
Analisis Penggunaan Fitur Cicilan Motor melalui SPayLater terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Kediri Jawa Timur

Ericha Lisa Wibowo ¹

Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Cahaya Surya, Jawa Timur ¹,

Email: : ¹⁾ hendriansyah441@gmail.com

ARTICLE INFO	ABSTRACT
Article History Submission : 13/02/2026 Review : 16/02/2026 Revised : 18/02/2026 Accepted : 19/02/2026	<i>The development of digital technology has driven the emergence of various innovative financing services that facilitate consumer transactions, including purchasing motor vehicles. One such service is the Motorcycle Installment feature through SPayLater on the Shopee platform. This study aims to analyze the influence of using the Motorcycle Installment feature through SPayLater on consumer decisions in purchasing a motorcycle. The study used a qualitative approach with field research methods. Data collection was conducted through interviews with consumers who had activated and applied for financing. Data were analyzed descriptively to determine the factors influencing purchasing decisions. The results show that ease of access, a fast application process, simple requirements, and a short term are key consumer considerations. In addition, transparency of information and a sense of security due to the support of financing companies, highlighted by the Financial Services Authority, also increase consumer confidence in making decisions. Thus, the Motorcycle Installment feature through SPayLater plays a role as an effective digital financing alternative in encouraging decisions to purchase motor vehicles in the e-commerce era.</i>
Keywords Pembiayaan Kredit, E-Commerce, Keputusan Pembelian, Spaylater	ABSTRAK Perkembangan teknologi digital mendorong munculnya berbagai inovasi layanan pembiayaan yang memudahkan konsumen dalam melakukan transaksi, termasuk pembelian kendaraan bermotor. Salah satu layanan yang berkembang adalah fitur Cicilan Motor melalui SPayLater pada platform Shopee. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh penggunaan fitur Cicilan Motor melalui SPayLater terhadap keputusan konsumen dalam pembelian sepeda motor. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode penelitian lapangan. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara terhadap konsumen yang telah melakukan aktivasi dan pengajuan pembiayaan. Data dianalisis secara deskriptif untuk mengetahui faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian. Hasil penelitian

	menunjukkan bahwa kemudahan akses, proses pengajuan yang cepat, persyaratan yang sederhana, serta fleksibilitas tenor menjadi pertimbangan utama konsumen. Selain itu, transparansi informasi dan rasa aman karena dukungan perusahaan pembiayaan yang diawasi oleh Otoritas Jasa Keuangan turut meningkatkan keyakinan konsumen dalam mengambil keputusan. Dengan demikian, fitur Cicilan Motor melalui SPayLater berperan sebagai alternatif pembiayaan digital yang efektif dalam mendorong keputusan pembelian kendaraan bermotor di era e-commerce.
--	--

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi dalam beberapa tahun terakhir telah membawa perubahan besar terhadap perilaku masyarakat dalam melakukan transaksi ekonomi. Aktivitas jual beli yang sebelumnya dilakukan secara tatap muka kini semakin bergeser ke sistem digital melalui platform e-commerce. Transformasi ini memberikan kemudahan dalam pencarian produk, perbandingan harga, hingga metode pembayaran yang semakin variatif dan terintegrasi dalam satu aplikasi (Laudon & Traver, 2021). Perubahan tersebut mendorong lahirnya berbagai inovasi layanan keuangan digital yang bertujuan memberikan pengalaman transaksi yang lebih cepat dan efisien bagi konsumen.

Sepeda motor merupakan sarana transportasi yang memiliki peranan penting dalam menunjang mobilitas masyarakat Indonesia. Kendaraan ini digunakan untuk berbagai kebutuhan, seperti bekerja, menjalankan usaha, maupun aktivitas rumah tangga sehari-hari. Tingginya kebutuhan akan kendaraan bermotor tidak selalu diimbangi dengan kemampuan daya beli tunai masyarakat. Oleh sebab itu, sistem pembelian secara kredit menjadi alternatif yang banyak dipilih karena memberikan keringanan pembayaran melalui mekanisme angsuran (Andriani et al., 2024). Skema ini memungkinkan konsumen tetap dapat memenuhi kebutuhan transportasi tanpa harus menunggu ketersediaan dana penuh.

Pertumbuhan pembiayaan berbasis kredit juga menunjukkan tren yang terus meningkat dari tahun ke tahun. Otoritas Jasa Keuangan menyatakan bahwa pembiayaan kendaraan bermotor menjadi salah satu sektor yang mengalami perkembangan signifikan seiring meningkatnya kebutuhan masyarakat serta dukungan teknologi finansial (Otoritas Jasa Keuangan, 2022). Hal ini menandakan bahwa akses pembiayaan semakin terbuka luas dan kompetisi antar penyedia jasa pembiayaan pun semakin ketat. Kondisi tersebut memicu perusahaan pembiayaan untuk terus melakukan inovasi guna menarik minat konsumen.

Dalam perspektif manajemen keuangan, keputusan mengambil kredit dipengaruhi oleh kemampuan pembayaran, tingkat pendapatan, serta perhitungan manfaat yang diperoleh konsumen di masa mendatang (Husnan, 2019). Konsumen cenderung memilih skema pembiayaan yang dianggap paling ringan serta memberikan kepastian proses. Oleh karena itu, penyedia jasa pembiayaan perlu menawarkan sistem yang sederhana, transparan, dan memiliki risiko minimal agar dapat memenangkan persaingan pasar.

Seiring dengan perkembangan digitalisasi, layanan pembiayaan kini dapat diakses melalui aplikasi daring. Perusahaan pembiayaan memanfaatkan teknologi untuk memberikan proses yang lebih cepat, praktis, dan efisien dibandingkan metode konvensional yang biasanya membutuhkan survei lapangan serta prosedur administrasi yang panjang. Digitalisasi ini juga memperkuat hubungan antara perusahaan dan pelanggan melalui integrasi data serta pelayanan berbasis teknologi (Dhanalakshmi et al., 2020). Salah satu inovasi tersebut adalah fitur Cicilan Motor melalui SPayLater pada aplikasi Shopee yang memungkinkan konsumen melakukan pengajuan kredit tanpa harus datang langsung ke dealer atau kantor pembiayaan.

Kemudahan akses layanan digital menjadi faktor penting dalam memengaruhi minat konsumen. Dalam konsep pemasaran modern, kemudahan dan kenyamanan proses transaksi merupakan nilai tambah yang dapat meningkatkan persepsi positif terhadap suatu layanan (Kotler & Keller, 2016). Konsumen dapat melakukan transaksi kapan saja dan di mana saja, serta memperoleh informasi yang lebih transparan terkait uang muka, bunga, maupun jangka waktu pembayaran. Transparansi ini membantu konsumen merasa lebih yakin sebelum mengambil keputusan pembelian.

Selain faktor kemudahan, aspek kepercayaan terhadap lembaga pembiayaan juga memiliki peranan penting. Legalitas perusahaan yang terdaftar serta diawasi oleh otoritas resmi akan meningkatkan rasa aman bagi konsumen dalam melakukan transaksi (Idris, 2020). Kepercayaan ini sering kali menjadi pertimbangan utama ketika konsumen harus memilih antara berbagai alternatif layanan pembiayaan yang tersedia di pasar.

Dalam proses pengambilan keputusan, konsumen umumnya akan mengevaluasi berbagai alternatif berdasarkan manfaat, biaya, serta risiko yang mungkin timbul. Persepsi terhadap kemudahan penggunaan teknologi, kecepatan layanan, serta jaminan keamanan akan sangat menentukan pilihan akhir konsumen (Schiffman & Wisenblit, 2019). Apabila suatu layanan dinilai mampu memberikan keuntungan lebih besar dibandingkan alternatif lain, maka kecenderungan konsumen untuk memilih layanan tersebut akan semakin tinggi.

Kehadiran Cicilan Motor melalui SPayLater menjadi fenomena menarik karena mengintegrasikan layanan pembiayaan kendaraan dengan ekosistem marketplace digital yang telah dikenal luas oleh masyarakat. Integrasi ini memberikan pengalaman baru dalam proses pembelian motor, mulai dari pencarian informasi, pengajuan kredit, hingga pemantauan pembayaran dalam satu platform. Model layanan seperti ini mencerminkan perubahan perilaku konsumen modern yang semakin mengutamakan kecepatan, kemudahan, dan efisiensi.

Meskipun menawarkan berbagai kemudahan, perlu diketahui sejauh mana penggunaan fitur ini benar-benar memberikan pengaruh nyata terhadap keputusan pembelian konsumen. Apakah faktor kemudahan akses, fleksibilitas tenor, serta kecepatan persetujuan menjadi alasan dominan, atau terdapat faktor lain yang lebih menentukan dalam keputusan akhir konsumen. Pertanyaan inilah yang menjadi dasar penting dilakukannya penelitian lebih lanjut. Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh penggunaan fitur Cicilan Motor m

TINJAUAN PUSTAKA

Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen merupakan studi mengenai bagaimana individu atau kelompok memilih, membeli, menggunakan, serta mengevaluasi produk atau jasa untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka. Schiffman dan Wisenblit (2019) menyatakan bahwa perilaku konsumen mencerminkan proses pengambilan keputusan yang dipengaruhi oleh faktor psikologis, sosial, dan situasional. Dalam konteks pembiayaan digital, perubahan teknologi turut membentuk cara konsumen menentukan pilihan pembelian.

Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian adalah tahap ketika konsumen menetapkan pilihan terhadap suatu produk setelah melalui proses pertimbangan berbagai alternatif. Kotler dan Keller (2016) menjelaskan bahwa sebelum melakukan pembelian, konsumen akan melewati beberapa tahapan, yaitu pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan membeli, dan perilaku pascapembelian. Kemudahan proses serta persepsi manfaat menjadi faktor penting dalam mempercepat keputusan tersebut.

Pembiayaan Digital dan SPayLater

Perkembangan teknologi finansial menghadirkan inovasi dalam sistem pembayaran, salah satunya layanan buy now pay later atau paylater. Layanan ini memungkinkan konsumen memperoleh barang terlebih dahulu dan melakukan pembayaran secara cicilan pada periode tertentu. Kemudahan akses melalui aplikasi, proses yang cepat, serta persyaratan yang sederhana menjadikan layanan ini semakin diminati masyarakat (Laudon & Traver, 2021).

Fitur Cicilan Motor melalui SPayLater merupakan bentuk pembiayaan digital yang terintegrasi dengan marketplace. Konsumen dapat memilih kendaraan, melihat simulasi kredit, serta melakukan pengajuan dalam satu platform. Integrasi ini memberikan pengalaman transaksi yang lebih praktis dibandingkan metode konvensional.

Hubungan Kemudahan Layanan dengan Keputusan Pembelian

Kemudahan penggunaan teknologi berpengaruh terhadap minat dan keputusan konsumen. Semakin mudah suatu sistem diakses, maka semakin besar kemungkinan konsumen untuk menggunakannya. Persepsi terhadap efisiensi waktu, transparansi biaya, dan keamanan transaksi dapat meningkatkan keyakinan konsumen dalam menentukan pilihan (Kotler & Keller, 2016).

Berdasarkan uraian tersebut, penggunaan fitur Cicilan Motor melalui SPayLater diduga memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian karena menawarkan manfaat praktis yang sesuai dengan kebutuhan konsumen modern. Melalui SPayLater terhadap keputusan konsumen dalam pembelian sepeda motor.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian lapangan (*field research*). Pendekatan ini dipilih untuk memahami secara mendalam fenomena penggunaan fitur Cicilan Motor melalui SPayLater serta pengaruhnya terhadap keputusan pembelian konsumen.

Menurut Sugiyono (2019), metode kualitatif digunakan untuk meneliti kondisi objek yang alamiah dengan peneliti sebagai instrumen kunci dan hasil penelitian lebih menekankan makna dibandingkan generalisasi.

Lokasi penelitian dilakukan di kantor layanan Cicilan Motor melalui SPayLater di kawasan Kediri, Jawa Timur. Penelitian dilaksanakan pada bulan Desember 2025. Pemilihan lokasi didasarkan pada pertimbangan bahwa wilayah Kediri memiliki pertumbuhan kebutuhan kendaraan bermotor yang cukup tinggi serta didukung oleh meningkatnya penggunaan layanan pembiayaan digital di kalangan masyarakat. Selain itu, keberadaan titik layanan aktivasi di wilayah ini memudahkan peneliti dalam menjangkau konsumen yang telah atau sedang melakukan pengajuan, sehingga proses pengumpulan data dapat dilakukan secara lebih efektif dan sesuai dengan tujuan penelitian.

Sumber data terdiri dari data primer dan sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara dengan konsumen yang telah menggunakan fitur SPayLater, sedangkan data sekunder berasal dari dokumen, literatur, serta informasi resmi terkait layanan pembiayaan. Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara dan dokumentasi. Moleong (2018) menjelaskan bahwa wawancara merupakan percakapan dengan tujuan tertentu untuk memperoleh informasi secara mendalam dari informan. Dokumentasi digunakan sebagai pendukung untuk memperkuat hasil wawancara.

Informan dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu berdasarkan kriteria konsumen yang telah melakukan aktivasi atau pengajuan Cicilan Motor melalui SPayLater. Teknik ini membantu peneliti mendapatkan data yang relevan dengan fokus penelitian. Analisis data dilakukan secara deskriptif kualitatif melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Creswell (2014) menyebutkan bahwa analisis kualitatif dilakukan dengan mengorganisasikan data, melakukan pengkodean, menyusun tema, dan menafsirkan makna dari temuan penelitian. Dengan metode tersebut, penelitian ini diharapkan mampu memberikan gambaran yang jelas mengenai pengaruh penggunaan SPayLater terhadap keputusan pembelian sepeda motor.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini melibatkan 10 responden yang telah melakukan aktivasi serta pengajuan Cicilan Motor melalui SPayLater. Responden berasal dari latar belakang pekerjaan yang beragam seperti pegawai, karyawan swasta, wiraswasta, dan profesional dengan domisili wilayah Jabodetabek. Keberagaman karakteristik ini menunjukkan bahwa layanan SPayLater dapat menjangkau berbagai segmen konsumen.

Preferensi Pembelian Konsumen

Hasil wawancara menunjukkan bahwa mayoritas responden lebih memilih pembelian sepeda motor secara kredit dibandingkan tunai. Sebanyak 8 dari 10 responden menyatakan kredit memberikan keringanan karena pembayaran dapat dibagi dalam beberapa periode. Kondisi ini memperlihatkan bahwa kemampuan menyesuaikan cicilan dengan pendapatan menjadi pertimbangan utama sebelum mengambil keputusan.

Temuan tersebut memperkuat pendapat Kotler dan Keller (2016) bahwa keputusan pembelian dipengaruhi oleh persepsi manfaat yang dirasakan konsumen. Ketika sistem cicilan dianggap lebih ringan, maka kecenderungan untuk membeli menjadi lebih tinggi.

Kemudahan Akses Layanan

Sebanyak 7 responden menilai pembelian motor secara online melalui SPayLater lebih mudah dibandingkan datang langsung ke dealer. Bahkan seluruh responden menyatakan bahwa fleksibilitas layanan tanpa keharusan hadir secara fisik menjadi nilai unggul utama. Kemudahan ini berkaitan dengan teori perilaku konsumen yang dikemukakan Schiffman dan Wisenblit (2019), di mana faktor situasional seperti efisiensi waktu dan kemudahan prosedur mampu memengaruhi pilihan konsumen.

Pertimbangan Finansial

Dari sisi biaya, 7 responden menyebutkan bahwa uang muka dan cicilan melalui SPayLater relatif lebih terjangkau. Selain itu, 9 responden menilai persyaratan pengajuan lebih sederhana dibandingkan lembaga pembiayaan konvensional. Transparansi informasi pada aplikasi membuat konsumen dapat menghitung kemampuan pembayaran sebelum memutuskan membeli. Konsumen cenderung melakukan evaluasi terhadap beberapa alternatif pembiayaan. Apabila suatu layanan memberikan keuntungan ekonomi yang lebih baik, maka layanan tersebut lebih dipilih.

Kecepatan dan Kepercayaan

Sebanyak 8 responden menyatakan proses persetujuan lebih cepat dibandingkan leasing lainnya. Rasa percaya juga muncul karena perusahaan pembiayaan berada di bawah pengawasan Otoritas Jasa Keuangan. Kombinasi antara kecepatan dan keamanan membuat konsumen merasa risiko transaksi menjadi lebih kecil.

Implikasi terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan seluruh temuan, terlihat bahwa penggunaan fitur Cicilan Motor melalui SPayLater memiliki peran signifikan dalam membentuk keputusan pembelian. Kemudahan teknologi, efisiensi proses, serta persepsi keuntungan finansial mendorong konsumen untuk segera melakukan transaksi tanpa menunda. Fitur ini bukan sekadar alat pembayaran, tetapi telah berkembang menjadi faktor yang mampu mempercepat proses pengambilan keputusan konsumen di tengah kebutuhan mobilitas masyarakat yang semakin tinggi. Kemudahan akses, kecepatan persetujuan, serta transparansi informasi mengenai biaya menjadikan layanan ini sebagai alternatif pembiayaan yang dinilai lebih praktis dibandingkan metode konvensional. Kondisi tersebut mendorong konsumen untuk lebih yakin dalam menentukan pilihan pembelian kendaraan bermotor.

KESIMPULAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan melalui wawancara kepada para pengguna fitur Cicilan Motor melalui SPayLater, dapat disimpulkan bahwa penggunaan layanan ini memiliki pengaruh terhadap keputusan konsumen dalam melakukan pembelian sepeda motor. Mayoritas responden menilai bahwa kemudahan proses pengajuan, fleksibilitas tenor, persyaratan yang

praktis, serta penawaran biaya yang kompetitif menjadi alasan utama memilih SPayLater dibandingkan perusahaan pembiayaan konvensional.

Kemudahan akses secara digital tanpa harus melalui proses survei lapangan membuat konsumen merasa lebih efisien dari segi waktu dan tenaga. Selain itu, adanya berbagai keuntungan tambahan seperti promo, diskon, serta perlindungan asuransi turut meningkatkan minat konsumen. Faktor tersebut menunjukkan bahwa perkembangan teknologi finansial mampu membentuk perilaku konsumen yang cenderung memilih layanan pembiayaan berbasis aplikasi.

Dengan demikian, fitur Cicilan Motor melalui SPayLater dapat dikatakan menjadi alternatif pembiayaan yang menarik serta mampu menjawab kebutuhan masyarakat modern yang mengutamakan kecepatan, kemudahan, dan fleksibilitas dalam bertransaksi.

Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, terdapat beberapa saran yang dapat diberikan:

1. Bagi perusahaan pembiayaan, diharapkan terus meningkatkan kualitas layanan digital, memperjelas informasi terkait bunga, denda, dan ketentuan kredit agar konsumen semakin percaya dan merasa aman.
2. Bagi konsumen, sebelum melakukan pengajuan kredit sebaiknya mempertimbangkan kemampuan finansial agar terhindar dari risiko keterlambatan pembayaran.
3. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan dapat menambahkan jumlah responden yang lebih luas serta menggunakan metode kuantitatif sehingga hasil penelitian dapat digeneralisasikan secara lebih kuat.

DAFTAR PUSTAKA

- Andriani, F., Utami, D., Saputri, R. D., Lestami, M. D., & Rahmayani. (2024). Analisis perilaku konsumen dalam pembelian sepeda motor melalui sistem kredit. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 12(1), 45–56.
- Andriani, F., Utami, D., Saputri, R. D., Lestami, M. D., & Rahmayani, M. T. I. (2024). Perancangan sistem informasi akuntansi penjualan kredit motor pada dealer PT Adira Finance. *Journal of Manufacturing and Enterprise Information System*, 2(1), 1–13. <https://doi.org/10.52330/jmeis.v2i1.216>
- Creswell, J. W. (2014). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (4th ed.). Sage Publications.
- Dhanalakshmi, A., Hui, X., Roopini, R., & Supriya, R. (2020). Technological advancements in e-commerce and customer relationship management. *International Journal of Engineering and Management Research (IJEMR)*, 10(6), 9–20. <https://doi.org/10.31033/ijemr.10.6.2>
- Farhat, L. (2020). Keputusan pembelian online. *Scientific Journal of Reflection: Economic, Accounting, Management and Business*, 3(1).
- Husnan, Suad. (2019). *Manajemen keuangan* (Edisi 3). Universitas Terbuka.
- Idris, Muhammad. (2020). *Manajemen perbankan dan otoritas jasa keuangan*. Penerbit Kencana.
-

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson.
- Laudon, K. C., & Traver, C. G. (2021). *E-commerce: Business, technology, society* (16th ed.). Pearson.
- Lestari, Murti. (2020). Bank dan lembaga keuangan nonbank. Universitas Terbuka.
- Mariana, Nadiarsyah, & Abdullah, S. (2018). Informasi akuntansi, informasi non-akuntansi, dan keputusan pemberian kredit. *Jurnal Reviu Akuntansi dan Keuangan*, 8(2), 177–186. <https://doi.org/10.22219/jrak.v8i2.37>
- Moleong, L. J. (2018). *Metodologi penelitian kualitatif*. PT Remaja Rosdakarya.
- Otoritas Jasa Keuangan (OJK). (2022). Perusahaan fintech lending berizin per Januari 2022.
- Purba, M. A., Lubis, R. A., & Siregar, U. M. (2024). Analisis efisiensi total pembayaran kredit motor dengan suku bunga tunggal dan anuitas.
- Restiana. (2016). Jual beli dengan sistem kredit. Makalah. Diunduh dari [http://www.academica.edu/30550868/Hukum Jual Beli Secara Kredit.pdf](http://www.academica.edu/30550868/Hukum%20Jual%20Beli%20Secara%20Kredit.pdf)
- Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. (2019). *Consumer behavior* (12th ed.). Pearson.
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
-