

Motif dan Makna Penggunaan Fitur *SPaylater* di Kalangan Mahasiswi Universitas Singaperbangsa Karawang

Siti Fauziyah Sabilah¹ Ana Fitriana Poerana² Nurkinan³

Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik,

Universitas Singaperbangsa Karawang

sabilahfauziyah6@gmail.com

ABSTRACT

The increase in online shopping transactions due to the COVID-19 pandemic has prompted fintech companies to introduce Paylater services as a new payment method. One of the Paylater provider platforms is Shopee which is widely used in Indonesian society since the last two years especially among young people, including students at Singaperbangsa Karawang University. This study aims to determine the motives and meanings of using SPaylater for students at Singaperbangsa Karawang University. This research method use qualitative method with a phenomenological approach, because the researcher tries to find out the phenomenon from the experience of the informants directly, as well as the motives and meanings of the informants using SPaylater. The results of the study show first, the motive for using the SPaylater feature are just an experiments, suggested by friends, urgent need, and lazy to top-up Shopeepay. Second, the motive for (in-order-to motive) namely for managing finance, wanting to meet the need of clothes, wanting to buy what they like, and wanting to fulfil their shopping desires. Third, the meaning of SPaylater for female student is as a fulfillment of needs, a new way of credit for goods, budget suppression, and fulfilment of desires.

Keywords : *spaylater, students, motives and meanings.*

ABSTRAK

Meningkatnya transaksi belanja online akibat pandemi COVID 19 mendorong perusahaan *fintech* memperkenalkan layanan *Paylater* sebagai metode pembayaran baru. Salah satu *Platform* penyedia *Paylater* adalah Shopee yang banyak digunakan di masyarakat Indonesia sejak dua tahun terakhir terutama di kalangan anak muda, termasuk mahasiswi dari Universitas Singaperbangsa Karawang. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui motif dan makna penggunaan *SPaylater* bagi mahasiswi Universitas Singaperbangsa Karawang. Metode penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologi, karena peneliti mencoba untuk mengetahui fenomena dari pengalaman informan secara langsung, serta motif dan makna dari informan yang menggunakan *SPaylater*. Data diperoleh melalui wawancara mendalam, observasi, dan studi dokumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pertama, motif sebab (*because motive*) yaitu hanya coba-coba, rekomendasi teman, kebutuhan mendesak, dan malas isi ulang Shopeepay. Kedua, motif tujuan (*in-order- to motive*) yaitu untuk mengatur keuangan, ingin memenuhi kebutuhan pakaian, ingin membeli apa yang disukai, dan ingin memenuhi keinginan berbelanja. Ketiga, pemaknaan *SPaylater* bagi mahasiswi adalah sebagai pemenuhan kebutuhan, cara baru kredit barang, penekan anggaran, serta pemenuhan keinginan.

Kata kunci : *spaylater, mahasiswi, motif dan makna.*

PENDAHULUAN

Sejak dua tahun terakhir, fenomena BNPL (*Buy Now Paylater*) atau lebih dikenal dengan istilah *Paylater*, telah menjadi sebuah *trend* pembayaran baru yang banyak dibicarakan masyarakat. Di Indonesia, *Paylater* mulai dikenal di masyarakat sejak kemunculan pandemi Covid-19 pada tahun 2020. Saat itu, adanya kebijakan (*work from home*) yang dilakukan oleh pemerintah, mengakibatkan aktivitas masyarakat dialihkan

dirumah. Sebagai salah satu dampaknya, mulai terjadi perubahan aktivitas belanja masyarakat yang beralih ke internet. Laporan Perusahaan *E-commerce enabler* SIRCLO yang berjudul "*Navigating Indonesia's E-Commerce: COVID-19 Impact and The Rise of Social Commerc*" menerangkan bahwa keberadaan pandemi telah mengakibatkan terjadinya lonjakan transaksi di *E-Commerce*(Unusa, 2021). Adanya hal tersebut mendorong perusahaan *fintech* memanfaatkan peluang untuk memperkenalkan layanan *Paylater*. Popularitas *Paylater* semakin meningkat ketika layanan mulai diintegrasikan dengan *E-Commerce*, dimana kehadirannya mendapatkan antusias di masyarakat yang cukup besar.

Peminat pengguna *Paylater* di Indonesia sendiri, terhitung terus bertambah selama pandemi. Kredivo dan Katadata *Insight Center*, telah menemukan bahwa lebih dari setengah atau 55 persen dari pengguna fitur kredit *PayLater* bahkan merupakan pelanggan baru di saat pandemi. Selain itu dalam survey tersebut juga menemukan bahwa *PayLater* menjadi salah satu metode pembayaran digital favorit atau sebanyak 27% dari total pembayaran digital di *E-Commerce*(Perwitasari, 2021). Faktor tingginya peminat *Paylater* ini dipicu dari rendahnya kepemilikan kartu kredit bank. Menurut data Bank Indonesia, hanya beredar 17,61 juta kartu kredit pada Februari 2020. Jumlah ini terhitung sangat kecil jika dibandingkan dengan jumlah penduduk. Kartu kredit cenderung sulit diperoleh karena sulit bagi kebanyakan orang untuk memenuhi kebutuhannya (Eka, 2020).

PayLater dinilai jauh lebih praktis, sebab menawarkan proses pendaftaran yang lebih singkat dan aktivasi yang relatif lebih cepat dari pada kartu kredit. Pengguna nya cukup melakukan pengajuan pendaftaran hanya melalui *smartphone* mereka tanpa harus keluar rumah. Proses pengajuan kartu kredit lebih membutuhkan banyak persyaratan dokumen dari pada persyaratan *Paylater*. Hal ini yang menyebabkan keberadaan *Paylater* lebih diterima di masyarakat Indonesia karena kemudahan yang ditawarkan layanan *Paylater*. *Paylater* dapat digunakan sebagai metode pembayaran, apabila pengguna memiliki aplikasi penyedia fitur tersebut. Salah satu fasilitator yang menyediakan layanan *Paylater* yang sedang digandrungi di Indonesia adalah *platform* Shopee.

Sejumlah riset telah membuktikan sepanjang tahun 2020-2021, Shopee telah berhasil mempertahankan posisinya sebagai penyedia fitur *Paylater*. Dilansir dari situs website Katadata, yang menyoroti riset yang dilakukan oleh Daily Social pada tahun 2020, menjelaskan bahwa responden paling banyak menggunakan fitur *PayLater* adalah di aplikasi Shopee dengan jumlah presentase sebesar 54,3%(Lidwina, 2020). Sementara riset serupa juga dilakukan oleh Lembaga RISED (*Research Institute of Socio-Economic Development*) pada tahun 2021 menjelaskan bahwa pengguna paling banyak menggunakan fitur *Paylater* berada di aplikasi Shopee dengan jumlah mencapai 52,06%(Bayu, 2021). Apabila melihat pangsa pasar pengguna Shopee berdasarkan Riset yang dilakukan oleh Jajak Pendapat (Jakpat) Edisi semester I-2021 yang bertajuk Indonesia *E-Commerce* Trens 2021, bahwa dalam enam bulan terakhir survei Jakpat menunjukkan pangsa terbesar pengguna Shopee berdasarkan usia adalah pengguna yang berumur 20-24 tahun sebanyak (24%)(Dianka, 2021).

Fenomena yang menjadi fokus penelitian ini adalah mahasiswi. Mahasiswi merupakan kalangan kelompok usia muda yang melek akan teknologi, tidak terkecuali kemajuan teknologi finansial (*fintech*) seperti *Paylater*. Melihat banyaknya pengguna *Shopee* di kalangan anak muda, dalam hal ini dapat dikatakan Mahasiswi termasuk kedalam kategori anak muda. Mahasiswi adalah seseorang yang sedang menempuh pendidikan di perguruan tinggi. Usia mahasiswi berkisar antara 18-25 tahun. Menurut Willis, S (2014) usia 18 tahun sampai 25 tahun merupakan usia dewasa awal (*young adulthood*). Berdasarkan pengamatan yang dilakukan peneliti, fenomena pengguna *Paylater* ini ditemukan di lingkungan Universitas Singaperbangsa Karawang. Peneliti menemukan 5 orang Mahasiswi pengguna *SPaylater* di lingkungan Universitas Singaperbangsa Karawang. Dari sisi gender, Mahasiswi yang paling sering menggunakan metode pembayaran *PayLater* di aplikasi *Shopee*. Adapun Mahasiswi ini memiliki rentang usia 20-25 tahun yang berasal dari berbeda fakultas dan jurusan yaitu FISIP, FKIP, FIKES, TEKNIK, dan FEB. Kelima orang Mahasiswi ini adalah pengguna aplikasi *Shopee*, dan aktif menggunakan *Paylater* di aplikasi *Shopee*. Salah satu Mahasiswi pengguna *Paylater* adalah AN yakni Mahasiswi asal Fakultas Perguruan Dan Ilmu Pendidikan atau (FKIP). Menurut keterangannya, dia telah 2 tahun menggunakan fitur *Paylater* ketika berbelanja di *Shopee*. Adapun kisaran waktu pengguna *Paylater* ini bermacam-macam yakni antara 8 bulan-2 tahun. Maka dapat dikatakan bahwa mereka adalah pengguna lama dari *SPaylater*, dan tentunya sangat mengetahui dan paham mengenai *Paylater*. Maka diharapkan mereka bisa menjelaskan motif dan makna dari penggunaan fitur *SPaylater* sebagai metode pembayaran mereka.

Penggunaan *SPayLater* dikalangan mahasiswi adalah salah satu fenomena yang cukup menarik untuk diteliti, terlebih mahasiswi pada dasarnya belum memiliki penghasilan tetap serta uang jajan yang terbatas. Adapun hal tersebut dilakukan oleh mereka tentu dilandasi dari motif yang mereka miliki. Motif diartikan sebagai dorongan dalam diri manusia yang timbul karena adanya kebutuhan-kebutuhan yang ingin dipenuhi. Motif pada dasarnya sudah terikat pada suatu tujuan tertentu. Motif menunjuk pada hubungan sistematis antara suatu respon dengan keadaan dorongan tertentu. Motif yang ada pada diri seseorang akan mewujudkan suatu perilaku yang akan diarahkan pada tujuan mencapai sasaran kepuasan (Ajeng et al., n.d.). Tidak berhenti sampai disitu, perkembangan teknologi informasi dan komunikasi membawa perubahan yang signifikan pada cara masyarakat memandang dan memaknai sesuatu. Sama halnya dengan penggunaan fitur *SPayLater* di kalangan Mahasiswi, ada hal yang perlu diketahui lebih dalam bagaimana Mahasiswi memaknai kehadiran fitur tersebut. Adapun yang dimaksud dengan Makna adalah pengalaman yang dialami aktor sosial yang berkaitan dengan aspek apa yang dialami oleh individu atau aktor sosial, yang terdapat pada tindakan. Makna juga membutuhkan kesadaran akan pengalaman itu (Aldira, 2020).

Penelitian sebelumnya telah membahas mengenai sistem pembayaran *Paylater* di *online shopping* yang dilakukan oleh (Pratika et al., 2021) berjudul "*Analysis of Pay Later Payment System on Online Shopping in Indonesia*". Penelitian tersebut menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis konten berita online untuk memahami *Paylater*. Hasil dari penelitian menunjukkan, bahwa *PayLater* memiliki keterkaitan dengan kredit sebab konsumen dapat membayar dengan cara mencicil.

Selain itu, hasil penelitian mengatakan bahwa *Paylater* memberikan kemungkinan adanya pembelian *impulsive* pada konsumen. Namun, dalam penelitian ini masih terbatas pada analisis konten berita online. Maka pada penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti akan berfokus untuk menggali motif dan makna langsung dari pengguna *Paylater* yang berasal dari kalangan mahasiswi melalui pendekatan kualitatif dengan metode fenomenologi. Sehingga berdasarkan uraian fenomena dan permasalahan diatas, mendorong peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang akan mendeskripsikan bagaimana motif dan makna mahasiswa dalam menggunakan fitur *Shopee PayLater*. Oleh karena itu penelitian ini diberi judul “**Motif dan Makna Penggunaan Fitur Shopee Paylater di Kalangan Mahasiswi Universitas Singaperbangsa Karawang**”.

Dan tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini yaitu untuk mengetahui bagaimana motif dan makna penggunaan *SPaylater* bagi mahasiswi Universitas Singaperbangsa Karawang.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan menggunakan pendekatan fenomenologi. Menurut (Sugiyono, 2013) penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, dimana realitas yang diamati tidak hanya yang tampak teramati, tetapi mengamati lebih dalam pada yang tampak. Metode fenomenologi digunakan pada penelitian ini, karena peneliti ingin menggali motif serta memahami makna berdasarkan pengalaman mahasiswi dalam menggunakan fitur *SPayLater*.

Sumber Data

Menurut Creswell (dalam Kuswarno, 2009:132) proses penentuan sumber data pada studi fenomenologi yaitu dengan kriteria “*all individuals studies represent people who have experienced the phenomenon*” yang artinya bahwa (semua studi individu mewakili orang-orang yang pernah mengalami fenomena tersebut) dengan pendekatan sebagai “*gaining access and making raport*” yang artinya mendapatkan akses dan membangun hubungan interpersonal dengan subjek penelitian. Oleh karena itulah, peneliti memilih mahasiswa Universitas Singaperbangsa Karawang yang menggunakan fitur *SPaylater* sebagai informan, sebab karena pengalamannya, informan tersebut mampu menafsirkan pengalaman dan pandangannya secara mendalam tentang sesuatu yang ditanyakan peneliti.

Teknik Penentuan Informan

Teknik yang digunakan dalam menentukan informan dalam penelitian ini adalah Teknik *Purposive Sampling*. Peneliti menggunakan Teknik *Purposive Sampling* karena berdasarkan pertimbangan peneliti mengenai informan yang dipilih memenuhi kriteria yang sesuai dengantujuan penelitian yang telah ditetapkan. Morse (dalam Flick, 2009:123) menyatakan ketentuan yang harus dimiliki informan yaitu sebagai berikut :

1. Mempunyai pengetahuan dan pengalaman tentang topik penelitian.
2. Memiliki kemampuan untuk merefleksikan dan mengartikulasikan pengalaman tersebut.

3. Bersedia berpartisipasi dalam penelitian
4. Dapat meluangkan waktu untuk wawancara dan bersedia diobservasi.

Selain ketentuan tersebut, peneliti menentukan kriteria yang harus dipenuhi oleh informan di antara lain :

1. Informan merupakan mahasiswa usia 20-25 tahun
2. Informan merupakan mahasiswa pengguna aplikasi Shopee
3. Informan merupakan mahasiswa aktif pengguna fitur *SPaylater*
4. Memiliki pengalaman dan pengetahuan tentang *SPaylater*
5. Informan merupakan pengguna lama fitur *SPaylater* minimal 6 bulan dan minimal melakukan transaksi sebanyak 4 kali dalam sebulan

Teknik Analisis Data

Bogdan dalam (Sugiyono, 2013) menyatakan bahwa analisis data adalah proses mencari dan menyusun sistematis sebuah data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lain, sehingga dapat mudah dipahami, sehingga temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain. Menurut Miles dan Huberman (dalam Denzin & Lincoln, 2009:592) terdapat 3 tahapan analisis data yang saling berhubungan yaitu reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Profil Informan

Dari hasil pengamatan, peneliti mendapatkan informan yang sesuai dengan karakteristik informan yang telah peneliti tentukan, agar sesuai dengan tujuan penelitian ini. Profil informan dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 1. Profil Informan

Inisial/Asal	Umur	Lama Menggunakan Shopee	Lama Menggunakan <i>SPaylater</i>	Jumlah Transaksi Dalam 1 Bulan
IA (FISIP)	22	Sejak tahun 2018	2 Tahun	5 kali
VM (FEB)	21	Sejak tahun 2018	8 Bulan	7 kali
AN (FKIP)	22	Sejak tahun 2018	2 Tahun	4 kali
AF (FIKES)	22	Sejak tahun 2018	2 Tahun	4 kali
RS (FT)	20	Sejak tahun 2018	2 Tahun	10 kali

Sumber : Olahan Peneliti, 2022

Kelima informan di atas merupakan Mahasiswi yang berasal dari berbagai jurusan di Universitas Singaperbangsa Karawang yaitu berasal dari FISIP, FEB, FKIP, FIKES dan FT. Selama menjadi mahasiswi mereka menggunakan fitur *SPaylater* dan empat diantaranya adalah pengguna lama yakni dua tahun. Untuk itu, mereka telah memiliki pengalaman dan pengetahuan tentang *SPaylater* terutama dapat menjelaskan motif yang melatarbelakangi mereka menggunakan fitur *SPaylater* serta bagaimana mereka memaknai kehadiran *SPaylater*.

Motif Mahasiswi Pengguna *SPaylater*

Setiap individu memiliki motif yang berbeda-beda dalam melakukan tindakan sosialnya. Schutz berpendapat bahwa tindakan sosial merupakan tindakan individu yang melihat dari latar belakang dan tujuan. Keseluruhan tindakan individu dijelaskan oleh Schutz dengan mengkategorikan menjadi dua tahap. Tahap pertama adalah motif sebab (*because motive*), sesuatu yang melatar belakangi seseorang yang mendasari tindakan, dimana setiap tingkah laku pasti merujuk pada sebuah pengalaman masa lalu. Tahap kedua adalah motif tujuan (*in-order-to motive*) dimana tindakan individu berdasarkan tujuan di masa depan, setiap tingkah laku individu akan mengacu pada masa yang akan datang (Alwi, 2021).

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi dengan informan bahwa motif sebab (*because to motive*) yaitu mencoba-coba. Dimana sebagai mahasiswi yang tinggal seorang diri sebagai anak *kost* serta merantau membuat kebutuhan barang *kost* menjadi salah satu alasan IA mencoba menggunakan *SPaylater*. Sebagaimana pernyataan informan IA berikut:

“...gua tuh anaknya sering ngotak ngatik kek gampang penasaran, pas liat ada fitur *SPaylater* akhirnya gua coba pake, ditambah gua ngekost sendiri tadinya bareng temen, jadi kadang pengen beli sesuatu buat menuhin barang *kos*...”
(Wawancara IA, 20 Juli 2022).

Selain itu, karena disarankan teman, kebutuhan mendesak serta malas *top-up Shopee* juga menjadi motif sebab dari informan VM, AN, AF dan RS. Adanya interaksi sosial di lingkungan perkuliahan membuat salah seorang informan menjadi tergiur untuk menggunakan fitur *SPaylater*. Ketika membutuhkan sesuatu secara mendesak misalnya *handphone* juga menjadi alasan yang melatarbelakangi informan lainnya untuk menggunakan fitur tersebut. Malas *top-up Shopee* juga menjadi alasan berikutnya yang menjadi sebab informan menggunakan fitur *SPaylater*. Sebagaimana pernyataan informan VM, AN, AF, dan RS dibawah ini :

“... jadi pertama aku bisa pake itu dari temen, dia udah pake *SPaylater*. Terus akhirnya karena sering banget dikasih tau, terus jadi diajak ayo cobain pake, akhirnya yaudah deh pake..” (Wawancara VM, 28 Juli 2022).

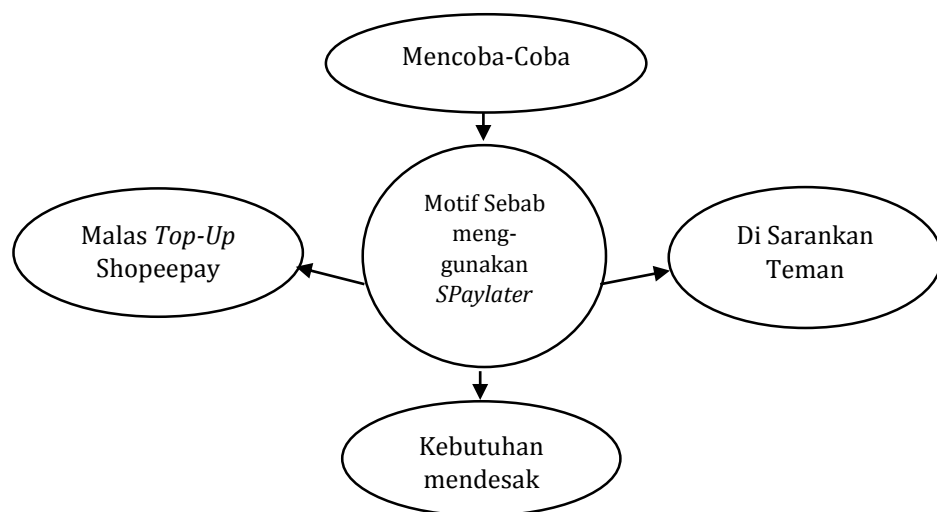
“...sebenarnya gua tau ada fitur itu, awalnya nahan buat ga make, tapi pas lagi butuh banget hp mendesak tapi duit kurang akhirnya beli dah tuh hp pake *SPaylater*..”
(Wawancara AN, 25 Agustus 2022).

“...aku tipe orang yang males banget *top-up Shopee*, kebetulan liat ada fitur *SPaylater* diliatnya kok kayanya menarik nih karena ngasih saldo buat nyicil, selain itu juga ada voucher gratis ongkir, akhirnya dari situlah aku mulai pake..”
(Wawancara AF, 25 Agustus 2022)

“...awalnya saya coba-coba terus karena punya uang arisan sama tabungan terus jadi pengen aktifin *SPaylater* teh, sama aku juga males banget *top-up* anaknya...” (Wawancara RS, 31 Agustus 2022).

Schutz mendefinisikan motif sebab sebagai motif yang berpacu pada latar belakang seseorang dalam mengambil tindakan. Tindakan tersebut yaitu menggunakan fitur *SPaylater* atas dasar pengalaman individu dalam lingkungan sosial maupun dari diri individu tersebut. Berdasarkan pembahasan diatas, motif sebab menggunakan fitur *SPaylater* dapat dirangkum pada gambar berikut :

Gambar 1. Motif Sebab Mahasiswi



Sumber : Dokumen, Peneliti 2022.

Seseorang dalam menentukan tindakan menggunakan fitur *SPaylater* tidak terbentuk begitu saja. Adanya komunikasi antara individu dengan lingkungannya yang akhirnya menciptakan sebuah pengalaman yang dialami oleh individu dalam pembentukan motif (Alwi, 2021). Motif tujuan (*in-order-to motive*) merupakan penentuan tindakan berdasarkan tujuan di masa depan. Bagi setiap individu dalam melakukan tindakannya pasti memiliki tujuan yang ingin dicapai. Hasil pengamatan dan wawancara informan menunjukkan bahwa informan memiliki motif untuk mengatur keuangan, ingin memenuhi kebutuhan, ingin membeli apa yang disukai, serta ingin memenuhi hasrat belanja. Sebagaimana pernyataan informan berikut ini:

“...gua kan belum kerja duit cuma dari mamah, jadinya *SPaylater* pengen buat mengatur keuangan aja sih, jadi kalo mamah tf uang buat bayar *SPaylater* dulu, nanti kalo uang jajan makenya dari bidikmisi kalo cair..” (Wawancara IA, 20 Juli 2022).

“...jujur aku jadi bisa beli baju yang lagi dibutuhkan bukan karena *trend* lebih ke butuh buat kondangan atau pergi ke acara, jadi pengen Menuhin kebutuhan baju aja karena bayarnya bisa nanti..” (Wawancara VM, 28 Juli 2022).

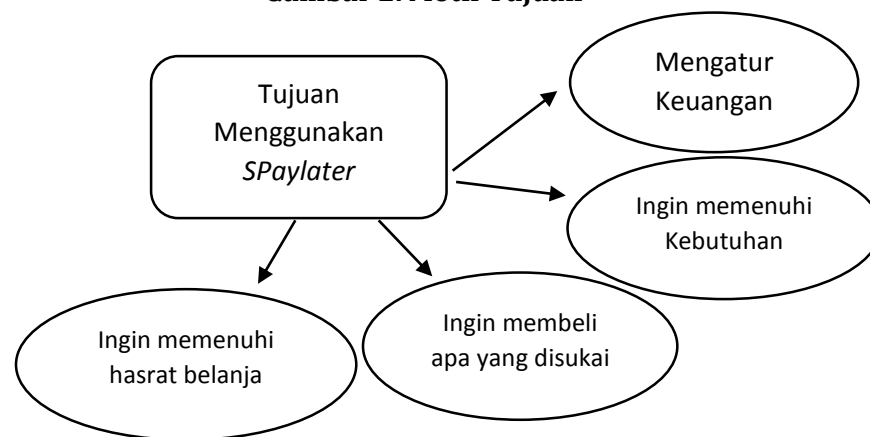
"...awalnya emang kebutuhan mendesak tapi sekarang tujuan gua pake *SPaylater* pengen beli sesuatu aja, jadi sekiranya gua suka ya gua jadi beli pokonya sih kadang pulpen yang lucu aja dibeli random banget emang haha." (Wawancara AN, 25 Agustus 2022).

"...aku sih selama pake *SPaylater* tujuan nya pengen belajar buat mengatur keuangan aja si, namanya mahasiswi kan bajet buat beli sesuatunya masih minim, jadi kalo ada duit bisa buat dipake yang lain dulu, kalo kaya aku beli toner karena mahal ya pake *SPaylater* aja jadinya haha.." (Wawancara AF, 25 Agustus 2022).

"...tujuan pake *SPaylater* ya buat belanja aja teh, kaya seneng aja jadi puas walau ujungnya bingung bayarnya kadang haha.." (Wawancara RS, 31 Agustus 2022).

Motif muncul berdasarkan dari adanya keinginan untuk mendapatkan tujuan dari tindakan yang dilakukan. Dari pernyataan yang disampaikan oleh kelima informan, peneliti melihat adanya motif tujuan yang cukup bervariasi dan berbeda dari cara penyampaian dan kebutuhan sesuai dengan pengalaman dan pengetahuan informan dalam membentuk sebuah motif yang mengacu pada masa yang akan datang. Sejalan dengan pandangan Schutz dalam mengkategorikan tindakan individu salah satunya motif tujuan. Berdasarkan pembahasan tersebut motif tujuan menggunakan fitur *SPaylater* dapat digambarkan pada gambar berikut ini :

Gambar 2. Motif Tujuan



Sumber : Dokumen. Peneliti 2022.

Makna *SPaylater* bagi Mahasiswi

Manusia pada umumnya memiliki kecenderungan untuk memberikan arti pada apa yang sedang atau sudah dialami. Menurut (Kuswarno, 2009:17) dalam (Alwi, 2021) Fenomenologi bertugas mengkaitkan pengetahuan ilmiah dengan pengalaman individu berdasarkan sumber itu berasal. Memahami tindakan sosial dengan penafsiran merupakan dasar dari inti dari pemikiran Schutz mengenai tindakan sosial. Melalui proses penafsiran tersebut akan terlihat makna yang sebenarnya secara jelas, dan agar membentuk kepekaan yang terkandung. Pendapat dari Schutz antara lain,

manusia menyusun makna diluar aliran utama pengalaman dengan proses “tipikasi”. Ialah proses penjelasan dan pemberian makna terhadap tindakan yang akan membentuk tingkah laku.

Khususnya pengguna *SPaylater* pada penelitian ini. Dari hasil observasi dan wawancara mendalam yang dilakukan oleh peneliti, para pengguna *SPaylater* ini dapat memaknai sesuatu hal berdasarkan dari pengalaman-pengalaman yang telah dialami selama menggunakan *SPaylater*. Walaupun terdapat beberapa informan memiliki penggambaran yang sama, namun dimaknai berbeda sesuai dengan pengalamannya masing-masing. Dalam hasil pengamatan, informan memiliki pandangannya sendiri bagaimana memaknai fitur *SPaylater* sebagai pengguna lama. Bagi mahasiswi yang di wawancarai, memaknai fitur *SPaylater* bermacam-macam seperti pemenuhan kebutuhan, cara baru dalam kredit barang, penekan bajeting, serta pemenuhan keinginan.

Sebagai mahasiswi yang tinggal seorang diri, membuat informan IA merasa perlu membeli barang-barang kost seperti contohnya adalah lemari yang pernah dibelinya menggunakan *SPaylater* maka IA memaknainya sebagai pemenuhan kebutuhan *kost*. Tidak jauh berbeda dengan IA, menurut informan VM *SPaylater* dimaknai sebagai pemenuhan kebutuhan pakaian, untuk dipakai ke acara penting maupun sekedar ootd. Hal tersebut berbeda dengan informan AN justru memaknai *SPaylater* sebagai cara baru dalam melakukan kredit barang, karena baginya bisa membeli sesuatu hanya dengan mengaktifkan fitur tersebut. Berbeda juga dengan yang ungkapkan oleh informan AF, dimana dirinya memaknai *SPaylater* sebagai fitur yang membantu menekan bajeting, disaat dirinya ingin membeli sebuah toner yang harganya mahal, ia bisa membeli dengan *SPaylater* dan uang yang ia miliki bisa untuk membeli sesuatu yang lain. Adapun hal ini berbanding terbalik bagi Informan RS, dimana memaknai *SPaylater* sebagai fitur yang membantu memenuhi keinginan belanjanya, seperti membeli *skincare*, *ootd*, maupun *makeup*.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan diatas, dapat disimpulkan bahwa motif Mahasiswi menggunakan fitur *SPaylater* sesuai dengan pandangan Alfred Schutz yang mengklasifikasikan tindakan manusia menjadi dua tahap yaitu motif sebab dan motif tujuan. Mereka memiliki motif sebab, yaitu karena hanya untuk coba-coba, disarankan oleh temannya, kebutuhan mendesak, serta malas *top-up Shopeepay*. Sedangkan motif tujuan dalam menggunakan fitur *SPaylater* adalah untuk mengatur keuangan, ingin memenuhi kebutuhan pakaian, ingin membeli apa yang disukai, serta ingin memenuhi hasrat belanja. Adapun Pemaknaan Mahasiswi dari adanya fitur *SPaylater* yaitu dimaknai sebagai pemenuhan kebutuhan, cara baru dalam kredit barang, penekan bajeting serta pemenuhan keinginan.

Berdasarkan hasil penelitian, peneliti mengajukan beberapa saran yang diharapkan dapat memberi kontribusi bagi masyarakat. Khususnya bagi anak muda seperti Mahasiswi yang belum menggunakan fitur tersebut agar menggunakannya dengan bijak sesuai dengan kebutuhan bukan keinginan. Sebab fitur *SPaylater* juga memiliki resiko berupa denda dan bunga yang akan diterima apabila bagi seorang pelajar yang belum berpenghasilan menggunakan fitur tersebut secara berlebihan.

Selain itu fitur tersebut juga diawasi oleh OJK (otoritas jasa keuangan) apabila ada cacat dalam penggunaan maka akan berpengaruh pada BI *checking*.

DAFTAR PUSTAKA

- Ajeng, D., Oktavia, R., & Sudaryanto, E. (n.d.). *MOTIF PENGGUNAAN SWAFOTO SEBAGAI BENTUK EKSISTENSI DIRI DALAM AKUN INSTAGRAM (STUDI DESKRIPTIF KUALITATIF PENGGUNAAN FOTO SWAFOTO DALAM MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI BENTUK EKSISTENSI DIRI PADA MAHASISWA UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA)*.
- Aldira, N. P. (2020). *Motif Penggunaan Fitur Stories Highlight Instagram sebagai Memori Media bagi Generasi Milenial* (Vol. 08, Nomor 02).
- Alwi, M. N. (2021). *KONSTRUKSI MAKNA PROFESI BIKE MESSENGER*.
- Dianka, A. A. (2021, September 6). *Performa e-Commerce: Shopee, Si Paling Laris Tahun Ini*. Trenasia.com. Retrieved from <https://www.trenasia.com/performa-e-commerce-shopee-si-paling-laris-tahun-ini> Diakses pada 31 Januari 2022 pukul 16.00 WIB
- Eka, R. (2020, Desember 14). *Studi Layanan Paylater di Platform E-commerce Indonesia*. Retrieved from [dailysocial.id. https://dailysocial.id/post/studi-paylater-indonesia-2020](https://dailysocial.id/post/studi-paylater-indonesia-2020) Diakses pada 18 Januari 2022 pukul 20.15 WIB
- Lidwina, andrea. (2020, Desember 23). *Masyarakat Paling Banyak Gunakan Fitur PayLater di Shopee*. [katadata.co.id. Retrieved from https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/12/23/masyarakat-paling-banyak-gunakan-fitur-paylater-di-shopee](https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/12/23/masyarakat-paling-banyak-gunakan-fitur-paylater-di-shopee) Diakses pada 17 Januari 2022 Pukul 15.00 WIB
- Perwitasari, P. (2021, Juni 9). *Survei : Ada 55 Persen Pengguna Paylater Baru Selama Pandemi*. CNN Indonesia. Retrieved from <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20210609171124-92-652326/survei-ada-55-persen-pengguna-paylater-baru-selama-pandemi> Diakses pada 17 Januari 2022 Pukul 13.00 WIB
- Pratika, Y., Salahudin, S., Riyanto, D. W. U., & Ambarwati, T. (2021). Analysis of Pay Later Payment System on Online Shopping in Indonesia. *Journal of Economics, Business, & Accountancy Ventura*, 23(3), 329–339. <https://doi.org/10.14414/jebav.v23i3.2343>
- Sugiyono. (2013). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF DAN R & D*.
- Unusa. (2021). *Antara E-Commerce, Paylater hingga Uang Elektronik*. Humas Unusa.

Dawatuna: Journal of Communication and Islamic Broadcasting

Volume 3 Nomor 1 (2023) 106-116 E-ISSN 2798-6683 P-ISSN 2798-690X
DOI: 10.47476/dawatuna.v3i1.2287

Retrieved from <https://unusa.ac.id/2021/01/27/antara-e-commerce-paylater-hingga-uang-elektronik/> Diakses pada 10 Agustus 2022 Pukul 10.30 WIB