



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research

Volume 5 Nomor 2 Tahun 2025 Page 2963-2981

E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246

Website: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

## Fenomena Peningkatan Penggunaan Paylater di Indonesia dan Dampaknya Terhadap Perilaku Masyarakat

Ade Rachmawati Nurfitri<sup>1✉</sup>, Dimiyati<sup>2</sup>, Winarsih<sup>3</sup>, Endang Setyaningsih<sup>4</sup>

Universitas Gunadarma, Jakarta, Indonesia

Email: [arachma38@gmail.com](mailto:arachma38@gmail.com)<sup>✉</sup>

### Abstrak

Perkembangan digitalisasi dan munculnya inovasi yang beragam, mendukung bisnis start up untuk menyediakan system pembayaran cara baru dengan metode cicilan secara online yang dikenal dengan system pay later atau bayar nanti. Meningkatnya jumlah pengguna PayLater di Indonesia mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Peningkatan kebutuhan serta tuntutan gaya hidup menyebabkan banyak dari masyarakat yang memilih bertransaksi dengan menggunakan PayLater. Hal ini mencerminkan tingginya minat masyarakat pada sistem Paylater ini. Pengalaman bertransaksi yang positif, efisiensi serta fleksibel adalah alasan utama yang menyebabkan konsumen untuk semakin memilih menggunakan PayLater. Tersedianya metode pembayaran ini pada industri ritel, juga turut mendorong terjadinya peningkatan adopsi PayLater pada beberapa tahun terakhir serta mendukung tingginya minat konsumen untuk bertransaksi baik secara online di e-commerce, juga offline pada merchant fisik yang tersebar di seluruh wilayah Indonesia.

Kata Kunci : *Dampak, Paylater, Transaksi Digital*

## Abstract

The development of digitalization and the emergence of various innovations support start-up businesses to provide a new payment system with an online installment method known as the pay later system. The increasing number of PayLater users in Indonesia has increased from year to year. The increase in needs and demands of lifestyle has caused many people to choose to transact using PayLater. This reflects the high public interest in this Paylater system. A positive, efficient and flexible transaction experience is the main reason why consumers are increasingly choosing to use PayLater. The availability of this payment method in the retail industry has also encouraged the increase in PayLater adoption in recent years and supported the high interest of consumers to transact both online in e-commerce, as well as offline at physical merchants spread throughout Indonesia.

Keywords: *Impact, Paylater, Digital Transactions*

## PENDAHULUAN

Silalahi et al (2019) menyebutkan payLater adalah layanan keuangan dengan sistem pembayaran cicilan secara tidak langsung. Paylater merupakan salah satu alat bayar yang sedang tren dan banyak digunakan. Saat ini, demikian banyak perusahaan start-up yang mempromosikan fitur ini yang menawarkan fasilitas kredit tanpa kartu kredit. Paylater banyak diterapkan pada e-commerce sehingga tidak memerlukan penggunaan kartu fisik.

Menurut Panjalu dan Mirati (2022), seiring dengan perkembangan teknologi telah memunculkan berbagai inovasi digital, salah satu bentuk inovasi tersebut adalah inovasi pada industri keuangan yaitu inovasi yang berupa financial technology yang selanjutnya disebut dengan fintech. Kehadiran fintech turut mendukung proses transaksi keuangan yang lebih modern dan juga nyaman. Terciptanya alternatif metode pembayaran berbasis kredit online yaitu paylater, adalah salah satu bentuk Inovasi telah dilakukan oleh beberapa fintech dan beberapa e-commerce. Metode pembayaran yang ada pada paylater, yang telah disediakan oleh berbagai platform, menyediakan layanan keuangan secara online. Pada e-commerce dan layanan e-wallet juga turut andil menyediakan diversifikasi produk pada bidang pembiayaan kredit. Pada masa berlangsungnya pandemi, metode pembayaran dengan paylater berkembang pesat. Oleh karena itu, kehadiran paylater dianggap sebagai peluang yang dapat memberi keuntungan kepada berbagai pihak, baik masyarakat sebagai pengguna, maupun bagi platform penyedia paylater dan para unit bisnis.

Menurut Iswara (2022) ekonomi digital dan industry e-commerce di Indonesia terus menunjukkan pertumbuhan yang positif. Pertumbuhan tersebut didorong oleh kondisi masyarakat yang semakin terbiasa untuk bertransaksi secara digital melalui e-commerce,

serta peran aktif pelaku keuangan digital yang menghadirkan akses layanan digital yang semakin inovatif dan menyebabkan penggunaan paylater meningkat. Paylater sebagai salah satu metode pembayaran digital di e-commerce, mengalami pertumbuhan 38 persen dalam jumlah konsumen pengguna, jika dibandingkan pada tahun 2021 yang meningkat sebesar 28 persen. Keunggulan yang ada pada paylater yaitu sebagai metode pembayaran secara berkala dan adanya kemudahan akses kredit secara digital bagi konsumen, juga menjadi faktor yang menyebabkan meningkatnya jumlah pengguna paylater. Penetrasi layanan digital yang lebih luas, terjadi, turut didukung oleh percepatan digitalisasi di Indonesia, peran dari e-commerce serta layanan keuangan digital seperti paylater. Penetrasi layanan digital yang lebih luas tentunya menjadi indikasi positif bagi pertumbuhan ekonomi digital di Indonesia, yang saat ini memiliki potensi yang besar.

Hidayat (2022) menjelaskan bahwa jumlah pengguna yang memanfaatkan fitur payLater di sepanjang tahun 2021, mengalami peningkatan hampir dua kali lipat jika dibandingkan dari tahun sebelumnya. Jika dilihat dari jumlah transaksi mengalami pertumbuhan transaksi hampir 3x lipat selama 2021. Tren pembayaran dengan menggunakan payLater ini, ditemukan di berbagai wilayah di Indonesia.

Angelia (2022) menyebutkan salah satu dari sekian banyak alasan yang menyebabkan layanan paylater tumbuh subur dan mudah diterima oleh masyarakat Indonesia, adalah rendahnya tingkat penetrasi kartu kredit di tengah perkembangan ekonomi digital yang demikian pesat. Faktor lainnya seperti perkembangan akses internet serta telepon seluler pintar (smartphone) yang masif pun ikut mendukung masuknya layanan paylater di Indonesia.

Kredivo (2024) melalui Laporan Perilaku Pengguna Paylater 2024, menyatakan bahwa pengalaman bertransaksi yang positif, efisiensi serta fleksibilitas adalah beberapa alasan utama yang mendorong masyarakat untuk semakin memilih menggunakan payLater. Ketersediaan metode pembayaran ini pada industri ritel turut meningkatkan adopsi payLater dalam beberapa tahun terakhir, serta meningkatkan minat konsumen untuk bertransaksi, tidak hanya bertransaksi secara online melalui e-commerce, tetapi juga bertransaksi secara offline di merchant fisik yang tersebar di seluruh Indonesia.

## METODE PENELITIAN

Citriadin (2020) menyebutkan penelitian adalah serangkaian kegiatan dan proses yaitu mengamati, mengobservasi, dan sejenisnya yang bertujuan untuk menemukan jawaban. Segala sesuatu yang berkaitan dengan ilmu pengetahuan diperoleh melalui proses penelitian. Metode penelitian kualitatif yang sering disebut dengan metode penelitian naturalistik, merupakan penelitian yang dilakukan pada kondisi yang alamiah. Tujuan penelitian kualitatif adalah menemukan jawaban terhadap suatu fenomena atau pertanyaan, melalui prosedur aplikasi ilmiah secara sistematis dengan menggunakan suatu pendekatan kualitatif.

Pendekatan yang digunakan pada penelitian ini adalah menggunakan pendekatan kualitatif, yaitu jenis penelitian kepustakaan. Penelitian kepustakaan adalah metode penelitian yang digunakan untuk pencarian data atau melakukan pengamatan (observasi) secara mendalam terhadap tema yang diteliti, dalam menemukan jawaban sementara dari suatu masalah yang ditemukan di awal sebelum penelitian ditindaklanjuti. Data pustaka umumnya adalah berupa data dari sumber sekunder dan kondisi data pustaka tidak dibatasi oleh ruang dan waktu. Literatur yang digunakan tidak terbatas pada buku, tetapi juga dapat berupa bahan dokumentasi, majalah, koran dan lain-lain. Kegiatan yang dilakukan pada penelitian ini adalah dengan menghimpun data dari berbagai sumber literatur yang sesuai dengan pembahasan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil

Sulistyawati (2023) menjelaskan bahwa hasil dari suatu penelitian kualitatif bukan generalisasi, melainkan pemahaman secara lebih mendalam terhadap suatu masalah. Pada penelitian ini dilakukan pengkajian terhadap data-data kepustakaan yang telah dihimpun dari berbagai sumber serta hasil-hasil penelitian terdahulu dengan tema yang sama, sesuai apa adanya, tanpa melakukan perubahan, serta pengkajian terhadap fenomena terkait yang telah dipublikasikan pada berbagai media resmi. Berikut ini adalah Tabel 1 yang menampilkan beberapa dampak positif dan negative dari penggunaan paylater, yang merupakan hasil dari penelusuran peneliti dari berbagai sumber.

Tabel 1. Dampak Positif Dan Negative Penggunaan Paylater

	Penulis	Dampak Positif Paylater	Dampak Negatif Paylater
	Silalahi et al., 2019)		<p>a. Pengguna menjadi individu yang konsumtif karena beberapa kemudahan yang diberikan oleh penyedia layanan.</p> <p>b. Semakin banyaknya masyarakat yang mengetahui teknologi PayLater maka semakin banyak juga konsumen yang bersifat konsumtif.</p>
	Angelia (2022)	<p>a. Fitur paylater menjadi impuls bagi masyarakat yang mengalami kendala keuangan dan membutuhkan pinjaman dalam waktu cepat.</p> <p>b. Konsumen menggunakan fitur paylater untuk mengontrol pengeluaran bulanan.</p>	
	Hartanto (2022)		<p>a. Platform pembayaran berbasis kredit digital ini juga mendorong penggunaanya untuk makin impulsive dalam berbelanja.</p>
	Iswara (2022)	<p>a. Konsumen semakin nyaman dan percaya dalam menggunakan layanan keuangan digital</p>	

		<p>untuk bertransaksi di e-commerce.</p> <p>b. Masyarakat semakin familiar dengan metode pembayaran Paylater guna berbelanja secara online.</p>	
	info.populix.co (2023)	a. Responden telah memiliki perencanaan keuangan yang lebih baik dengan membatasi nominal cicilan yang mereka miliki sehingga pengeluaran bulanan tetap terkendali.	
	Nurlaela 2023	a. Layanan paylater untuk mengendalikan pengeluaran bulanan	
	Anggraeni (2024)	a. Timbulnya inovasi pada paylater menyebabkan kondisi yang lebih baik kepada konsumen	a. Konsumen mungkin tertarik untuk melakukan pembelian yang melebihi kemampuan pembayarannya
	Ariesta (2024)	a. Generasi yang lebih tua semakin tertarik mengadopsi keuangan digital	
	Chaniago dan Suwaidi (2024)		a. Menimbulkan kecenderungan gen z untuk membeli barang yang lebih mahal karena kenaikan limit yang diberikan dari layanan Paylater.

			<p>b. Penggunaan Paylater dapat memicu perilaku keuangan buruk.</p> <p>c. Penggunaan Paylater tanpa kontrol diri akan menimbulkan dampak negative.</p>
	Medianti (2024)	<p>a. Kemudahan paylater dalam memberikan akses kredit bagi konsumen.</p> <p>b. Paylater Tumbuh Jadi Metode Pembayaran Pilihan untuk Kebutuhan Sehari-hari</p>	
	Septiani (2024)	a. Paylater menjadi alternatif bagi yang ingin berbelanja tanpa hambatan digital dan tingginya ongkos kirim	
	Sitepu dan Fadila (2024)		<p>a. Pengguna ketergantungan utang dan biaya tambahan yang tinggi</p> <p>b. Kemudahan berbelanja dengan Paylater dapat mendorong perilaku impulsive.</p>
	Untari (2024)	a. Generasi milenial paling banyak menggunakan paylater,.	a. Generasi milenial juga menyumbang kredit bermasalah paling besar
	Yuliawati (2024)	a. Jika digunakan dengan bijak, paylater dapat membantu dalam mengatur cash flow dan	a. Kelompok yang tak punya akses keuangan pengguna paylater yang berasal dari ekonomi yang rentan

		<p>memenuhi kebutuhan, membantu meningkatkan kredit</p> <p>berbagai bahkan skor</p>	<p>berpotensi terjebak dalam kemiskinan atau kesulitan ekonomi jangka panjang</p> <p>b. Kemudahan akses teknologi untuk membeli barang dengan menunda pembayaran, membuat anak muda tak sadar menumpuk utang dan potensi terjerat kemiskinan.</p> <p>c. Di balik tren penggunaan paylater, terdapat kekhawatiran over-indebtedness (penumpukan utang di kalangan muda).</p>
	<p>Moehammad N (2025)</p>		<p>a. Keterjebakan Utang</p> <p>b. Keterpurukan dalam utang dapat menyebabkan masalah keuangan yang berkepanjangan</p> <p>c. Ketidakmampuan untuk melunasi utang paylater dapat menyebabkan rasa malu dan penyesalan.</p> <p>d. Bahwa utang dapat menyebabkan masalah mental, termasuk kecemasan dan depresi.</p> <p>e. Paylater dapat memberikan kemudahan dalam bertransaksi, tetapi jika tidak dikelola dengan bijak, layanan ini dapat menjadi</p>

			ancaman bagi keuangan keluarga.
	Yonatan (2025)	a. Dengan semakin meningkatnya jumlah pengguna PayLater, semakin banyak pula aplikasi dan e-commerce yang menyediakan fitur ini untuk impulsive buying	a. Mendorong gaya hidup konsumtif yang tinggi. Penggunaan PayLater yang tidak bijaksana membuat banyak orang pada akhirnya malah terilit utang yang tidak sedikit.

Dari Tabel 1 tersebut diatas, dampak positif pertama dari penggunaan paylater adalah bahwa paylater dapat membantu masyarakat dalam hal pengelolaan keuangan. Menurut Angelia (2022) bahwa fitur paylater dapat menjadi stimulus bagi masyarakat yang mengalami masalah keuangan serta membutuhkan pinjaman dalam waktu cepat, dan konsumen dapat menggunakan fitur paylater untuk mengontrol pengeluaran bulanan. Laraspati (2022) menyatakan bahwa layanan paylater dapat membantu masyarakat dalam mengelola keuangan. Dampak positif tersebut diperkuat oleh hasil survei info.populix.co (2023) yang menyebutkan bahwa responden sebagai pengguna paylater sudah memiliki perencanaan keuangan yang lebih baik yaitu dengan membatasi jumlah nominal cicilan sehingga pengeluaran bulanan akan tetap terkendali.

Yuliawati (2024) menyebutkan Jika digunakan dengan bijak, maka paylater dapat membantu masyarakat dalam mengatur arus keuangan (cash flow) serta memenuhi berbagai kebutuhan, bahkan dapat membantu meningkatkan skor kredit. Pernyataan tersebut didukung oleh Nurlaela (2023) yang menyatakan bahwa layanan paylater dapat membantu mengendalikan pengeluaran bulanan. Dari hasil survei menunjukkan, bahwa masyarakat Indonesia cukup bijak dalam mengelola keuangan, terlihat dari mayoritas responden hanya memiliki cicilan paylater kurang dari 1 juta rupiah untuk 1 bulan. Untuk penggunaan paylater, 82 persen dari responden memiliki cicilan paylater kurang dari Rp 1 juta per bulan dan sebanyak 75 persen dari responden pernah menggunakan nominal dengan jumlah kurang dari Rp 1 juta. Maka hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden dari survei tersebut sebagai pengguna paylater telah berpikir bijak, tidak hanya menggunakan layanan paylater tetapi juga untuk mengendalikan pengeluaran bulanan.

Hasil survei dari info.populix.co (2023) juga menunjukkan paylater berperan penting dalam kegiatan ekonomi Indonesia. Penggunaan paylater yang semakin terjangkau bagi

masyarakat serta fleksibilitas dalam pembayaran cicilan, hingga kemudahan dalam proses registrasi mendorong penggunaan paylater sebagai salah satu solusi pembayaran yang inovatif untuk melakukan transaksi. Suara.com (2022) menyebutkan dari hasil riset Kredivo dan Katadata Insight Center, mengungkapkan bahwa penyedia layanan paylater di Indonesia optimis bahwa peranan paylater dapat semakin optimal yang berfungsi sebagai instrumen penjaga daya beli Masyarakat, di tengah kondisi ekonomi Indonesia yang sangat dinamis.

Dari Tabel 1 tersebut diatas, dampak positif berikutnya dari penggunaan paylater, menurut Yonatan (2025) dan Iswara (2022) adalah adanya peningkatan jumlah pengguna paylater dan peningkatan jumlah aplikasi dan e-commerce yang menyediakan layanan paylater, serta masyarakat yang semakin mengenal metode pembayaran paylater yang dapat digunakan untuk berbelanja secara online. Menurut Anggraeni (2024) timbulnya inovasi pada paylater menyebabkan kondisi konsumen yang lebih baik. Ariesta (2024) menyebutkan bahwa generasi yang lebih tua semakin tertarik untuk mengadopsi layanan keuangan digital.

Dampak positif tersebut didukung oleh Iswara (2022) yang menyatakan bahwa inklusivitas layanan digital juga terlihat dari adanya peningkatan transaksi konsumen pada generasi yang berumur lebih tua. Konsumen pada kelompok umur antara 36 hingga 55 tahun mengalami peningkatan jumlah dalam melakukan transaksi berbelanja online. Suara.com (2022) menyebutkan dari hasil riset Kredivo dan Katadata Insight Center, bahwa penggunaan paylater pada e-commerce mengalami peningkatan hingga 38 persen selama tahun 2022. Di tahun sebelumnya, yaitu di tahun 2021 penggunaan paylater hanya meningkat sebesar 28 persen. Banyak dari masyarakat yang memilih penggunaan paylater disebabkan karena faktor fleksibilitas pembayaran, proses pendaftaran yang cepat dan mudah, serta adanya jaminan pengawasan dari pihak Otoritas Jasa Keuangan (OJK).

Menurut Medianti (2024) terjadi peningkatan pengguna paylater yang berusia lebih tua di luar segmentasi Generasi Z dan Milenial. Proporsi jumlah pengguna paylater pada umur 36 tahun ke atas mengalami peningkatan dari 27,8 persen pada tahun 2022 meningkat menjadi 29,6 persen pada tahun 2023. Dari segi jumlah transaksi, mengalami peningkatan dari rentang usia ini, dari 31 persen di tahun 2022 menjadi 31,9 persen di tahun 2023. Rentang pengguna paylater yang lebih beragam menunjukkan bahwa penggunaan paylater pada merchant offline diterima dengan baik pada kelompok usia yang cenderung lebih lambat mengadopsi cara berbelanja secara online dan lebih nyaman berbelanja secara offline. Kondisi ini juga menunjukkan bahwa adanya layanan paylater pada merchant offline adalah efektif dan memperluas demografi penggunaannya. Fenomena tersebut menjadi

potensi besar bagi industri paylater untuk terus berkembang dan menimbulkan dampak positif pada perekonomian Indonesia.

Dampak positif tersebut juga didukung oleh hasil penelitian Permana et al., (2022) yang menyatakan adanya dampak penggunaan teknologi pada digitalisasi. Sejalan dengan digitalisasi, muncul berbagai layanan yang mengakomodir kehidupan masyarakat salah satunya adalah dalam hal pembayaran transaksi, serta banyaknya aplikasi e-wallet maupun e-money yang bermunculan dalam rangka mewujudkan less cash society. Layanan paylater adalah salah satu terobosan di bidang financial technology baru yang diharapkan dapat memberikan solusi kepada konsumen dalam bertransaksi secara digital tanpa harus menggunakan kartu kredit. Adanya kemudahan penggunaan paylater menimbulkan kecenderungan pada penggunaannya untuk kembali menggunakan layanan paylater tersebut. Didukung oleh pernyataan Nurlaela (2023) bahwa dengan pesatnya pertumbuhan teknologi dan internet di Indonesia, pembayaran secara digital telah menjadi cara pembayaran paling populer saat ini. Karenanya layanan paylater mempunyai peran signifikan dalam aktivitas ekonomi Indonesia saat ini.

Dilansir dari Kredivo (2023), dari Laporan Perilaku Konsumen e-Commerce Indonesia 2023, bahwa penggunaan payLater di Indonesia sebagai metode pembayaran adalah yang terbesar dibandingkan enam negara ASEAN lainnya, yaitu dengan prosentase sebesar 42,24%. Hal ini antara lain disebabkan karena rendahnya penetrasi kartu kredit, yaitu sekitar setengah dari populasi di Indonesia yang tergolong underbanked, dengan akses yang terbatas pada produk keuangan. Artinya layanan payLater membantu masyarakat yang sebelumnya tidak terlayani produk keuangan hingga mengenal dan menumbuhkan keyakinan terutama pada produk keuangan digital. Melalui penggunaan payLater, maka masyarakat yang belum terjangkau oleh produk keuangan dapat membangun riwayat keuangannya dengan baik sehingga membantu Masyarakat untuk siap dalam mengakses produk keuangan perbankan lainnya yaitu seperti kartu kredit atau kredit kepemilikan rumah. Kondisi ini merupakan upaya pada industri payLater dalam membantu pemerintah untuk meningkatkan inklusi keuangan, yang mengarah kepada peningkatan kredit konsumen sehingga dapat berkontribusi pada pemberdayaan perekonomian negara.

Dilansir dari Kredivo (2024), berdasarkan laporan perilaku pengguna paylater Indonesia 2024, disebutkan bahwa pembayaran digital di Indonesia semakin pesat. Hadirnya e-wallet, uang elektronik, bank digital serta payLater sebagai pembayaran digital semakin populer dan merupakan factor-faktor yang mendukung pertumbuhan ekonomi digital. Seiring dengan munculnya berbagai metode pembayaran pada beberapa tahun

terakhir ini, payLater telah mengalami perkembangan pesat. Jumlah pengguna pembayaran digital di Indonesia diperkirakan akan mengalami peningkatan dari 158,7 juta pengguna di tahun 2021 menjadi 247,26 juta pengguna di tahun 2027. Diperkirakan tingkat adopsi payLater akan terus bertumbuh, sebesar 12,6% pada 2023-2028.

Berdasarkan Tabel 1 tersebut diatas, dampak positif lainnya dari penggunaan paylater yaitu adanya kemudahan paylater dalam memberikan akses kredit bagi konsumen. Menurut Jemadu dan Parstyia (2022), pertumbuhan paylater didukung oleh terjadinya kesenjangan dalam mengakses kredit di Indonesia. Peningkatan adopsi digital di berbagai sektor, popularitas e-commerce serta kemampuan paylater menjangkau masyarakat underbanked dalam mendapatkan akses kredit. Menurut Ariesta (2024) penetrasi kartu kredit di Indonesia yang masih rendah hanya sekitar 5 persen, jika dibandingkan Thailand 35 persen dan Malaysia 30 persen. Hal ini menjadi salah satu sebab layanan paylater telah mengambil alih peran penting untuk memperluas akses kredit di Indonesia.

Muhamad (2025) menyebutkan bahwa layanan paylater mempermudah masyarakat terutama yang tidak memiliki akses kredit pada perbankan, sebagai akses kredit dengan jumlah minimum lebih rendah. Menurut Yesidora (2025) pertumbuhan paylater yaitu 48,4 juta fasilitas kredit yang disalurkan pada Oktober 2024, yang telah melampaui pertumbuhan kartu kredit dengan pertumbuhan hanya 13,9 juta.

Dari Tabel 1 tersebut diatas, ada beberapa dampak negatif yang timbul dari paylater, diantaranya adalah dengan semakin banyak masyarakat yang mengetahui teknologi payLater maka semakin banyak Masyarakat (konsumen) yang bersikap konsumtif dan semakin impulsive dalam berbelanja. Penggunaan paylater dapat memicu perilaku keuangan buruk, diantaranya seperti impulsive buying dan ketergantungan pada hutang. Diketahui generasi milenial juga ikut menyumbang kredit bermasalah paling besar. Maka timbul kekhawatiran adanya over-indebtedness alias penumpukan utang di kalangan muda.

Dilansir dari Kredivo (2023), berdasarkan pada Laporan Perilaku Konsumen e-Commerce Indonesia 2023, bahwa pertumbuhan e-commerce yang sangat pesat didukung oleh dominasi konsumen generasi milenial dan generasi Z. Jumlah transaksi konsumen secara online di tahun 2022, berdasarkan pada kelompok umur, bahwa lebih dari 70% konsumen adalah berasal dari Generasi Z dan Milenial dengan umur di bawah 35 tahun. Didukung oleh hasil penelitian Sitepu dan Fadila (2024) bahwa paylater melalui aplikasi e-commerce menjadi semakin menarik bagi semua kalangan, terutama generasi muda di Indonesia. Survei oleh Katadata Insight Center dan Zig juga menunjukkan jika generasi milenial dan generasi Z adalah target potensial dalam penggunaan Paylater

Menurut Mufrida (2024) factor kemudahan pada pinjaman online seperti fintech pendanaan bersama dan paylater, telah sangat populer di kalangan Generasi Z dan Milenial. Kondisi ini menjadi dasar minat generasi Z dan milenial untuk berhutang.

Berdasarkan data Statistik Fintech Lending tahun 2023 yang diterbitkan oleh OJK, pada kelompok umur antara 19-34 tahun merupakan kontributor utama dalam aktivitas pinjaman secara online. Generasi Z dan Milenial ini konsisten menjadi penyumbang utang pinjaman online terbesar setiap bulan di sepanjang tahun 2023, mendominasi dengan mencatat sekitar 56,39% dari total utang pinjaman online perseorangan atau setara dengan Rp327,3 triliun. Menurut catatan OJK bahwa kelompok umur antara 19-34 tahun yaitu Generasi Z dan Milenial, konsisten menjadi kontributor utang pinjaman online terbesar pada setiap bulannya di sepanjang tahun 2023. Kondisi tersebut diperkuat oleh pernyataan Untari (2024) bahwa Generasi milenial adalah pengguna paylater terbanyak, serta Yuliawati (2024) yang menyatakan bahwa layanan paylater menjadi populer terutama di kalangan generasi muda. OJK mencatat transaksi paylater sebesar Rp 26,37 triliun per Agustus, dengan pengguna terbesarnya adalah berasal dari generasi Z dan milenial.

Tabel 1 diatas menunjukkan adanya beberapa dampak negatif yang timbul dari penggunaan paylater. Maka diperlukan suatu cara atau pendekatan seperti memberikan edukasi serta peningkatan literasi keuangan kepada masyarakat agar penggunaan paylater dapat digunakan dengan bijak dan disesuaikan dengan kebutuhan.

Menurut Mahmida (2024) fenomena penggunaan paylater di Indonesia menunjukkan adanya peningkatan. Maka penting bagi masyarakat untuk bijak menggunakan layanan paylater, agar tidak terjebak dalam jerat utang. Edukasi terkait pengelolaan keuangan serta risiko dari penggunaan payLater, perlu terus dilakukan dan ditingkatkan untuk menjaga kesehatan keuangan masyarakat. Meski hidup di era digital, banyak dari Generasi Z dan Milenial yang masih kurang memahami literasi keuangan dan digital dengan baik. Kondisi ini menyebabkan generasi Z dan milenial berpotensi tidak mampu mengelola keuangan secara bijak, termasuk menabung dan investasi. Maka dampaknya adalah, Generasi Z dan milenial cenderung tidak bijak dalam menggunakan produk pinjaman. Maka upaya untuk meningkatkan literasi keuangan dan digital di kalangan generasi muda sangat penting, dengan tujuan untuk membantu dalam pengelolaan masalah keuangan yang lebih baik serta mencegah terjatuh utang yang tidak terkendali.

Sitepu Dan Fadila (2024) menyatakan bahwa penyedia layanan paylater perlu mempertimbangkan strategi yang bertujuan untuk meningkatkan intensitas penggunaan serta pemberian edukasi terkait pengelolaan keuangan yang bijak.

Pada laporan Individu Financial Health Network (2023), disebutkan bahwa sikap individu yang buruk terkait masalah keuangan dapat menimbulkan perilaku stres finansial, yang menyebabkan individu tersebut menghadapi situasi keuangan yang sulit atau tidak dapat melakukan kontrol pada aktivitas keuangan. Situasi ini menyebabkan timbulnya rasa cemas serta tekanan psikologis yang berkepanjangan. Sikap keuangan pada individu akan menunjukkan sikap konsisten karena pengalaman dalam berbelanja, konsumsi serta menabung untuk masa depan, yang cenderung lebih baik jika dibandingkan dengan individu yang mempunyai sikap negatif yang cenderung tidak menabung. Kontrol diri adalah faktor yang sangat perlu diperhatikan, agar setiap perilaku individu serta keputusannya untuk melakukan pembelian ataupun mengkonsumsi suatu produk dapat terkendali dan dapat dilakukan seefektif mungkin serta sesuai dengan kebutuhan individu yang bersangkutan.

Chaniago dan Suwaidi (2024) menyebutkan meskipun paylater menawarkan kemudahan, namun tanpa adanya literasi keuangan dan kontrol diri yang memadai, maka dapat menimbulkan permasalahan yang keuangan serius. Peningkatan literasi keuangan sangat mempengaruhi perilaku pengelolaan keuangan individu. Literasi keuangan adalah kapabilitas individu dalam melakukan analisis serta menggunakan suatu informasi tertentu sebagai dasar dari keputusan yang akan diambil, agar pengelolaan keuangan dapat lebih efektif. Sedangkan perilaku pengelolaan keuangan adalah kesanggupan seseorang dalam mengelola uang yang dimiliki seefisien mungkin, supaya keberhasilan finansial dapat tercapai. Perilaku pengelolaan keuangan (Financial management behavior) berdampak langsung pada kondisi keuangan seorang individu. Pengelolaan keuangan secara efektif akan menghasilkan kesejahteraan finansial, dan sebaliknya.

Pada laporan Individu Financial Health Network (2023), disebutkan bahwa literasi keuangan adalah penguasaan keterampilan serta pengetahuan yang terkait dengan perilaku keuangan yang dibutuhkan seseorang, dalam mencapai efektifitas pada pengelolaan sumber daya keuangan yang dimiliki. Literasi keuangan merupakan faktor kunci yang membentuk keyakinan serta sikap individu dalam pengelolaan keuangan. Literasi keuangan yang baik, khususnya dalam penggunaan paylater memberikan kontribusi nyata terhadap perilaku pengelolaan keuangan yang lebih bijaksana. Kemampuan dalam mengelola keuangan termasuk dalam penggunaan layanan paylater akan semakin baik jika didukung dengan semakin tingginya tingkat literasi keuangan serta sikap keuangan dan kontrol diri yang dimiliki.

Kredivo (2023) berdasarkan pada Laporan Perilaku Konsumen e-Commerce Indonesia 2023, menyebutkan perlu adanya strategi pemasaran serta inisiatif edukasi pada layanan paylater, sehingga dapat meningkatkan literasi masyarakat dalam pemanfaatan payLater secara bijak. Untuk meningkatkan perlindungan konsumen dan membangun kepercayaan masyarakat terhadap layanan keuangan digital, maka OJK terus berupaya memperkuat pengembangan literasi keuangan digital. Di masa depan, penyedia PayLater perlu meningkatkan kewaspadaan konsumen terkait bunga dan biaya tambahan pada masing-masing transaksi. PayLater dapat terus menjadi metode pembayaran dengan pertumbuhan tercepat dan terfavorit yang merupakan pilihan konsumen e-commerce di Indonesia, karena adanya dukungan dari berbagai pihak.

## SIMPULAN

Berdasarkan pada uraian pembahasan tersebut, terjadi beberapa perubahan pada perilaku pengguna paylater, diantaranya seperti disebutkan Indotelko.com (2021), bahwa pandemi telah mengubah banyak hal termasuk perilaku saat bertransaksi digital. Terjadinya pandemi juga mendorong masyarakat untuk bertransaksi secara digital. pandemi juga berdampak pada akselerasi penggunaan paylater sebagai pilihan metode pembayaran yang cepat, mudah dan aman di e-commerce. Secara konsisten terjadi peningkatan rata-rata nilai transaksi di hampir semua kategori produk karena konsumen beralih berbelanja secara online. Hal ini menunjukkan transaksi digital konsumen mengalami peningkatan karena meningkatnya kepercayaan konsumen. Menurut Medianti (2024) preferensi masyarakat dalam bertransaksi secara online, mengalami perubahan yaitu semakin mengutamakan kepraktisan dan aksesibilitas yang mudah. Permana et al., (2022) menyatakan bahwa keberadaan marketplace yang menawarkan kemudahan membuat masyarakat semakin nyaman dalam bertransaksi, telah merubah kebiasaan masyarakat dalam berbelanja secara online.

Dilansir dari Kredivo (2024), berdasarkan laporan perilaku pengguna paylater Indonesia 2024, perubahan pada perilaku belanja konsumen terjadi seiring dengan tren penggunaan payLater pada merchant offline yang terus berkembang dan semakin luasnya adopsi teknologi pembayaran digital. Penggunaan payLater di merchant offline diharapkan akan terus meningkat, dengan adanya dukungan dari berbagai pihak seperti merchant, penyedia layanan dan lembaga keuangan, Terjadi pergeseran yang signifikan pada

preferensi cara pembayaran belanja secara online, yaitu payLater 70,5% dan e-wallet 74,1% yang mengalami peningkatan dibandingkan tahun 2023. Kondisi ini menunjukkan tren di masyarakat yang semakin mengadopsi teknologi keuangan digital. Peningkatan ini sejalan dengan total transaksi produk payLater yang mengalami peningkatan sebesar 21,66% dan mencapai Rp5,54 triliun secara tahunan dibandingkan periode yang sama tahun sebelumnya.

Penelitian Panjalu dan Mirati (2022) menyebutkan bahwa penggunaan teknologi diyakini sangat dipengaruhi oleh motif hedonis. Motivasi hedonis (Hedonic motivation) turut mempengaruhi perilaku konsumsi seseorang dan dinilai menjadi faktor penting bagi pengguna suatu teknologi karena dapat mempengaruhi minat beli atau pemakaian ulang. Jika seseorang memiliki motivasi hedonis maka seseorang akan merasa tertarik untuk menggunakan (paylater) tanpa memikirkan hal-hal lainnya karena memberikan rasa senang dan gembira bagi penggunanya.

Terkait dengan hedonic motivation, Gunawan et al., (2024) menyebutkan bahwa hedonic shopping motivation adalah adanya motivasi konsumen pada saat berbelanja yang tidak mempertimbangkan kelebihan dari barang yang dibeli. Munculnya kesenangan pada diri konsumen dapat disebabkan oleh berbagai faktor, diantaranya adalah bahwa berbelanja dapat menjadi self reward untuk menghilangkan stres dalam kehidupan sehari-hari. Gaya hedonis banyak ditemui dikalangan remaja. Hasil survei Katadata Insight Center (KIC) menyebutkan bahwa sikap hedonis ini berpengaruh besar pada konsumen dalam melakukan pembelian secara impulse ketika membuka suatu aplikasi belanja online. Disebutkan bahwa generasi Z yang berusia antara 15 –26 tahun, menjadi generasi yang berbelanja paling banyak pada e-commerce di Indonesia.

Maka Warliani (2025) menekankan pentingnya menjaga kestabilan mental sebelum menggunakan layanan paylater. Melakukan evaluasi secara komprehensif terhadap manfaat dan risiko, termasuk dampaknya terhadap kesehatan mental, adalah aspek krusial sebelum memanfaatkan layanan paylater. Diperlukan pengelolaan emosi serta keuangan yang bijaksana setelah penggunaan paylater, untuk memastikan tanggung jawab finansial pengguna paylater serta mencegah munculnya tekanan ekonomi dalam jangka Panjang.

## DAFTAR PUSTAKA

- Angelia, Diva. (2022, 27 Agustus). Intip 7 layanan paylater yang paling sering digunakan di indonesia 2021. <https://www.goodnewsfromindonesia.id/2022/01/17/inilah-7-layanan-paylater-paling-sering-digunakan-di-indonesia-2021>
- Anggraeni, Rika. (2024, 20 Maret). Pengguna 'paylater' terus meningkat, tembus rp 5,54 triliun januari 2024. <https://bisnisindonesia.id/article/pengguna-paylater-terus-meningkat-tembus-rp5-54-triliun-januari-2024>
- Arianto, Nurmin., Asmalah, Lia & Rahayu, Suharni. (2023). Pengaruh Hedonic Shopping Motivation dan Sales Promotion terhadap Impulse Buying . Jurnal Disrupsi Bisnis. 6 (3).
- Ariesta, Anggie. (2024, 9 Oktober). Pengguna paylater di atas 36 tahun terus bertambah, naik 39 persen dalam setahun. <https://www.idxchannel.com/banking/pengguna-paylater-di-atas-36-tahun-terus-bertambah-naik-39-persen-dalam-setahun>
- Chaniago, Hanifa Zahra & Suwaidi, Rahman Amrullah. (2024). Analisis Perilaku Pengelolaan Keuangan Generasi Z Pengguna Shopee Paylater . Jurnal Ekonomi Efektif. 7 (1).
- Citriadin, Yudin. (2020). Metode Penelitian Kualitatif: Suatu Pendekatan Dasar. Penerbit Sanabil. Mataram
- Gunawan, M., Musnaini, Musnaini & Yuniarti Yenny. (2024). Pengaruh Hedonic Shopping Motivation Dan Penggunaan Paylater Terhadap Impulse Buying Pada Pengguna E-Commerce Shopee (Studi Kasus Generasi Z Di Kota Jambi). Inisiatif: Jurnal Ekonomi, Akuntansi dan Manajemen. 3 (20).
- Hartanto, Alfons Yoshio. (2022, 2 November). Riset: mayoritas menggunakan paylater 2-5 kali per bulan. <https://tirto.id/riset-mayoritas-menggunakan-paylater-2-5-kali-per-bulan-gx1l>
- Hidayat, M. (2022, 13 Januari). Daftar 5 kota indonesia dengan pemakaian paylater tertinggi di tokopedia pada 2021. <https://www.liputan6.com/tekno/read/4858284/daftar-5-kota-indonesia-dengan-pemakaian-paylater-tertinggi-di-tokopedia-pada-2021?page=4>
- Indotelko. (2021, 10 Juni). Indepth: Paylater dongkrak transaksi ecommerce. <https://www.indotelko.com/read/1623271803/paylater-ecommerce>
- Iswara, Padjar. (2022, 2 Juni). Hasil riset kredivo dan kic: konsumen makin meminati paylater. <https://katadata.co.id/digital/e-commerce/62988d6b0e9e8/hasil-riset-kredivo-dan-kic-konsumen-makin-meminati-paylater>
- Jemadu, Liberty & Prastya, Dicky. (2022, 21 September). Riset: penggunaan paylater di indonesia naik 38 persen di 2022.

- <https://www.suara.com/tekno/2022/09/21/211239/riset-penggunaan-paylater-di-indonesia-naik-38-persen-di-2022>
- Kredivo (2023). Laporan Perilaku Konsumen E-Commerce Indonesia 2023. Jakarta
- Kredivo (2024). Laporan Perilaku Pengguna PayLater Indonesia 2024. Jakarta
- Laraspati, Angga. (2022, 31 Okt). Berkembang pesat, paylater makin digandrungi masyarakat indonesia. <https://finance.detik.com/fintech/d-6377951/berkembang-pesat-paylater-makin-digandrungi-masyarakat-indonesia>
- Mahmida, Najwa. (2024, 5 Oktober). Fenomena utang paylater di indonesia: mencapai rp 26,37 triliun per agustus 2024. <https://www.kompasiana.com/najwamahmidaa6857/670003e7ed641513f118a972/fenomena-utang-paylater-di-indonesia-mencapai-rp-26-37-triliun-per-agustus-2024>
- Medianti, Uji Sukma. (2024, 25 Juni). Kepuasan terhadap paylater makin tinggi, transaksi offline tumbuh 169%. <https://katadata.co.id/digital/fintech/667aad1379073/kepuasan-terhadap-paylater-makin-tinggi-transaksi-offline-tumbuh-169>
- Moehammad, N. (2025, 7 Februari). Kesehatan keuangan keluarga terancam oleh paylater: dompet keluarga hadir dengan solusi cerdas. <https://jogja.suaramerdeka.com/ekonomi/1814503660/kesehatan-keuangan-keluarga-terancam-oleh-paylater-dompet-keluarga-hadir-dengan-solusi-cerdas>
- Mufrida, Icen Ectefania. (2024, 6 Maret). Total utang pinjol terbesar berasal dari kelompok usia 19-34 tahun yang merupakan gen z dan milenial yang sebesar rp327,3 T. <https://goodstats.id/article/gen-z-dan-milenial-jadi-sasaran-pinjaman-online-ENYOD>
- Muhamad, Nabilah. (2023, 25 Oktober). 8 Layanan Paylater Terpopuler di Indonesia, Shopee Paylater Juara. <https://databoks.katadata.co.id/keuangan/statistik/1c97d81669f0cb7/8-layanan-paylater-terpopuler-di-indonesia-shopee-paylater-juara>
- . (2025, 6 Januari). Ini Manfaat Paylater dari Segi Kenyamanan Menurut Gen Z dan Milenial di Indonesia <https://databoks.katadata.co.id/keuangan/statistik/6749754c41339/ini-manfaat-paylater-dari-segi-kenyamanan-menurut-gen-z-dan-milenial-di-indonesia>
- Nurlaela, Ela. (2023, 1 November). Survei: pengguna paylater di indonesia didominasi milenial. <https://kumparan.com/millennial/survei-pengguna-paylater-di-indonesia-didominasi-milenial-21uofpct8nt/full>
- Panjalu, Diditiya A & Mirati, Elly. (2022). Analisis Pengaruh Minat Pengguna Fitur PayLater pada Aplikasi Shopee. Prosiding SNAM PNJ (2022). Kode Paper: SNAM 2203099
- Permana, Gusi Putu Lestara., Astawan, Made Adika Pradnya Paramita & Laskmi, Kadek

- Wulandari. (2022). Analisis Penggunaan Paylater Dalam Transaksi Digital Dengan Konstruksi UTAUT 2. *Moneter: Jurnal Akuntansi dan Keuangan*. 9 (2).
- Populix. (2023, 31 Oktober). 63% Milenial di Indonesia aktif menggunakan paylater. <https://info.populix.co/articles/populix-63-milenial-di-indonesia-aktif-menggunakan-paylater/>
- Rahayu, Isna Rifka Sri & Sukmana, Yoga. (2022, 2 Juni). Survei kredivo-katadata: penggunaan paylater di e-commerce terus meningkat *kompas.com* <https://money.kompas.com/read/2022/06/02/192854026/survei-kredivo-katadata-penggunaan-paylater-di-e-commerce-terus-meningkat>
- Silalahi, Purnama Ramadani., Althariq, Gibril Nauval., Pohan, Alimuddin., Wibowo, Agung & Wijaya, Ihsan Rahmani. (2019). Pengaruh Sistem Paylater Terhadap Minat Belanja Konsumen Pengguna Gojek. *Jurnal Masharif al-Syariah. Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*. 7 (4).
- Sitepu, Gery Alde & Fadila, Ardhiani. (2024). Analisis Pemanfaatan Layanan Paylater Di Era Keuangan Digital Oleh Generasi Z. *Journal of Young Entrepreneurs*. 3 (1).
- Septiani, Lenny. (2023, 1 September). Mahasiswa terjerat paylater, mayoritas dipakai untuk apa?. <https://katadata.co.id/digital/fintech/64f08c0733915/mahasiswa-terjerat-paylater-mayoritas-dipakai-untuk-apa?>
- (2024, 9 Juli). Utang paylater di Indonesia hampir Rp 7 triliun <https://katadata.co.id/digital/fintech/66926a0178ab3/utang-paylater-di-indonesia-hampir-rp-7-triliun>
- Sulistyawati. (2023). *Buku Ajar Metode Penelitian Kualitatif*. Penerbit K-Media. Yogyakarta.
- Tempo. (2024, 21 Desember). Profile pengguna pay later di Indonesia. <https://www.tempo.co/infografik/infografik/profil-pengguna-pay-later-di-indonesia-1184519>
- Tirto.id. (2024, 22 Agustus). Tren Fintech 2024..... Jumlah Pengguna Paylater Naik Ketimbang Paruh Kedua 2023, Penggunaan Pembayaran Digital Baik E-wallet, Platform Banking, dan Paylater Bisa Dibilang Meningkat. <https://tirto.id/tren-fintech-2024-jumlah-pengguna-paylater-naik-g2Xx>
- Untari, Pernita Hestin. (2024, 7 Maret). Pengguna paylater di Indonesia 13,4 juta orang, Jawa Barat terbanyak pengguna paylater di Indonesia mencapai 13,4 juta orang per Desember 2023. <https://finansial.bisnis.com/read/20240307/563/1747467/pengguna-paylater-di-indonesia-134-juta-orang-jawa-barat-terbanyak>.
- Warliani, Linda. (2025, 24 Februari). Fenomena paylater: tren 'beli sekarang, bayar nanti'

yang menjadi sorotan. <https://www.koranmandala.com/tekno/141555/fenomena-paylater-tren-beli-sekarang-bayar-nanti-yang-menjadi-sorotan/>

Yesidora, Amelia. (2025, 16 Januari). Riset pefindo: gen z dan milenial dominasi paylater, mayoritas untuk qris. <https://katadata.co.id/digital/fintech/6788f74ca867b/riset-pefindo-gen-z-dan-milenial-dominasi-paylater-mayoritas-untuk-qris>

Yonatan, Agnes. (2024, 17 Agustus). Pengguna paylater indonesia tumbuh 17 kali lipat dalam 5 tahun terakhir. <https://goodstats.id/article/pengguna-paylater-indonesia-tumbuh-17-kali-lipat-dalam-5-tahun-terakhir-355vl>

Yulawati, Yulawati. (2024, 18 Oktober). Utang paylater dahulu, terjerat miskin kemudian. <https://katadata.co.id/indepth/telaah/671adcef24a1f/utang-paylater-dahulu-terjerat-miskin-kemudian>