

STUDI KELAYAKAN PROGRAM CICILAN *E-WALLET* SHOPEE *PAYLATER* DAN DAMPAKNYA TERHADAP GAYA HIDUP HEDONISME PADA GENERASI Z

Ni Ketut Murdani¹, I Kadek Widhiantara² I Putu Deva Putra Armedio³

¹Program Studi/Jurusan Kewirausahaan, Universitas Mahendradatta,
devaarmedio05@gmail.com

²Program Studi/ Jurusan Manajemen, Universitas Mahendradatta,
ketutmurdani91014@gmail.com

³Program Studi/ Jurusan Manajemen, Universitas Mahendradatta,
kadekwidhiantara58@gmail.com

Abstrak - Shopee *Paylater* ini ditujukan untuk memenuhi kebutuhan setiap lini masyarakat terutama pada Generasi Z yang serba online yang dirasa cepat dan instan. Kemudahan dalam pengajuan serta pengaplikasian Shopee *Paylater* membuat Generasi Z mengubah gaya hidupnya yang dulunya takut berhutang kini menjadi pengguna setia layanan ini. Dengan adanya fitur Shopee *paylater* jadi semakin membuat niat belanja Generasi Z Indonesia semakin besar karena sistemnya bisa bayar belakangan jadi sifat hedonisme pun juga bisa dengan mudah menyebar kemana mana karena Generasi Z terlalu konsumtif.

Jenis penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif kualitatif dengan riset naratif dan penelitian ini berlokasi di Denpasar. Kriteria sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah Generasi Z pengguna Shopee *PayLater* di Denpasar dengan metode pengumpulan data yaitu wawancara, observasi, dokumentasi. Adapun analisis kelayakan menggunakan analisis non-keuangan dengan analisis aspek pemasaran, aspek ekonomi dan analisis SWOT.

Hasil penelitian ini Shopee *Paylater* ini sangat disukai oleh Generasi Z karena metode pembayaran yang praktis dan cepat, syarat dan proses pengajuan yang mudah sangat menjanjikan dan juga bunga yang ditetapkan cukup rendah. Strategi yang dipakai adalah SO (*Strenght Opportunity*) yaitu memanfaatkan kekuatan dan peluang dengan cara memperbesar kekuatan yang ada seperti Memperluas pemasaran pada Generasi Z melalui promosi lewat media sosial. Saran dari peneliti kepada Generasi Z wajib lebih berhati hati dalam menggunakan Shopee *Paylater* agar tidak terjebak dalam utang atau masalah keuangan lainnya karena bisa mengarah pada pengeluaran yang tidak terkontrol dan berpotensi merusak keuangan pribadi mereka lalu menjadi hedonisme.

Kata kunci: Analisis kelayakan, Generasi Z, Shopee *Paylater*.

Abstrak - *Shopee Paylater is intended to meet the needs of every line of society, especially Generation Z, which is online, which is felt fast and instant. The ease of submitting and applying Shopee Paylater has made Generation Z change their*

lifestyle, which used to be afraid of debt and now become loyal users of this service. With the Shopee paylater feature, it makes Generation Z Indonesia's shopping intentions even greater because the system can pay later so hedonism can also easily spread everywhere because Generation Z is too consumptive.

This type of research uses a qualitative descriptive analysis method with narrative research and this research is located in Denpasar. The sample criteria that will be used in this study are Generation Z, Shopee PayLater users in Denpasar with data collection methods, namely interviews, observation and documentation. The feasibility analysis uses non-financial analysis with analysis of marketing aspects, economic aspects and SWOT analysis.

The results of this study, Shopee Paylater is highly favored by Generation Z because of the practical and fast payment method, the terms and easy application process are very promising and the interest rate is set quite low. The strategy used is SO (Strenght Opportunity), namely taking advantage of strengths and opportunities by increasing existing strengths such as expanding marketing to Generation Z through promotions via social media. Advice from researchers to Generation Z must be more careful in using Shopee Paylater so they don't get stuck in debt or other financial problems because it can lead to uncontrolled spending and has the potential to damage their personal finances and then become hedonism.

Keywords: *Feasibility analysis, Generation Z, Shopee Paylater.*

Pendahuluan

Generasi Z atau yang lebih dikenal sebagai generasi digital tumbuh dan berkembang dengan ketergantungan terhadap teknologi dan berbagai macam alat teknologi. Motivasi hedonis yang tumbuh dari diri sendiri mampu mendorong pribadi dalam menggunakan layanan Shopee Paylater, dalam menggunakan layanan ShopeePay memberikan kepuasan tersendiri selain itu memberikan kesan kemewahan dan menyenangkan.

Dengan adanya fitur Shopee paylater jadi semakin membuat niat belanja Generasi Z Indonesia semakin besar karena sistemnya bisa

bayar belakangan jadi sifat hedonisme pun juga bisa dengan mudah menyebar kemana mana karena Generasi Z terlalu konsumtif oleh barang-barang yang sebenarnya mereka tidak perlu tetapi tetap mereka beli guna terlihat lebih berada dalam status ekonomi dilingkungan sekitar.

Dampak lain dari hedonisme adalah konsumtif terutama pada generasi Z hal ini akan merugikan diri sendiri karena bisa mengarah pada kebangkrutan. Barang-barang yang tidak dibutuhkan atau tidak terlalu mendesak tetap dibeli dan akhirnya nanti juga tidak akan terpakai. Membeli barang bukan dilihat dari kebutuhan, tetapi demi kesenangan semata-mata.

Generasi Z merupakan pengguna yang potensial dari Shopee *PayLater*, mengingat mereka merupakan generasi yang sangat terbuka dan terbiasa dengan teknologi dan aplikasi digital. Shopee *PayLater* memberikan kemudahan bagi pengguna dalam melakukan pembayaran secara online dan seringkali menarik bagi Generasi Z yang ingin membeli produk atau layanan secara online namun tidak memiliki cukup uang tunai di tangan

Tingkat konsumtif anak muda di Denpasar semakin meningkat, sehingga apabila hal ini sulit dikendalikan oleh anak muda khususnya Generasi Z, akan menciptakan gaya hidup hedonisme serta adanya kejanggalan pada komunikasi intrapersonal dalam diri dimana timbulnya rasa takut dan khawatir karena tidak bisa memiliki barang tertentu yang biasa disebut dengan *Fear of Missing Out* (takut ketinggalan). Terkait fenomena dengan latar belakang tersebut peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dan analisis kelayakan Shopee *pay later* dengan judul “**Studi Kelayakan Program Cicilan E-Wallet Shopee *pay Later* Dan Dampaknya Terhadap Gaya Hidup Hedonisme Pada Generasi Z**”

METODE PENELITIAN

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode Analisis Deskriptif Kualitatif dengan riset naratif. Analisis Deskriptif

Kualitatif adalah teknik dengan cara menguraikan masalah yang ada kemudian membandingkan dengan teori yang relevan sehingga dapat ditarik suatu kesimpulan atau suatu teknik analisis yang berbentuk uraian dari hasil penelitian yang didukung dari teori data tidak dari angka angka atau tidak dapat dihitung. Data yang didapat observasi, wawancara dan dokumentasi diolah dan dianalisis sesuai dengan teori yang ada sehingga dapat ditarik suatu kesimpulan dan penelitian ini menggunakan Analisis SWOT. Analisis SWOT adalah penilaian terhadap hasil identifikasi situasi, untuk menentukan apakah suatu kondisi dikategorikan sebagai kekuatan, kelemahan, peluang atau ancaman. Analisis SWOT merupakan bagian dari proses perencanaan.

Hasil dan Pembahasan

Bagi Generasi Z yang mungkin masih berstatus pelajar atau baru memasuki dunia kerja, Shopee *PayLater* juga memberikan opsi untuk melakukan pembayaran secara cicilan, sehingga mereka dapat mengatur keuangan dengan lebih baik dan tetap bisa membeli barang-barang yang diinginkan.

Dalam hal ini, penting bagi Generasi Z sebagai pengguna Shopee *PayLater* untuk memahami betul tentang penggunaan layanan yang mereka pilih, dan mengelola pengeluaran dengan bijak agar tidak terjebak dalam hutang yang tidak terkendali. Mereka juga harus memperhatikan jangka waktu pembayaran dan bunga yang akan

dikenakan untuk menghindari risiko kelebihan bayar.

Bagi penulis Shopee *PayLater* digunakan untuk menawarkan pinjaman atau cicilan kepada pengguna Shopee Indonesia yaitu hanya dengan membayar tepat waktu sebelum tanggal jatuh tempo pembayaran. Beberapa indikator yang digunakan dalam fitur produk tersebut adalah mudah dalam pengoperasian, Kepuasan akan produk yang tersedia, Desain menarik dan mudah dipahami Dimungkinkan juga untuk meningkatkan batas pembayaran Shopee.

Beberapa syarat yang harus dipenuhi Generasi Z untuk mengaktifkan layanan Shopee *Paylater* diantaranya adalah:

- a. Wajib sudah berusia 18 tahun
- b. Mempunyai akun Shopee yang sudah terdaftar serta terverifikasi dari Shopee
- c. Dipastikan sudah update aplikasi ke versi yang terbaru.
- d. Memiliki akun Shopee aktif minimal 3 bulan.
- e. Sering melakukan transaksi di aplikasi Shopee.
- f. Memiliki riwayat kredit yang baik dan lancar.

Generasi Z dapat menggunakan Shopee *PayLater* untuk membeli beberapa produk digital, seperti pulsa, listrik PLN, paket data, BPJS, PDAM, pasca bayar, tiket pesawat, TV kabel dan internet, tiket bus dan travel. Namun Generasi Z tidak dapat menggunakan Shopee *PayLater* untuk membeli produk dari kategori voucher, emas, uang elektronik, dan zakat. Limit Shopee

PayLater tidak bisa dicairkan dalam bentuk dana tunai, hanya bisa digunakan untuk berbelanja di Shopee. Shopee *PayLater* memberikan plafon kredit yang bisa digunakan untuk belanja di Shopee yang bisa dimanfaatkan Generasi Z, dengan fitur sebagai berikut :

- 1) Tempo cicilan: 1,2 3, 6, dan 12 bulan.

Manfaat tempo cicilan bagi generasi Z mungkin termasuk mempermudah pembayaran atas pembelian barang mahal seperti smartphone, laptop, atau produk teknologi terbaru.

- 2) Plafon limit pinjaman Rp. 750.000 sd Rp.15.000.000

Setelah diterima sebagai pengguna aktif Shopee *PayLater*, Generasi Z akan diberikan batas minimal Rp. 750.000. Jika Anda ingin meningkatkan limit Shopee *PayLater* Anda, Anda akan meningkatkan limit Shopee *PayLater* Anda menjadi maksimal 6 juta.

- 3) Bisa mendapatkan peningkatan limit dengan catatan pembayaran yang baik.

Batasan tersebut tergantung pada sejumlah faktor penentu dan sejalan dengan peraturan yang dikeluarkan oleh pembeli.

- 4) Dapat pilih tanggal jatuh tempo tagihan, tanggal 5, 11, dan 25 setiap bulannya. Dengan jatuh tempo yang telah ditentukan, Generasi Z dapat memastikan bahwa pembayaran tidak terlambat sehingga menghindari denda dan bunga tambahan.

Aspek Ekonomi

Shopee *PayLater* adalah fitur pembayaran yang tersedia di Shopee, sebuah platform e-commerce yang populer di Indonesia. Dalam hal ekonomi, fitur ini memiliki beberapa aspek sebagai berikut:

a. Memungkinkan Pembelian yang Lebih Mudah

Dengan adanya Shopee *PayLater*, Generasi Z dapat membeli produk dengan mudah meskipun mereka tidak memiliki cukup uang tunai di tangan. Layanan ini menawarkan cicilan bunga rendah dengan jangka waktu pembayaran yang fleksibel, sehingga memungkinkan banyak orang untuk membeli produk yang mereka butuhkan tanpa harus menunggu hingga memiliki uang yang cukup.

b. Meningkatkan Penjualan

Dari segi bisnis, adanya Shopee *PayLater* dapat membantu meningkatkan penjualan di platform Shopee. Generasi Z yang tidak mampu membeli produk secara tunai secara langsung dapat menggunakan fasilitas cicilan ini untuk membeli barang yang ingin mereka beli. Hal ini akan meningkatkan penjualan dan memberikan keuntungan bagi para penjual yang berjualan di platform Shopee.

c. Memberikan Keuntungan bagi Konsumen

Shopee *PayLater* juga memberikan keuntungan bagi konsumen dengan memberikan opsi pembayaran yang fleksibel dan mudah. Dengan menggunakan fitur ini, konsumen tidak perlu membayar sejumlah besar uang tunai dan dapat membayar

dengan cicilan yang mudah ditangani dalam jangka waktu yang panjang. Hal ini akan membantu mengurangi beban finansial yang dirasakan oleh konsumen dan memberikan kenyamanan dalam membeli produk.

d. Potensi Risiko Pembayaran Tertunda

Meskipun Shopee *PayLater* sangat menguntungkan bagi Generasi Z maupun penjual di Shopee, ada risiko dalam menjalankan layanan ini. Risiko utama adalah pembayaran tertunda. Jika seorang pembeli gagal membayar kewajiban cicilan sesuai waktu yang dijanjikan, maka ada risiko hilangnya keuntungan bagi penjual dan pengelola platform Shopee.

Aspek Pemasaran Dan SWOT

Menurut Penelitian saya Shopee sebagai layanan keuangan dalam aplikasi e-commerce, Shopee dapat memanfaatkan penggunaan data dalam platform dan tools lainnya untuk mengidentifikasi pelanggan yang sejalan dengan kriteria yang telah ditentukan. Menurut Kasmir, Jakfar (dalam Fajriah, 2021) pemasaran mempunyai peranan yang penting dalam keberlangsungan suatu usaha, sehingga tidak jarang banyak perusahaan menempatkan pemasaran pada posisi paling depan. Seorang pemasar harus mampu mengetahui ada tidaknya pasar, besar pasar yang ada, potensi pasar, serta tingkat persaingan yang ada, termasuk besarnya market share yang akan direbut dan *market share* pesaing.

Hasil segmentasi ini akan membantu Shopee untuk menargetkan strategi pasar yang

lebih akurat dan sesuai dengan target pelanggan generasi Z. Shopee *PayLater* memiliki beberapa strategi pemasaran yang digunakan oleh Shopee guna menarik konsumen dari kalangan Generasi Z untuk mengkonversi mereka menjadi pengguna aktif.

a. Segmentasi pasar:

Pelajari segmentasi pasar pada pengguna Shopee *PayLater*, seperti usia, jenis kelamin, pendapatan. Ini akan membantu Shopee memahami profil pengguna *PayLater*-nya sehingga dapat memberikan penawaran yang lebih relevan dan menarik. Segmentasi pasar Shopee *PayLater* untuk generasi Z dapat dilakukan dengan memperhatikan beberapa faktor berikut:

- 1) Usia: Generasi Z adalah kelompok usia yang lahir pada tahun 1997 hingga 2012. Sehingga, Shopee dapat menargetkan pengguna *Paylater* dari usia 18-24 tahun untuk generasi Z
- 2) Preferensi Belanja Online: Generasi Z merupakan generasi yang tumbuh dengan internet dan teknologi. Mereka cenderung lebih nyaman berbelanja online dan memperhatikan nilai fungsional dari produk. Shopee dapat menargetkan pengguna *PayLater* yang sering berbelanja online dan memperhatikan fitur-fitur layanan yang ditawarkan.
- 3) Penghasilan: Shopee dapat menargetkan pengguna *PayLater* dengan penghasilan

di bawah rata-rata atau mahasiswa yang memiliki penghasilan terbatas. Hal ini akan membuat Shopee dapat menawarkan opsi pembayaran yang lebih fleksibel dan terjangkau.

- 4) Gaya Hidup: Generasi Z dikenal memiliki gaya hidup yang aktif, sangat up to date dengan tren sekarang, cenderung dinamis dan hedonis. Dengan begitu, Shopee dapat menargetkan pengguna *PayLater* yang sering membeli produk-produk fashion terbaru, gadget, hobi, atau kebutuhan gaya hidup lainnya.

b. Promosi:

Tinjau strategi promosi Shopee *PayLater*. Misalnya, bagaimana Shopee mempromosikan keuntungan penggunaan *PayLater*, apa jenis iklan yang dijalankan, dan platform media sosial mana yang digunakan dalam promosi.

Dari aspek pemasaran yang digunakan, Shopee *PayLater* terlihat fokus dalam mempromosikan fitur cicilan dan memberikan nilai tambah bagi pengguna untuk membeli produk secara berkala. Penggunaan promosi dan program *reward* juga memberikan insentif bagi pengguna sehingga semakin banyak orang yang tertarik mencoba layanan ini. Dalam menjalankan bisnisnya, Shopee *PayLater* juga mengadopsi strategi marketing yang menarik bagi Generasi Z. Komunikasi dan promosi yang dilakukan Shopee *PayLater* biasanya dilakukan melalui media

sosial, yang menjadi media favorit Generasi Z dalam beraktivitas online.

Shopee dapat mempromosikan fitur *PayLater* kepada pelanggan mereka khususnya Generasi Z dengan beberapa cara, yaitu:

- 1) Mengirimkan email pemasaran: Shopee dapat mengirimkan email pemasaran kepada Generasi Z yang telah melakukan pembelian sebelumnya, dan menawarkan fitur *PayLater* sebagai alternatif untuk pembayaran.
- 2) Menampilkan iklan Shopee dapat menampilkan iklan *PayLater* di halaman rumah atau halaman produk mereka untuk menarik perhatian pelanggan baru.
- 3) Membuat kampanye promosi: Shopee dapat membuat kampanye promosi khusus untuk *PayLater* seperti diskon atau cashback, untuk memperkenalkan fitur baru ini kepada pelanggan mereka dan juga menarik perhatian Generasi Z.
- 4) Menggunakan influencer marketing: Shopee dapat menggandeng influencer atau selebgram untuk memperkenalkan fitur *PayLater* pada pengikut mereka di media sosial cara ini paling ampuh karena selebgram rata rata penggemarnya yaitu Generasi Z.
- 5) Menampilkan fitur di aplikasi: Shopee dapat memperkenalkan fitur *PayLater* secara langsung di aplikasi mereka, dengan

menampilkan banner atau pop-up setiap kali pelanggan membuka aplikasi Shopee.

Jika berbicara tentang Shopee *PayLater* yang mana fenomena Generasi Z yang bisa berdampak Hedonisme ini maka untuk mempromosikan fitur *PayLater* kepada anak muda, Shopee dapat melakukan beberapa cara yaitu menggunakan social media, Shopee dapat memanfaatkan platform media sosial untuk mempromosikan fitur *PayLater* seperti Instagram, TikTok, atau Twitter. Shopee *PayLater* dapat menggandeng influencer atau selebgram dari kalangan anak muda untuk memperkenalkan fitur baru ini. Membuat konten viral Shopee *PayLater* dapat membuat konten yang menarik dan lucu yang mengajak anak muda untuk menggunakan fitur *PayLater*. Misalnya membuat video atau meme yang menggambarkan keuntungan menggunakan fitur *PayLater*.

c. Kemitraan:

Kita harus mempelajari kemitraan Shopee *PayLater* dengan bank atau lembaga keuangan lainnya. Shopee *PayLater* membutuhkan dukungan dari rekanan bisnis untuk memberikan penggunaan yang lebih aman dan dapat dipercaya. Kemitraan antara Shopee *PayLater* dan bank dapat memberikan berbagai manfaat untuk Generasi Z, di antaranya:

- 1) Kemudahan dalam Berbelanja: Dengan hadirnya Shopee *PayLater*, Generasi Z dapat berbelanja dengan lebih mudah dan praktis tanpa perlu terkendala dengan

keterbatasan dana mereka. Dalam kemitraan dengan bank, pembayaran dapat dilakukan dengan lebih fleksibel, termasuk melalui kartu kredit atau debit yang dimiliki oleh Generasi Z itu sendiri.

- 2) **Pembayaran Secara Bertahap:** Dalam kemitraan dengan bank, Shopee *PayLater* memberikan opsi pembayaran secara bertahap yang bisa memudahkan Generasi Z untuk merencanakan keuangan mereka secara lebih baik. Generasi Z dapat memilih untuk membayar dalam jangka waktu tertentu yang dipilih sesuai kemampuan keuangan mereka.
- 3) **Menjaga Reputasi Finansial:** Generasi Z yang belum memiliki pengalaman dalam urusan keuangan dapat menghindari risiko utang piutang dan perburukan reputasi finansial dengan memanfaatkan kemitraan antara Shopee *PayLater* dan bank. Selain itu, pembayaran secara tepat waktu juga dapat menjaga reputasi finansial mereka di masa depan.
- 4) **Menambah Wawasan Finansial:** Kemitraan antara Shopee *PayLater* dengan bank dapat memberikan manfaat edukatif bagi generasi Z, mereka dapat mempelajari lebih banyak tentang manajemen keuangan yang sehat dan belajar untuk

menjadi konsumen cerdas.

Dalam keseluruhan, kemitraan Shopee *PayLater* dengan bank dapat membantu Generasi Z dalam hal pengelolaan keuangan mereka ketika melakukan pembayaran barang secara online di platform Shopee. Menambahkan kemudahan, fleksibilitas, dan manfaat edukasi, kemitraan ini bisa memberikan nilai tambah yang signifikan dalam kehidupan finansial Generasi Z.

Aspek *SWOT* dari Shopee *PayLater* adalah sebagai berikut:

1. **Kekuatan (*Strengths*):**
 - 1) Terintegrasi dengan platform Shopee yang populer dan digunakan oleh banyak orang di Indonesia
 - 2) Proses pengajuan mudah dan cepat tanpa persyaratan yang rumit dan tanpa menggunakan kartu kredit sangat berguna bagi Generasi Z
 - 3) Tawaran kredit yang fleksibel dengan bunga yang kompetitif
2. **Kelemahan (*Weaknesses*):**
 - 1) Masih terbatas untuk pembelian di platform Shopee saja dan berpotensi bagi Generasi Z yaitu pengeluaran tidak terkontrol
 - 2) Batasan jumlah kredit yang ditawarkan oleh Shopee *PayLater*
 - 3) Risiko keamanan akun Shopee jika digunakan secara tidak hati-hati dan kebanyakan Generasi Z ceroboh
3. **Peluang (*Opportunities*):**
 - 1) Penetrasi pasar yang lebih

- luas dengan menawarkan layanan untuk pembelian di luar platform Shopee
- 2) Kemitraan dengan merchant online untuk menawarkan pembayaran dengan Shopee *Paylater* jadi sangat terbuka bagi Generasi Z
 - 3) Peningkatan kepedulian dengan promosi dan iklan yang tepat sasaran
4. Ancaman (*Threats*):
- 1) Persaingan yang ketat di pasar layanan kredit online dari perusahaan lain seperti Gopay, Akulaku, dan lain-lain
 - 2) Resiko kredit macet jika tidak dilakukan *screening* nasabah yang ketat
 - 3) Kemungkinan adanya perubahan regulasi atau aturan yang dapat mempengaruhi operasional Shopee *Paylater*.
- Perhitungan Analisis SWOT
- Perhitungan bobot dan rating yang berfungsi sebagai landasan penentuan posisi perusahaan dalam bisnis. Hal ini penting diketahui sebagai dasar perusahaan untuk menjalankan strategi bisnis yang sesuai dengan kondisi perusahaan. Bobot ditentukan mulai dari angka 0 – 1, artinya hasil akumulasi dari kekuatan dibandingkan kelemahan dan hasil akumulasi dari peluang dibandingkan dengan ancaman. (Wiagustini dan Permatawati 2015).
- 1) IFAS = *Internal Strategic Factors Analysis Summary* (Analisis Faktor Strategi Internal), yakni terdiri dari kekuatan dan kelemahan dari perusahaan.

Tabel 8. Strategi Internal Shopee *Paylater* Terhadap Generasi Z

No	Faktor Internal	Bobot	Ranting	Skor
KEKUATAN				
1	Terintegrasi dengan platform Shopee yang populer dan digunakan oleh banyak orang di Indonesia	0.23	4	0.92
2	Proses pengajuan mudah dan cepat tanpa persyaratan yang rumit dan tanpa menggunakan kartu kredit sangat berguna bagi Generasi Z	0.34	4	1.36
3	Tawaran kredit yang fleksibel dengan bunga yang kompetitif	0.19	4	0.76
JUMLAH		3.04		
KELEMAHAN				
1	Masih terbatas untuk pembelian di platform Shopee saja dan berpotensi bagi Generasi Z yaitu pengeluaran tidak terkontrol	0.09	4	0.36
2	Batasan jumlah kredit yang ditawarkan oleh	0.08	3	0.24

	Shopee <i>PayLater</i>			
3	Risiko keamanan akun Shopee jika digunakan secara tidak hati-hati dan kebanyakan Generasi Z ceroboh	0.07	3	0.21
JUMLAH				0.81
TOTAL (KEKUATAN DAN KELEMAHAN)		1.00		3.85

Sumber: Data Diolah, 2023

Berdasarkan data diatas, dapat dilihat bahwasannya faktor kekuatan faktor internal Shopee *Paylater* memiliki skor 3.04 dan jika dibandingkan dengan faktor 2) EFAS = *External Strategic Factors Analysis Summary* (Analisis Faktor Strategi Eksternal), yakni

kelemahan perusahaan yang memiliki skor 0.81 jumlahnya berada jauh dibawah skor kekuatan perusahaan.

terdiri dari peluang dan ancaman terhadap perusahaan

Tabel 9. Strategi Eksternal Shopee *Paylater* Terhadap Generasi Z

No	Faktor Eksternal	Bobot	Ranting	Skor
PELUANG				
1	Penetrasi pasar yang lebih luas dengan menawarkan layanan untuk pembelian di luar platform Shopee	0.18	4	0.72
2	Kemitraan dengan merchant online untuk menawarkan pembayaran dengan Shopee <i>Paylater</i> jadi sangat terbuka bagi Generasi Z	0.19	4	0.76
3	Peningkatan kepedulian dengan promosi dan iklan yang tepat sasaran	0.35	4	1.4
JUMLAH				2.88
ANCAMAN				
1	Persaingan yang ketat di pasar layanan kredit online dari perusahaan lain seperti Gopay, Akulaku, dan lain-lain	0.08	4	0.32
2	Resiko kredit macet jika tidak dilakukan <i>screening</i> nasabah yang ketat	0.11	4	0.44
3	Kemungkinan adanya perubahan regulasi atau aturan yang dapat mempengaruhi operasional Shopee <i>Paylater</i> .	0.09	3	0.27
JUMLAH				1.03
TOTAL (PELUANG DAN ANCAMAN)		1.00		3.91

Sumber: Data Diolah, 2023

Berdasarkan data diatas, dapat dilihat bahwasannya faktor peluang eksternal perusahaan memiliki skor 2.88 dan jika dibandingkan dengan faktor ancaman Shopee *Paylater*

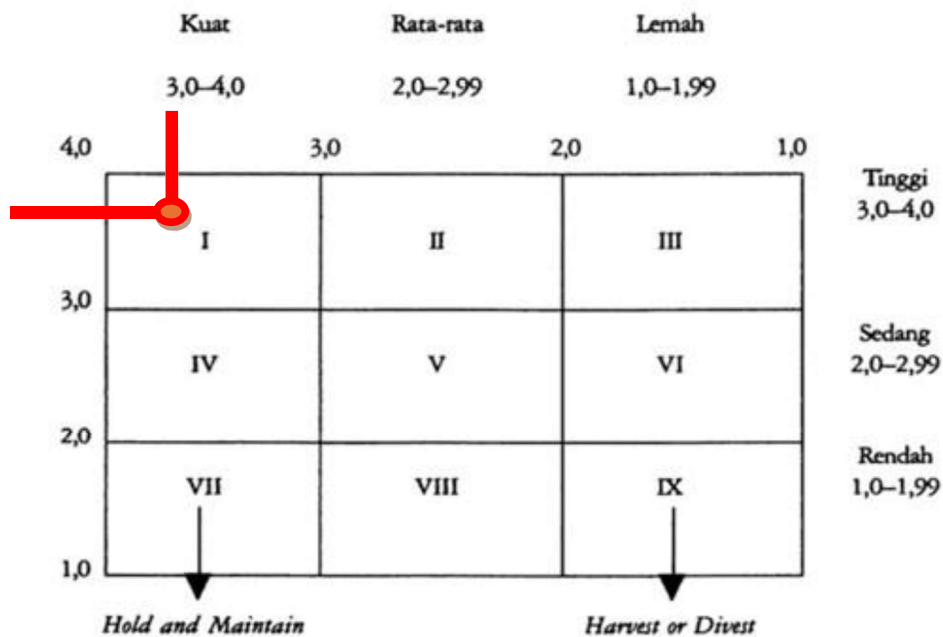
yang memiliki skor 1.03 jumlahnya berada dibawah skor peluang perusahaan.

3) Hasil Analisis Matrik Internal – Eksternal (IE)

Tabel 10. Matrik Internal dan Eksternal

NO	Matrik	Total Skor
1	Internal	3.85
2	Eksternal	3.91

Sumber: Data Diolah, 2023



Gambar 8. Matriks Internal Dan Eksternal

Sumber: Diolah sendiri, 2023

Dari hasil perhitungan table IFAS dan EFAS didapatkan nilai IFAS sebesar 3.85 dan skor untuk hasil EFAS sebesar 3.91. Apabila dikonversikan kedalam gambar diagram IE Matriks, maka terletak di

kuadran I, dimana hasilnya berada pada situasi yang paling menguntungkan. Posisi pada kuadran 1, berarti Shopee *Paylater* mempunyai peluang dan kekuatan. Strategi yang harus diambil dalam

kondisi seperti ini adalah SO (*Strenght Opportunity*) mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif atau *growth oriented strategy* dengan

memanfaatkan peluang yang ada serta kekuatan internal yang dimiliki perusahaan.

4) Matrik *SWOT*

Tabel 11. Matrik *SWOT*

	<i>Strenght</i> (kekuatan)	<i>Weakness</i> (kelemahaan)
	1. Platform Shopee yang populer 2. Proses pengajuan mudah dan cepat 3. Tawaran kredit yang fleksibel dengan bunga yang kompetitif	1. Masih terbatas untuk pembelian di platform Shopee saja 2. Batasan jumlah kredit 3. Risiko keamanan akun Shopee jika digunakan secara tidak hati-hati
<i>Oppurtunities</i> (Peluang)	SO	WO
1. Penetrasi pasar yang lebih luas 2. Kemitraan dengan merchant online untuk menawarkan pembayaran dengan Shopee <i>Paylater</i> 3. Peningkatan kepedulian dengan promosi dan iklan	1. Memperluas pemasaran pada Generasi Z 2. Mengembangkan iklan dan kredit yang fleksibel	1. Batasan jumlah kredit tetapi didukung oleh banyak merchant online Untuk pembayaran dengan Shopee <i>Paylater</i>
<i>Threats</i> (ancaman)	ST	WT
1. Persaingan yang ketat seperti Gopay, Akulaku 2. tidak dilakukan <i>screening</i> nasabah yang ketat 3. Kemungkinan adanya perubahan regulasi atau aturan	1. Proses pengajuan tercepat dan terpopuler dengan regulasi yang memudahkan konsumen	1. Meningkatkan Keamanan dengan monitoring nasabah yang kreditnya macet

Sumber: Data diolah, 2023

Berdasarkan tabel diatas, Strategi yang dipakai adalah SO

(*Strenght Opportunity*) yaitu memanfaatkan kekuatan dan

peluang-peluang yang ada dengan cara memperbesar kekuatan yang ada seperti Memperluas pemasaran pada Generasi Z karena pengajuannya cukup mudah dan Mengembangkan iklan dan kredit yang fleksibel Fokus pada kekuatan, peluang (SO) untuk memperoleh alternatif ofensif dengan menggunakan kekuatan internal

Kesimpulan Dan Saran

A. Kesimpulan

Jika dilihat dari Aspek Pemasarannya Generasi Z umumnya merasa puas dengan penggunaan Shopee *PayLater* karena proses pengajuan, Shopee *PayLater* terbilang mudah dan juga Shopee menawarkan diskon dan promo spesial, yang bisa membantu mereka menghemat waktu dan biaya dalam berbelanja online dan berdasarkan dari Aspek ekonomi dampak Shopee *Paylater* terhadap gaya hidup hedonisme Generasi Z sudah cukup baik karena secara ekonomi bagi Generasi Z Shopee *PayLater* sudah dapat memberikan dampak positif dalam memberikan akses keuangan kepada Generasi Z yang sebelumnya sulit memperoleh akses ke kredit dari lembaga keuangan formal. Mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif atau *growth oriented strategy* dengan memanfaatkan peluang yang ada serta kekuatan internal yang dimiliki perusahaan Strategi yang dipakai adalah SO (*Strenght Opportunity*) yaitu memanfaatkan kekuatan dan peluang dengan cara memperbesar kekuatan yang ada seperti Memperluas pemasaran pada Generasi Z melalui promosi lewat media sosial.

B. Saran

untuk memanfaatkan peluang eksternal. Generasi Z akan mudah melakukan pemahaman pengetahuan *Paylater* dan Strategi ST digunakan untuk menggunakan kekuatan menghindari ancaman seperti dengan cara proses pengajuan tercepat dan terpopuler dengan regulasi yang memudahkan konsumen.

Berdasarkan hasil analisa yang telah dilakukan oleh peneliti, Generasi Z wajib lebih berhati-hati dalam menggunakan Shopee *Paylater* agar tidak terjebak dalam utang atau masalah keuangan lainnya karena bisa mengarah pada pengeluaran yang tidak terkontrol dan berpotensi merusak keuangan pribadi mereka lalu menjadi hedon. Generasi Z hendaknya sudah menerapkan penyusunan anggaran, menyisihkan uang mereka untuk ditabung.

Daftar Pustaka

- Astari, A. A. E., Sudiartini, N. W. A., & Sari, N. L. P. R. (2021). Studi Kelayakan Inovasi Produk pada Arimasta Silver di Desa Celuk, Kecamatan Sukawati, Kabupaten Gianyar. *Jurnal Penelitian Ekonomi dan Akuntansi (JPENSI)*, 6(2), 153-170.
- Astari, A., Yasa, N., Sukaatmadja, I., & Giantari, I. G. A. K. (2022). Integration of technology acceptance model (TAM) and theory of planned behavior (TPB): An e-wallet behavior with fear of COVID-19 as a

- moderator variable.
International Journal of Data
and Network Science, 6(4),
1427-1436.
- Kasmir. Jakfar. (2016). *Studi
Kelayakan Bisnis*. Edisi revisi.
Jakarta: Kencana Prenada
Media Group.
- Kotler, Philip & Gerry Armstrong,
(2014): *Principle Of
Marketing, 15th edition*. New
Jersey: Pearson Pretice Hall.
- Rangkuti, Freddy. (2015). *Riset
Pemasaran*. Jakarta:
Penerbit PT Gramedia
Pustaka.
- Saputra, M. B., Astari, A. A. E.,
&Indiani, N. L. (2022).
ANALISIS PENGGUNAAN
CASHLESS (E-WALLET)
SEBAGAI SARANA UNTUK
MEMUTUS
PERKEMBANGAN VIRUS
(TINJAUAN ASPEK
PEMASARAN
KELAYAKAN BISNIS).
- Nusantara Hasana Journal,
2(3), 254-260.
- Shopee. (2018). Diunduh pada
tanggal 08 Juni 2023.
[https://help.shopee.co.id/portal/
article/72939-\[SPayLater---
Limit-&-Aktivasi\]-Bagaimana-
cara-mengaktifkan-
SPayLater%3F](https://help.shopee.co.id/portal/article/72939-[SPayLater---Limit-&-Aktivasi]-Bagaimana-cara-mengaktifkan-SPayLater%3F)
- Wizznotes. (2017). *Purpose of a
feasibility study*. Diunduh pada
tanggal 11 Juni 2023.
Retrieved from wizznotes.com:
[http://wizznotes.com/pob/estab
lishing-a-business/purpose-of-
a-feasibility-study](http://wizznotes.com/pob/establishing-a-business/purpose-of-a-feasibility-study)