

WORKSHEET : Jurnal Akuntansi

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Dharmawangsa
ISSN (Print): 2808 – 8557 ISSN (Online): 2808 – 8573
Volume. 5 Nomor 3, Agustus 2026

NORMALISASI UTANG DALAM GENGAMAN : EKSPLORASI PERSEPSI DAN GAYA HIDUP PEKERJA PENGGUNA FITUR PAYLATER PADA APLIKASI E-COMMERCE

Nurfadhilahyani¹, Nurul Nabilah Amiruddin², Arifuddin³, Syarifuddin⁴, Nadya Annisa Nasruddin⁵

- 1). Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Univeritas Hasanuddin
email: delafadhilah24@gmail.com
- 2). Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Univeritas Hasanuddin
email: nurulnabilahriri@gmail.com
- 3). Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Univeritas Hasanuddin
email: arifuddin.mannan@fe.unhas.ac.id
- 4). Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Univeritas Hasanuddin
email: syarifuddin@fe.unhas.ac.id
- 5). Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Makassar
email: nadyaanisa28@gmail.com

*Corresponding email: delafadhilah24@gmail.com

Abstrak:

Meningkatnya penggunaan fitur *paylater* pada aplikasi e-commerce menunjukkan adanya perubahan cara masyarakat memandang utang di era digital. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi persepsi dan pengalaman pekerja pengguna *paylater* dalam memaknai utang digital, serta memahami keterkaitannya dengan gaya hidup konsumtif, lingkungan sosial, dan perkembangan teknologi e-commerce. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan paradigma non-positivis dan metode deskriptif kualitatif. Data diperoleh melalui wawancara mendalam terhadap lima pekerja pengguna *paylater* yang dipilih secara *purposive*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan *paylater* mendorong perubahan cara pandang terhadap utang dari sesuatu yang sebelumnya cenderung dihindari menjadi lebih diterima sebagai bagian dari aktivitas konsumsi sehari-hari. Kemudahan akses, fleksibilitas pembayaran, serta berbagai promosi yang ditawarkan platform e-commerce menjadi faktor yang mendukung penggunaan *paylater*. Selain itu, lingkungan sosial dan budaya digital turut memperkuat penerimaan terhadap layanan tersebut. Di sisi lain, penggunaan *paylater* juga memunculkan perasaan khawatir dan tekanan psikologis ketika pengguna menghadapi kewajiban pembayaran. Temuan ini menunjukkan bahwa penggunaan *paylater* tidak hanya berkaitan dengan aspek ekonomi, tetapi juga melibatkan dimensi sosial, budaya, dan psikologis dalam kehidupan pengguna.

Kata kunci: *paylater*, utang digital, gaya hidup konsumtif, e-commerce, pekerja.

Abstract

The increasing use of the paylater feature in e-commerce applications indicates a shift in how people perceive debt in the digital era. This study aims to explore the perceptions and experiences of workers who use paylater services in interpreting digital debt, as well as to

understand its relationship with consumptive lifestyles, social environments, and the development of e-commerce technology. This research employed a qualitative approach within a non-positivist paradigm using a descriptive qualitative method. Data were collected through in-depth interviews with five workers who actively used paylater services and were selected through purposive sampling. The findings reveal that the use of paylater has contributed to a shift in perceptions of debt, from something that was previously avoided to something increasingly accepted as part of everyday consumption activities. Ease of access, payment flexibility, and various promotional offers provided by e-commerce platforms were identified as factors supporting the use of paylater. In addition, social environments and digital culture further strengthened the acceptance of this service. On the other hand, the use of paylater also generated feelings of concern and psychological pressure when users faced payment obligations. These findings suggest that the use of paylater is not only associated with economic aspects but also involves social, cultural, and psychological dimensions in users' daily lives.

Keywords: *paylater, digital debt, consumptive lifestyle, e-commerce, workers.*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan besar dalam aktivitas ekonomi masyarakat, khususnya dalam pola transaksi dan konsumsi. Kehadiran e-commerce tidak hanya mempermudah masyarakat dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari, tetapi juga menghadirkan berbagai inovasi layanan keuangan digital, salah satunya fitur *buy now pay later* (paylater). Fitur ini memungkinkan pengguna melakukan pembelian terlebih dahulu dan membayar di kemudian hari melalui sistem cicilan atau penundaan pembayaran. Kemudahan akses, proses persetujuan yang cepat, serta integrasi langsung dengan aplikasi e-commerce menjadikan paylater semakin populer di kalangan masyarakat Indonesia, khususnya pekerja yang memiliki kebutuhan konsumsi tinggi namun sering menghadapi keterbatasan arus kas jangka pendek (Wahid, 2023).

Fenomena meningkatnya penggunaan paylater menunjukkan bahwa masyarakat mulai mengalami perubahan dalam memandang hutang. Jika sebelumnya hutang identik dengan kondisi darurat atau keterpaksaan ekonomi, kini hutang digital melalui paylater mulai diterima sebagai bagian dari aktivitas konsumsi sehari-hari. Pengguna tidak lagi melihat paylater sebagai bentuk pinjaman yang berisiko tinggi, melainkan sebagai alternatif pembayaran yang praktis dan fleksibel. Penelitian menunjukkan bahwa banyak pengguna tetap menggunakan layanan paylater meskipun menyadari adanya risiko bunga, denda, maupun potensi masalah keuangan karena mereka menilai manfaat dan kemudahannya lebih besar dibandingkan risiko yang mungkin muncul (Wahid, 2023).

Di sisi lain, perkembangan budaya digital juga berperan dalam membentuk gaya hidup konsumtif masyarakat. Kehadiran media sosial, promosi e-commerce, diskon, cashback, serta berbagai kampanye pemasaran digital mendorong munculnya pola konsumsi yang semakin berorientasi pada kepuasan instan. Generasi digital cenderung menjadikan aktivitas belanja sebagai bagian dari gaya hidup, bukan hanya untuk memenuhi kebutuhan, tetapi juga sebagai sarana memperoleh kepuasan emosional, mengikuti tren, dan membangun identitas sosial. Karakteristik masyarakat digital yang mengutamakan kepraktisan serta kemudahan akses transaksi menjadi faktor utama meningkatnya penggunaan layanan paylater di Indonesia (Agnes et al., 2025).

Fenomena tersebut menunjukkan bahwa penggunaan paylater tidak dapat dipahami hanya sebagai aktivitas ekonomi semata, tetapi juga sebagai fenomena sosial dan budaya. Kemudahan yang ditawarkan teknologi e-commerce mendorong masyarakat untuk melakukan konsumsi yang sebelumnya mungkin ditunda atau bahkan tidak direncanakan. Penelitian fenomenologis menunjukkan bahwa sistem paylater mampu memicu perilaku konsumtif karena berbagai kemudahan yang diberikan, seperti proses transaksi yang cepat, ketersediaan limit kredit, serta fleksibilitas pembayaran. Kondisi tersebut semakin diperkuat oleh tuntutan gaya hidup kontemporer yang berkembang di masyarakat modern (Widiasih et al., 2023).

Selain faktor teknologi, lingkungan sosial dan budaya digital juga memiliki peran penting dalam membentuk perilaku penggunaan paylater. Paparan media sosial yang intens, budaya *flexing*, serta tekanan untuk mengikuti tren konsumsi tertentu mendorong individu untuk mempertahankan citra sosial melalui aktivitas konsumsi. Penelitian menunjukkan bahwa gaya hidup konsumtif dan eksposur media sosial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap tren penggunaan paylater. Semakin tinggi kecenderungan konsumtif seseorang dan semakin besar paparan terhadap konten digital, maka semakin tinggi pula kemungkinan individu menggunakan paylater sebagai alternatif pembayaran dalam aktivitas konsumsi mereka (Hariono et al., 2025).

Fenomena normalisasi hutang digital juga memunculkan berbagai persoalan yang perlu mendapat perhatian. Meskipun paylater memberikan kemudahan akses pembiayaan, penggunaan yang tidak disertai kesadaran finansial yang memadai berpotensi menimbulkan perilaku konsumtif, ketergantungan terhadap kredit digital, hingga masalah keuangan jangka panjang. Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa penggunaan paylater yang berlebihan dapat menyebabkan ketidakstabilan finansial akibat meningkatnya hutang konsumtif serta rendahnya kemampuan pengguna dalam mengelola pengeluaran mereka secara bijak (Agnes et al., 2025).

Menariknya, sebagian besar penelitian sebelumnya masih berfokus pada pengaruh paylater terhadap perilaku konsumtif dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian tersebut umumnya mengukur hubungan antara variabel seperti gaya hidup, literasi keuangan, dan perilaku konsumsi tanpa menggali secara mendalam bagaimana pengguna memaknai hutang digital dalam kehidupan mereka. Padahal, fenomena paylater tidak hanya berkaitan dengan perilaku ekonomi, tetapi juga menyangkut perubahan nilai, persepsi, dan konstruksi sosial mengenai hutang dalam masyarakat digital. Oleh karena itu, masih terdapat ruang penelitian untuk mengeksplorasi bagaimana pekerja sebagai pengguna aktif e-commerce memahami, menerima, dan menormalisasi praktik hutang digital dalam kehidupan sehari-hari mereka.

Berdasarkan fenomena tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi persepsi dan pengalaman pekerja pengguna fitur paylater pada aplikasi e-commerce dalam memaknai hutang digital, memahami keterkaitan antara gaya hidup konsumtif dengan penggunaan paylater, serta mengidentifikasi bagaimana lingkungan sosial dan perkembangan teknologi e-commerce berkontribusi terhadap proses normalisasi hutang di era digital. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif interpretif, penelitian ini diharapkan mampu memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai perubahan makna hutang dalam kehidupan masyarakat modern dan memberikan kontribusi terhadap pengembangan literatur mengenai perilaku konsumsi digital, teknologi finansial, serta budaya hutang di Indonesia.

TINJAUAN PUSTAKA

1. Normalisasi Utang

Perkembangan teknologi finansial telah mengubah cara masyarakat memandang hutang. Jika pada masa lalu hutang sering dikaitkan dengan kondisi darurat atau keterbatasan ekonomi, saat ini hutang digital melalui layanan *paylater* mulai diterima sebagai bagian dari aktivitas ekonomi sehari-hari. Kemudahan akses, proses persetujuan yang cepat, dan integrasi dengan platform e-commerce membuat praktik berhutang menjadi semakin umum dan

dianggap wajar oleh masyarakat, khususnya generasi muda. Fenomena ini menunjukkan adanya pergeseran nilai dan moralitas berhutang dari sesuatu yang sebelumnya dihindari menjadi instrumen yang mendukung pemenuhan kebutuhan maupun keinginan konsumsi (Putri, 2025).

Sejumlah penelitian menunjukkan bahwa fitur *paylater* berkontribusi terhadap perubahan persepsi masyarakat mengenai utang. Menurut Anastaysia & Indriastuti (2025) *paylater* dapat memberikan ilusi pembayaran yang lebih sederhana, sehingga pengguna cenderung mengabaikan konsekuensi finansial dari utang yang menumpuk. Hal ini sejalan dengan penelitian Asja et al., (2021) yang menemukan bahwa semakin besar manfaat yang dirasakan pengguna dari layanan *paylater*, semakin tinggi pula minat mereka untuk menggunakannya. Persepsi terhadap kemudahan dan manfaat tersebut membuat *paylater* semakin diterima sebagai alternatif pembayaran dalam aktivitas konsumsi sehari-hari.

Integrasi fitur *paylater* dalam platform e-commerce membuat proses berhutang menjadi lebih sederhana, cepat, dan mudah diakses sehingga dapat menurunkan persepsi risiko yang dirasakan pengguna. Dalam konteks tersebut, *paylater* tidak lagi dipahami semata sebagai instrumen kredit, melainkan sebagai bagian dari praktik konsumsi yang semakin terintegrasi dengan gaya hidup digital masyarakat modern.

2. Perilaku Konsumtif dan *Impulse Buying*

Perilaku konsumtif dalam lingkungan digital sering kali berkaitan dengan fenomena *impulse buying*, yaitu keputusan pembelian yang dilakukan secara spontan tanpa perencanaan sebelumnya. Dalam praktiknya, fitur *paylater* memberikan peluang yang lebih besar bagi konsumen untuk melakukan pembelian impulsif karena hambatan finansial yang biasanya menjadi pertimbangan utama dapat diminimalkan melalui sistem pembayaran tertunda (Hilmi & Pratika, 2021).

E-commerce turut mendorong perilaku pembelian impulsif pada Generasi Z melalui kemudahan akses dan kenyamanan dalam bertransaksi. Berbagai fitur yang ditawarkan, seperti flash sale, limited time offers, cashback, dan gratis ongkir, dapat meningkatkan ketertarikan konsumen untuk mencari, membandingkan, dan membeli produk, termasuk produk yang sebelumnya tidak direncanakan untuk dibeli (Utama et al., 2024). Hal ini sejalan dengan penelitian Leonita & Wulandari (2024) yang menunjukkan bahwa fitur *paylater* dapat mendorong perilaku konsumtif karena memberikan kemudahan bagi pengguna untuk memperoleh barang yang diinginkan tanpa harus melakukan pembayaran secara langsung.

Akibatnya, pengguna cenderung melakukan pembelian lebih banyak dan berpotensi melebihi kemampuan finansial yang dimiliki. Keberadaan fasilitas kredit instan dalam aplikasi e-commerce memungkinkan konsumen memperoleh barang yang diinginkan secara cepat tanpa harus menunggu ketersediaan dana. Akibatnya, pengguna cenderung melakukan pembelian lebih banyak dan berpotensi melebihi kemampuan finansial yang dimiliki. Situasi ini mendorong munculnya pola konsumsi yang lebih emosional dibandingkan rasional. Semakin mudah akses terhadap layanan *paylater*, semakin tinggi pula potensi terjadinya pembelian yang didorong oleh keinginan sesaat daripada pertimbangan kebutuhan yang sebenarnya.

3. Manajemen Keuangan dan Penggunaan *Paylater*

Manajemen keuangan merupakan kemampuan individu dalam merencanakan, mengelola, dan mengendalikan sumber daya keuangan yang dimiliki agar dapat digunakan secara efektif dan efisien. Menurut Priyadi & Rinawati (2025), mahasiswa yang memiliki manajemen keuangan yang baik cenderung lebih berhati-hati dalam mengelola keuangan, termasuk saat mengambil keputusan pembelian. Mereka tidak hanya mempertimbangkan kebutuhan saat ini, tetapi juga dampaknya terhadap kondisi keuangan di masa mendatang.

Dalam konteks penggunaan *paylater*, kemampuan mengelola keuangan menjadi faktor penting yang menentukan apakah fasilitas tersebut akan memberikan manfaat atau justru

menimbulkan masalah keuangan di masa mendatang. Pengguna yang memiliki pengelolaan keuangan yang baik cenderung lebih mampu mengontrol penggunaan paylater sesuai dengan kapasitas finansial mereka. Sebaliknya, rendahnya kemampuan manajemen keuangan dapat menyebabkan penggunaan layanan tersebut secara berlebihan sehingga meningkatkan risiko keterlambatan pembayaran maupun akumulasi hutang konsumtif. Oleh karena itu, literasi dan kesadaran finansial menjadi aspek penting dalam penggunaan layanan kredit digital (Anita & Fitriah, 2025).

4. Pengaruh Lingkungan Sosial dan Budaya Digital

Perilaku penggunaan paylater tidak hanya dipengaruhi oleh faktor individu, tetapi juga dibentuk oleh lingkungan sosial dan budaya digital yang berkembang di masyarakat. Interaksi dalam media sosial, pengaruh teman sebaya, serta tren konsumsi yang terus berkembang berkontribusi terhadap keputusan seseorang dalam menggunakan layanan paylater. Lingkungan sosial yang menganggap penggunaan paylater sebagai hal yang umum dapat meningkatkan penerimaan individu terhadap praktik berhutang digital (Darsono et al., 2025).

Selain itu, budaya digital yang ditandai dengan munculnya fenomena *flexing*, promosi agresif dari platform e-commerce, serta dorongan untuk selalu mengikuti perkembangan tren turut menciptakan tekanan sosial yang mendorong konsumsi. Dalam kondisi tersebut, paylater menjadi alat yang memungkinkan individu tetap mempertahankan citra sosial dan gaya hidup yang diinginkan meskipun kemampuan finansial yang dimiliki terbatas (Permana, 2025).

5. Paylater

Perkembangan teknologi keuangan yang pesat telah melahirkan layanan pinjaman online untuk pembayaran di platform belanja daring, yang dikenal sebagai PayLater atau “beli sekarang, bayar nanti”. Layanan fintech PayLater, yang berbasis peer-to-peer lending, memungkinkan pengguna dapat memperoleh sesuatu yang diinginkan dengan harga yang sementara ditanggung oleh penyedia platform terlebih dahulu, dan kemudian pembayaran dilakukan oleh pelanggan sesuai kesepakatan dengan penyedia layanan (Hidayanti et al., 2026). Sistem paylater dianggap praktis oleh banyak orang, karena memungkinkan mereka untuk membeli barang yang diinginkan meski belum memiliki dana yang cukup (Putri et al., 2025). Masyarakat sangat antusias dengan hadirnya teknologi PayLater, hal tersebut dibuktikan dengan kenaikan penggunaan PayLater (Lutfiaazhara, 2025).

6. Teori Masyarakat Konsumsi (*Consumer Society*)

Menurut teori masyarakat konsumsi, masyarakat modern hidup dalam sistem yang mendorong konsumsi secara terus-menerus melalui iklan, teknologi, dan budaya pasar. Dalam kondisi tersebut, aktivitas konsumsi menjadi bagian dari gaya hidup dan bukan lagi sekadar upaya memenuhi kebutuhan dasar. Kehadiran fitur paylater mempercepat proses tersebut karena memberikan akses konsumsi tanpa harus menunggu kemampuan finansial yang memadai (Baudrillard, 1998).

Fenomena ini terlihat pada meningkatnya perilaku impulsif pengguna e-commerce yang memanfaatkan fitur paylater untuk melakukan pembelian secara spontan. Kemudahan transaksi dan fleksibilitas pembayaran menyebabkan konsumen lebih mudah melakukan konsumsi tanpa perencanaan yang matang (Hilmi & Pratika, 2021).

7. *Theory of Planned Behavior* (TPB)

Theory of Planned Behavior menjelaskan bahwa perilaku seseorang dipengaruhi oleh niat yang terbentuk melalui sikap terhadap perilaku, norma sosial, dan persepsi kontrol diri. Dalam penggunaan paylater, keputusan individu untuk memanfaatkan layanan tersebut tidak hanya dipengaruhi oleh kebutuhan pribadi, tetapi juga oleh lingkungan sosial, persepsi kemudahan penggunaan, serta keyakinan bahwa mereka mampu mengelola pembayaran di masa mendatang (Ajzen, 1991). Norma sosial dapat terbentuk melalui lingkungan pertemanan, keluarga, maupun rekan kerja yang menganggap penggunaan paylater sebagai hal yang wajar. Sementara itu, persepsi kontrol diri tercermin dari keyakinan pengguna bahwa mereka mampu

memenuhi kewajiban pembayaran sesuai dengan kemampuan finansial yang dimiliki (Persada & Permadi, 2026).

Teori ini dapat digunakan untuk menjelaskan bagaimana pekerja memutuskan menggunakan *paylater* meskipun menyadari adanya risiko hutang. Persepsi manfaat dan kemudahan sering kali lebih dominan dibandingkan pertimbangan risiko finansial yang mungkin muncul di kemudian hari (Wahid, 2023).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan paradigma non-positivis yang bertujuan untuk memahami dan menginterpretasikan makna yang dibangun oleh individu terhadap pengalaman penggunaan fitur *paylater* pada aplikasi e-commerce. Pendekatan non-positivis dipilih karena penelitian ini tidak berupaya menguji hubungan antarvariabel atau menghasilkan generalisasi, melainkan mengeksplorasi secara mendalam persepsi, pengalaman, serta pemaknaan pengguna terhadap fenomena normalisasi hutang digital dalam kehidupan sehari-hari. Melalui pendekatan ini, realitas sosial dipahami sebagai sesuatu yang dibentuk melalui interaksi, pengalaman, dan konteks sosial yang melingkupi individu.

Metode yang digunakan adalah deskriptif kualitatif yang memungkinkan untuk menggambarkan secara komprehensif fenomena penggunaan *paylater* berdasarkan perspektif informan. Pendekatan ini dipilih karena sesuai untuk mengungkap pengalaman subjektif pengguna terkait perubahan cara pandang terhadap hutang, gaya hidup konsumtif digital, pengaruh lingkungan sosial, peran teknologi e-commerce, serta konflik psikologis yang muncul dalam penggunaan layanan *paylater*. Dengan demikian, penelitian ini berfokus pada pemahaman makna yang terkandung di balik tindakan dan pengalaman informan, bukan pada pengukuran statistik terhadap fenomena yang diteliti.

Subjek penelitian terdiri atas lima orang pekerja berusia 20–30 tahun yang aktif menggunakan fitur *paylater* pada aplikasi e-commerce, seperti Shopee dan Tokopedia. Pemilihan informan dilakukan secara *purposive sampling*, yaitu berdasarkan kriteria tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian. Kriteria tersebut meliputi: (1) berstatus sebagai pekerja, baik di sektor formal maupun informal; (2) berusia antara 20 hingga 30 tahun; (3) memiliki pengalaman menggunakan fitur *paylater* selama minimal enam bulan; dan (4) pernah melakukan transaksi menggunakan *paylater* lebih dari satu kali. Kelompok usia ini dipilih karena termasuk kategori usia produktif yang memiliki tingkat aktivitas konsumsi digital cukup tinggi dan menjadi salah satu segmen utama pengguna layanan *buy now pay later* di Indonesia.

Data penelitian diperoleh melalui wawancara mendalam (*in-depth interview*) dan studi literatur. Wawancara mendalam dilakukan secara semi-terstruktur dengan menggunakan pedoman wawancara yang disusun berdasarkan fokus penelitian, yaitu normalisasi hutang, gaya hidup konsumtif digital, pengaruh lingkungan sosial dan budaya digital, peran teknologi e-commerce dalam membentuk perilaku hutang, serta konflik psikologis dan refleksi diri pengguna *paylater*. Teknik wawancara ini memungkinkan peneliti memperoleh data yang lebih kaya dan mendalam mengenai pengalaman, pandangan, serta interpretasi informan terhadap penggunaan *paylater* dalam kehidupan mereka.

Selain wawancara, penelitian ini juga menggunakan studi literatur sebagai sumber data pendukung. Studi literatur dilakukan dengan menelaah berbagai artikel ilmiah, jurnal nasional terakreditasi SINTA, serta sumber akademik lain yang berkaitan dengan fenomena *paylater*, perilaku konsumtif, gaya hidup digital, fintech, dan normalisasi hutang. Penggunaan studi literatur bertujuan untuk memperkuat landasan teoritis, mengidentifikasi temuan penelitian terdahulu, serta membantu peneliti dalam menginterpretasikan hasil wawancara secara lebih komprehensif.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

1. Normalisasi Hutang sebagai Bagian dari Kehidupan Digital

Hasil wawancara menunjukkan bahwa para informan pada dasarnya memiliki pandangan yang relatif serupa mengenai hutang sebelum mengenal fitur *paylater*. Hutang dipandang sebagai sesuatu yang sebaiknya dihindari dan hanya digunakan dalam kondisi tertentu yang benar-benar membutuhkan. Andryaniwati yang bekerja sebagai karyawan swasta mengungkapkan bahwa hutang sebelumnya dipersepsikan sebagai beban yang perlu dihindari apabila tidak berkaitan dengan kebutuhan penting. “Menurut saya sebelum kenal *paylater*, dalam kehidupan sehari-hari sebenarnya hutang itu hal yang tidak harus dilakukan selagi mampu dan tidak memaksakan diri” (Eva Alfiana). Pandangan serupa juga disampaikan oleh Eva Alfiana yang berprofesi sebagai tenaga kesehatan serta Wahyuni Zaqila sebagai karyawan *outsourcing* yang memandang hutang sebagai tanggung jawab finansial yang harus dipertimbangkan secara matang. Indira, yang telah menggunakan *paylater* sejak tahun 2021, mengungkapkan bahwa utang pada dasarnya memiliki kesan yang negatif. Namun, menurutnya, *paylater* tetap memberikan manfaat karena dapat membantu memenuhi kebutuhan pada saat tertentu. Zidney, yang telah menggunakan *paylater* selama tujuh tahun terakhir, memandang utang sebagai sesuatu yang perlu dibatasi penggunaannya. Ia berpendapat bahwa utang hanya layak digunakan ketika benar-benar dibutuhkan, sedangkan kebutuhan sehari-hari sebaiknya disesuaikan dengan kondisi keuangan yang dimiliki. Menurutnya, pengelolaan keuangan yang baik penting dilakukan agar seseorang tidak terbebani oleh kewajiban pembayaran di masa mendatang.

Meskipun demikian, setelah menggunakan *paylater* terjadi perubahan dalam cara sebagian informan memaknai hutang. *Paylater* tidak lagi dipandang sebagai bentuk hutang konvensional yang rumit, melainkan sebagai fasilitas pembayaran yang praktis dan mudah digunakan. Kehadiran sistem pembayaran yang transparan, notifikasi jatuh tempo, dan kemudahan akses membuat praktik berhutang terasa lebih sederhana dibandingkan bentuk kredit tradisional.

Perubahan pandangan tersebut juga terlihat pada Indira. Setelah menggunakan *paylater*, ia mengaku tidak lagi memandang utang sebagai sesuatu yang sepenuhnya negatif. Menurutnya, utang dapat memberikan manfaat, terutama ketika menghadapi kebutuhan yang mendesak atau saat dana yang dimiliki belum mencukupi. Namun, ia menekankan bahwa penggunaan utang harus disertai dengan kedisiplinan dalam membayar angsuran agar tidak menimbulkan masalah keuangan di kemudian hari.

Pandangan serupa disampaikan oleh Zidney. Meskipun pada awalnya menganggap utang sebagai sesuatu yang sebaiknya dihindari, pengalaman menggunakan *paylater* membuatnya menyadari bahwa utang tidak selalu berdampak negatif. Menurutnya, utang dapat menjadi solusi yang membantu selama digunakan secara bijak, direncanakan dengan baik, dan disesuaikan dengan kemampuan untuk melakukan pembayaran. Kondisi ini menunjukkan bahwa teknologi finansial telah berkontribusi dalam mengubah persepsi masyarakat terhadap hutang dari sesuatu yang cenderung dihindari menjadi instrumen yang dianggap membantu aktivitas konsumsi sehari-hari.

Selain itu, seluruh informan menilai bahwa penggunaan *paylater* telah menjadi fenomena yang umum di lingkungan kerja maupun masyarakat. Banyaknya pengguna *paylater* di kalangan pekerja menyebabkan layanan ini semakin diterima secara sosial. Temuan tersebut menunjukkan adanya proses normalisasi hutang digital, yaitu perubahan persepsi masyarakat yang menganggap penggunaan hutang melalui platform digital sebagai bagian yang wajar dari kehidupan modern.

2. *Paylater* dan Pembentukan Gaya Hidup Konsumtif Digital

Temuan penelitian menunjukkan bahwa *paylater* digunakan untuk berbagai kebutuhan konsumsi, mulai dari pakaian, tas, sepatu, produk perawatan diri, hingga perlengkapan rumah

tangga. Dalam praktiknya, sebagian informan mengakui bahwa keberadaan fitur *paylater* terkadang mendorong mereka membeli barang yang sebenarnya tidak termasuk kebutuhan prioritas.

Andryaniwati, Wahyuni Zaqila, dan Indira mengungkapkan bahwa kemudahan pembayaran yang ditawarkan *paylater* pernah membuat mereka melakukan pembelian yang sebelumnya tidak direncanakan. “Pernah, kadang jadi beli barang yang sebenarnya tidak terlalu dibutuhkan karena ada opsi bayar nanti” (Andryanawati). Sebaliknya, Eva Alfiana dan Zidney menegaskan bahwa dirinya tetap berusaha menggunakan *paylater* hanya untuk kebutuhan yang memang diperlukan dan mendesak. Perbedaan tersebut menunjukkan bahwa dampak *paylater* terhadap perilaku konsumsi tidak bersifat seragam, melainkan dipengaruhi oleh kemampuan masing-masing individu dalam mengendalikan pengeluaran dan menentukan prioritas kebutuhan.

Selain memenuhi kebutuhan konsumsi, *paylater* juga dipandang mampu membantu pengguna mengikuti perkembangan tren dan gaya hidup yang berkembang di masyarakat. Kemudahan memperoleh barang tanpa harus membayar secara langsung menciptakan peluang bagi individu untuk tetap berpartisipasi dalam budaya konsumsi digital. Dengan demikian, *paylater* tidak hanya berfungsi sebagai alat pembayaran, tetapi juga menjadi bagian dari mekanisme yang mendukung gaya hidup konsumtif di era digital.

3. Pengaruh Lingkungan Sosial dan Budaya Digital terhadap Penggunaan *Paylater*

Lingkungan sosial menjadi salah satu faktor yang memengaruhi penerimaan masyarakat terhadap penggunaan *paylater*. Para informan mengakui bahwa rekan kerja, teman, maupun lingkungan sekitar mereka banyak yang menggunakan layanan serupa. Kondisi tersebut membuat penggunaan *paylater* tidak lagi dianggap sebagai sesuatu yang asing atau berisiko, melainkan sebagai praktik yang lazim dilakukan dalam aktivitas konsumsi sehari-hari.

Meskipun pengaruh lingkungan sosial tidak selalu secara langsung menentukan keputusan individu dalam menggunakan *paylater*, keberadaan pengguna lain di sekitar mereka berkontribusi dalam membentuk persepsi bahwa layanan tersebut aman dan dapat diterima secara sosial. Dalam konteks ini, lingkungan sosial berfungsi sebagai ruang yang memperkuat legitimasi penggunaan hutang digital.

Selain lingkungan kerja dan pertemanan, budaya digital juga turut memengaruhi cara masyarakat memandang *paylater*. Informan menyoroti bahwa media sosial sering menampilkan gaya hidup konsumtif, tren belanja, dan berbagai bentuk pencitraan diri yang berpotensi mendorong individu untuk melakukan konsumsi lebih besar. Kemudahan akses terhadap informasi dan promosi digital membuat masyarakat semakin terbiasa dengan pola konsumsi instan yang didukung oleh layanan *paylater*. Oleh karena itu, penggunaan *paylater* dapat dipahami sebagai bagian dari budaya hidup pekerja modern yang semakin terintegrasi dengan teknologi digital.

4. Peran Teknologi *E-Commerce* dalam Membentuk Perilaku Hutang

Seluruh informan sepakat bahwa faktor utama yang membuat *paylater* mudah diterima adalah kemudahan penggunaan yang ditawarkan oleh platform *e-commerce*. Proses aktivasi yang sederhana, persetujuan yang cepat, serta berbagai promo dan potongan harga menjadi daya tarik utama bagi pengguna. Dalam banyak kasus, *paylater* dianggap mampu memberikan solusi praktis ketika pengguna membutuhkan barang tertentu tetapi belum memiliki dana yang cukup pada saat itu.

Kemudahan transaksi digital juga memengaruhi frekuensi aktivitas belanja. Beberapa informan mengakui bahwa keberadaan aplikasi *e-commerce* dan fitur *paylater* membuat proses pembelian menjadi lebih mudah dibandingkan sebelumnya. Konsumen tidak perlu lagi datang langsung ke toko karena seluruh proses transaksi dapat dilakukan melalui telepon pintar. Situasi ini secara tidak langsung meningkatkan peluang terjadinya pembelian yang lebih sering.

Selain itu, berbagai strategi pemasaran yang diterapkan oleh platform e-commerce, seperti promo cicilan, cashback, dan diskon khusus pengguna paylater, turut mendorong masyarakat untuk memanfaatkan fasilitas tersebut. Walaupun keputusan penggunaan paylater pada akhirnya tetap berada di tangan individu, teknologi *e-commerce* terbukti memiliki peran penting dalam membentuk perilaku konsumsi dan memperluas penerimaan terhadap hutang digital.

5. Konflik Psikologis dan Refleksi Diri Pengguna Paylater

Di balik berbagai kemudahan yang ditawarkan, penggunaan paylater juga memunculkan dinamika psikologis yang menarik. Para informan mengaku merasakan perasaan senang dan terbantu ketika dapat memperoleh barang yang diinginkan tanpa harus mengeluarkan dana secara penuh pada saat transaksi. Kemudahan tersebut memberikan rasa nyaman dan fleksibilitas dalam mengelola kebutuhan konsumsi.

Namun, manfaat tersebut sering kali diikuti oleh munculnya perasaan cemas ketika tagihan mulai mendekati jatuh tempo. Andryaniwati mengungkapkan bahwa dirinya pernah merasa terbebani ketika jumlah tagihan meningkat, sementara Wahyuni Zaqila mengakui adanya tekanan psikologis karena harus menyelesaikan kewajiban pembayaran atas barang yang telah diterima sebelumnya. Eva Alfiana juga menyampaikan bahwa meskipun penggunaan paylater masih berada dalam batas kemampuan finansialnya, tetap muncul rasa gelisah ketika mendekati waktu pembayaran.

"Kalau saya pribadi tetap merasa khawatir kak, meskipun jatuh temponya masih lama dan jarang menumpuk tagihan, tapi tetap ada rasa waswas karena tetap harus dibayar nanti" (Indira). Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa meskipun informan memiliki kontrol terhadap penggunaan paylater, keberadaan utang digital tetap memunculkan tekanan psikologis berupa kekhawatiran dan antisipasi terhadap kewajiban pembayaran di masa mendatang.

Temuan ini menunjukkan bahwa penggunaan paylater menciptakan kondisi ambivalen bagi pengguna. Di satu sisi, layanan tersebut memberikan kemudahan dan fleksibilitas dalam memenuhi kebutuhan konsumsi. Namun di sisi lain, muncul kesadaran bahwa setiap transaksi yang dilakukan akan menghasilkan kewajiban finansial di masa mendatang. Dengan demikian, pengalaman pengguna paylater tidak hanya berkaitan dengan aspek ekonomi, tetapi juga melibatkan dimensi psikologis yang memengaruhi cara mereka memaknai hutang digital dalam kehidupan sehari-hari.

KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi persepsi dan gaya hidup pekerja pengguna fitur paylater pada aplikasi e-commerce dalam konteks normalisasi hutang digital. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terjadi perubahan cara pandang terhadap hutang di kalangan pengguna paylater. Meskipun pada awalnya hutang dipersepsikan sebagai sesuatu yang sebaiknya dihindari, perkembangan teknologi finansial dan kemudahan layanan paylater telah membuat praktik berhutang menjadi lebih diterima dan dianggap sebagai bagian dari aktivitas konsumsi sehari-hari. Kondisi ini menunjukkan adanya proses normalisasi hutang digital yang ditandai dengan semakin berkurangnya stigma negatif terhadap penggunaan hutang dalam bentuk layanan paylater.

Penelitian juga menemukan bahwa penggunaan paylater memiliki keterkaitan dengan perkembangan gaya hidup konsumtif digital. Kemudahan akses, fleksibilitas pembayaran, serta berbagai promosi yang ditawarkan platform *e-commerce* mendorong pengguna untuk melakukan konsumsi secara lebih mudah, termasuk pada beberapa kondisi melakukan pembelian yang tidak sepenuhnya direncanakan. Selain itu, lingkungan sosial dan budaya digital turut memperkuat penerimaan terhadap penggunaan paylater. Pengaruh rekan kerja, kebiasaan masyarakat dalam bertransaksi secara digital, serta paparan media sosial menjadikan paylater semakin dipandang sebagai bagian dari gaya hidup pekerja modern.

Di sisi lain, penggunaan *paylater* juga menimbulkan konsekuensi psikologis bagi penggunaannya. Meskipun memberikan rasa senang dan kemudahan dalam memperoleh barang yang diinginkan, pengguna tetap mengalami kekhawatiran, tekanan, dan kecemasan ketika menghadapi kewajiban pembayaran yang mendekati jatuh tempo. Temuan ini menunjukkan bahwa penggunaan *paylater* tidak hanya berkaitan dengan aspek ekonomi, tetapi juga melibatkan dimensi sosial, budaya, dan psikologis yang memengaruhi cara individu memaknai hutang digital. Dengan demikian, normalisasi hutang melalui fitur *paylater* merupakan fenomena yang terbentuk melalui interaksi antara perkembangan teknologi, perubahan gaya hidup, lingkungan sosial, dan pengalaman subjektif pengguna dalam kehidupan sehari-hari.

DAFTAR PUSTAKA

- Agnes, Soleha, M. M. D., & Rizal, Z. (2025). *Fenomena paylater : cermin gaya hidup konsumtif generasi Z di Indonesia Islam*. 5(4), 859–870.
- Anastasyia, N. D., & Indriastuti, D. R. (2025). *TERHADAP TINGKAT UTANG PADA APLIKASI E-COMMERCE DI KALANGAN GEN Z (Survey pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Slamet Riyadi Surakarta)*. 3(9), 337–346.
- Anita, D., & Fitriah, S. N. (2025). *Pengaruh Manajemen Keuangan dan Gaya Hidup Terhadap Penggunaan Platform E-Commerce Paylater di Kota Bandung*. 5, 167–179.
- Anggraeni, N. P. N., & Darma, G. S. (2023). Pengaruh kemudahan, risiko, gaya hidup, dan kepercayaan terhadap perilaku konsumtif pengguna Shopee Paylater di Indonesia. *JPEK (Jurnal Pendidikan Ekonomi dan Kewirausahaan)*, 7(2), 625–639. <https://doi.org/10.29408/jpek.v7i2.21450>
- Asja, H. J., Susanti, S., & Fauzi, A. (2021). *Pengaruh Manfaat , Kemudahan , dan Pendapatan terhadap Minat Menggunakan Paylater : Studi Kasus Masyarakat di DKI Jakarta (The Influence of Perceived Usefulness , Ease of Use and Income on Interest in Using*. 2(4), 309–325.
- Bila, S. M., & Marlina, N. (2024). Pengaruh gaya hidup hedonisme dan perilaku konsumtif terhadap keputusan pembelian pengguna Shopee Paylater. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 12(2), 215–222.
- Darsono, N. A. C., Rizarda, M., & Johari, S. M. (2025). Fenomena Paylater di Kalangan Mahasiswa : Gaya Hidup , Sosial , dan Motivasi Hedonisme sebagai Pemicu Perilaku Konsumtif. *Reviu Akuntansi Dan Bisnis Indonesia*, 9(1), 125–138. <https://doi.org/10.18196/rabin.v9i1.26015>
- Fatmawati, S., & Suwardi, E. (2024). Paylater as the millennial payment: Theory planned behavior. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 26(2), 91–102. <https://doi.org/10.9744/jak.26.2.91-102>
- Hariono, J., Devy, C., Ratna, Y., & Rohmah, M. (2025). *JCA (Jurnal Cendekia Akuntansi) Pengaruh Gaya Hidup Konsumtif Dan Sosial Media Terhadap Tren Penggunaan ShopeePaylater Di Kalangan Generasi Z*. 6, 15–32.
- Hidayanti, S., Octavia, R., & Sari, S. P. (2026). *Analisis Faktor-Faktor yang Menentukan Minat Generasi Z Menggunakan PayLater pada Aplikasi Shopee di Provinsi Lampung*. 2(1), 33–44.
- Hilmi, L., & Pratika, Y. (2021). *PAYLATER FEATURE: IMPULSIVE BUYING DRIVER FOR E-COMMERCE IN INDONESIA*. 2021(2), 63–74.
- Leonita, D., & Wulandari, S. (2024). *KEUANGAN DAN GAYA HIDUP TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF BERBELANJA ONLINE DI SHOPEE (STUDI KASUS PADA MAHASISWA UNIVERSITAS PELITA BANGSA PROGAM STUDI MANAJEMEN ANGKATAN 2020)*. 13(02), 554–566.
- Lutfiaazahra, A. (2025). Dampak Penggunaan Shopee Paylater terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi. *Jurnal Dinamika Penelitian: Media Komunikasi*

- Penelitian Sosial Keagamaan*, 25(1), 1–12.
- Nurfitri, A. R., Dimiyati, Winarsih, & Setyaningsih, E. (2025). Fenomena peningkatan penggunaan Paylater di Indonesia dan dampaknya terhadap perilaku masyarakat. *INNOVATIVE: Journal of Social Science Research*, 5(2), 2963–2981.
- Permana, G. P. L. (2025). Mengukur Perilaku Konsumtif Milenial Dalam Menggunakan Paylater. *Jurnal Riset Akuntansi Politika*, 8(3), 373–384.
- Persada, N. K. G. S., & Permadi, L. A. (2026). *The Influence Of Lifestyle And Risk Perception On The Intention To Use Paylater , Moderated By Trust*. 14(2), 2315–2324.
- Priyadi, S., & Rinawati, A. (2025). *Pengaruh Literasi Keuangan dan Gaya Hidup Hedonisme terhadap Penggunaan Fitur PayLater pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Purworejo*. 17(1), 266–273. <https://doi.org/10.23887/jjpe.v17i>
- Putri, Y. A., Wahdiyati, Di., & Corliana, T. (2025). MITOS MODERN DI BALIK FITUR PAY LATER: KAJIAN SEMIOTIK PERILAKU KONSUMTIF MASYARAKAT KOTA. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Malikussaleh (JSPM)*, 6.
- Safariyanto, O. D. S., & Santoso, A. (2023). Pengaruh Shopee Paylater, promosi penjualan, dan gaya hidup hedonisme terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Teknologi Sumbawa. *Journal Manajemen dan Bisnis*, 6(2).
- Seran, Y. M., Widyaningsih, D., & Kusumajaya, R. A. (2026). Minat penggunaan Shopee Paylater: Dari sudut pandang pemasaran dan keuangan pribadi pada Gen Z di Kabupaten Semarang. *Equilibrium: Jurnal Ilmiah Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*, 15(1), 197–212.
- Utama, N. F., Santosa, N. S., Honesta, J., Yong, J. S., Koesnadi, V. L., Jonathan, E., & Marcia, F. A. (2024). *Pengaruh E-Commerce Terhadap Perilaku Impulsive Buying pada Generasi Z*. 2(3), 218–226.
- Utomo, S. B., Hamka, Burhanuddin, Yuliantina, D., & Munizu, M. (2024). Pengaruh literasi keuangan, penggunaan Shopee Paylater dan life style terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. *Edunomika*, 8(2).
- Wahid, A. (2023). *RISIKO DARI PEMANFAATAN LAYANAN PADA APLIKASI E-COMMERCE SHOPEE RISIKO DARI PEMANFAATAN LAYANAN PADA APLIKASI E-COMMERCE SHOPEE*.
- Widiasih, N. P. Y., Sokarina, A., & Isnawati. (2023). *Paylater System and Community Consumptive Behavior: Phenomenological Study Sistem Paylater dan Perilaku Konsumtif Masyarakat: Studi Fenomenologi*. 188–197.