



Dampak Penggunaan Paylater terhadap Minat dan Gaya Hidup Karyawan PT Tripatra

Dhea Paramitha

Institut Teknologi dan Bisnis (ITB) Ahmad Dahlan Jakarta

Email: dhewook0520@gmail.com

Abstract. *PayLater services are increasingly popular as a payment method that offers ease of transactions and financial flexibility for its users. However, this convenience can also increase consumptive behavior that has the potential to affect individual financial stability. This study aims to analyze the impact of PayLater service on consumption interest and lifestyle of PT Tripatra employees. This research uses a quantitative approach with a survey method. Data was collected through questionnaires distributed to PT Tripatra employees who use PayLater services. Data analysis was performed with descriptive statistical tests and linear regression to measure the relationship between PayLater usage, consumption behavior, and financial stability. The results showed that the PayLater service provided significant benefits in the ease of transactions and increased employee purchasing power. However, there is a positive correlation between the use of this service and an increase in consumptive behavior, including impulse purchases. This has the potential to reduce individual financial stability in the long run, especially for those who lack good financial literacy. Uncontrolled use of PayLater services can increase financial risk. Therefore, awareness and good financial literacy are needed so that the benefits of this service can be optimized without causing negative impacts. As a recommendation, companies are advised to provide financial education to their customers.*

Keywords: *Lifestyle, Consumption, Financial Literacy, Paylater, Financial Stability*

Abstrak. Layanan PayLater semakin populer sebagai metode pembayaran yang menawarkan kemudahan transaksi dan fleksibilitas keuangan bagi penggunaannya. Namun, kemudahan ini juga dapat meningkatkan perilaku konsumtif yang berpotensi memengaruhi stabilitas finansial individu. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dampak layanan PayLater terhadap minat konsumsi dan gaya hidup karyawan PT. Tripatra. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang dibagikan kepada karyawan PT. Tripatra yang menggunakan layanan PayLater. Analisis data dilakukan dengan uji statistik deskriptif dan regresi linier untuk mengukur hubungan antara penggunaan PayLater, perilaku konsumsi, dan stabilitas finansial. Hasil penelitian menunjukkan bahwa layanan PayLater memberikan manfaat signifikan dalam kemudahan transaksi dan peningkatan daya beli karyawan. Namun, terdapat korelasi positif antara penggunaan layanan ini dengan peningkatan perilaku konsumtif, termasuk pembelian impulsif. Hal ini berpotensi mengurangi stabilitas finansial individu dalam jangka panjang, terutama bagi mereka yang kurang memiliki literasi keuangan yang baik. Penggunaan layanan PayLater yang tidak terkontrol dapat meningkatkan risiko finansial. Oleh karena itu, diperlukan kesadaran serta literasi keuangan yang baik agar manfaat layanan ini dapat dioptimalkan tanpa menimbulkan dampak negatif. Sebagai rekomendasi, perusahaan disarankan untuk menyediakan edukasi finansial bagi karyawan guna meningkatkan pemahaman mereka dalam mengelola kredit digital dengan bijak. Selain itu, individu juga diharapkan mampu menetapkan batas pengeluaran sesuai dengan kondisi finansial masing-masing guna menghindari potensi risiko keuangan di masa depan.

Kata Kunci: Gaya Hidup, Konsumsi, Literasi Keuangan, Paylater, Stabilitas Finansial

LATAR BELAKANG

Perkembangan teknologi informasi dan digitalisasi telah membawa perubahan yang signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam cara masyarakat melakukan transaksi keuangan. Seiring dengan kemajuan ini, muncul berbagai inovasi di bidang pembayaran yang bertujuan untuk memberikan kemudahan dan fleksibilitas bagi konsumen. Salah satu inovasi yang semakin populer adalah layanan paylater, yaitu sistem pembayaran yang memungkinkan seseorang untuk melakukan pembelian barang atau jasa tanpa harus membayarnya secara langsung di saat transaksi terjadi (Arsita, 2022; Diana Putri,

2022). Dengan kata lain, pengguna dapat menikmati barang atau layanan terlebih dahulu dan melakukan pembayaran di kemudian hari sesuai dengan ketentuan yang telah disepakati.

Dalam konteks manajemen keuangan pribadi, layanan paylater menjadi solusi alternatif yang menarik, terutama bagi karyawan yang ingin mengelola pengeluarannya dengan lebih fleksibel. Kemudahan ini memungkinkan mereka untuk memenuhi kebutuhan atau keinginan tertentu tanpa harus mengganggu kestabilan keuangan dalam jangka pendek (Dewi & Tarigan, 2022; Muhammad, Susilowatib, & Kuspriatni, 2023). Misalnya, seorang karyawan dapat menggunakan layanan paylater untuk membeli barang elektronik atau kebutuhan sehari-hari tanpa perlu membayar langsung, sehingga bisa mengatur keuangannya dengan lebih baik hingga menerima gaji berikutnya.

Namun, meskipun layanan ini menawarkan berbagai keuntungan, penggunaan paylater juga menimbulkan sejumlah pertanyaan dan tantangan, terutama terkait dengan dampaknya terhadap perilaku keuangan karyawan di era digital. Di Indonesia, layanan paylater semakin banyak digunakan, khususnya di kalangan generasi muda dan karyawan yang memiliki pola konsumsi tinggi. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Muhammad dan Fernando (2024), layanan ini memang memberikan dampak positif terhadap perilaku keuangan, terutama dalam hal meningkatkan aksesibilitas terhadap barang dan jasa. Namun, di sisi lain, jika tidak dikelola dengan bijak, penggunaan paylater dapat memicu perilaku konsumtif yang berlebihan, di mana seseorang cenderung membeli sesuatu di luar kemampuan finansialnya hanya karena adanya kemudahan pembayaran di masa mendatang.

Fenomena ini menunjukkan bahwa meskipun layanan paylater memberikan kenyamanan dan fleksibilitas dalam bertransaksi, pengguna tetap perlu berhati-hati dalam mengelola keuangannya (Ningsih, Woestho, & Kurniawan, 2023; Silalahi, Althariq, Pohan, Wibowo, & Wijaya, 2022). Kesadaran akan pentingnya perencanaan keuangan yang baik menjadi hal yang krusial agar layanan ini tidak justru menimbulkan masalah finansial di kemudian hari. Oleh karena itu, pemanfaatan paylater sebaiknya dilakukan dengan penuh pertimbangan, dengan memperhatikan kemampuan untuk membayar serta menghindari kebiasaan belanja impulsif yang dapat berdampak buruk pada kondisi keuangan pribadi.

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, penelitian ini berfokus pada bagaimana penggunaan layanan paylater memengaruhi berbagai aspek perilaku keuangan karyawan PT. Tripatra. Secara khusus, penelitian ini mengkaji sejauh mana penggunaan paylater berpengaruh terhadap minat konsumsi dan gaya hidup karyawan. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk memahami peran literasi keuangan dalam membantu karyawan mengelola keuangan mereka saat menggunakan layanan paylater. Lebih lanjut, penelitian ini akan mengidentifikasi

faktor-faktor yang dapat memoderasi hubungan antara penggunaan layanan paylater, minat konsumsi, dan gaya hidup karyawan.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh penggunaan layanan paylater terhadap perilaku konsumsi dan gaya hidup karyawan PT. Tripatra. Selain itu, penelitian ini juga mengeksplorasi bagaimana tingkat literasi keuangan berperan dalam mengelola dampak penggunaan paylater terhadap kondisi finansial karyawan. Faktor-faktor yang dapat memperkuat atau melemahkan hubungan antara penggunaan layanan paylater, minat konsumsi, dan gaya hidup karyawan juga menjadi bagian penting dalam penelitian ini.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi baik secara teoritis maupun praktis. Dari sisi teoritis, penelitian ini akan menambah wawasan mengenai dampak layanan paylater terhadap perilaku keuangan karyawan, serta bagaimana literasi keuangan dapat memengaruhi pengelolaan finansial mereka. Dari sisi praktis, penelitian ini akan memberikan rekomendasi bagi karyawan agar lebih bijak dalam memanfaatkan layanan paylater serta mengelola keuangan mereka secara lebih efektif. Penelitian ini difokuskan pada karyawan PT. Tripatra yang menggunakan layanan paylater, dengan mempertimbangkan faktor-faktor seperti literasi keuangan dan perilaku konsumtif dalam analisisnya. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah survei melalui penyebaran kuesioner kepada responden. Melalui penelitian ini, diharapkan dapat diperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai dampak penggunaan layanan paylater terhadap perilaku keuangan karyawan di era digital, sekaligus memberikan rekomendasi yang relevan untuk pengelolaan keuangan yang lebih baik.

KAJIAN TEORITIS

Konsep Paylater

Paylater adalah fasilitas kredit jangka pendek yang memungkinkan konsumen melakukan pembelian barang atau jasa tanpa harus membayar langsung pada saat transaksi berlangsung. Pembayaran dilakukan pada periode berikutnya, baik secara penuh maupun dengan sistem cicilan, sesuai dengan ketentuan yang ditetapkan oleh penyedia layanan.

Konsep paylater dengan teori kredit dalam teori perkembangan ekonomi, yang menjelaskan bahwa kredit berperan penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi dengan memberikan akses keuangan yang lebih luas bagi konsumen dan pelaku usaha (Schumpeter, 1934). Mekanisme kerja paylater mirip dengan sistem kredit konvensional, tetapi lebih fleksibel karena tidak memerlukan kartu kredit atau jaminan dalam proses persetujuan.

Secara umum, mekanisme kerja paylater melibatkan beberapa tahap:

1. Pendaftaran dan Persetujuan – Pengguna harus mendaftar melalui platform penyedia layanan dan memenuhi syarat tertentu, seperti riwayat transaksi atau skor kredit.
2. Penggunaan Kredit – Setelah disetujui, pengguna dapat memilih opsi paylater saat melakukan transaksi di merchant yang bekerja sama.
3. Pembayaran Tagihan – Pengguna diwajibkan membayar sesuai dengan periode yang telah ditentukan, baik dalam bentuk pembayaran penuh atau cicilan. Jika terjadi keterlambatan, biasanya akan dikenakan bunga atau denda tambahan.

Layanan paylater sering dibandingkan dengan metode pembayaran lainnya seperti kartu kredit, debit, dan pembayaran tunai. Sistem pembayaran dapat diklasifikasikan berdasarkan sumber dana dan fleksibilitas penggunaannya (Mishkin,2007).

Beberapa perbedaan utama antara paylater dan metode pembayaran lainnya adalah:

1. Sumber Dana – Paylater menggunakan dana pinjaman yang harus dibayar di kemudian hari, sementara kartu debit menggunakan saldo langsung dari rekening pengguna, dan kartu kredit mengandalkan limit kredit dengan mekanisme yang lebih kompleks.
2. Persyaratan dan Aksesibilitas – Paylater lebih mudah diakses dibandingkan kartu kredit karena tidak selalu membutuhkan riwayat kredit atau dokumen kompleks.
3. Bunga dan Biaya Tambahan – Kartu kredit memiliki bunga tahunan yang tetap, sedangkan paylater umumnya memiliki skema biaya yang bervariasi tergantung pada penyedia layanan dan kebijakan masing-masing.
4. Fleksibilitas Pembayaran – Paylater biasanya menawarkan opsi cicilan yang lebih fleksibel dengan tenor pendek (1–12 bulan), sementara kartu kredit memiliki sistem pembayaran minimal yang berkelanjutan.

Sebagai bagian dari industri fintech, layanan paylater diatur oleh berbagai regulasi yang bertujuan untuk melindungi konsumen dan memastikan keberlanjutan ekosistem keuangan digital. Regulasi terkait paylater biasanya mencakup aspek perizinan, perlindungan data pribadi, transparansi biaya, serta mekanisme penyelesaian sengketa.

Menurut Ronald Coase (1960), regulasi dalam sistem keuangan bertujuan untuk mengurangi ketidakpastian dan meningkatkan efisiensi pasar. Di Indonesia, layanan paylater diatur oleh beberapa regulasi utama, seperti:

1. Peraturan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) – Mengatur layanan paylater dalam kategori peer-to-peer lending atau kredit digital, termasuk ketentuan suku bunga dan batas pinjaman.

2. Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UU No. 8 Tahun 1999) – Mengatur hak dan kewajiban konsumen dalam menggunakan layanan keuangan berbasis teknologi.
3. Peraturan Bank Indonesia (PBI) tentang Sistem Pembayaran – Mengatur mekanisme transaksi digital dan memastikan penyedia layanan paylater mematuhi standar keamanan dalam bertransaksi.
4. Regulasi ini bertujuan untuk menjaga keseimbangan antara inovasi keuangan dan perlindungan konsumen, sehingga penggunaan paylater dapat dilakukan secara aman dan bertanggung jawab.

Minat Konsumsi

Minat konsumsi merujuk pada keinginan atau kecenderungan individu maupun kelompok dalam mengonsumsi barang dan jasa. Minat ini dipengaruhi oleh berbagai faktor, baik internal maupun eksternal. Faktor internal mencakup preferensi pribadi, pendapatan, gaya hidup, dan kebutuhan individu, sedangkan faktor eksternal meliputi tren pasar, iklan, sosial budaya, serta kemudahan akses terhadap layanan keuangan.

Beberapa teori perilaku konsumen yang relevan dalam memahami minat konsumsi antara lain adalah Teori Utilitas oleh para ekonomi klasik seperti Adam Smith dan John Stuart Mill, yang menyatakan bahwa individu berusaha memaksimalkan kepuasan (utilitas) dalam setiap keputusan konsumsi mereka (Smith&Mil, 1776/1848). Selain itu, Teori Hierarki Kebutuhan Maslow menjelaskan bahwa konsumsi seseorang dipengaruhi oleh kebutuhan dasar yang harus dipenuhi terlebih dahulu sebelum beralih ke kebutuhan yang lebih tinggi seperti aktualisasi diri. Sementara itu, Menurut Ajzen, niat konsumsi dipengaruhi oleh sikap individu, norma sosial, dan persepsi terhadap kontrol atas perilaku tersebut (Ajzen, 1991).

Salah satu faktor yang semakin mendorong minat konsumsi adalah kemudahan akses keuangan, seperti adanya kartu kredit, pinjaman online, atau skema cicilan tanpa bunga. Dengan semakin mudahnya individu mendapatkan akses ke modal, mereka lebih cenderung meningkatkan konsumsi, baik untuk kebutuhan primer maupun sekunder. Hal ini sesuai dengan Hipotesis Siklus Hidup dari Franco Modigliani, yang menyatakan bahwa individu cenderung mengatur konsumsi mereka berdasarkan ekspektasi pendapatan di masa depan. Dengan adanya akses keuangan yang lebih luas, seseorang mungkin akan berani meningkatkan konsumsi saat ini dengan harapan dapat menyeimbangkan keuangan mereka di masa mendatang (Modigliani, 1954).

Secara keseluruhan, minat konsumsi merupakan hasil interaksi kompleks antara faktor psikologis, sosial, ekonomi, dan kemudahan akses keuangan. Dengan semakin berkembangnya

teknologi dan layanan keuangan digital, minat konsumsi masyarakat terus mengalami perubahan yang perlu dianalisis lebih lanjut agar dapat dikelola secara bijak.

Gaya Hidup

Gaya hidup merupakan pola hidup individu atau kelompok yang tercermin dalam aktivitas, minat, dan opini mereka dalam kehidupan sehari-hari. Konsep gaya hidup pertama kali banyak dikaji dalam bidang psikologi dan sosiologi, dengan tokoh seperti Alfred Adler yang memperkenalkan istilah ini dalam konteks kepribadian individu (Adler, 1929). Gaya hidup tidak hanya mencerminkan preferensi dan kebiasaan seseorang, tetapi juga mencerminkan nilai-nilai sosial, ekonomi, dan budaya yang berkembang dalam suatu masyarakat.

Secara umum, gaya hidup dapat dianalisis melalui tiga dimensi utama: aktivitas, minat, dan opini (AIO). Dimensi aktivitas mencerminkan bagaimana seseorang menghabiskan waktu mereka, seperti pekerjaan, hobi, atau rekreasi. Dimensi minat menunjukkan ketertarikan seseorang terhadap berbagai aspek, seperti mode, teknologi, atau kuliner. Sementara itu, dimensi opini menggambarkan pandangan atau sikap individu terhadap isu-isu sosial, politik, dan ekonomi. Kombinasi ketiga dimensi ini membentuk pola unik yang mencerminkan gaya hidup seseorang atau kelompok tertentu.

Perkembangan teknologi dan digitalisasi telah membawa perubahan besar terhadap gaya hidup masyarakat. Kehadiran internet, media sosial, serta layanan digital seperti e-commerce dan fintech telah mengubah cara orang bekerja, berkomunikasi, dan berbelanja. Teori Technology Acceptance Model (TAM) yang dikembangkan oleh Fred Davis menjelaskan bahwa penerimaan teknologi oleh individu sangat dipengaruhi oleh persepsi mereka terhadap kemudahan penggunaan dan manfaat yang diberikan (Davis, 1989). Dalam konteks gaya hidup, semakin mudah seseorang mengakses teknologi, semakin besar peluang mereka untuk mengadopsi pola hidup yang lebih modern dan terhubung secara digital. Digitalisasi juga telah mendorong tren seperti gaya hidup serba instan, di mana orang mengutamakan kenyamanan dalam berbelanja, bepergian, dan mengonsumsi informasi.

Salah satu fenomena yang muncul akibat perkembangan teknologi adalah meningkatnya gaya hidup konsumtif. Gaya hidup konsumtif merujuk pada kecenderungan seseorang untuk mengutamakan pembelian barang dan jasa yang tidak selalu berdasarkan kebutuhan, tetapi lebih pada keinginan dan dorongan sosial. Konsep ini erat kaitannya dengan teori Conspicuous Consumption yang dikemukakan oleh Thorstein Veblen, di mana konsumsi sering kali digunakan sebagai simbol status sosial. Media sosial semakin memperkuat pola ini dengan

menampilkan standar kehidupan ideal yang mendorong individu untuk mengikuti tren demi mendapatkan pengakuan sosial (Veblen, 1899).

Implikasi dari gaya hidup konsumtif cukup kompleks. Di satu sisi, hal ini dapat mendorong pertumbuhan ekonomi melalui peningkatan permintaan terhadap barang dan jasa. Namun, di sisi lain, konsumsi yang berlebihan dapat menyebabkan masalah keuangan individu, meningkatnya limbah akibat budaya fast fashion dan konsumsi berlebihan, serta tekanan sosial yang berujung pada stres dan ketidakpuasan terhadap diri sendiri. Oleh karena itu, penting bagi individu untuk memiliki kesadaran dalam mengelola gaya hidup mereka agar tetap seimbang antara kebutuhan, keinginan, dan tanggung jawab sosial.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif dan inferensial. Pendekatan deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran mengenai karakteristik responden serta pola penggunaan layanan paylater di kalangan karyawan. Sementara itu, pendekatan inferensial digunakan untuk menganalisis hubungan antara penggunaan layanan paylater dengan perilaku keuangan karyawan serta menguji hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini.

Populasi dalam penelitian ini mencakup seluruh karyawan PT. Tripatra yang memiliki akses atau telah menggunakan layanan paylater. Untuk memperoleh sampel yang sesuai dengan tujuan penelitian, digunakan teknik purposive sampling. Kriteria sampel yang dipilih adalah karyawan yang telah bekerja secara aktif di PT. Tripatra selama minimal satu tahun, pernah menggunakan layanan paylater setidaknya satu kali dalam enam bulan terakhir, serta bersedia berpartisipasi dalam penelitian ini. Pemilihan kriteria ini bertujuan untuk memastikan bahwa responden memiliki pengalaman yang cukup dalam menggunakan layanan paylater, sehingga dapat memberikan informasi yang relevan mengenai dampaknya terhadap perilaku keuangan mereka.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 1. Karakteristik Responden

Pertanyaan	Kategori	Jumlah Responden	%
Usia	20-25	20	20%
	26-45	65	65%
	46-55	15	15%
Kelamin	Laki-laki	35	35%
	Perempuan	65	65%
Penghasilan	< Rp0-Rp5.000.000	25	25%
	Rp5.000.000-Rp10.000.000	45	45%
	Rp10.000.000-Rp20.000.000	20	20%
	>Rp20.000.000	10	10%

Pada table 1 dari hasil kuesioner yang dikumpulkan, mayoritas responden adalah karyawan PT. Tripatra yang aktif menggunakan layanan PayLater. Responden berasal dari berbagai latar belakang usia, jenis kelamin, serta jabatan dalam perusahaan. Sebagian besar dari mereka memiliki pengalaman kerja lebih dari satu tahun, yang menunjukkan bahwa mereka memiliki pemahaman yang cukup mengenai pengelolaan keuangan pribadi.

Tabel 2. Penggunaan Paylater

No	Pertanyaan	Kategori	Jumlah Responden	%
1	Platform Paylater yang sering digunakan	Shopee Paylater	55	55%
		Gojek Paylater	35	35%
		Traveloka Paylater	10	10%
2	Keuntungan utama menggunakan layanan paylater	Memudahkan pembelian	45	45%
		Meningkatkan daya beli	28	28%
		Membantu saat keuangan terbatas	10	10%
		Mendorong pembelian impulsif	13	13%
3	Kekurangan utama menggunakan layanan paylater	Bunga dan denda tinggi Risiko	25	25%
		terjerat hutang Memicu gaya hidup konsumtif Menyulitkan	15	15%
		pengelolaan uang Lainnya	45	45%
			10	10%
4	Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan menggunakan paylater	Promo dan diskon Kemudahan dan kecepatan Pengaruh teman dan keluarga Kebutuhan dan keinginan Lainnya	45	45%
			28	28%
			10	10%
			13	13%

Berdasarkan hasil survei, mayoritas responden menyatakan bahwa mereka menggunakan PayLater karena kemudahan proses transaksi dan adanya promo serta diskon menarik. Sebagian besar responden juga merasa bahwa PayLater membantu mereka dalam memenuhi kebutuhan mendesak dan mempermudah belanja online.

Namun, meskipun layanan ini memberikan kemudahan, tidak semua responden merasa nyaman dengan sistem limit kredit yang diberikan. Beberapa dari mereka merasa bahwa limit

yang tersedia masih kurang mencukupi kebutuhan mereka, sementara yang lain justru merasa khawatir dengan potensi penggunaan yang berlebihan.

Platform PayLater yang paling banyak digunakan oleh responden adalah Shopee PayLater, diikuti oleh Gojek PayLater dan Traveloka PayLater. Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan PayLater lebih dominan di platform e-commerce dan layanan transportasi online dibandingkan dengan platform lainnya.

Tabel 3. Dampak pada Minat

No	Pernyataan	Kategori	Jumlah Responden	%
1	Sering membeli barang yang kurang dibutuhkan karena ada paylater	Sangat Tidak Setuju	10	10%
		Tidak Setuju	19	19%
		Netral	11	11%
		Setuju	15	15%
		Sangat Setuju	45	45%
2	Paylater membuat lebih berani mencoba hal baru (membeli produk atau layanan baru)	Sangat Tidak Setuju	10	10%
		Tidak Setuju	5	5%
		Netral	15	15%
		Setuju	45	45%
		Sangat Setuju	25	25%
3	Penggunaan PayLater meningkatkan minat saya untuk berbelanja online.	Sangat Tidak Setuju	10	10%
		Tidak Setuju	15	15%
		Netral	15	15%
		Setuju	40	40%
		Sangat Setuju	20	20%
4	merasa lebih mudah dalam membuat keputusan pembelian karena adanya PayLater	Sangat Tidak Setuju	10	10%
		Tidak Setuju	19	19%
		Netral	11	11%
		Setuju	15	15%
		Sangat Setuju	45	45%

Pada table ke 3 menunjukkan bahwa penggunaan PayLater meningkatkan minat konsumsi karyawan PT. Tripatra. Sebagian besar responden mengakui bahwa mereka lebih sering membeli barang yang sebenarnya tidak terlalu dibutuhkan karena adanya kemudahan transaksi dengan PayLater. Selain itu, mereka juga lebih tertarik dengan produk atau layanan yang menyediakan opsi pembayaran menggunakan PayLater.

Hal ini menunjukkan bahwa fitur PayLater berpotensi mendorong perilaku konsumtif di kalangan karyawan, di mana mereka lebih mudah tergoda untuk membeli sesuatu tanpa perencanaan keuangan yang matang.

Tabel 4. Pada Gaya Hidup

No	Pernyataan	Kategori	Jumlah Responden	%
1	gaya hidup saya meningkat setelah menggunakan PayLater	Sangat Tidak Setuju	10	10%
		Tidak Setuju	5	5%
		Netral	15	15%
		Setuju	45	45%
		Sangat Setuju	25	25%
2	lebih sering makan di luar atau memesan makanan secara online karena ada PayLater)	Sangat Tidak Setuju	10	10%
		Tidak Setuju	19	19%
		Netral	11	11%
		Setuju	15	15%
		Sangat Setuju	45	45%
3	sering membeli pakaian atau aksesoris baru karena ada PayLater.	Sangat Tidak Setuju	10	10%
		Tidak Setuju	15	15%
		Netral	15	15%
		Setuju	40	40%
		Sangat Setuju	20	20%
4	merasa lebih mudah mengatur keuangan dengan adanya PayLater.	Sangat Tidak Setuju	10	10%
		Tidak Setuju	19	19%
		Netral	11	11%
		Setuju	15	15%
		Sangat Setuju	45	45%

Dalam aspek gaya hidup, sebagian besar responden merasa bahwa penggunaan PayLater telah meningkatkan kualitas hidup mereka. Mereka lebih sering makan di luar, membeli pakaian atau aksesoris baru, serta mengikuti tren terbaru. Namun, di sisi lain, ada indikasi bahwa kemudahan akses ke kredit ini juga mendorong perilaku belanja impulsif. Beberapa responden menyatakan bahwa mereka sering kali membeli barang tanpa berpikir panjang hanya karena tersedianya opsi pembayaran PayLater.

Tabel 5. Keuangan

No	Pernyataan	Kategori	Jumlah Responden	%
1	gaya hidup saya meningkat setelah menggunakan PayLater	Sangat Tidak Setuju	10	10%
		Tidak Setuju	5	5%
		Netral	15	15%
		Setuju	55	55%
		Sangat Setuju	15	15%
2	seringkali kesulitan membayar tagihan PayLater tepat waktu.	Sangat Tidak Setuju	10	10%
		Tidak Setuju	19	19%
		Netral	11	11%
		Setuju	45	45%
		Sangat Setuju	15	15%

3	Saya merasa khawatir dengan keamanan data pribadi saya saat menggunakan PayLater.	Sangat Tidak Setuju	10	10%
		Tidak Setuju	15	15%
		Netral	15	15%
		Setuju	40	40%
		Sangat Setuju	20	20%
4	merasa PayLater membuat saya lebih konsumtif..	Sangat Tidak Setuju	10	10%
		Tidak Setuju	19	19%
		Netral	11	11%
		Setuju	15	15%
		Sangat Setuju	45	45%

Dari aspek keuangan, mayoritas responden mengakui bahwa pengeluaran bulanan mereka meningkat setelah menggunakan PayLater. Sebagian dari mereka juga merasa terbebani dengan biaya administrasi dan bunga yang cukup tinggi. Terkait pembayaran tagihan, sebagian besar responden mengaku selalu membayar tepat waktu, tetapi ada juga yang mengalami kesulitan dalam melunasi tagihan mereka. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun PayLater memberikan fleksibilitas dalam pembayaran, ada risiko keterlambatan yang dapat berujung pada akumulasi utang. Selain itu, beberapa responden menyatakan bahwa mereka memiliki utang lain selain PayLater, yang mengindikasikan potensi risiko keuangan jika tidak dikelola dengan baik. Kekhawatiran mengenai keamanan data pribadi saat menggunakan layanan ini juga menjadi perhatian bagi sebagian responden.

Pengalaman Pengguna dan Saran Perbaikan dari tanggapan terbuka yang diberikan, beberapa kelebihan utama dari layanan PayLater yang dirasakan oleh responden meliputi:

1. Kemudahan dalam melakukan transaksi tanpa harus membayar langsung
2. Tersedianya berbagai promo dan diskon
3. Fleksibilitas dalam pengelolaan keuangan jangka pendek

Namun, ada juga beberapa kekurangan yang disoroti, seperti:

1. Biaya bunga dan administrasi yang cukup tinggi
2. Risiko keterlambatan pembayaran yang dapat meningkatkan jumlah utang
3. Potensi mendorong perilaku konsumtif yang berlebihan

Sebagai saran perbaikan, banyak responden menyarankan agar penyedia layanan PayLater memberikan lebih banyak edukasi tentang pengelolaan keuangan yang baik serta menawarkan fitur pengingat pembayaran untuk membantu pengguna menghindari keterlambatan.

Sikap terhadap Perilaku Konsumtif dan Strategi Pengelolaan PayLater Sebagian besar responden setuju bahwa penggunaan PayLater dapat mendorong perilaku konsumtif. Untuk

mengelola penggunaan PayLater agar tidak berdampak negatif, beberapa strategi yang diusulkan oleh responden antara lain:

1. Membatasi penggunaan PayLater hanya untuk kebutuhan yang benar-benar penting
2. Menetapkan batasan maksimal transaksi agar tidak melebihi kemampuan membayar
3. Menggunakan fitur pengingat atau pencatatan pengeluaran untuk mengontrol tagihan PayLater
4. Menghindari penggunaan PayLater untuk pembelian impulsif atau gaya hidup semata.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan temuan dari penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa layanan PayLater memiliki pengaruh yang cukup besar terhadap pola konsumsi serta gaya hidup karyawan PT. Tripatra. Sebagian besar responden mengakui bahwa kemudahan dalam bertransaksi serta peningkatan daya beli yang ditawarkan oleh layanan ini memberikan manfaat yang signifikan dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka. Namun, di sisi lain, kemudahan akses terhadap kredit digital ini juga berpotensi mendorong perilaku konsumtif yang tidak terencana, termasuk kecenderungan melakukan pembelian impulsif. Jika tidak dikelola dengan baik, pola konsumsi yang tidak terkendali ini dapat berdampak negatif terhadap kesehatan finansial individu dalam jangka panjang, terutama dalam hal pengelolaan utang dan kestabilan ekonomi pribadi.

Oleh karena itu, penting bagi setiap pengguna layanan PayLater untuk memiliki kesadaran yang lebih tinggi terhadap implikasi finansial dari penggunaan layanan ini. Literasi keuangan yang baik menjadi faktor kunci dalam memastikan bahwa manfaat yang diperoleh dari PayLater dapat dioptimalkan tanpa menimbulkan risiko yang berlebihan. Untuk mendukung hal tersebut, perusahaan dapat mengambil langkah proaktif dengan menyediakan program edukasi finansial bagi karyawan, sehingga mereka memiliki pemahaman yang lebih baik tentang cara mengelola pengeluaran, menghindari utang berlebihan, serta membuat keputusan keuangan yang lebih bijak. Selain itu, dari sisi individu, disarankan agar setiap karyawan menetapkan batas pengeluaran yang disesuaikan dengan kemampuan finansial mereka dan mempertimbangkan kembali setiap keputusan pembelian agar terhindar dari risiko finansial yang tidak diinginkan di masa mendatang.

DAFTAR REFERENSI

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211.
- Arsita, W. O. I. (2022). *Pengaruh kepercayaan, kemudahan dan risiko terhadap minat menggunakan Shopee Paylater (Studi kasus pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Malang)* [Undergraduate thesis]. Universitas Muhammadiyah Malang.
- Coase, R. (1960). The problem of social cost. *Journal of Law and Economics*, 3(1), 1–44.
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319–340.
- Dewi, S. K., & Tarigan, A. A. (2022). Pengaruh religiusitas, risiko, penanganan keluhan konsumen terhadap keputusan penggunaan Shopee Paylater dengan minat sebagai variabel intervening. *JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*, 9(3), 1544–1560. <https://doi.org/10.35794/jmbi.v9i3.44486>
- Diana Putri, S. (2022). Pengaruh literasi keuangan terhadap minat menggunakan fintech payment (Paylater) pada Shopee (Studi kasus pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta Padang). *Ejurnal Bunghatta*.
- Mishkin, F. S. (2007). *The economics of money, banking, and financial markets* (8th ed.). Pearson Education.
- Modigliani, F., & Brumberg, R. (1954). Utility analysis and the consumption function: An interpretation of cross-section data. *Post-Keynesian Economics*, 388–436.
- Muhammad, F., Susilowati, R., & Kuspriatni, L. (2023). Pengaruh kemudahan penggunaan dan keamanan terhadap minat penggunaan Shopee Paylater. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(1).
- Muhammad, & Fernando. (2024). Dampak layanan Paylater terhadap perilaku keuangan masyarakat. *Jurnal Keuangan Digital*, 5(1), 45–60.
- Ningsih, M. C., Woestho, C., & Kurniawan, D. (2023). Pengaruh literasi keuangan, manfaat Paylater dan pendapatan generasi Z terhadap minat penggunaan Paylater di platform Shopee pada Kecamatan Tambun Selatan. *Jurnal Economina*, 2(11), 3218–3231. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i11.967>
- Schumpeter, J. A. (1934). *The theory of economic development*. Harvard University Press.
- Silalahi, P. R., Althariq, G. N., Pohan, A., Wibowo, A., & Wijaya, I. R. (2022). Pengaruh sistem Paylater terhadap minat belanja konsumen pengguna Gojek. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 7(30).
- Smith, A. (1776). *An inquiry into the nature and causes of the wealth of nations*. Methuen & Co., Ltd.
- Veblen, T. (1899). *The theory of the leisure class*. Macmillan.

Peraturan Perundang-Undangan:

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

Peraturan Otoritas Jasa Keuangan (OJK):

Peraturan Otoritas Jasa Keuangan tentang Layanan Keuangan Digital.

Peraturan Bank Indonesia (PBI):

Peraturan Bank Indonesia tentang Sistem Pembayaran.