi masih relatif terbatas. Oleh karena itu, penelitian mengenai fenomena ini menjadi penting untuk memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai hubungan antara teknologi digital, motif ekonomi, dan perilaku konsumsi mahasiswa. Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk memahami perkembangan penggunaan fitur *paylater* di kalangan mahasiswa, menganalisis motif ekonomi yang melatarbelakangi penggunaannya, serta memahami bagaimana fitur tersebut memengaruhi pola konsumsi mahasiswa dalam era ekonomi digital.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan tujuan untuk memahami secara mendalam motif ekonomi mahasiswa dalam menggunakan fitur *paylater* sebagai bagian dari perilaku konsumsi di era ekonomi digital. Pendekatan kualitatif dipilih karena mampu menggali pengalaman, pandangan, serta makna subjektif yang melatarbelakangi tindakan individu dalam suatu fenomena sosial (Creswell, 2014). Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini meliputi observasi, wawancara, dan studi dokumen. Observasi dilakukan secara langsung terhadap perilaku konsumsi mahasiswa yang menggunakan fitur *paylater* untuk memperoleh gambaran empiris mengenai bagaimana layanan tersebut dimanfaatkan dalam kehidupan sehari-hari. Observasi yang digunakan bersifat non-partisipan, yaitu peneliti tidak terlibat secara langsung dalam aktivitas subjek penelitian, melainkan hanya melakukan pengamatan dan pencatatan terhadap fenomena yang terjadi.

Selanjutnya, wawancara dilakukan secara semi-terstruktur kepada mahasiswa pengguna *paylater* untuk memperoleh informasi mengenai alasan penggunaan, pertimbangan ekonomi, serta motif yang melatarbelakangi keputusan mereka dalam memanfaatkan layanan tersebut. Wawancara semi-terstruktur memungkinkan peneliti memperoleh data yang terarah sekaligus memberikan ruang bagi informan untuk menjelaskan pengalaman dan pandangannya secara lebih mendalam (Sugiyono, 2018). Selain itu, penelitian ini juga menggunakan studi dokumen melalui penelaahan berbagai sumber tertulis seperti jurnal ilmiah, artikel, serta laporan penelitian terdahulu yang relevan dengan topik penelitian. Studi dokumen dilakukan untuk memperkuat landasan teoritis sekaligus memberikan gambaran yang lebih luas mengenai fenomena penggunaan *paylater* dalam konteks ekonomi digital.

Data yang telah dikumpulkan kemudian dianalisis menggunakan teknik analisis data kualitatif yang meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Reduksi data dilakukan dengan menyeleksi dan memfokuskan informasi yang relevan dengan tujuan penelitian, sedangkan penyajian data dilakukan dalam bentuk narasi deskriptif agar pola dan hubungan antar data dapat dipahami dengan lebih jelas. Tahap akhir adalah penarikan kesimpulan yang bertujuan untuk memperoleh pemahaman yang komprehensif mengenai motif ekonomi mahasiswa dalam penggunaan fitur *paylater* sebagai bagian dari perilaku konsumsi di era ekonomi digital (Miles, Huberman, & Saldaña, 2014).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian ini disajikan secara deskriptif dengan mengacu pada fenomena penggunaan fitur *paylater* di kalangan mahasiswa. Data penelitian diperoleh melalui hasil pengamatan terhadap perilaku mahasiswa dalam memanfaatkan layanan tersebut serta didukung oleh berbagai temuan dari penelitian terdahulu yang relevan. Data yang diperoleh kemudian dianalisis dengan mengaitkannya pada konsep-

konsep dalam sosiologi ekonomi sehingga dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai motif ekonomi serta pola konsumsi mahasiswa dalam era ekonomi digital.

Perkembangan Penggunaan Fitur Paylater di Kalangan Mahasiswa

Perkembangan teknologi digital, khususnya dalam bidang *financial technology* (fintech), telah membawa perubahan yang signifikan dalam sistem pembayaran dan perilaku ekonomi masyarakat. Salah satu inovasi yang berkembang pesat adalah hadirnya fitur *paylater*, yaitu layanan yang memungkinkan pengguna melakukan transaksi dengan sistem pembayaran tertunda. Layanan ini banyak diintegrasikan dalam berbagai platform digital seperti *e-commerce* dan aplikasi layanan lainnya sehingga semakin mudah diakses oleh masyarakat, termasuk mahasiswa (Awdes et al., 2022).

Di kalangan mahasiswa, penggunaan *paylater* menunjukkan kecenderungan yang terus meningkat. Hal ini tidak terlepas dari kemudahan akses yang ditawarkan oleh layanan tersebut. Proses pendaftaran yang relatif cepat serta persyaratan yang tidak terlalu kompleks menjadikan fitur ini mudah digunakan oleh berbagai kalangan, termasuk mahasiswa yang umumnya belum memiliki akses luas terhadap layanan kredit konvensional. Sistem pembayaran yang memungkinkan transaksi dilakukan tanpa harus memiliki dana secara langsung memberikan fleksibilitas bagi mahasiswa dalam memenuhi berbagai kebutuhan.

Selain kemudahan akses, meningkatnya penggunaan *paylater* juga didorong oleh strategi pemasaran yang dilakukan oleh penyedia layanan. Berbagai promosi seperti potongan harga, *cashback*, serta pilihan cicilan dengan bunga yang relatif rendah menjadi daya tarik tersendiri bagi pengguna, khususnya mahasiswa yang memiliki keterbatasan finansial namun tetap memiliki kebutuhan konsumsi yang cukup tinggi (Syawitri et al., 2025). Strategi tersebut secara tidak langsung mendorong mahasiswa untuk memanfaatkan layanan *paylater* sebagai alternatif pembayaran dalam berbagai transaksi.

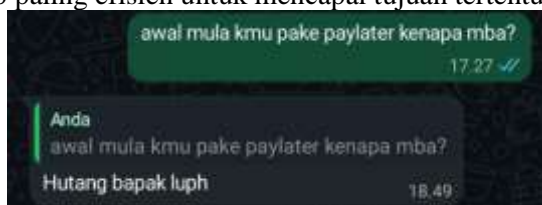
Dalam perspektif sosiologi ekonomi, fenomena ini tidak hanya mencerminkan perkembangan teknologi dalam sistem ekonomi modern, tetapi juga menunjukkan adanya perubahan dalam pola interaksi individu dengan mekanisme pasar. Teknologi digital memungkinkan individu untuk mengakses berbagai layanan ekonomi secara lebih mudah dan cepat, sehingga proses konsumsi menjadi semakin praktis dan fleksibel. Dengan demikian, penggunaan *paylater* tidak lagi sekadar berfungsi sebagai alat transaksi, tetapi telah berkembang menjadi bagian dari gaya hidup serta pola konsumsi baru dalam masyarakat digital (Sudiantini et al., 2023).

Namun, kemudahan yang ditawarkan oleh layanan *paylater* juga berpotensi menimbulkan berbagai konsekuensi terhadap perilaku ekonomi mahasiswa. Kemudahan dalam melakukan transaksi tanpa pembayaran langsung dapat mendorong individu untuk melakukan konsumsi secara lebih spontan tanpa perencanaan keuangan yang matang. Dalam jangka panjang, kondisi ini berpotensi meningkatkan kecenderungan perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa, terutama ketika penggunaan layanan tersebut tidak disertai dengan pengelolaan keuangan yang baik.

Motif Ekonomi Mahasiswa dalam Menggunakan Fitur Paylater

Hasil analisis penelitian menunjukkan bahwa terdapat berbagai motif ekonomi yang melatarbelakangi mahasiswa dalam menggunakan fitur *paylater*. Motif tersebut tidak sepenuhnya bersifat rasional, tetapi juga dipengaruhi oleh faktor sosial dan budaya yang berkembang di lingkungan mahasiswa.

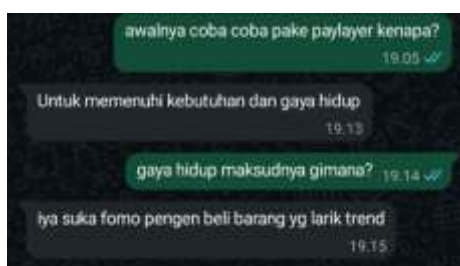
Salah satu motif yang paling dominan adalah kemudahan dan kepraktisan dalam melakukan transaksi. Mahasiswa cenderung memanfaatkan *paylater* karena layanan ini memberikan kemudahan dalam memperoleh barang atau jasa tanpa harus melalui prosedur yang rumit. Proses transaksi yang cepat serta sistem pembayaran yang fleksibel membuat layanan ini dianggap sebagai solusi praktis dalam memenuhi berbagai kebutuhan konsumsi. Kondisi ini mencerminkan adanya tindakan rasional instrumental sebagaimana dijelaskan dalam teori tindakan sosial oleh Max Weber, di mana individu memilih cara yang dianggap paling efisien untuk mencapai tujuan tertentu (Awdes et al., 2022).



Gambar 1. Narasumber Inisial AA

Selain faktor kemudahan, motif lain yang mendorong mahasiswa menggunakan *paylater* adalah pemenuhan kebutuhan ekonomi. Dalam beberapa kasus, mahasiswa memanfaatkan layanan tersebut untuk memenuhi kebutuhan yang bersifat mendesak, seperti kebutuhan akademik, pembelian perlengkapan kuliah, maupun kebutuhan sehari-hari. 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). Hal ini juga diperkuat oleh pernyataan salah satu informan penelitian yang berinisial AA, yang menyampaikan bahwa penggunaan *paylater* sering kali dipengaruhi oleh keterbatasan kondisi finansial keluarga sehingga layanan tersebut digunakan untuk membantu memenuhi kebutuhan tertentu.

Namun, 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. Dalam konteks ini, konsumsi tidak lagi hanya berfungsi untuk memenuhi kebutuhan dasar, tetapi juga menjadi sarana untuk membangun identitas sosial serta memperoleh pengakuan dari lingkungan sekitar. Pengaruh media sosial serta interaksi dalam lingkungan pertemanan turut memperkuat kecenderungan tersebut (Aulia et al., 2025).



Gambar 2. Narasumber Inisial HM

Temuan ini juga diperkuat oleh pernyataan informan lain yang berinisial HM yang mengungkapkan bahwa penggunaan *paylater* sering kali dipicu oleh perasaan *fear of missing out* (FOMO) terhadap barang-barang yang sedang populer di kalangan teman sebaya. Fenomena ini menunjukkan bahwa keputusan konsumsi mahasiswa tidak sepenuhnya didasarkan pada pertimbangan rasional terkait kebutuhan ekonomi, tetapi juga dipengaruhi oleh tekanan sosial yang berkembang dalam lingkungan pergaulan mereka.

Oleh sebab itu, motif ekonomi mahasiswa dalam menggunakan layanan *paylater* dapat dikatakan bersifat kompleks. Keputusan penggunaan tidak hanya dipengaruhi oleh pertimbangan rasional terkait kebutuhan dan efisiensi transaksi, tetapi juga oleh faktor sosial yang membentuk preferensi konsumsi individu. Dalam perspektif sosiologi ekonomi, fenomena ini menunjukkan bahwa tindakan ekonomi individu tidak dapat dipisahkan dari konteks sosial di mana individu tersebut berada. Oleh karena itu, penggunaan *paylater* di kalangan mahasiswa dapat dipahami sebagai hasil interaksi antara faktor ekonomi, teknologi, serta dinamika sosial yang berkembang dalam masyarakat digital.

Pengaruh Fitur Paylater terhadap Pola Konsumsi Mahasiswa

Penggunaan fitur *paylater* memberikan pengaruh yang cukup signifikan terhadap perubahan pola konsumsi mahasiswa, terutama dalam konteks ekonomi digital yang ditandai oleh kemudahan akses dan kecepatan transaksi. Salah satu perubahan yang cukup terlihat adalah meningkatnya kecenderungan konsumsi impulsif di kalangan mahasiswa. Kemudahan dalam melakukan transaksi tanpa kewajiban pembayaran secara langsung membuat mahasiswa lebih mudah melakukan pembelian tanpa perencanaan yang matang. Kondisi ini sering kali menimbulkan persepsi seolah-olah pengguna memiliki kemampuan finansial yang lebih besar daripada kondisi yang sebenarnya. Akibatnya, keputusan konsumsi tidak lagi sepenuhnya didasarkan pada pertimbangan rasional mengenai kebutuhan, melainkan lebih dipengaruhi oleh dorongan sesaat serta berbagai penawaran promosi yang disediakan oleh platform digital.

Selain itu, penggunaan *paylater* juga turut membentuk kecenderungan perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa. Pembelian yang dilakukan tidak selalu didasarkan pada kebutuhan utama, tetapi juga dipengaruhi oleh keinginan untuk mengikuti tren serta dorongan dari lingkungan sosial. Dalam konteks ini, aktivitas konsumsi tidak lagi semata-mata bertujuan untuk memenuhi kebutuhan dasar,

tetapi juga menjadi bagian dari gaya hidup serta sarana untuk menunjukkan identitas sosial di tengah lingkungan pergaulan mahasiswa. Fenomena tersebut menunjukkan bahwa pola konsumsi mahasiswa semakin dipengaruhi oleh dinamika sosial dan perkembangan teknologi digital yang memungkinkan transaksi dilakukan secara lebih mudah dan cepat (Yusriza et al., 2025).

Di sisi lain, keberadaan fitur *paylater* juga memengaruhi cara mahasiswa dalam mengelola keuangan. Sistem pembayaran yang ditunda membuat pengguna tidak langsung merasakan dampak pengeluaran pada saat transaksi dilakukan. Hal ini dapat menyebabkan berkurangnya kontrol terhadap penggunaan keuangan karena pengeluaran yang terjadi tidak langsung terasa sebagai beban finansial. Dalam kondisi tertentu, situasi tersebut berpotensi menimbulkan akumulasi transaksi yang pada akhirnya menjadi kewajiban pembayaran di masa mendatang. Dalam beberapa kasus, akumulasi transaksi tersebut bahkan dapat menimbulkan siklus utang konsumtif. Ketika tagihan mulai jatuh tempo, tidak semua mahasiswa memiliki kesiapan finansial untuk melunasinya. Akibatnya, sebagian mahasiswa kembali menggunakan layanan *paylater* untuk menutup kewajiban pembayaran sebelumnya. Kondisi ini berpotensi menimbulkan ketergantungan terhadap layanan kredit digital apabila tidak diimbangi dengan pengelolaan keuangan yang baik. Apabila berlangsung secara terus-menerus, situasi tersebut dapat memunculkan berbagai tekanan finansial, seperti keterlambatan pembayaran, denda, hingga meningkatnya beban utang yang harus ditanggung oleh mahasiswa (Aprilia et al., 2024).

Dalam perspektif sosiologi ekonomi, fenomena ini menunjukkan bahwa perilaku konsumsi mahasiswa tidak sepenuhnya didasarkan pada rasionalitas ekonomi. Meskipun pada awalnya *paylater* dipandang sebagai solusi praktis dalam memenuhi kebutuhan, dalam praktiknya keputusan penggunaan sering kali dipengaruhi oleh faktor emosional serta tekanan sosial yang berkembang dalam lingkungan mahasiswa. Kondisi tersebut membuat sebagian mahasiswa cenderung mengabaikan risiko jangka panjang yang mungkin timbul dari penggunaan layanan kredit digital. Dengan demikian, penggunaan *paylater* tidak hanya mencerminkan perubahan dalam sistem pembayaran digital, tetapi juga menggambarkan transformasi pola konsumsi serta perilaku ekonomi generasi muda di era ekonomi digital (Candika et al., 2025).

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa penggunaan fitur *paylater* di kalangan mahasiswa mengalami perkembangan yang cukup pesat seiring dengan kemajuan teknologi digital, khususnya dalam bidang *financial technology* (fintech). Kemudahan akses, proses pendaftaran yang relatif cepat, serta persyaratan penggunaan yang tidak terlalu rumit menjadi faktor utama yang mendorong meningkatnya pemanfaatan layanan tersebut. Selain itu, berbagai strategi promosi yang ditawarkan oleh penyedia layanan, seperti potongan harga, *cashback*, serta pilihan cicilan, turut memperkuat daya tarik penggunaan *paylater* di kalangan mahasiswa. Fenomena ini menunjukkan bahwa mahasiswa sebagai bagian dari generasi digital memiliki kemampuan adaptasi yang cukup tinggi terhadap inovasi teknologi, sekaligus mencerminkan adanya perubahan dalam sistem pembayaran yang semakin praktis dan fleksibel dalam era ekonomi digital. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa motif ekonomi yang melatarbelakangi penggunaan *paylater* di kalangan mahasiswa tidak sepenuhnya bersifat rasional. Di satu sisi, layanan tersebut dimanfaatkan sebagai alternatif untuk memenuhi berbagai kebutuhan, terutama ketika mahasiswa menghadapi keterbatasan finansial. Namun di sisi lain, penggunaan *paylater* juga dipengaruhi oleh faktor sosial dan budaya, seperti keinginan untuk mengikuti tren, gaya hidup, serta pengaruh dari lingkungan pergaulan. Kondisi ini menunjukkan bahwa keputusan ekonomi mahasiswa tidak hanya didasarkan pada pertimbangan rasional mengenai kebutuhan, tetapi juga dipengaruhi oleh dinamika sosial yang membentuk preferensi konsumsi individu. Selain itu, penggunaan *paylater* juga memberikan pengaruh terhadap perubahan pola konsumsi mahasiswa. Kemudahan dalam melakukan transaksi tanpa pembayaran secara langsung mendorong munculnya kecenderungan konsumsi impulsif, di mana mahasiswa menjadi lebih mudah melakukan pembelian tanpa perencanaan yang matang. Situasi tersebut dapat menimbulkan persepsi seolah-olah pengguna memiliki kemampuan finansial yang lebih besar dibandingkan kondisi yang sebenarnya. Di samping itu, sistem pembayaran yang ditunda juga berpotensi melemahkan kontrol dalam pengelolaan keuangan sehingga dapat menimbulkan akumulasi transaksi yang menjadi beban pembayaran di masa mendatang.

Apabila tidak dikelola dengan baik, kondisi tersebut bahkan dapat memicu munculnya siklus utang konsumtif di kalangan mahasiswa.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah memberikan dukungan dalam proses pelaksanaan penelitian ini. Secara khusus, penulis menyampaikan apresiasi kepada para informan yang telah bersedia meluangkan waktu untuk memberikan informasi dan pengalaman yang sangat berharga bagi kelengkapan data penelitian ini. Ucapan terima kasih juga penulis sampaikan kepada para dosen dan pihak-pihak yang telah memberikan masukan, arahan, serta dukungan selama proses penyusunan artikel ini sehingga penelitian dapat diselesaikan dengan baik.

REFERENSI

- Aprilia, L. P., Alam, Y. V. M., & Firdaus, S. (2024). Pengaruh penggunaan Shopee PayLater terhadap manajemen keuangan mahasiswa/i Kampus 3 Universitas Mercu Buana Yogyakarta. *JKOMDIS: Jurnal Ilmu Komunikasi dan Media Sosial*, 4(1), 61–67. <https://doi.org/10.47233/jkomdis.v4i1.1429>
- Aulia, N., Nafsi, A., Fatimah, A. S., Nadhifa, A. A., & Caniogo, S. A. (2025). Konsumerisme sebagai bentuk identitas sosial remaja urban di era media sosial. *Sinergi: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(2), 884–909. <https://publikasi.aahlalkamal.com/index.php/sinergi/article/view/94>
- Awdes, O. A., Surya, F., & Zahara, Z. (2022). Faktor-faktor yang memengaruhi perilaku penggunaan fitur PayLater pada aplikasi Shopee (SPayLater) dengan model UTAUT2. *Accounting Information System, Taxes and Auditing Journal (AISTA Journal)*, 1(2), 104–111. <https://akuntansi.pnp.ac.id/aista>
- 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>
- Creswell, J. W. (2014). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (4th ed.). SAGE Publications.
- Darsono, S. N. A. C., Rizarda, M., & Johari, S. M. (2025). Fenomena PayLater di kalangan mahasiswa: Gaya hidup, sosial, dan motivasi hedonisme sebagai pemicu perilaku konsumtif. *Reviu Akuntansi dan Bisnis Indonesia*, 9(1), 125–138. <https://doi.org/10.18196/rabin.v9i1.26015>
- 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>
- Ilahi, Y. F., & Lesmana, C. I. (2023). Peran sosiologi ekonomi dalam pembangunan ekonomi masyarakat. *Jurnal Dinamika Ekonomi Syariah*, 10(2), 147–156. <https://doi.org/10.53429/jdes.v10i2.718>
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook* (3rd ed.). SAGE Publications.
- 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.
- Nurcholidah, L. (2021). Kajian fintech dalam konsep behaviouristik. *Jurnal Sains Sosio Humaniora*, 5(1), 66–71. <http://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/91483595/11119-libre.pdf>
- Parhan, P., & Burhanudin, R. A. (2025). Eksplorasi pengaruh layanan PayLater terhadap keputusan pembelian konsumen di platform e-commerce: Studi pada kalangan mahasiswa di Kota Bandung. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 11(6C), 151–162. <http://www.jurnal.peneliti.net/index.php/JIWP/article/view/10678>
- Subur, H., & Syata, W. M. (2025). Pengaruh tingkat pendapatan dan gaya hidup hedonisme terhadap kualitas pengelolaan keuangan pribadi generasi Z di Kota Makassar. *Jurnal Akademik Ekonomi dan Manajemen*, 2(1), 625–633. <https://doi.org/10.61722/jaem.v2i1.4955>
- Sudiantini, D., Ayu, M. P., Aswan, M. C. A. S., Prastuti, M. A., & Apriliya, M. (2023). Transformasi digital: Dampak, tantangan, dan peluang untuk pertumbuhan ekonomi digital. *Trending: Jurnal Manajemen dan Ekonomi*, 1(3), 21–30. <https://doi.org/10.30640/trending.v1i3.1115>

- Sugiyono. (2018). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Syawitri, E., Maharani, D., Wijaya, R. D., & Khairunnisa, T. (2025). Kemanfaatan ShopeePay dan Shopee PayLater untuk berbelanja bagi Gen Z. *Musytari: Jurnal Manajemen, Akuntansi, dan Ekonomi*, 22(9), 131–140. <https://cibangsa.com/index.php/musytari/article/view/5202>
- Yusrizza, Y., Afhdal, K., Wilda, N. S., & Amin, M. (2025). Analisis perilaku konsumsi mahasiswa dalam perspektif ekonomi perilaku pada era digital. *Economia: Journal of Economics and Management*, 4(1), 39–57. <https://www.ejournal.cyberdakwah.com/index.php/Economia/article/view/350>