

PENGGUNAAN PAYLATER DI KALANGAN MAHASISWA PERPAJAKAN

Jazila Yasmin¹, Venantya Asmandani^{2*}, Boedijono³

^{1,2,3}Universitas Jember

Email: vena.mandani@unej.ac.id

ABSTRAK

Masa pandemi Covid-19 dan new normal menyebabkan perubahan kebiasaan dan pola pikir masyarakat. Pada masa pandemi karena pembatasan aktivitas diluar rumah, maka penggunaan e-commerce di Indonesia dari Tahun 2020 sampai Tahun 2022 mengalami peningkatan. Metode pembayaran paylater banyak peminatnya dari semua kalangan masyarakat umum, dari mahasiswa sampai dengan pelaku bisnis. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif, dengan sampel mahasiswa Prodi DIII Perpajakan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember. Faktor minat pengguna paylater dalam melakukan transaksi belanja online yaitu kebutuhan yang mendesak, fasilitas yang ditawarkan, dan kemudahan dalam penggunaan paylater. Sedangkan faktor minat pengguna untuk tidak menggunakan paylater adalah kondisi ekonomi, suku bunga, pengetahuan akan perkembangan teknologi dan dampak yang dirasakan di masa mendatang.

Kata Kunci: Paylater, Mahasiswa Perpajakan

ABSTRACT

The Covid-19 pandemic and new normal have caused changes in people's habits and mindsets. During the pandemic due to restrictions on activities outside the home, the use of e-commerce in Indonesia from 2020 to 2022 has increased. The paylater payment method has many enthusiasts from all circles of the general public, from students to business people. The type of research used in this study is qualitative descriptive research, with a sample of students of the DIII Taxation Study Program, Faculty of Social and Political Sciences, Jember University. The factors of interest of paylater users in making online shopping transactions are urgent needs, facilities offered, and ease of using paylater. While the factors of user interest not to use paylater are economic conditions, interest rates, knowledge of technological developments and the impact felt in the future.

Keywords: Paylater, Taxation Student

PENDAHULUAN

Pesatnya perkembangan teknologi komunikasi, media dan informasi serta perluasan infrastruktur informasi global telah mempengaruhi cara dan pola kegiatan bisnis dalam industri perdagangan, pemerintahan masyarakat dan politik. Teknologi informasi dan komunikasi dapat membantu memecahkan banyak masalah sosial dan ekonomi. Salah satu kemajuan teknologi yang banyak digunakan oleh masyarakat, organisasi maupun perusahaan adalah internet. Perkembangan e-commerce adalah salah satunya. E-commerce merupakan salah satu teknologi tercanggih yang menggerakkan bisnis digital di Indonesia saat ini. Electronic commerce atau perdagangan elektronik ialah semua kegiatan jual beli atau transaksi dengan menggunakan fasilitas media elektronik internet. E-commerce sekarang lebih mengacu pada teknologi digital atau internet.

E-commerce sering dianggap sama dengan marketplace. Padahal, jika kita pahami secara mendalam dari penjelasan di atas, marketplace merupakan salah satu contoh bisnis atau model e-commerce. Penjual yang memiliki gerai di marketplace seperti Lazada dan Shopee hanya perlu melakukan kegiatan jual beli dan melayani pesanan yang dilakukan oleh pembeli. Pandemi Covid-19 seakan mengakselerasi penggunaan ecommerce sebagai media pemenuhan kebutuhan masyarakat. Peningkatan penggunaan e-commerce di Indonesia terlihat pada kuartal pertama 2020 dan terus mengalami peningkatan hingga kuartal kedua 2020 hingga 38% (*Asja et al, 2021*).

Salah satu fitur yang ada di e-commerce adalah paylater. Paylater adalah salah satu metode bayar nanti. Paylater hampir sama dengan kartu kredit, perbedaan dari kedua metode ini ialah terletak pada jangka waktu pembayaran. Paylater ini terdapat di dalam aplikasi seperti Shoppe, traveloka, Tokopedia, Lazada, kredivo, akulaku dan lain sebagainya. Fitur paylater saat ini sangat menonjol dalam skala, pertumbuhan, dan cakupan bisnis. Layanan Paylater menjadi semakin populer karena menawarkan kemudahan dan keamanan untuk transaksi online. Fitur pembayaran dalam paylater menjadi solusi bagi mereka yang ingin berbelanja sesuai kebutuhan tetapi tidak memiliki uang cukup sehingga memudahkan untuk berbelanja karena dengan metode pembayaran nanti. Pada dasarnya paylater adalah layanan untuk menunda pembayaran atau berhutang yang wajib dilunasi di kemudian hari. Berikut adalah tabel data pengguna paylatter selama Tahun 2019 sampai dengan 2021 :

Tabel 1 Pengguna Paylatter

Aplikasi	2019	2020	2021
Shopee	34,8 %	54,3 %	78,4%
Gojek	49,9 %	50,5 %	33,8%
Traveloka	31,7 %	11,3 %	8,6%

Sumber : katadata.co.id, 2023

Menurut data diatas menunjukkan bahwa Shopee selalu mengalami kenaikan signifikan dari tahun 2019-2021. Selain aplikasi shopee aplikasi gojek juga memiliki fitur paylater, nilai penggunaan fitur paylater pada aplikasi gojek cukup tinggi di tahun 2019 dan mengalami sedikit peningkatan pada tahun 2020 tetapi pada tahun 2021 aplikasi gojek mengalami penurunan cukup banyak yaitu 33,8%. Sedangkan aplikasi traveloka setiap tahun mengalami penurunan yang sangat drastis karena pandemi covid-19 yang membatasi pergerakan masyarakat diseluruh dunia sedangkan aplikasi traveloka merupakan salah satu jasa layanan travel yang berbentuk platform dan cukup terkenal di benua Asia tenggara.

Adanya protokol kesehatan yang mengurangi aktivitas masyarakat diluar rumah sehingga konsumen lebih banyak melakukan aktivitas belanja dari rumah. Hal tersebut berbanding lurus dengan pengetahuan akan internet, dengan melakukan aktivitas yang dilakukan dari rumah membuat masyarakat memiliki banyak waktu untuk mengakses internet. Pengetahuan mengenai internet, pendapatan, dan derajat pendidikan merupakan hal yang istimewa dan dapat mempengaruhi keputusan pembelian online di kalangan mahasiswa (Case, T., Burns, O., & Dick, 2001). Metode pembayaran paylater sangat banyak peminatnya dari segala kalangan masyarakat umum, dari mahasiswa sampai dengan pelaku bisnis. Hal ini didukung oleh beberapa penelitian yang telah dilakukan terhadap mahasiswa di Surabaya pada tahun 2022 oleh Rosyidah *et al* (2022) terdapat perubahan kehidupan sosial mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Negeri Surabaya menjadi lebih konsumtif. Namun layanan paylater di platform e-commerce membuat daya beli mahasiswa terus meningkat. Ada korelasi antara layanan terhadap daya beli dengan nilai korelasi tinggi dan adanya pengaruh positif serta negatif antara layanan paylater terhadap daya beli mahasiswa pada toko online.

Sedangkan berbanding terbalik dengan penelitian yang dilakukan oleh Ansar *et al* (2022) menunjukkan bahwa penggunaan metode pembayaran paylater pada masa new normal kurang diminati oleh mahasiswa. Hal ini terlihat dari total 74 responden, hanya 16,27% responden yang pernah menggunakan metode pembayaran paylater untuk menyelesaikan transaksi belanja online mereka. Hal ini juga didukung oleh Rahima dan Cahyadi (2022) menyebutkan bahwa tidak ada korelasi antara perilaku konsumtif mahasiswa dengan penggunaan metode pembayaran ShopeePaylater. Hasibuan (2021) menyatakan bahwa *effort expectancy* dan *facilitating conditions* memiliki pengaruh positif terhadap minat penggunaan, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Adirinekso (2021) bahwa *effort expectation*, *facilitating conditions*, dan *hedonic motivations* berpengaruh secara positif terhadap minat penggunaan, adapun penelitian tersebut hanya dilakukan pada platform PayLater tertentu. Berdasarkan penjelasan di atas maka penelitian ini menganalisis dan mendeskripsikan penggunaan paylater di kalangan mahasiswa.

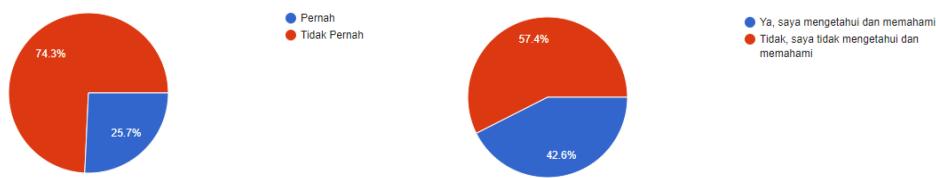
METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif. Menurut Denzin dan Lincoln dalam Moleong (2013) penelitian kualitatif merupakan

penelitian yang menggunakan latar alamiah dengan maksud untuk menafsirkan fenomena yang terjadi dan dilakukan dengan jalan melibatkan berbagai metode yang ada. Populasi dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Prodi DIII Perpajakan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember yang masih aktif mengikuti perkuliahan. Teknik pengambilan sampel adalah bagian dari populasi yang telah sesuai dengan karakteristik yang dapat mewakili seluruh populasi (Budiasih, 2012). Maka dari itu sampel adalah bagian dari populasi dalam penelitian. Kriteria responden dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Prodi DIII Perpajakan. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember pengguna paylater atau pernah melakukan transaksi menggunakan paylater di e-commerce. Metode pengumpulan data dilakukan yaitu dengan melakukan wawancara dan menyebarkan kuesioner melalui google form. Penelitian ini menggunakan pendekatan teoritis yaitu mengumpulkan beberapa konsep kemudian menganalisisnya. Penelitian ini mengumpulkan berbagai teori, dan data yang terkait, kemudian mendeskripsikan penggunaan paylater di kalangan mahasiswa. Menurut Akhmad & Rachmawati (2021) terdapat 4 (empat) langkah yang harus dilakukan yaitu: pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan). Penelitian ini menggunakan analisis interatif, dalam model ini tiga komponen analisis yaitu reduksi data, sajian data dan penarikan kesimpulan atau verifikasi yang semuanya dilakukan dalam bentuk interaktif, dengan proses pengumpulan data sebagai suatu siklus.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan dan menganalisis penggunaan paylater di kalangan mahasiswa Prodi DIII Perpajakan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas dengan jumlah responden 101 orang mahasiswa. Hasil dari penyebaran kuesioner 74,3% yaitu sebanyak 75 orang tidak pernah bertransaksi dengan menggunakan paylater sedangkan 25,7% sebanyak 26 orang yang pernah bertransaksi dengan menggunakan paylater. Hal ini berbanding lurus dengan pengetahuan dan pemahaman akan penggunaan paylater. Persentase responden sebanyak 57,4% atau 58 orang responden banyak yang tidak mengetahui dan memahami bagaimana cara menggunakan paylater, sedangkan untuk yang mengetahui dan memahami bagaimana cara menggunakan paylater dengan persentase sebanyak 42,6% atau 43 orang mahasiswa.



Gambar 1 Hasil Penggunaan Paylater

Sumber : data diolah, 2023

Walaupun jumlah mahasiswa yang mengetahui dan memahami bagaimana cara penggunaan paylater yaitu 43 orang mahasiswa dari jumlah responden lebih besar daripada jumlah mahasiswa yang pernah penggunaan paylater hanya 26 orang mahasiswa yang menggunakan paylater. Terdapat beberapa faktor mengapa mahasiswa tidak menggunakan paylater, yaitu :

1. Faktor *financial* yang menjadi faktor utama dalam penggunaan paylater, yaitu dengan kondisi yang masih belum memiliki pendapatan yang pasti setiap bulan dan tidak ada kemampuan untuk membayar di kemudian hari
2. Suku bunga besar yang ditanggung oleh pembeli sehingga nominal pengembalian yang besar untuk pembayaran paylater
3. Masih sedikit akan pengetahuan perkembangan teknologi
4. Tidak ada minat akan penggunaan paylater
5. Dampak sikap yang akan menjadi kebiasaan buruk dalam penggunaan paylater di masa yang akan datang

Pengguna paylater di kalangan mahasiswa Prodi DIII Perpajakan FISIP Universitas Jember yaitu sebanyak sebanyak 26 orang mahasiswa, memiliki beberapa faktor untuk menggunakan paylater, sebagai berikut :

1. Faktor *financial* yang ketika berbelanja tidak memiliki uang yang cukup sedangkan kebutuhan yang mendesak akan barang tersebut, maka pengguna akan memanfaatkan kesempatan pembayaran nanti.
2. Kemudahan dalam bertransaksi dalam belanja online melalui penggunaan aplikasi
3. Fasilitas yang diberikan, seperti point belanja, banyaknya promo berupa gratis ongkir, selain itu harga barang di aplikasi belanja online lebih murah daripada harga barang yang di toko offline.

Hasil penelitian ini didukung oleh Eviana dan Saputra (2022) dalam penelitiannya yaitu menjelaskan tentang beberapa faktor-faktor yang memengaruhi minat penggunaan sistem pembayaran paylater yaitu faktor *facilitating conditions*, kemudahan dan *hedonic motivations* memiliki pengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat penggunaan metode pembayaran Paylater, sementara suku bunga dan pendapatan memiliki pengaruh secara negatif dan tidak signifikan terhadap minat penggunaan metode pembayaran Paylater. Penelitian yang sama telah dilakukan oleh Asja *et al* (2021) dengan variabel *perceived advantage* berpengaruh besar dan positif terhadap niat menggunakan layanan Paylater, namun variabel *perceived convenience* tidak berpengaruh signifikan terhadap keinginan menggunakan layanan Paylater

KESIMPULAN

Jumlah pengguna paylater di kalangan mahasiswa Prodi DIII Perpajakan FISIP Universitas Jember hanya 26 orang dari 101 responden, sedangkan untuk jumlah yang tidak menggunakan paylater lebih banyak yaitu 75 orang mahasiswa. Beberapa faktor pengguna berminat melakukan transaksi belanja online melalui paylater yaitu kebutuhan yang mendesak, fasilitas yang ditawarkan, dan kemudahan dalam penggunaan paylater. Sedangkan faktor pengguna yang berminat untuk tidak menggunakan paylater adalah kondisi ekonomi, suku bunga, pengetahuan akan perkembangan teknologi dan dampak yang dirasakan di masa mendatang.

DAFTAR PUSTAKA

- Adirinekso, G. P. (2021). *Minat dan Penggunaan Fintech PayLater Pekerja Urban Pelanggan Traveloka dan GoJek Sebelum dan Selama Pandemi Covid 19 di DKI Jakarta*. Journal of Management and Business Review, 18(2), 327–342.
- Akhmad, R. F., & Rachmawati, L. (2021). *Fenomena PHK Masa Pandemi COVID-19 dan Dampaknya Terhadap Freshgraduate Jurusan Ilmu Ekonomi Universitas Negeri Surabaya*. INDEPENDENT: Journal of Economics, 1(1), 157–169.
- Ansar, M.A.N.R, Ni P.S.D.S., Rih, P.N&Nur A.R. (2022). *Analisis Penggunaan Paylater Untuk Belanja Online Mahasiswa di Surabaya pada Masa New Normal*. Jurnal Riset Bisnis dan Investasi Vol. 8, No. 3
- Asja, H. J., Susanti, S., & Fauzi, A. (2021). *Pengaruh Manfaat, Kemudahan, dan Pendapatan terhadap Minat Menggunakan Paylater: Studi Kasus Masyarakat di DKI Jakarta*. Jurnal Akuntansi, Keuangan, Dan Manajemen, 2(4), 309–325
- Budiasih, Yanti. (2012). Statistik Deskriptif untuk Ekonomi dan Bisnis. Tangerang: Jelajah Nusa

- Case, T., Burns, O., & Dick, G. (2001). *Drivers of On-Line Purchasing Among U.S. University Students. Seventh Americas Conference*. Information Systems, 7, 873–878.
- Eviana, V & Agung J.S. (2022). *Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Minat Penggunaan Sistem Pembayaran Pay Later*. Jurnal Pendidikan Tambusai, Volume 6 Nomor 1.
- Hasibuan, H. T. (2021). *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Menggunakan Layanan Financial Technology Peer To Peer Lending Syariah*. 1201–1215.
- Moleong, Lexy J. (2013). *Metode Penelitian Kualitatif*. Edisi Revisi, (PT. Remaja Rosdakarya, Bandung)
- Rahima, P., & Cahyadi, I. (2022). *Pengaruh Fitur Shopee Paylater terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Mataram*. Target: Jurnal Manajemen Bisnis, 4(1), 39–50.
- Rosyidah, F.N., Adinda C.M.&Sofia F.N. (2022). *Pengalaman Mahasiswa Penggunaan Fitur Paylater di E-Commerce*. Prosiding Seminar Nasional Ilmu Ilmu Sosial (SNIIS).
- Sugiono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. (Alfabeta, Bandung)