

Pemahaman Mahasiswa terhadap Layanan *Paylater* dan Dampaknya Pada  
Keputusan Penggunaannya  
*Understanding of Students Regarding Paylater Services and Its Impact on  
Usage Decisions*

Khalisa Novita Dewi<sup>1\*</sup>, Merisa Nabila Nurindah<sup>2</sup>, Nurah Alisha Hamzah<sup>3</sup>, Masiyah  
Kholmi<sup>4</sup>

<sup>1234</sup> Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Malang, Jalan Raya Tlogomas  
No. 246 Babatan Tegalondo Kec. Lowokwaru Kota Malang Jawa Timur, 65144, Indonesia

\*E-mail: khalisa@webmail.umm.ac.id

ABSTRAK

*Submit: 2025-04-10*  
*Revisi: 2025-04-28*  
*Disetujui: 2025-05-10*

**Abstrak:** Layanan keuangan digital seperti *Paylater* semakin banyak digunakan oleh mahasiswa, namun belum banyak penelitian yang mengkaji bagaimana pemahaman individu terhadap layanan tersebut memengaruhi keputusan penggunaan mereka. Sebagian besar penelitian sebelumnya lebih berfokus pada faktor eksternal seperti pengaruh sosial dan perilaku konsumen, namun belum mengkaji secara mendalam hubungan antara pemahaman mahasiswa dengan keputusan yang mereka buat. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji bagaimana mahasiswa Universitas Muhammadiyah Malang memahami layanan *Paylater* dan bagaimana pemahaman tersebut memengaruhi keputusan penggunaan mereka. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara semi terstruktur terhadap sepuluh mahasiswa yang dipilih secara *purposive*. Proses analisis dilakukan dengan menggunakan metode analisis tematik, melalui tahapan transkripsi, pembacaan ulang, pengkodean, pengelompokan kode menjadi subtema dan tema, serta penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa memahami *Paylater* sebagai layanan pinjaman digital berbunga dan mengaitkannya dengan nilai-nilai keagamaan, khususnya terkait riba. Pemahaman tersebut secara langsung memengaruhi keputusan mereka, di mana mayoritas memilih untuk tidak menggunakan layanan tersebut. Penelitian ini merekomendasikan agar penelitian selanjutnya menggali lebih dalam dinamika pemahaman pengguna terhadap layanan *Paylater* dalam konteks yang lebih luas.

**Kata kunci:** Keputusan Penggunaan, Layanan *Paylater*,  
Pemahaman Mahasiswa

ABSTRACT

*Abstract: Digital financial services like Paylater are increasingly used by students, but there are not many studies examining how individual understanding of these services affects their usage decisions. Most previous research has focused more on external factors such as social influence and consumer behavior, but has not deeply examined the relationship between students' understanding and the decisions they make. This study aims to examine how students at Universitas Muhammadiyah Malang understand the Paylater service and how that understanding impacts their usage decisions. This study uses a descriptive qualitative approach with data collection techniques in the form of semi-structured interviews with ten purposively selected students. The analysis process was conducted using thematic analysis methods, through stages of transcription, re-reading, coding, grouping codes into sub-themes and themes, and drawing conclusions. The research results show that students understand Paylater as an interest-bearing digital loan service and associate it with religious values, particularly in relation to usury. This understanding directly influences their decisions, where the majority choose not to use the service. This study*

*recommends that future research delve deeper into the dynamics of user understanding of digital services in a broader context.*

**Keywords:** *Paylater Service, Student Understanding, Usage Decision*

#### **How to Cite**

Dewi, K. N., Nurindah, M. N., Hamzah, N. A., & Kholmi, M. (2025). *Understanding of Students Regarding Paylater Services and Its Impact on Usage Decisions. Maro: Jurnal Ekonomi Syariah Dan Bisnis, 8(1), 88–97.* <https://doi.org/10.31949/maro.v8i1.13718>

Copyright © 2025 Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Agama Islam Universitas Majalengka. All rights reserved.

## **1. Introduction**

Perkembangan teknologi finansial (*fintech*) di Indonesia telah membawa dampak signifikan terhadap perilaku konsumsi masyarakat, termasuk di kalangan mahasiswa (Elvi, 2025). Salah satu layanan *fintech* yang paling populer adalah layanan *Paylater*, yang memungkinkan pengguna melakukan pembelian terlebih dahulu dan membayarnya kemudian. Layanan ini menarik banyak pelajar karena menawarkan kemudahan akses, proses pendaftaran yang cepat, dan fleksibilitas dalam sistem pembayaran. Namun, penggunaan *Paylater* tidak lepas dari risiko, seperti perilaku konsumtif yang berlebihan dan potensi terjerat hutang akibat kurangnya pengendalian diri (Alvida Dzattadini et al., 2024). Mahasiswa yang belum sepenuhnya matang secara finansial berisiko terjerumus dalam siklus utang, terutama jika mereka tidak memiliki perencanaan keuangan yang baik. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa faktor-faktor seperti kemudahan penggunaan, pengaruh teman sebaya, dan kurangnya literasi keuangan dapat mempengaruhi keputusan mahasiswa dalam menggunakan layanan ini (Nailah Amelia et al., 2023). Selain itu, munculnya layanan *Paylater* juga telah memicu perdebatan dari sudut pandang agama, terutama di masyarakat yang mayoritas penduduknya beragama Islam seperti Indonesia, mengenai masalah riba dalam sistem bunga atau biaya keterlambatan yang diterapkan.

Penelitian terdahulu telah banyak mengkaji pemanfaatan layanan *Paylater* dalam konteks perilaku konsumen dan pemahaman keuangan digital. Sebagian besar penelitian tersebut menggunakan pendekatan kuantitatif dan berfokus pada faktor psikologis serta sosial yang memengaruhi keputusan penggunaan layanan ini, seperti kemudahan bertransaksi, pengaruh teman sebaya, motivasi hedonis, dan akses teknologi. Akan tetapi, masih terdapat keterbatasan dalam memahami konteks sosial dan nilai-nilai personal yang mendasari keputusan mahasiswa untuk menggunakan layanan *Paylater* secara mendalam. Isu riba sebagai bagian dari nilai-nilai keagamaan belum banyak dikaji, meskipun telah muncul secara deskriptif dalam beberapa penelitian. Dengan demikian, masih terdapat celah untuk mengkaji bagaimana mahasiswa memandang layanan *Paylater*, tidak hanya dari perspektif kemudahan atau keuntungan, tetapi juga dari sudut pandang nilai, moral, serta keyakinan agama yang dapat memengaruhi pilihannya.

Beberapa penelitian penting dapat menjadi dasar untuk memahami fenomena ini. Penelitian oleh (Zigari Muhammad et al., 2023) menunjukkan bahwa pengaruh sosial, fasilitas pendukung, motivasi hedonis, dan kebiasaan belanja memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan layanan *Paylater*, sedangkan ekspektasi kinerja dan nilai harga tidak berpengaruh signifikan. Studi ini menekankan peran dominan lingkungan dan kebiasaan dalam membentuk keputusan keuangan mahasiswa. Di sisi lain, penelitian (Hisyam & Utami Hadi, 2024) mengungkap bahwa perilaku konsumtif berpengaruh signifikan terhadap penggunaan layanan *Paylater*, tetapi religiusitas tidak menunjukkan signifikansi secara statistik. Meskipun demikian, penelitian tersebut menemukan bahwa mayoritas responden masih mempertimbangkan nilai-nilai agama dalam keputusan mereka. Kedua penelitian tersebut mencerminkan pentingnya faktor sosial dan gaya hidup dengan pendekatan kuantitatif, tetapi

keduanya belum membahas secara kontekstual bagaimana siswa memahami makna dan nilai di balik keputusan keuangan mereka. Oleh karena itu, fokus penelitian ini diarahkan untuk mengisi kesenjangan tersebut dengan pendekatan yang lebih mendalam.

Berdasarkan latar belakang dan hasil penelitian sebelumnya, penelitian ini berupaya untuk mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam tentang bagaimana mahasiswa memaknai layanan *Paylater* dari perspektif pengalaman pribadi, pertimbangan praktis, dan nilai-nilai yang mereka junjung tinggi, termasuk pandangan mereka terhadap konsep riba. Penelitian ini tidak hanya bertujuan untuk mengetahui apakah mahasiswa menggunakan layanan *Paylater* atau tidak, tetapi juga mengapa mereka membuat keputusan tersebut. Untuk itu, beberapa pertanyaan kunci diajukan, seperti: apa yang mereka ketahui tentang *Paylater*, pandangan mereka tentang manfaat dan risikonya, di mana mereka pertama kali mendengarnya, dan sejauh mana mereka memahami sistem bunga dan hubungannya dengan praktik riba. Selain itu, penelitian ini juga menanyakan apakah pemahaman ini memengaruhi keputusan mereka untuk menggunakan atau tidak menggunakan layanan ini. Argumen awal dalam penelitian ini adalah bahwa meskipun mahasiswa tertarik menggunakan *Paylater* karena kenyamanannya, beberapa dari mereka masih mempertimbangkan aspek moral dan agama, terutama yang terkait dengan riba, dalam proses pengambilan keputusan. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif, penelitian ini bertujuan untuk menggali lebih dalam makna dan pertimbangan pribadi yang tidak dapat diungkapkan melalui data kuantitatif.

## 2. Literature review

Layanan *Paylater* merupakan salah satu bentuk inovasi sistem pembayaran digital yang memungkinkan pengguna melakukan pembelian terlebih dahulu dan membayarnya kemudian. Dalam konteks mahasiswa, pemahaman terhadap layanan ini berkaitan erat dengan tingkat literasi keuangan individu. Literasi keuangan meliputi pemahaman terhadap konsep bunga, jadwal pembayaran, biaya keterlambatan, serta implikasi jangka panjang dari penggunaan kredit. (Angelista et al., 2024) mengungkapkan bahwa mahasiswa dengan literasi yang tinggi cenderung mampu memahami karakteristik layanan *Paylater* secara lebih menyeluruh, sehingga mampu mengambil keputusan keuangan yang rasional. Pengetahuan ini mencakup pemahaman tentang biaya tersembunyi, persyaratan pinjaman, dan perbedaan antara kebutuhan dan keinginan konsumen.

Secara evaluatif, pemahaman mahasiswa terhadap layanan *Paylater* dapat dikategorikan ke dalam beberapa aspek, yaitu kognitif (pengetahuan), afektif (sikap), dan konatif (perilaku). Mahasiswa dengan pemahaman rendah cenderung melihat layanan ini hanya sebagai kemudahan semata tanpa mempertimbangkan risiko keuangan di masa mendatang. (Hidayanti et al., 2023) menekankan bahwa kurangnya edukasi finansial di kalangan mahasiswa menyebabkan pemahaman yang dangkal dan perilaku impulsif terhadap layanan keuangan digital.

Keputusan mahasiswa untuk menggunakan layanan *Paylater* merupakan hasil dari proses pertimbangan rasional dan emosional yang dipengaruhi oleh persepsi risiko, manfaat, kemudahan akses, dan tekanan sosial. Menurut definisi, keputusan keuangan mencerminkan bagaimana seorang individu mengevaluasi opsi pembayaran berdasarkan informasi yang tersedia dan preferensi pribadi. Fitriyani (2024) menyoroti bahwa faktor-faktor seperti kepercayaan terhadap penyedia layanan, persepsi risiko gagal bayar, serta kebutuhan mendesak menjadi faktor dominan dalam memicu penggunaan *Paylater* oleh mahasiswa. Layanan ini sering digunakan sebagai solusi jangka pendek untuk kebutuhan mendesak yang tidak dapat ditunda, seperti kebutuhan akademis atau kebutuhan primer lainnya.

Evaluasi terhadap keputusan untuk menggunakan *Paylater* menunjukkan bahwa mahasiswa pada umumnya tidak memiliki perencanaan keuangan yang memadai sebelum menggunakan layanan ini. Berdasarkan temuan (Aprilia et al., 2024), banyak mahasiswa memutuskan untuk menggunakan *paylater* tanpa mengkalkulasi dampaknya terhadap kondisi keuangan mereka di masa depan. (Dean Amri et al., 2024) juga menekankan pentingnya pemahaman anggaran sebagai alat pengendali dalam pengambilan

keputusan keuangan. Aspek evaluatif dari keputusan ini melibatkan pemahaman perencanaan anggaran, penggunaan aplikasi manajemen keuangan, dan pendidikan tentang prioritas keuangan. Pendekatan berbasis keuangan perilaku dapat digunakan untuk menganalisis kecenderungan mahasiswa dalam membuat keputusan impulsif mengenai layanan *Paylater*.

Pemahaman mahasiswa terhadap layanan *Paylater* sangat memengaruhi keputusan penggunaannya. Mahasiswa yang memiliki pemahaman memadai cenderung mengevaluasi kemampuan keuangannya sebelum menggunakan fitur ini, sedangkan yang pemahamannya lebih rendah lebih mudah tergoda oleh kemudahan bertransaksi. (Ulfha et al., 2025) mengungkap bahwa mahasiswa dengan wawasan keuangan yang baik akan membandingkan manfaat dan risiko terlebih dahulu, termasuk konsekuensi dari keterlambatan pembayaran dan bunga tambahan. Hal ini mencerminkan bahwa pemahaman merupakan landasan penting dalam membuat keputusan keuangan yang bijaksana.

Dari perspektif evaluatif, hubungan antara pemahaman dan pengambilan keputusan dapat dilihat melalui pendekatan korelasional dan regresi, untuk mengukur seberapa besar literasi keuangan memengaruhi niat menggunakan *Paylater*. Mahasiswa dengan pemahaman keuangan yang baik cenderung lebih bijak dalam menggunakan layanan *paylater*, sehingga dapat meminimalkan risiko penggunaan secara sembarangan (Silvialorenza et al., 2024)

### 3. Method

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan tujuan untuk mengeksplorasi secara mendalam pemahaman mahasiswa tentang layanan *Paylater*, khususnya dalam menilai keselarasannya dengan nilai-nilai moral seperti riba, dan bagaimana pemahaman ini memengaruhi keputusan untuk menggunakan layanan tersebut. Pendekatan kualitatif dipilih karena memberikan ruang bagi peneliti untuk menggali realitas sosial dan makna subjektif yang dikonstruksi oleh individu berdasarkan konteks kehidupan mereka (Creswell & Poth, 2018). Sementara itu, pendekatan deskriptif digunakan untuk menggambarkan fenomena secara alami, tanpa memanipulasi variabel atau membuat generalisasi statistik. Sebaliknya, pendekatan ini bertujuan untuk memahami narasi dan makna yang dibentuk oleh informan dalam pengalaman nyata mereka.

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui wawancara semi terstruktur, yang merupakan teknik utama untuk memperoleh informasi. Jenis wawancara ini memungkinkan fleksibilitas dalam mengeksplorasi topik sambil tetap mematuhi pedoman pertanyaan yang disiapkan sebelumnya. Teknik ini dipilih karena efektif dalam menggali pemikiran, emosi, serta pengalaman reflektif dari para informan (McGrath et al., 2019). Penelitian ini dilakukan pada bulan April 2025, dengan wawancara dilakukan secara tatap muka dan daring, untuk mengakomodasi informan yang berada di luar kota atau memiliki keterbatasan waktu (Dani et al., 2024). Setiap wawancara berlangsung sekitar 30 menit, direkam dengan persetujuan informan, dan kemudian ditranskripsi kata demi kata untuk analisis lebih lanjut.

Data yang diperoleh dianalisis dengan menggunakan pendekatan analisis tematik. Pendekatan ini memungkinkan identifikasi pola makna secara sistematis dari data kualitatif melalui beberapa tahapan. Proses diawali dengan membaca keseluruhan transkrip wawancara untuk memahami konteks secara menyeluruh, dilanjutkan dengan proses pengkodean bagian-bagian data yang dianggap signifikan. Kode-kode tersebut kemudian dikelompokkan menjadi tema-tema awal yang mewakili isu atau gagasan utama dari tanggapan para informan. Tema-tema yang terbentuk ditinjau ulang untuk memastikan konsistensi dan relevansinya dengan fokus penelitian. Tahap akhir dari proses analisis ini adalah penyusunan narasi analitis yang dibangun atas tema-tema yang telah ditetapkan, dan diperkuat dengan kutipan langsung dari para informan untuk mendukung penafsiran hasil.

Pemilihan informan dilakukan dengan teknik *purposive sampling*, yakni teknik pengambilan sampel berdasarkan pertimbangan atau kriteria tertentu yang sesuai dengan tujuan penelitian (Etikan, 2016). Kriteria informan dalam penelitian ini adalah mahasiswa aktif Universitas Muhammadiyah Malang

yang berusia 18 sampai dengan 25 tahun, memiliki pemahaman dasar atau mendalam mengenai layanan *Paylater*, baik yang pernah menggunakan, sedang menggunakan, belum pernah menggunakan, maupun yang menolak menggunakan layanan tersebut. Selain itu, informan yang dipilih adalah individu yang beragama Islam, bersedia diwawancarai, dan mampu menyampaikan pandangannya secara reflektif. Kriteria tersebut dirancang untuk menangkap keberagaman sikap dan pemahaman di kalangan mahasiswa, termasuk pertimbangan rasional dan nilai-nilai agama yang mendasari keputusan mereka untuk menggunakan atau tidak menggunakan layanan *Paylater*. Berdasarkan kriteria tersebut di atas, maka informan yang dipilih adalah sebagai berikut.

**Tabel 1.** Profil Informan

Kode Informan	Jenis Kelamin	Usia	Agama	Status Penggunaan <i>Paylater</i>
Rd	Laki-laki	18	Islam	Sedang Menggunakan
Cp	Perempuan	19	Islam	Menolak Menggunakan
Nd	Perempuan	20	Islam	Menolak Menggunakan
Nn	Perempuan	21	Islam	Menolak Menggunakan
Ah	Perempuan	21	Islam	Menolak Menggunakan
Is	Laki-Laki	21	Islam	Pernah Menggunakan
Ar	Laki-Laki	21	Islam	Menolak Menggunakan
Mh	Laki-Laki	21	Islam	Pernah Menggunakan
Ri	Laki-Laki	21	Islam	Menolak Menggunakan
Sw	Perempuan	23	Islam	Sedang Menggunakan

#### 4. Result

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa mahasiswa Universitas Muhammadiyah Malang memiliki pemahaman yang cukup baik mengenai layanan keuangan digital *Paylater*. Mereka secara umum menganggap bahwa *Paylater* merupakan layanan pembiayaan atau pinjaman digital yang memungkinkan pengguna untuk membeli produk atau layanan secara langsung dan membayarnya kemudian. Layanan ini dapat digunakan dalam bentuk cicilan atau pembayaran penuh kemudian. Mahasiswa menggunakan istilah “utang digital” dan “pinjaman online” untuk menjelaskan jenis transaksi ini. Mereka juga memahami bahwa penggunaan *Paylater* tidaklah gratis dan pasti melibatkan bunga atau biaya tambahan lainnya.

“Layanan bayar nanti kayak hutang gitu dan ada bunga atau biaya tambahannya.” (Nn, 21)

“Pinjaman online jangka pendek, bisa dicicil.” (Cp, 19)

Pemahaman ini menunjukkan bahwa mahasiswa tidak melihat *Paylater* hanya sebagai fitur pembayaran praktis, tetapi sebagai bagian dari sistem keuangan yang mengandung unsur utang dan risiko. Kesadaran ini menjadi indikator bahwa mereka mulai memahami bahwa *Paylater* adalah produk keuangan yang memiliki implikasi ekonomi riil dan tidak dapat diperlakukan sembarangan, meskipun tersedia dalam bentuk digital yang tampak sederhana dan mudah diakses.

Sebagian besar mahasiswa juga mengakui manfaat praktis *Paylater*, terutama dalam hal kemudahan pembelian barang saat kondisi keuangan terbatas. Layanan ini dinilai bermanfaat jika digunakan dengan tepat dan dalam situasi mendesak. Namun, mahasiswa segera menyadari bahwa kemudahan ini juga dapat menimbulkan kebiasaan konsumtif dan beban keuangan yang menumpuk. Mereka menunjukkan sikap kritis terhadap potensi penyalahgunaan layanan dan dampaknya terhadap kebiasaan belanja pribadi.

“Keuntungannya jelas praktis, apalagi kalau lagi butuh sesuatu tapi belum punya uang. Bisa bantu banget di situasi darurat.” (Ar, 21)

“Lumayan bantu kalau lagi kepepet banget, terus belum gaji atau duit belum cair. Bisa beli dulu bayar belakangan.” (Ah, 21)

“Terbebani dalam pikiran karena barang yang kita butuhkan sudah ada tapi belum dibayar dan harus dilunasi.” (Rd, 18)

“Kalau saya sering menggunakan layanan *Paylater*, maka saya akan sering berbelanja dan tunggakan pinjaman saya akan banyak.” (Cp, 19)

Kutipan ini menunjukkan bahwa mahasiswa tidak hanya memahami manfaat fungsional *Paylater* tetapi juga secara aktif mempertimbangkan konsekuensi psikologis dan finansial dari penggunaannya. Mereka menyadari bahwa layanan ini dapat mendorong perilaku impulsif dan kecenderungan gaya hidup konsumtif jika tidak dikendalikan dengan baik. Hal ini menunjukkan peningkatan kesadaran mengenai penggunaan *Paylater*.

Informasi tentang *Paylater* pertama kali diperoleh mahasiswa melalui media sosial, iklan digital, atau langsung melalui teman sebaya. Kesan awal tentang layanan ini cenderung positif karena tampak modern dan bermanfaat. Namun, seiring bertambahnya pemahaman mereka, mahasiswa menjadi semakin waspada terhadap risiko tersembunyi, terutama saat membaca atau mendengar pengalaman negatif dari orang lain.

“Pertama kali tahu dari teman sebaya, yang katanya menguntungkan.” (Is, 21)

“Pertama kali tahu ya dari iklan dan marketplace kayak Shopee.” (Sw, 23)

“Kesan saya adalah takut, sebab tawaran tersebut sangat menarik tetapi juga berisiko.” (Cp, 19)

Pernyataan ini menunjukkan bahwa mahasiswa tidak mudah terpengaruh oleh promosi yang tampak menarik. Mereka cenderung memeriksa secara kritis apa yang mereka konsumsi dari iklan digital, dan ini menunjukkan tingkat kontrol kognitif dalam mengelola paparan informasi keuangan yang mereka terima. Iklan tidak secara otomatis mengubah persepsi mereka secara permanen; sebaliknya, setelah mengevaluasi pengalaman nyata, mereka cenderung bersikap hati-hati.

Sebagian besar mahasiswa memahami bahwa layanan *Paylater* dikenakan bunga dan biaya tambahan seperti biaya admin dan denda keterlambatan. Mereka tahu bahwa keterlambatan pembayaran akan mengakibatkan beban yang semakin besar. Akan tetapi, mereka belum memiliki pemahaman yang mendalam tentang cara menghitung bunga, atau perbedaan antara sistem bunga tetap dan bunga efektif.

“Kurang lebih paham. Biasanya ada bunga atau biaya admin per bulan. Kalau telat bayar, bisa kena denda juga.” (Ar, 21)

“Kalau telat bayar dari jatuh tempo lebih sebulan itu seharusnya dikenai bunga 5%.” (Ri, 21)

“Saya tahu bahwa pasti ada bunga tambahan ketika akan membayar nominal yang dipakai.” (Cp, 19)

Kutipan tersebut menunjukkan bahwa mahasiswa menyadari adanya biaya tambahan sebagai konsekuensi dari penggunaan layanan ini. Akan tetapi, pemahaman mereka masih pada tingkat permukaan dan mereka belum sepenuhnya memahami struktur atau logika finansial dibalik perhitungan bunga. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun telah terjadi kemajuan dalam kesadaran keuangan digital, literasi teknis mereka masih terbatas.

Salah satu alasan utama mahasiswa menolak penggunaan *Paylater* adalah adanya sistem bunga yang dianggap mirip dengan praktik riba. Bagi sebagian besar mahasiswa, nilai-nilai Islam menjadi faktor utama dalam pengambilan keputusan finansial. Mereka mengaitkan sistem bunga dengan pelanggaran prinsip syariah, dan hal ini secara signifikan memengaruhi sikap mereka terhadap layanan keuangan digital.

“Iya riba, karena setahu saya jika meminjam uang lalu saat dikembalikan ada biaya lebih atau bunga, itu termasuk riba.” (Nn, 21)

“Bunga itu haram dan termasuk riba.” (Nd, 20)

“Karena aku udah ngerti sistemnya kayak gimana dan ada unsur ribanya, aku mutusin buat nggak pake.” (Ah, 21)

Perspektif ini menunjukkan bahwa mahasiswa Universitas Muhammadiyah Malang tidak hanya berpikir secara ekonomi, tetapi juga secara nilai-nilai. Prinsip moral dan agama digunakan sebagai landasan dalam menilai layanan *Paylater*, bukan hanya faktor untung rugi. Dengan demikian, keputusan yang diambil mencerminkan sikap reflektif dan integratif antara kebutuhan praktis dengan nilai-nilai etika yang dianutnya.

Keputusan akhir mahasiswa untuk menggunakan atau menolak *Paylater* sangat dipengaruhi oleh kombinasi pemahaman sistem, pengalaman, dan keyakinan pribadi. Sebagian besar memilih untuk tidak menggunakan *Paylater* sama sekali, sementara sebagian kecil menggunakannya dalam kondisi yang selektif dan dengan manajemen yang ketat.

“Aku belum pernah pakai dan nggak ada niat untuk pakai, karena takut kebablasan dan akhirnya terjebak utang.” (Ar, 21)

“Saya tidak minat menggunakan saat ini dan kedepannya juga, karena banyak rugi dipengguna.” (Nn, 21)

“Pernah menggunakan dan akan menggunakan lagi meskipun ada bunga karena ada banyak voucher untuk pembayaran *paylater*” (Rd, 18)

Dari kutipan tersebut, terlihat bahwa mahasiswa secara aktif dan sadar memposisikan diri ketika berhadapan dengan layanan *Paylater*. Mereka tidak sekadar bereaksi terhadap tawaran yang tersedia, tetapi juga mempertimbangkan nilai, etika, dan kemampuan keuangan pribadi sebelum mengambil keputusan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa mahasiswa Universitas Muhammadiyah Malang memiliki pemahaman yang berkembang tentang *Paylater* dan kesadaran nilai yang tinggi, yang keduanya membentuk sikap mereka dalam menggunakan layanan *Paylater* secara cermat, selektif, dan berprinsip.

## 5. Discussion

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa mahasiswa Universitas Muhammadiyah Malang memiliki pemahaman yang cukup kuat terhadap layanan *Paylater*. Mereka memahami bahwa layanan ini merupakan salah satu bentuk pembiayaan atau utang digital yang memberikan kemudahan dalam pembelian saat dana belum tersedia. Namun, mahasiswa menyadari adanya bunga, denda, dan risiko konsumerisme yang menyertainya. Layanan ini dinilai menguntungkan dalam kondisi tertentu, namun mayoritas mahasiswa tetap memilih untuk tidak menggunakannya karena pertimbangan nilai dan etika, khususnya terkait riba. Bagi sebagian kecil pengguna, mereka menerapkan batasan yang ketat dan hanya dalam kondisi mendesak. Keputusan untuk menggunakan *Paylater* dalam konteks ini tidak hanya didasarkan pada pemahaman teknis tetapi juga pada tingkat nilai dan kesadaran moral yang tinggi.

Refleksi atas temuan ini menunjukkan bahwa sikap mahasiswa terhadap *Paylater* terbentuk dari gabungan pengetahuan finansial dasar, pengalaman sosial, dan nilai-nilai agama. Ketiga faktor ini saling berkaitan dan mendorong mahasiswa untuk berpikir kritis saat menghadapi layanan *Paylater*. Mahasiswa tidak langsung tertarik dengan kemudahan *Paylater* karena mereka menyadari bahwa utang sering kali muncul saat pengeluaran melebihi pendapatan. Seperti yang diungkapkan oleh (Reski et al., 2025), perilaku berhutang disebabkan pengeluaran yang lebih besar dibandingkan dengan pemasukan atau pendapatan yang diterima. Pernyataan ini sejalan dengan sikap mahasiswa Universitas Muhammadiyah Malang yang enggan berutang bukan hanya karena beban bunga, tetapi juga karena kesadaran akan pentingnya menjaga keseimbangan finansial sebagai landasan perilaku sehat.

Interpretasi dari refleksi ini menunjukkan bahwa mahasiswa Universitas Muhammadiyah Malang secara aktif memposisikan diri untuk menghindari jebakan utang konsumen. Mereka memahami bahwa bunga *Paylater* dapat terakumulasi dari waktu ke waktu dan justru menambah beban utang alih-alih mengurangnya. Pemahaman ini sejalan dengan temuan (Lestari et al., 2024) yang menyatakan bahwa bunga pada utang konsumtif dapat membuat beban hutang semakin meningkat seiring waktu. Ketika peminjam membayar bunga secara berkelanjutan, mereka dapat menghabiskan lebih banyak uang untuk membayar bunga daripada mengurangi pokok utang mereka. Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Malang yang menghindari atau membatasi penggunaan *Paylater* telah menunjukkan perilaku antisipatif terhadap potensi utang yang semakin menumpuk. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun pemahaman mereka tentang *Paylater* tidak selalu bersifat teknis, mereka memiliki kesadaran praktis yang tinggi terhadap dampak jangka panjang dari keputusan keuangan yang buruk.

Temuan ini juga dapat dibandingkan dengan beberapa penelitian sebelumnya. Penelitian (Zigari Muhammad et al., 2023) menunjukkan bahwa pengaruh sosial, fasilitas pendukung, motivasi hedonis, dan kebiasaan belanja memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan layanan *Paylater*, sedangkan ekspektasi kinerja dan nilai harga tidak berpengaruh signifikan. Sementara itu, studi (Hisyam & Utami Hadi, 2024) menemukan bahwa perilaku konsumtif berpengaruh signifikan terhadap penggunaan *Paylater*, tetapi religiusitas tidak menunjukkan hubungan yang signifikan secara statistik. Namun demikian, studi tersebut juga menyebutkan bahwa mayoritas responden tetap mempertimbangkan nilai agama dalam pengambilan keputusan. Kedua penelitian tersebut menggunakan pendekatan kuantitatif dan menekankan faktor sosial dan gaya hidup, tetapi belum menyentuh bagaimana mahasiswa secara pribadi menafsirkan dan memahami layanan *Paylater* secara kontekstual. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengisi kesenjangan tersebut melalui pendekatan kualitatif yang lebih mendalam terhadap aspek nilai dan refleksi individu.

Berdasarkan temuan ini, penting untuk menumbuhkan kesadaran di kalangan pengguna muda, khususnya mahasiswa, untuk mempertimbangkan secara matang segala aspek—baik manfaat maupun risikonya—sebelum memutuskan untuk menggunakan layanan *Paylater*. Keputusan finansial tidak boleh hanya didasarkan pada dorongan emosional, kemudahan akses, atau promosi jangka pendek, melainkan melalui pertimbangan matang terhadap dampak jangka panjang, termasuk beban bunga, potensi keterikatan utang, dan keselarasan dengan nilai atau keyakinan pribadi. Riset ini menunjukkan bahwa ketika mahasiswa memiliki pemahaman yang komprehensif tentang mekanisme dan implikasi layanan keuangan digital, mereka cenderung membuat keputusan yang lebih rasional dan bertanggung jawab. Oleh karena itu, setiap pengembangan layanan *Paylater* juga perlu menyediakan informasi yang lebih transparan, jujur, dan mudah dipahami sehingga pengguna dapat menilai sendiri untung ruginya sebelum bertransaksi. Dengan demikian, layanan *Paylater* dapat digunakan dengan tetap menjaga keseimbangan antara kemudahan akses dan tanggung jawab penggunaannya.

## 6. Conclusion

Berdasarkan temuan penelitian, mahasiswa Universitas Muhammadiyah Malang memiliki pemahaman yang cukup kuat terhadap layanan *Paylater*. Seluruh dari sepuluh responden mengetahui bahwa *Paylater* adalah jenis pembiayaan atau utang digital yang memungkinkan pembelian dilakukan sekarang dan pembayarannya dilakukan nanti. Sembilan dari sepuluh responden menyebutkan adanya risiko keterjebakan utang serta bunga atau denda yang terkait dengan layanan ini. Tujuh responden menyuarakan kekhawatiran akan potensi meningkatnya perilaku konsumtif, sementara enam responden menyatakan bahwa layanan ini dapat berguna dalam situasi darurat. Enam dari sepuluh responden secara spesifik menyebutkan prinsip keagamaan, terutama terkait praktik riba sebagai alasan utama penolakan penggunaan *Paylater*. Empat responden mengakui pernah menggunakan *Paylater* secara terbatas dengan strategi pelunasan cepat, sementara enam lainnya belum pernah menggunakannya

sama sekali. Hasil ini menunjukkan bahwa keputusan mahasiswa dalam menggunakan *Paylater* dipengaruhi oleh persepsi risiko, keyakinan moral, dan nilai-nilai pribadi.

Secara konseptual, studi ini memperluas pemahaman kita tentang bagaimana mahasiswa memilih untuk menggunakan layanan *Paylater* berdasarkan pemahaman mereka sendiri, bukan semata-mata karena kemudahan atau promosi yang ditawarkan. Dengan menggali lebih dalam faktor-faktor yang memengaruhi pilihan mahasiswa, studi ini mengisi kekosongan yang ditinggalkan oleh penelitian sebelumnya yang lebih banyak menyoroiti perilaku pengguna melalui data atau statistik. Melalui pendekatan kualitatif dan analisis tematik, penelitian ini menunjukkan bahwa mahasiswa mempertimbangkan berbagai aspek seperti suku bunga, risiko utang, dan keyakinan agama ketika memutuskan untuk menggunakan atau tidak menggunakan *Paylater*. Temuan ini menegaskan bahwa keputusan mahasiswa tidak hanya dipengaruhi oleh kebutuhan ekonomi, tetapi juga oleh kesadaran akan dampak serta nilai-nilai yang mereka anut. Dengan demikian, studi ini menambah wawasan mengenai bagaimana pemahaman mahasiswa terhadap layanan keuangan digital dapat sangat memengaruhi keputusan nyata mereka dalam penggunaannya.

Namun, terdapat sejumlah keterbatasan dalam studi ini yang perlu diperhatikan untuk penelitian selanjutnya. Pertama, jumlah informan yang sedikit, hanya sepuluh mahasiswa dari satu universitas Islam membuat hasil penelitian ini bersifat kontekstual dan tidak dapat digeneralisasikan secara luas. Kedua, meskipun pengalaman dan kondisi keuangan mahasiswa bisa berubah seiring waktu, studi ini belum meneliti dinamika jangka panjang atau perubahan sikap mereka terhadap layanan *Paylater*. Ketiga, studi ini belum secara spesifik mengkaji bagaimana proses pengambilan keputusan mahasiswa dapat dipengaruhi oleh tampilan platform *Paylater*, fitur promosi, atau narasi pemasaran digital. Oleh karena itu, studi selanjutnya disarankan untuk meneliti interaksi mahasiswa dengan fitur digital dalam program *Paylater*, menggunakan metode longitudinal, dan melibatkan populasi lintas institusi. Hal ini dapat memperkaya pemahaman kita tentang bagaimana faktor situasional memengaruhi dan membentuk proses evaluasi untung-rugi dalam ekosistem digital yang dinamis.

## References

- Alvida Dzattadini, Maya Anisa Nurpadilah, Riska Angraeni, Vyanara Aulyadisha, Radita Dian Eka Mauldya, & Rama Wijaya Abdul Razak. (2024). Dampak Penggunaan Aplikasi Paylater Terhadap Gaya Hidup Masyarakat. *Akuntansi Pajak Dan Kebijakan Ekonomi Digital*, 1(2), 51–60. <https://doi.org/10.61132/apke.v1i2.75>
- Angelista, F. D., Anggraini, L. D., & Putri, A. U. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup dan Sikap Keuangan Terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa Pengguna Shopee Paylater. *Journal of Trends Economics and Accounting Research*, 4(3), 696–705. <https://doi.org/10.47065/jtear.v4i3.1197>
- Aprilia, L. P., Alam, Y. V. M., & Firdaus, S. (2024). Pengaruh Penggunaan Shopee PayLater terhadap Manajemen Keuangan Mahasiswa/I Kampus 3 Universitas Mercu Buana Yogyakarta. *JKOMDIS : Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Media Sosial*, 4(1), 61–67. <https://doi.org/10.47233/jkomdis.v4i1.1429>
- Creswell, J., & Poth, C. (2018). *Qualitative Inquiry & Research Design Choosing Among Five Approaches*.
- Dean Amri, A., Indira Sari, V., Zakia Marlina, R., Fazira, K., & Asmara, S. (2024). PENGARUH PENGGUNAAN SISTEM PEMBAYARAN SHOPEE PAYLATER (BAYAR NANTI) TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA UNIVERSITAS JAMBI DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM. In *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Jurusan Hukum Ekonomi Syariah* (Vol. 6).
- Dani, R., Agustini, A., Kasanah, U., Syamsul, E. M., Pujiriyani, D. W., Kekri, B. P. N., Ridwan, A. M., Nurkamilah, B. T., Putra, D. A., & Amin, M. (2024). Desain Penelitian: Teori, Metode, dan Implementasi. *Penerbit Mifandi Mandiri Digital*, 1(01).

- Elvi, F. (2025). DAMPAK PENGGUNAAN SHOPEE PAYLATER TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA (STUDI PADA PROGRAM STUDI KEWIRUSAHAAN INSTITUT TEKNOLOGI KELING KUMANG). 9(1), 2025.
- Etikan, I. (2016). Comparison of Convenience Sampling and Purposive Sampling. *American Journal of Theoretical and Applied Statistics*, 5(1), 1. <https://doi.org/10.11648/j.ajtas.20160501.11>
- Hidayanti, N., Wiryaningtyas, D., Ariyantiningasih, F., & Ciptasari, A. (2023). PENGARUH LITERASI KEUANGAN DAN PERSEPSI RISIKO TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN SHOPEE PAYLATER MELALUI FINANCIAL TECHNOLOGY PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ABDURACHMAN SALEH SITUBONDO. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneur (JME)*, 2. <https://doi.org/10.36841/jme.v2i7.3560>
- Hisyam, M., & Utami Hadi, P. (2024). PENGARUH KEMUDAHAN TRANSAKSI, PERILAKU KONSUMTIF, DAN RELIGIUSITAS TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN SHOPEE PAYLATER PADA MAHASISWA MUSLIM DI KECAMATAN MEDAN BARU. *Jurnal BILAL: Bisnis Ekonomi Halal*.
- Lestari, A., Rusmiyati, K., Rendy, A., Susilo, M., Aziz, R. A., Rahayu, S., Magfirah, S., Syariah, P. E., Islam, A., & Majaengka, U. (2024). Analisis Riba Terhadap Hutang Konsumtif Rumah Tangga Masyarakat Desa Sindanghaji Analysis Of Riba in Household Consumer Debt Among The Community Of Sindanghaji Village. <https://doi.org/10.31949/maro.v7i1.11137>
- McGrath, C., Palmgren, P. J., & Liljedahl, M. (2019). Twelve tips for conducting qualitative research interviews. *Medical Teacher*, 41(9), 1002–1006. <https://doi.org/10.1080/0142159X.2018.1497149>
- Nailah Amelia, P., Arta Fidiansa, P., & Chindy Salsabilla Risa, dan. (2023). Fenomena Penggunaan Paylater di Kalangan Mahasiswa. *Prosiding Seminar Nasional*, 176–187.
- Reski, M., Novia, A., Studi Ekonomi Syariah, P., Pascasarjana, F., Imam Bonjol Padang, U., & Mahmud, J. (2025). Perilaku Berhutang dikalangan ibu-ibu MajelisTàlim: Peran Literasi Keuangan, Gaya Hidup dan Religiusitas serta dimediasi Materialisme Debt Behavior among MajelisTàlim Women: The Role of Financial Literacy, Lifestyle and Religiosity and Mediated by Materialism. *Jurnal Ekonomi Syariah Dan Bisnis*, 8(1). <https://doi.org/10.31949/maro.v8i1.12896>
- Silvalorensa, D., Hartono, & Dwihandoko, H. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan dan Gaya Hidup terhadap Penggunaan SPaylater pada Generasi Z di Kecamatan Magersari Kota Mojokerto. *Ebisnis Manajemen*. <https://doi.org/10.62951/ijss.v2i3.507>
- Ulfha, M., Radiyanti, R., Muliadi, W., Yunianingsih, Y., Asyifa, N. L., Alfiansyah, M., Manajemen, P. S., & Ekonomi, F. (2025). Edukasi Keuangan untuk Generasi Z dalam Merancang Masa Depan Tanpa Utang Financial Education for Generation Z in Designing a Debt-Free Future. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 5. <https://doi.org/10.56910/safari.v5i2.1967>
- Zigari Muhammad, M., Malik, A. J., Fadla, V. M., Sulaikah, H., & Safitri, W. A. (2023). Analysis of the Factors Influencing Purchase Decisions Using Paylater for Students in Makassar. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis (JIMBI)*, 4(2), 171–182. <https://doi.org/10.31289/jimbi.v4i2.1727>