



Cinta Dwi Amanda¹
 Ahmad Rizki Harahap^{2*}
 Dini Angraini³
 Dini Purnama Sari⁴

ANALISIS PENGGUNAAN SHOPEE PAYLATER TERHADAP MINAT BELANJA ONLINE PADA KALANGAN MAHASISWA DI UNIVERSITAS MEDAN AREA

Abstrak

Layanan seperti SPayLater memberikan kemudahan bertransaksi tanpa perlu kartu kredit atau akses ke perbankan konvensional, yang menarik bagi mahasiswa. Namun, kemudahan ini juga membawa risiko, seperti potensi perilaku konsumtif dan peningkatan beban utang jika tidak dikelola dengan bijak. Mengingat rendahnya literasi keuangan di kalangan mahasiswa, penting untuk mengeksplorasi dampak dari penggunaan layanan kredit digital agar para mahasiswa dapat menghindari masalah finansial di masa depan. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi pengaruh penggunaan layanan kredit online SPayLater terhadap minat belanja online mahasiswa di Universitas Medan Area. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan populasi 88 surver terhadap 50 responden dengan menggunakan metode Purposive Sampling pada mahasiswa Universitas Medan Area khususnya Fakultas Pertanian Program Studi Agribisnis angkatan 2022. Dari hasil penelitian, ditemukan bahwa faktor utama yang mendorong minat penggunaan SPayLater di kalangan mahasiswa adalah fleksibilitas pembayaran cicilan, dengan persentase sebesar 34% dari total responden. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa merasa terbantu dengan kemudahan pembayaran bertahap. Selain itu, sekitar 71,4% responden mengaku bahwa penggunaan SPayLater meningkatkan ketertarikan mereka untuk berbelanja online. Namun, kemudahan ini juga membawa risiko berupa potensi perilaku konsumtif dan peningkatan beban utang jika tidak dikelola dengan baik.

Kata Kunci: Belanja Online, E-Commerce, Mahasiswa, Shopee Paylater.

Abstract

Services like SPayLater provide the convenience of transacting without the need for credit cards or access to conventional banking, which is attractive to students. However, this convenience also brings risks, such as the potential for consumptive behavior and an increase in debt burden if not managed wisely. Given the low financial literacy among students, it is important to explore the impact of the use of digital credit services so that students can avoid financial problems in the future. This study aims to explore the influence of the use of SPayLater online credit services on students' interest in online shopping at the University of Medan Area. The research uses a descriptive qualitative approach with the population of 88 surveys on 50 respondents using the Purposive Sampling method in students of the University of Medan Area, especially the Faculty of Agriculture, Agribusiness Study Program, class of 2022. From the results of the study, it was found that the main factor that drove interest in using SPayLater among students was the flexibility of installment payments, with a percentage of 34% of the total respondents. This shows that students feel helped by the ease of gradual payments. In addition, around 71.4% of respondents admitted that the use of SPayLater increased their interest in online shopping. However, this convenience also carries risks in the form of potential consumptive behavior and increased debt burden if not managed properly.

Keywords: Online Shopping, E-Commerce, Students, Shopee Paylater

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa pengaruh besar di berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam transaksi jual beli online atau e-commerce. Salah

^{1,2,3,4}Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Medan Area
 email: ahmadrizkiharahap@gmail.com

satu inovasi yang muncul dari kemajuan ini adalah layanan keuangan digital yang dikenal dengan istilah Buy Now, Pay Later (BNPL) atau "beli sekarang nanti bayar." (Bank Indonesia, 2022). Di Indonesia, salah satu layanan BNPL yang populer adalah Shopee PayLater, sebuah fitur yang memungkinkan pengguna Shopee untuk melakukan pembelian tanpa harus membayar di muka dan memilih opsi pembayaran secara cicilan (Shopee Indonesia, 2023). Menurut Ferdinand dalam Mayasari (2019), menetapkan 4 indikator dalam mengidentifikasi minat beli, ialah sebagai berikut:

- a. Minat transaksional, yaitu seseorang yang cenderung untuk membeli produk.
- b. Minat referensial, yaitu seseorang yang cenderung merekomendasikan produk kepada orang lain.
- c. Minat preferensial, yaitu minat seseorang yang dapat digambarkan melalui perilaku yang mempunyai preferensi utama pada produk tertentu. Hal ini dapat mengganti preferensi jika terjadi sesuatu atau perubahan dengan produk preferensinya.

Layanan ini sangat menarik bagi generasi muda, termasuk mahasiswa, karena menawarkan kemudahan dalam bertransaksi tanpa memerlukan kartu kredit atau akses ke layanan perbankan tradisional. (Sitorus, 2020)

Shopee PayLater merupakan metode pembayaran yang ditawarkan oleh PT Commerce Finance. Fitur ini memudahkan pelanggan dalam berbelanja di aplikasi Shopee dan melakukan pembayaran atau checkout di bulan berikutnya. Dengan adanya PayLater, sistem pembayaran online menjadi lebih praktis, mulai dari persyaratan hingga proses registrasi dan aktivasi yang relatif cepat. Selain itu, Shopee PayLater juga terdaftar dan diawasi oleh Otoritas Jasa Keuangan, sehingga memastikan keamanan data pelanggan (OJK, 2023). Dengan aplikasi Shopee Paylater, banyak masyarakat termasuk mahasiswa yang tertarik dengan transaksi pembayaran online. Mahasiswa tentunya mempunyai aspirasi dan kebutuhan gaya hidup yang beragam. Mereka seringkali berbelanja secara online tidak hanya untuk kebutuhan sehari-hari, tetapi juga untuk kesenangan dan gaya hidup, yang dapat menyebabkan perilaku konsumtif atau pengeluaran yang berlebihan (Lestari and Supriyanto, 2022).

Mahasiswa sebagai salah satu kelompok pengguna utama layanan Shopee PayLater, cenderung menunjukkan perilaku konsumtif yang tinggi, terutama saat melakukan belanja online (Kanserina, 2015). Akses yang mudah serta proses yang cepat menjadi faktor yang mendorong mahasiswa memanfaatkan layanan ini untuk memenuhi kebutuhan konsumsi sehari-hari dan kebutuhan lainnya (Dharmawan, 2022). Namun di sisi lain, penggunaan Shopee PayLater tanpa pengelolaan yang bijaksana dapat menimbulkan risiko finansial, antara lain menumpuk hutang dan pengeluaran yang melebihi kemampuan keuangan pengguna (Lina, 2023). Situasi ini diperburuk dengan rendahnya literasi keuangan dikalangan mahasiswa, yang seringkali tidak menyadari dampak penggunaan layanan kredit digital (OJK, 2023).

Universitas Medan Area merupakan salah satu perguruan tinggi di Sumatera Utara dengan mahasiswa yang aktif menggunakan platform e-commerce seperti Shopee untuk memenuhi kebutuhan akademik dan pribadinya. Berdasarkan penelitian awal, beberapa mahasiswa Universitas Medan Area sering menggunakan Shopee PayLater untuk pembelian online, mengingat banyaknya mahasiswa yang menggunakan layanan ini baik untuk keperluan mendesak maupun yang berhubungan dengan konsumtif. Berdasarkan uraian diatas penelitian ini bertujuan untuk mengetahui minat penggunaan Shopee PayLater terhadap belanja online bagi mahasiswa serta mengetahui keuntungan dan kelemahan penggunaan Shopee PayLater bagi mahasiswa Universitas Medan Area.

METODE

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif deskriptif, dengan menggunakan metode observasi, wawancara, dan kuisisioner (Sugiyono 2020:105). Selain dari itu peneliti menggunakan sumber data sekunder lainnya. Penelitian dilakukan di Universitas Medan Area, Fakultas Pertanian, Penelitian dilakukan dari September hingga November 2024. Adapun populasi dalam penelitian ini berjumlah 88 orang mahasiswa Program Studi Agribisnis angkatan 2022. Sampel sebanyak 50 responden, dipilih melalui metode Purposive Sampling. Menurut Sugiyono (2020:85) "Purposive sampling adalah teknik menentukan sampel dengan pertimbangan tertentu". Pertimbangan tertentu dalam penentuan sampel penelitian ini yaitu sampling dipilih berdasarkan kriteria dan indikator yang diberikan oleh peneliti seperti pernah

menggunakan SPaylater dan aktif menggunakannya. Penelitian di analisis dengan metode analisis deskriptif yang menjelaskan hasil dalam bentuk gambar, tabel, dan grafik.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Era digital dalam bentuk e-commerce telah menjadi elemen penting dalam kehidupan masyarakat Indonesia, dengan jumlah pengguna yang terus meningkat setiap tahunnya. Berbagai platform e-commerce bersaing untuk menawarkan produk dan layanan inovatif guna menarik perhatian konsumen. Namun, preferensi konsumen dalam memilih platform e-commerce bervariasi dan dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti kemudahan penggunaan, variasi produk, promosi, serta layanan pembayaran yang fleksibel.

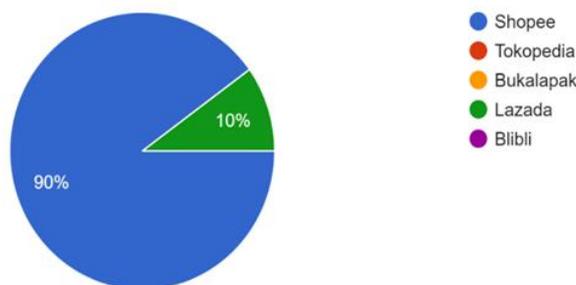
Berdasarkan data yang diambil dari Edot.com, diperoleh data mengenai jumlah pengunjung e-commerce pada Februari 2024:



Gambar 1. Grafik visualisasi jumlah pengunjung e-commerce di Indonesia pada Februari 2024
Sumber: edot.com

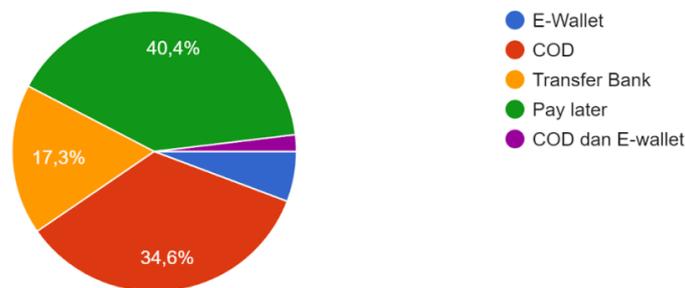
Terlihat pada visualisasi grafik pada Gambar 1 bahwa platform e-commerce memiliki jumlah pengunjung dengan jumlah yang tinggi, Bahkan, jumlah pengunjung pada e-commerce Shopee mencapai titik tertinggi yaitu sebanyak 200 juta. Hal ini menandakan bahwa platform e-commerce masih sering dilirik oleh masyarakat Indonesia dalam beraktivitas sehari-hari, tak terkecuali mahasiswa.

Shopee berada di posisi teratas dengan lebih dari 200 juta kunjungan pada Februari 2024. Popularitas Shopee sebagai platform e-commerce utama di Indonesia dapat dikaitkan dengan strategi pemasaran yang agresif, termasuk kampanye diskon besar-besaran seperti "Shopee 2.2 Men Sale" dan penawaran eksklusif lainnya juga dikenal dengan kemudahan antarmuka aplikasi dan berbagai fitur yang memanjakan pengguna, seperti ShopeePay dan ShopeePayLater, yang menarik bagi konsumen yang membutuhkan fleksibilitas pembayaran.



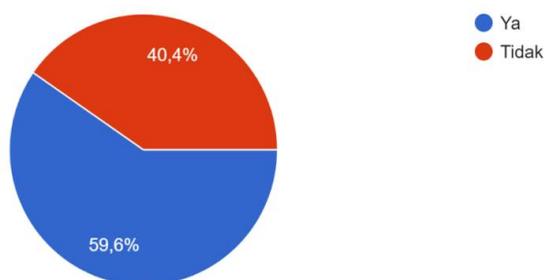
Gambar 2. Diagram Penggunaan Platform E-commerce
Sumber: Hasil olah data menggunakan dengan google form

Berdasarkan hasil survei, kita dapat melihat pada Gambar 2 bahwa platform e-commerce yang paling sering digunakan oleh responden adalah Shopee, dengan persentase sebesar 90%. Hal ini mengindikasikan dominasi Shopee sebagai platform pilihan utama di kalangan mahasiswa Universitas Medan Area khususnya Program Studi Agribisnis angkatan 2022. Popularitas Shopee di kalangan mahasiswa kemungkinan dipengaruhi oleh beberapa faktor, seperti promosi diskon, kemudahan penggunaan aplikasi, dan layanan kredit online Shopee PayLater (SPayLater) yang memungkinkan mahasiswa untuk melakukan pembelian dengan skema pembayaran secara cicilan. Keberadaan SPayLater bisa menjadi faktor pendorong utama bagi mahasiswa yang ingin berbelanja online tanpa harus membayar langsung secara tunai.



Gambar 3. Diagram Metode Pembayaran yang Digunakan
 Sumber: Hasil olah data menggunakan dengan google form

Berdasarkan hasil survei, kita dapat melihat pada Gambar 3 bahwa metode pembayaran PayLater menjadi pilihan utama mahasiswa Universitas Medan Area saat berbelanja online, dengan persentase yang lebih tinggi yaitu sebesar 40,4%, dibandingkan metode pembayaran lainnya. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin banyak mahasiswa yang memanfaatkan layanan kredit online untuk memenuhi kebutuhan belanja mereka tanpa harus membayar secara langsung. PayLater, seperti fitur SPayLater dari Shopee, memberikan fleksibilitas bagi mahasiswa untuk melakukan pembayaran dalam bentuk cicilan, yang bisa sangat membantu bagi mereka yang memiliki batasan anggaran.



Gambar 4. Diagram Penggunaan Layanan Pembayaran Spaylater
 Sumber: Hasil olah data menggunakan dengan google form

Berdasarkan hasil survei, kita dapat melihat pada Gambar 4 bahwa yang menggunakan layanan pembayaran SPaylater sebanyak 60,8%, mahasiswa Universitas Medan Area memanfaatkan fitur SPayLater untuk kebutuhan mereka. Hal ini tidak hanya menunjukkan tingginya ketergantungan pada layanan paylater, tetapi juga bisa jadi karena kemudahan akses yang ditawarkan, terutama bagi mahasiswa yang seringkali terbatas dalam pilihan pembayaran. Selain itu, fleksibilitas dalam membayar di kemudian hari memungkinkan mereka untuk mengatur pengeluaran lebih baik, terutama saat menghadapi kebutuhan mendesak atau pengeluaran tak terduga.

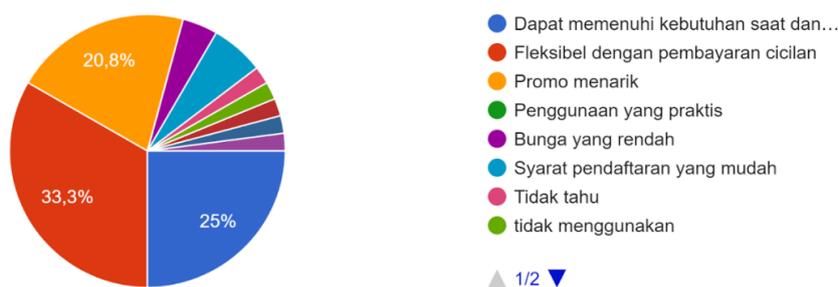


Gambar 5. Diagram Alasan Utama Menggunakan SpayLater
 Sumber: Hasil olah data menggunakan dengan google form

Berdasarkan hasil survei, kita dapat melihat pada Gambar 5 bahwa mayoritas responden yaitu 36,% menyatakan bahwa mereka tertarik menggunakan SPaylater karena kemudahan skema beli sekarang, bayar nanti. Fleksibilitas pembayaran ini memang menjadi salah satu daya tarik utama layanan BNPL, terutama bagi konsumen yang ingin menunda pembayaran atau memiliki keterbatasan likuiditas. Kestenbaum(2019) juga mengonfirmasi bahwa kemudahan dan fleksibilitas dalam skema pembayaran dapat menjadi faktor yang mendukung peningkatan adopsi layanan BNPL.

Alasan terbesar kedua yang mendorong responden untuk menggunakan SPaylater adalah adanya "promo menarik", yang dipilih oleh 26% responden. Promo dan diskon terbukti menjadi faktor penarik yang kuat, sebagaimana ditemukan dalam penelitian Hoch & Deighton (1988) yang menyatakan bahwa promosi dapat meningkatkan minat pengguna terhadap layanan baru. Hal ini menunjukkan bahwa SPaylater berhasil menarik minat sebagian pengguna dengan memberikan promo yang menarik, terutama bagi mereka yang sensitif terhadap harga.

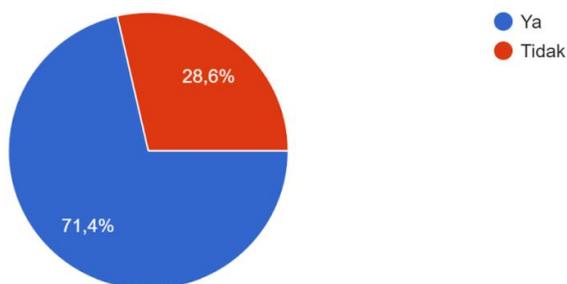
Sebanyak 10% responden belum pernah menggunakan layanan SPaylater. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat adopsi layanan ini masih rendah di antara para responden, yang mungkin disebabkan oleh kurangnya pemahaman atau kepercayaan terhadap layanan Buy Now, Pay Later (BNPL). Dalam konteks ini, meningkatkan edukasi dan kepercayaan konsumen mengenai layanan SPaylater bisa menjadi strategi penting untuk mendorong lebih banyak pengguna.



Gambar 6. Diagram Keunggulan dalam Penggunaan Layanan SPaylater
 Sumber: Hasil olah data menggunakan dengan google form

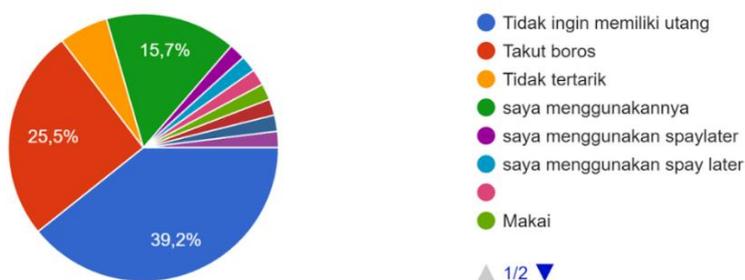
Berdasarkan hasil survey, kita dapat melihat pada Gambar 6 bahwa alasan utama yang paling banyak dipilih oleh pengguna layanan SpayLater di kalangan mahasiswa Universitas Medan Area adalah fleksibilitas dengan pembayaran cicilan, dengan persentase sebesar 34%. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa sangat tertarik pada kemudahan membayar secara bertahap untuk memenuhi kebutuhan mereka. Fleksibilitas cicilan menjadi daya tarik utama karena sesuai dengan kondisi keuangan mahasiswa yang umumnya terbatas. Fitur ini memungkinkan mereka untuk mendapatkan barang atau jasa yang diinginkan tanpa harus membayar penuh di muka, sehingga memudahkan perencanaan keuangan dan meringankan beban pembayaran. Persentase

terbesar ini mencerminkan bahwa kemudahan dalam pembayaran cicilan adalah faktor yang paling mempengaruhi minat mahasiswa dalam menggunakan SpayLater sebagai pilihan kredit online untuk belanja.



Gambar 7. Diagram Pengaruh Penggunaan SPaylater untuk Belanja Online
 Sumber: Hasil olah data menggunakan dengan google form

Berdasarkan hasil analisis, kita dapat melihat pada Gambar 7, bahwa responden menyatakan penggunaan spaylater later mempengaruhi minat belanja mereka. Hal ini dapat dilihat bahwa sebanyak 71,4% responden menjawab " ya" namun 28,6% menjawab "tidak".Data yang diperoleh menunjukkan bahwa mahasiswa Universitas Medan Area memiliki pengaruh yang signifikan terhadap penggunaan spaylater dalam melakukan belanja online. Hal ini sesuai dengan penelitian Armando et.al (2022) yang menyatakan bahwa dengan menggunakan paylater membuat minat belanja online mereka semakin meningkat.



Gambar 8. Diagram Kelemahan Dalam Penggunaan SPaylater
 Sumber: Hasil olah data menggunakan dengan google form

Berdasarkan hasil survei, kita dapat melihat pada Gambar 8 bahwa mayoritas responden mahasiswa Universitas Medan Area (38%) menyatakan bahwa alasan utama mereka tidak menggunakan SPayLater adalah karena tidak ingin memiliki utang. Meskipun SPayLater menawarkan kemudahan dalam bertransaksi, banyak dari mereka lebih memilih menghindari risiko keuangan yang terkait dengan utang, terutama dalam bentuk kredit online yang bisa menjadi beban jika tidak dikelola dengan baik. Selain itu, sebanyak 26% responden menyebutkan bahwa mereka tidak menggunakan SPayLater karena khawatir dapat mendorong perilaku boros. Ini menyatakan bahwa kesadaran akan dampak utang dan kehati-hatian dalam pengelolaan keuangan, termasuk potensi pengeluaran berlebih, menjadi pertimbangan penting bagi mahasiswa Universitas Medan Area dalam mengambil keputusan terkait kredit online.

Minat Penggunaan SPaylater di Kalangan Mahasiswa Universitas Medan Area

Berdasarkan hasil penelitian, mahasiswa Universitas Medan Area yang menggunakan layanan SPayLater menunjukkan pengaruh positif, terhadap fitur "beli sekarang, bayar nanti" yang ditawarkan oleh platform SPaylater. Mayoritas responden merasa terbantu dengan fleksibilitas pembayaran cicilan yang disediakan SPayLater, dimana sebanyak 34% menyatakan bahwa fleksibilitas cicilan adalah alasan utama mereka memilih layanan ini. Kemudahan dalam membayar secara bertahap ini sangat menarik bagi mahasiswa, yang umumnya memiliki

anggaran terbatas. Selain itu, penggunaan SPayLater juga memiliki pengaruh signifikan terhadap minat belanja online mahasiswa. Sekitar 71,4% responden menyatakan bahwa SPayLater meningkatkan minat mereka untuk berbelanja secara online. Faktor pendorong lainnya termasuk promo-promo menarik yang membuat layanan ini semakin diminati. Namun, ada juga kekhawatiran terkait risiko keuangan, seperti utang dan potensi perilaku konsumtif, yang membuat sebagian mahasiswa lebih berhati-hati atau bahkan menghindari penggunaan SPayLater. Secara keseluruhan, penggunaan SPayLater di kalangan mahasiswa Universitas Medan Area tampaknya memberikan dampak positif dalam memenuhi kebutuhan konsumtif, tetapi juga mengandung risiko finansial jika tidak digunakan dengan bijak.

SIMPULAN

Penggunaan SPayLater di kalangan mahasiswa Universitas Medan Area khususnya Fakultas Pertanian Program Studi Agribisnis angkatan 2022 memiliki pengaruh positif terhadap minat belanja online mereka, terutama karena fleksibilitas cicilan dan promo menarik. Layanan ini memudahkan mahasiswa dalam memenuhi kebutuhan tanpa membayar penuh di awal. Namun, ada risiko finansial yang perlu diwaspadai agar tidak menimbulkan perilaku konsumtif yang berlebihan.

DAFTAR PUSTAKA

- Bank Indonesia. (2022). "Transformasi Digital dalam Sistem Pembayaran Indonesia."
- Darmawan, E. S. (2022) Shopee jadi e-commerce yang paling banyak digunakan tahun 2022. <https://money.kompas.com/read/2022/01/31/204500426/hasil-riset-ipsos>
- Dias Kanserina, & Jurusan Pendidikan Ekonomi, F. E. dan B. U. P. G. S. (2015). Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Undiksha. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 1, 1.
- E.DOT. (n.d.). (2024) E-commer dengan Pengunjung terbanyak di Indonesia pada awal 2024. <https://edot.id/articles/5-e-commerce-dengan-pengunjung-terbanyak-di-indonesia-pada-awal-2024-siapa-juaranya>
- Euis Audria Sari, Ifa Latifah, M. A. A. (2023). IJM : Indonesian Journal of Multidisciplinary Pengaruh Penggunaan Shopee Paylater Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Muslim. *IJM: Indonesian Journal of Multidisciplinary*, 1(1), 387–400. <https://journal.csspublishing.com/index.php/ijm/article/view/144%0Ahttps://journal.csspublishing.com/index.php/ijm/article/download/144/93>
- Kartika, L. (2023). Dampak Ekonomi Penggunaan Layanan BNPL di Kalangan Mahasiswa. *Ekonomi*.
- Mayasari dan Patmawati. (2019). "Pengaruh Iklan Internet, Celebrity, Endorder, Dan Gaya Hidup Terhadap Minat Beli Pada Shopee Di Kota Padang." *Manajemen Dan Kewirausahaan*.
- Peraturan Jasa Otoritas Keuangan. (2023) Literasi Keuangan dan Tantangan Generasi Muda dalam Menggunakan Layanan Kredit Digital.
- Prof. Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Alfabeta (ed.)).
- Rosalina, D., Yuliari, K., & Zati, M. R. (2023). Student Preferences for Financial Technology Digital Payment Services. *Ekonika : Jurnal Ekonomi Universitas Kadiri*, 8(2), 429–447. <https://doi.org/10.30737/ekonika.v8i2.4901>
- Shopee Indonesia. (2023) Layanan Shopee Paylater
- Sitorus, E., dan Yustika, A. E. (2020). "Penggunaan Fitur Shopee Paylater Dalam Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Pasir Pengaraian Di Rokan Hulu Riau." *Ekonomi Dan Bisnis*, 01, 45–46.