



PAY LATER AND IMPULSE BUYING BEHAVIOR IN THE INDUSTRY 4.0 ERA

Irin Mirrah Luthfia¹, Mona Inayah Pratiwi², Destine Fajar Wiedayanti³, Ana Putri Nastiti⁴

Jurusan Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Semarang

Info Article

Abstract

History Article:

Submitted :

Revised :

Accepted :

Keywords :

Pay later, impulse buying, industry 4.0

Pay later services play an important role in the era of Industry 4.0 by bringing flexibility and integrated payment convenience with the development of digital technology. The advantages and convenience offered by pay later are very appealing. Impulse buying, which refers to the sudden, spontaneous, and unplanned purchase of goods or services, often occurs due to emotional impulses, sudden desires, or external factors such as promotions or discount offers. Pay later technology is well-received by the Indonesian society, and pay later users in Indonesia are categorized as quite high (Sari, 2021). This study employed interview techniques with 10 adult women who have used pay later applications, where 80% of the respondents used the pay later method because of its convenience. The use of pay later can provide flexibility in financial management, especially if used wisely. However, individuals need to carefully consider their budget, understand the requirements and costs associated with pay later services, and limit the tendency for impulsive shopping to avoid getting trapped in an uncontrollable debt cycle.

PAY LATER DAN PERILAKU IMPULSE BUYING DI ERA INDUSTRI 4.0

Abstrak

Layanan *Pay later* berperan penting dalam era industri 4.0 dengan menghadirkan fleksibilitas dan kemudahan pembayaran yang terintegrasi dengan perkembangan teknologi digital. Keunggulan dan kemudahan yang ditawarkan oleh *pay later* sangat menarik. *Impulse buying* atau pembelian impulsif, yang merujuk pada pembelian barang atau layanan yang dilakukan secara tiba-tiba, spontan, dan tanpa perencanaan yang matang, sering kali terjadi karena dorongan emosional, keinginan mendadak, atau rangsangan dari faktor eksternal seperti promosi atau penawaran diskon. Teknologi *pay later* disambut baik oleh masyarakat Indonesia dan pengguna *pay later* di Indonesia berada dalam kategori cukup tinggi (Sari, 2021). Penelitian ini menggunakan Teknik wawancara kepada 10 orang wanita dewasa yang telah menggunakan aplikasi *pay later* dimana 80% responden menggunakan metode *pay later* karena kemudahannya. Penggunaan *Pay later* dapat memberikan fleksibilitas dalam pengelolaan keuangan, terutama jika digunakan dengan bijaksana. Namun, individu perlu mempertimbangkan secara hati-hati anggaran mereka, memahami persyaratan dan biaya yang terkait dengan layanan *Pay later* dan membatasi kecenderungan untuk belanja impulsif agar tidak terjebak dalam siklus hutang yang tidak terkendali.

Kata kunci: *Pay later, impulse buying, industri 4.0*

✉correspondence Address

2776-5865 (online)

Institutional address : Politeknik Negeri Semarang

DOI:

E-mail: irinluthfia@polines.ac.id¹, mona.inayah.pratiwi@polines.ac.id²,
destine.fajar.wiedayanti@polines.ac.id³, ana.putri.nastiti@polines.ac.id³

PENDAHULUAN

Sungguh, hampir semua orang senang berbelanja. Dalam lima tahun terakhir, kita telah dimanjakan dengan kemudahan berbelanja dari kenyamanan rumah kita sendiri. Ada banyak platform e-commerce yang mendukung kita dalam berbelanja. Untuk kebutuhan sehari-hari, ada Shopee, Tokopedia, Lazada, Blibli, dan banyak lagi. Untuk pembelian tiket pesawat, tiket bus, dan pemesanan hotel, kita dapat menggunakan Traveloka, Tiket.com, pegipegi, dan sejenisnya. Kemudian, untuk memudahkan pembelian makanan dan berbelanja di supermarket, ada Gofood dan Gomart by Gojek, Grabfood dan GrabMart by Grab, serta Shopeefood by Shopee. Bahkan, platform media sosial seperti Instagram dan TikTok juga berperan dalam mempromosikan dunia pemasaran digital ini.

Tata cara pembayaran secara online juga semakin beragam. Saat ini masyarakat di Indonesia mulai diperkenalkan dengan sistem pembayaran digital. Menurut Tarantang et. al dalam Sari (2021) pembayaran digital adalah pembayaran dengan memanfaatkan teknologi. Uang disimpan kemudian diproses serta diterima dalam bentuk informasi dalam pembayaran digital, proses pemindahan uang tersebut dilakukan menggunakan alat bantu pembayaran elektronik.

Aplikasi dompet digital seperti Ovo, Dana, Shopeepay, Gopay, dan lainnya semakin populer digunakan oleh masyarakat belakangan ini. Aplikasi ini menawarkan berbagai promo menarik, potongan harga, atau cashback yang menggiurkan. Hal ini mengubah kebiasaan masyarakat dalam proses transaksi dari tunai menjadi non tunai atau dalam bentuk digital, yang dikenal sebagai Cashless Society. Perubahan ini bukanlah keputusan yang tiba-tiba, tetapi merupakan hasil dari program "Go Digital Vision 2020" yang dirancang oleh pemerintah dengan tujuan mencapai Masyarakat Digital pada tahun 2020. Dalam era industri 4.0, di mana

kecepatan dan kenyamanan menjadi prioritas, layanan *pay later* dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan mendorong loyalitas. Secara keseluruhan, tren menuju *cashless society* tidak hanya diinisiasi oleh masyarakat secara spontan, tetapi juga merupakan bagian dari strategi pemerintah dalam mencapai Masyarakat Digital. Layanan *pay later*, dalam konteks industri 4.0, dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan mempromosikan loyalitas, sejalan dengan tujuan menciptakan lingkungan transaksi yang cepat, nyaman, dan berbasis digital.

Dalam penelitiannya, Sari (2021) menjabarkan persepsi penggunaan *pay later* antara lain: persepsi kemudahan dalam penggunaan, persepsi manfaat, intensitas penggunaan, dan sikap dalam penggunaan yang sesungguhnya. Indikator ini tidak jauh berbeda dengan penelitian yang dilakukan Dude (2022) bahwa persepsi *pay later* adalah: persepsi manfaat, persepsi kemudahan, dan persepsi risiko.

Penelitian ini menggunakan Teknik wawancara kepada wanita dewasa yang menurut Kementerian Kesehatan berada pada rentang usia 19-44 tahun yang sudah pernah melakukan pembelian melalui *e-commerce* dengan metode pembayaran *pay later*. Objek penelitian dipilih dengan pertimbangan bahwa wanita dewasa layak menjadi sumber penelitian mengenai *pay later* karena mereka merupakan bagian yang signifikan dari populasi pengguna layanan tersebut merujuk pada penelitian Dude, et al (2022) dimana fasilitas *Pay later* dalam transaksi pembelian online, dan sebanyak 69% penggunanya berjenis kelamin wanita. Dengan demikian, melibatkan wanita dewasa sebagai sumber penelitian mengenai *pay later* akan memberikan pemahaman yang lebih lengkap dan mendalam tentang penggunaan layanan tersebut serta konsekuensi yang mungkin timbul dari perspektif mereka.

PEMBAHASAN

Dalam era industri 4.0, layanan *pay*

later dapat mendorong konsumsi dengan menyediakan opsi pembayaran yang fleksibel dan terjangkau. Kemampuan untuk membeli barang dan layanan tanpa membayar langsung secara tunai dapat meningkatkan daya beli konsumen dan merangsang aktivitas konsumsi. Dalam konteks Masyarakat Digital, layanan *pay later* memiliki peran penting dalam mendukung perubahan ini. Masyarakat dapat dengan mudah mengakses dan menggunakan aplikasi dompet digital untuk bertransaksi secara non tunai, meninggalkan ketergantungan pada uang tunai dan mengadopsi teknologi digital sebagai cara utama pembayaran. Pembayaran secara *cashless* memang memiliki banyak kelebihan dan keuntungan untuk penggunaannya. Kemudian banyak yang terlena dengan kemudahan yang ditawarkan. Konsumen menjadi sulit berhemat karena terlalu asyik belanja dan tergiur penawaran promo hingga keuangan tidak terkontrol. Konsumen menjadi lupa tujuan dalam membeli barang hanya karena benar-benar kebutuhan atau hanya keinginan semata.

Ketika masyarakat mulai terbiasa dengan adanya dompet digital dan menjadi masyarakat *Cashless Society*, Pada pertengahan 2018 perusahaan Fintech memperkenalkan sebuah teknologi pembayaran dengan konsep cicilan tanpa kartu kredit yakni *Pay later*. *Pay later* adalah istilah yang umumnya merujuk pada jenis kredit atau pengaturan pembiayaan di mana peminjam dapat menunda pembayaran untuk pembelian hingga nanti. Dalam skenario *Pay later*, pemberi pinjaman atau penyedia layanan memungkinkan pelanggan untuk membeli barang atau jasa tanpa harus membayar segera (Nugroho, 2023).

Perkembangan teknologi digital telah menghadirkan *Pay later* sebagai sistem pembayaran dengan cara dicicil. Tidak seperti kartu kredit, *Pay later* tidak memerlukan kartu dan hanya memakai pin atau sidik jari saja sebagai persetujuan (Jayanti, 2023). Hal ini tentu saja

mempermudah konsumen dalam memenuhi kebutuhannya mulai dari berbelanja kebutuhan primer, pembelian tiket pesawat atau kereta, booking hotel, dan lainnya kemudian pengguna dapat membayar sesuai termin yang ditentukan.

Berikut adalah aplikasi *Pay later* yang diminati masyarakat Indonesia di tahun 2021 menurut dailysocial.id.



Menurut laporan terbaru Kredivo yang berjudul "Perilaku Konsumen *E-commerce* Indonesia" per Juni 2022, metode pembayaran *pay later* telah mengalami peningkatan penggunaan yang signifikan. Menurut laporan tersebut, *pay later* digunakan oleh 17% responden sebagai metode pembayaran digital terpopuler setelah *e-wallet* (53%) dan transfer bank/*virtual account* (20%). Penggunaan *pay later* di platform *e-commerce* juga meningkat menjadi 38% pada tahun 2022 dibandingkan tahun sebelumnya yang sekitar 28%. Laporan yang dilakukan oleh dailysocial.id pada Maret 2022 dengan melibatkan 3500 responden dari seluruh Indonesia. Hal ini menunjukkan bahwa peningkatan penggunaan *pay later* dalam transaksi *e-commerce* telah mencapai tingkat yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Proyeksi global juga menunjukkan pertumbuhan yang positif, dengan kontribusi *pay later* terhadap total transaksi *e-commerce* global sebesar 2,9%

pada tahun 2021 dan diperkirakan akan meningkat menjadi 5,3% pada tahun 2025 (Anestia, 2022). Laporan ini memberikan gambaran tentang tren penggunaan *pay later* di Indonesia, dengan jumlah pengguna yang terus meningkat dari tahun ke tahun. Hal ini menunjukkan adopsi yang positif terhadap layanan pembayaran ini oleh masyarakat Indonesia dalam melakukan transaksi *online*.

Dalam industri 4.0, layanan *pay later* dapat memanfaatkan analitik data untuk memahami perilaku pembelian dan preferensi konsumen. Hal ini memungkinkan personalisasi penawaran dan promosi yang sesuai dengan kebutuhan individu, meningkatkan relevansi dan efektivitas kampanye pemasaran. Dibalik kemudahan-kemudahan tersebut pembayaran secara *pay later* ternyata menimbulkan *impulse buying* pada individu. Secara umum *Impulse buying* diartikan sebagai perilaku membelanjakan uang yang dilakukan tanpa perencanaan terlebih dahulu, bersifat tiba-tiba dan mendadak serta kebetulan, karena kondisi dan keadaan lingkungan tempat kita berada saat itu (Charan dan Rahayu, 2022).

Kebiasaan impulsif dalam berbelanja sering kali sulit dikendalikan karena adanya dorongan kuat dari dalam diri untuk melakukan pembelian. Selain itu, perasaan senang juga menyertai saat keinginan tersebut terpenuhi. Perilaku ini dapat menjadi tidak sehat karena pada umumnya pembelian impulsif mengabaikan konsekuensi buruk yang dapat menyebabkan masalah keuangan, seperti peningkatan anggaran atau pengeluaran yang berlebihan. Pembelian impulsif sering kali terjadi tanpa perencanaan sebelumnya. Seseorang dapat tergoda untuk membeli sesuatu secara spontan tanpa mempertimbangkan kebutuhan atau keterbatasan anggaran mereka.

Dari beberapa teori tersebut akan muncul pertanyaan, apakah betul penggunaan pembayaran dengan system *Pay later* memberikan dampak negatif kaitannya dengan pengelolaan keuangan

pribadi? Berdasarkan penjelasan mengenai *pay later* dan *impulse buying*, peneliti kemudian melakukan wawancara kepada 10 wanita dewasa yang menurut Kementerian Kesehatan berada pada rentang usia 19-44 tahun yang sudah pernah melakukan pembelian menggunakan *pay later* pada bulan Mei 2023. Hasilnya 8 responden menyatakan bahwa *paylater* digunakan karena mudah digunakan dan 2 responden memilih *pay later* karena pada saat itu tidak mempunyai dana yang cukup untuk berbelanja. Kemudian 4 responden membeli barang karena kebutuhan, dan 6 responden lainnya membeli barang karena tertarik dengan barang yang dijual.

Penggunaan *Pay later* yang memungkinkan masyarakat memenuhi kebutuhan mereka dengan cara berhutang dapat memiliki dampak yang menarik bagi penggunanya jika mereka tidak memiliki kendali diri yang kuat. Penelitian yang dilakukan Yiskha dan Rahayu (2022) menyatakan bahwa *Impulse buying* memiliki hubungan korelasi yang lemah dengan arah hubungan negatif dengan *self control*, yang berarti semakin tinggi *self control* seseorang maka semakin rendah perilaku *impulse buying*, atau sebaliknya. Penelitian yang dilakukan Sari (2021) menghasilkan kesimpulan sebagai berikut: Pertama, penggunaan teknologi *Pay later* disambut dengan sangat baik oleh masyarakat Indonesia yang aktif dalam belanja online di *ecommerce*. Kedua, perilaku *impulse buying* dari pengguna *Pay later* di Indonesia berada dalam kategori cukup tinggi. Artinya bahwa pengguna *Pay later* cenderung masih sering melakukan *impulse buying*. Ketiga, penggunaan *Pay later* memiliki pengaruh positif terhadap perilaku *impulse buying*.

Demikian juga dengan Dude, et al (2022) yang dalam penelitiannya menyatakan bahwa pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Universitas Negeri Gorontalo *Pay later* dan *flash sale* secara simultan dan signifikan berpengaruh terhadap Perilaku *Impulse Buying*. Hal ini cukup mengejutkan karena ternyata para

mahasiswa yang notebene belum memiliki pendapatan tetap, berani mengambil resiko untuk menggunakan fasilitas *Pay later* dalam transaksi pembelian online, dan sebanyak 69% penggunanya berjenis kelamin wanita. Mahasiswa seringkali mengalami fluktuasi dalam keuangan mereka, tergantung pada jadwal pencairan beasiswa atau dukungan keuangan lainnya. *Pay later* dapat memberikan fleksibilitas dalam pembayaran, sehingga mereka dapat memenuhi kebutuhan sekarang dan membayar nanti ketika dana tersedia. Namun penggunaan *Pay Later* oleh orang yang belum memiliki penghasilan tetap dalam hal ini mahasiswa, dapat memicu pola pengeluaran yang tidak sehat. Mereka mungkin cenderung menghabiskan lebih dari yang mereka mampu, bergantung pada fitur *Pay Later* untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan mereka. Ini dapat menyebabkan kebiasaan belanja impulsif dan mengarah pada masalah keuangan jangka panjang.

Dalam penelitiannya, Kristianto (2022) menyimpulkan resiko buruk penggunaan *Pay later* secara berlebihan yaitu:

1. Pengaturan Keuangan Terganggu

Kemudahan fitur *Pay later* seringkali menjadi penyebab terganggunya pengaturan keuangan pribadi karena adanya cicilan yang datang. Seringkali, dana yang kita sisihkan untuk membayar cicilan terpakai guna memenuhi kebutuhan yang lebih mendesak, hal ini mengakibatkan tidak mampu membayar cicilan.

2. Ada Biaya yang Tidak Disadari

Dalam menggunakan *Pay later* tanpa kita sadari ada biaya lain yang ikut aktif seperti biaya subscription, biaya cicilan, dan biaya lainnya. Hal ini yang akan memberatkan kita setiap kali tagihan datang.

3. Perilaku Konsumtif Berlebih

Penggunaan *Pay later* secara tidak kita sadari juga mampu menimbulkan dorongan belanja yang implusif. Diri kita akan lebih mudah tergiur dalam melihat diskon dan tawaran menarik lainnya.

4. Peretasan Identitas

Resiko ini mungkin tidak disadari, tapi peretasan atau pencurian identitas ini bisa dan mungkin terjadi meskipun sudah ada keamanan yang tinggi dari pihak *platformnya*.

Secara garis besar, dapat disimpulkan bahwa penggunaan *Pay later* cenderung memicu kebiasaan belanja impulsif. Beberapa faktor yang mempengaruhi hubungan tersebut antara lain:

1. Keterbatasan pembayaran: Layanan *pay later* dapat memberikan kesan bahwa pembayaran tidak harus dilakukan secara segera. Hal ini dapat mengurangi rasa tanggung jawab dan membuat individu lebih cenderung untuk melakukan pembelian impulsif tanpa mempertimbangkan anggaran mereka secara menyeluruh.
2. Perasaan memiliki lebih banyak uang: Dengan *Pay later*, individu dapat merasa memiliki akses ke lebih banyak uang secara instan. Perasaan ini dapat mendorong perilaku belanja impulsif, karena mereka dapat membeli barang-barang yang mungkin sejatinya di luar kemampuan keuangan mereka saat ini.
3. Promosi dan diskon: Beberapa layanan *pay later* sering kali menawarkan promosi khusus atau diskon kepada pengguna mereka. Penawaran semacam ini dapat memicu impulsivitas belanja, karena orang dapat tergoda untuk memanfaatkannya meskipun mereka sebenarnya tidak membutuhkan barang tersebut.
4. Tidak adanya kejelasan biaya dan bunga: Beberapa orang mungkin tidak sepenuhnya memahami biaya dan bunga yang terkait dengan layanan *pay later*. Hal ini dapat mengaburkan persepsi terhadap pengeluaran *impulsive* dan dapat memicu perilaku belanja impulsif tanpa

mempertimbangkan konsekuensi finansial jangka panjang.

SIMPULAN

Dengan perkembangan industri 4.0, layanan pay later terus beradaptasi dan berinovasi untuk memenuhi kebutuhan konsumen yang semakin terhubung dan teknologi yang semakin maju. Perlu Bersama-sama kita pahami bahwa penggunaan *Pay later* dapat memberikan fleksibilitas dalam pengelolaan keuangan, terutama jika digunakan dengan bijaksana. Namun, individu perlu mempertimbangkan secara hati-hati anggaran mereka, memahami persyaratan dan biaya yang terkait dengan layanan *Pay later* dan membatasi kecenderungan untuk belanja impulsif agar tidak terjebak dalam siklus hutang yang tidak terkendali.

Pada Akhirnya penggunaan *Pay later* tidaklah salah hanya saja jadilah *cashless society* yang cerdas dan bijak dalam memanfaatkan kemudahan dari setiap yang ditawarkan. *Self control* akan menahan kita untuk menggunakan *Pay later* dengan berlebihan. Jika dirasa barang atau keperluan tersebut tidak mendesak maka menabunglah terlebih dahulu apalagi jika perasaan ingin memiliki barang tersebut hanya sekedar keinginan kita semata. Untuk mengelola *impulse buying*, penting untuk meningkatkan kesadaran diri tentang kebiasaan belanja impulsif, membuat daftar belanja yang direncanakan, membatasi aksesibilitas terhadap pengaruh impulsif seperti iklan atau promosi, dan mempertimbangkan secara kritis sebelum membuat keputusan pembelian yang tepat.

DAFTAR PUSTAKA

- Dude, Nurjihan Zhabrina., Ramlan Amir Isa, Yulinda L. Ismail. Pengaruh Penggunaan *Pay later* dan *Flashsale* terhadap Perilaku Impulse Buying pada Pengguna Shopee (Studi pada Mahasiswa Pengguna Shopee Jurusan Manajemen Universitas Gorontalo). *YUME: Journal of Management*. (2022).
<https://doi.org/10.2568/yum.v5i3.3067>
- Jayanti, Nur Asih. 5 Alasan Kenapa Orang Lebih Suka Pakai Pay later. [https://www.kompasiana.com/nurasih2000/63eb0bad5479c370be14cde2/5-alasan-kenapa-orang-lebih-memilih-pay later](https://www.kompasiana.com/nurasih2000/63eb0bad5479c370be14cde2/5-alasan-kenapa-orang-lebih-memilih-pay-later)
- Kristianto, Wahyu. 2022. Pay later dengan Segudang Resikonya. [https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kpknl-bandung/baca-artikel/15565/PAY LATER-DENGAN-SEGUDANG-RESIKONYA.html](https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kpknl-bandung/baca-artikel/15565/PAY-LATER-DENGAN-SEGUDANG-RESIKONYA.html)
- Nugroho, Sembodo. Kamu Suka Pakai Pay later? Ini Dampaknya dari Penggunaan Pay later. [https://www.kompasiana.com/doi/63f2e70008a8b5120409c4e2/kamu-suka-pake-pay later-ini-dampaknya-dari-penggunaan-pay later](https://www.kompasiana.com/doi/63f2e70008a8b5120409c4e2/kamu-suka-pake-pay-later-ini-dampaknya-dari-penggunaan-pay-later)
- Sari, Rahmatika. (2021). Pengaruh Penggunaan Pay later Terhadap Perilaku Impulse Buying Pengguna E-Commerce di Indonesia Rahmatika Sari. *Jurnal Riset Bisnis Dan Investasi*, 7(1), 44.
- Yiska, Y., Charan, P., Nugraheni, M., Rahayu, M., & Info, A. (n.d.). Self-Control dan Impulsive Buying Wanita Dewasa Awal Pada Masa Pandemi. *Jurnal Imiah Psikologi*, 10, 662–670.
<https://doi.org/10.30872/psikoborneo.v10i4>
- [https://dailysocial.id/post/pay later-makin-diminati-konsumen-untuk-belanja-online](https://dailysocial.id/post/pay-later-makin-diminati-konsumen-untuk-belanja-online)