

DAMPAK PENGGUNAAN FITUR SHOPEE PAYLATER TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MASYARAKAT PONTIANAK

Ningsih¹, Irfan Maulana², Vivin Nurhidayanti³, M. Wawan Gunawan⁴

^{1,2,3,4}IAIN Pontianak

Email : ningsihkhal@gmail.com¹, amirmaulana439@gmail.com²,
vivinnurhidayanti@gmail.com³, mwawangunawan@iainptk.ac.id⁴

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana penggunaan fitur Shopee PayLater memengaruhi perilaku konsumtif masyarakat di Kota Pontianak. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif, dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam kepada responden yang merupakan pengguna aktif Shopee PayLater. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kemudahan akses, promo menarik, serta fleksibilitas pembayaran mendorong perilaku konsumtif, di mana responden cenderung membeli barang berdasarkan keinginan, bukan kebutuhan. Barang yang paling sering dibeli melalui layanan ini adalah kebutuhan tersier seperti pakaian, tas, dan aksesoris, sedangkan kebutuhan pokok jarang menjadi prioritas. Selain itu, keterlambatan pembayaran menimbulkan denda yang bervariasi, serta pembatasan fitur dalam aplikasi. Meskipun beberapa responden menganggap layanan ini membantu saat kondisi finansial terbatas, Shopee PayLater juga menimbulkan risiko finansial akibat kurangnya kontrol dalam pengelolaan keuangan. Dengan demikian, layanan ini memiliki dampak ganda, yaitu kemudahan transaksi dan potensi pemborosan.

Kata Kunci: Shopee PayLater, Perilaku Konsumtif, Masyarakat Pontianak.

Abstract

This study aims to determine the extent to which the use of the Shopee PayLater feature affects the consumer behavior of people in Pontianak City. This study uses a qualitative approach with a descriptive method, with data collection techniques through in-depth interviews with respondents who are active users of Shopee PayLater. The results of the study show that ease of access, attractive promos, and payment flexibility encourage consumer behavior, where respondents tend to buy goods based on desires, not needs. The items most often purchased through this service are tertiary needs such as clothes, bags, and accessories, while basic needs are rarely a priority. In addition, late payments incur varying fines, as well as limitations on features in the application. Although some respondents consider this service helpful when financial conditions are limited, Shopee PayLater also poses financial risks due to lack of control in financial management. Thus, this service has a double impact, namely ease of transactions and potential waste.

Keywords: Shopee PayLater, Consumer Behavior, Pontianak Society.

PENDAHULUAN

Pontianak merupakan ibu kota Provinsi Kalimantan Barat, yang memiliki populasi sekitar 680.582 jiwa pada tahun 2024 (Badan Pusat Statistik, 2024). Sebagian besar masyarakat Pontianak aktif menggunakan aplikasi belanja online seperti Shopee, Tokopedia, dan TikTok Shop. Hal ini di dorong oleh perkembangan teknologi digital yang telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam sektor perdagangan dan keuangan. Salah satu inovasi yang paling menonjol adalah kemunculan platform e-commerce yang memudahkan masyarakat dalam melakukan transaksi jual beli secara online. Shopee, sebagai salah satu marketplace terbesar di Indonesia, yang menghadirkan fitur keuangan berbasis teknologi, yaitu *Shopee PayLater*. Fitur ini memungkinkan pengguna untuk melakukan pembelian barang dengan sistem beli sekarang, bayar nanti, yang secara praktis menjadi bentuk layanan kredit instan berbasis teknologi finansial.

Sebagian masyarakat Pontianak menunjukkan kecenderungan perilaku konsumtif, terutama ketika menghadapi promosi besar-besaran yang ditawarkan oleh pelaku usaha, baik secara daring (online)

maupun luring (offline). Dalam situasi tersebut, keputusan pembelian sering kali didasarkan pada keinginan semata, bukan atas dasar kebutuhan yang mendesak. Kurangnya pertimbangan terhadap dampak jangka panjang dari perilaku konsumtif ini dapat berpotensi menimbulkan permasalahan finansial di kemudian hari. Dengan adanya fitur *PayLater* yang ditawarkan oleh aplikasi Shopee semakin mempermudah masyarakat dalam melakukan pembelian, meskipun pada saat itu mereka tidak memiliki dana yang cukup. Menurut Lestarina et al., (2017) perilaku konsumtif ditandai dengan kecenderungan membeli barang atau jasa secara berlebihan tanpa pertimbangan rasional, sering kali dipengaruhi oleh faktor emosional, sosial, dan tren gaya hidup. Hal ini menjadi semakin relevan pada era digital saat ini, di mana masyarakat lebih mudah terpapar iklan dan promosi yang menarik secara visual dan psikologis. Hal ini juga di perkuat oleh Adibah Yahya, (2021) yang menyatakan bahwa perilaku konsumtif ini dapat dilihat dari kebiasaan membeli barang-barang bermerek, mengikuti tren fashion, gaya hidup nongkrong, serta penggunaan uang elektronik untuk transaksi yang bersifat tidak esensial.

Meskipun uang elektronik mempermudah transaksi, kemudahan tersebut tidak serta-merta meningkatkan kontrol diri dalam pengeluaran, apalagi jika tidak diimbangi dengan kesadaran finansial dan pengelolaan keuangan yang baik.

Kemudahan akses terhadap sistem kredit instan ini mendorong konsumen untuk berbelanja tanpa mempertimbangkan kondisi keuangan secara rasional, sehingga berpotensi memperkuat perilaku konsumtif. Dalam penelitian Nor Inahuhidayah et al., (2024) menyatakan bahwa faktor-faktor yang mendorong penggunaan aplikasi Shopee meliputi kemudahan akses, penawaran promosi yang menarik, fleksibilitas waktu dan tempat dalam berbelanja, serta harga yang relatif terjangkau. Aplikasi Shopee mampu memenuhi kebutuhan dengan menyediakan berbagai produk yang sesuai dengan preferensi dan daya beli mereka. Selain itu, strategi pemasaran digital yang agresif melalui diskon, cashback, dan gratis ongkir turut menjadi pendorong utama dalam menarik minat masyarakat terutama anak muda untuk menggunakan aplikasi tersebut.

Kemudahan yang ditawarkan oleh fitur *Shopee PayLater* telah menarik minat banyak pengguna, khususnya kalangan generasi muda di kota-kota besar, termasuk

Pontianak. Fenomena ini sejalan dengan data yang dirilis oleh Otoritas Jasa Keuangan (2025) yang mencatat bahwa pembiayaan melalui skema *Buy Now Pay Later* (BNPL) oleh perusahaan multifinance menunjukkan tren pertumbuhan yang signifikan pada awal tahun 2025. Tercatat, dalam dua bulan pertama tahun 2025 ini, total utang masyarakat Indonesia melalui layanan BNPL di sektor multifinance telah mencapai Rp8,2 triliun, yang mencerminkan tingginya antusiasme masyarakat terhadap layanan keuangan digital yang bersifat konsumtif.

Fenomena meningkatnya penggunaan layanan *PayLater* mulai menjadi perhatian serius, khususnya di kalangan anak muda dan mahasiswa yang pada umumnya belum memiliki kemampuan pengelolaan keuangan yang baik. Hal ini berpotensi menimbulkan kebiasaan konsumtif seperti belanja berlebihan, penumpukan utang, dan ketidakseimbangan dalam kondisi keuangan pribadi. Oleh karena itu, penting untuk memahami dampak penggunaan *Shopee PayLater* terhadap perilaku konsumtif masyarakat, khususnya di Kota Pontianak, guna memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai

konsekuensi dari kemudahan akses layanan keuangan digital dalam aktivitas konsumsi sehari-hari. Fitur *Shopee PayLater* sebagai salah satu inovasi dalam sistem pembayaran digital memberikan kemudahan dalam melakukan pembelian secara instan dengan opsi pembayaran yang di kemudian hari setelah transaksi, yang berpotensi mendorong perilaku konsumtif dalam masyarakat. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk melihat dan menganalisis dampak penggunaan *Shopee PayLater* terhadap perilaku konsumtif masyarakat Pontianak. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam peningkatan literasi keuangan digital, serta menjadi masukan bagi pihak-pihak terkait seperti penyedia layanan *paylater*, pelaku ekonomi digital, dan pengambil kebijakan dalam merumuskan strategi pengelolaan konsumsi yang sehat. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat memperkaya literatur akademik mengenai perilaku konsumen di era transformasi digital, khususnya dalam konteks penggunaan layanan *Shopee PayLater* di masyarakat urban.

KAJIAN LITERATUR

Pengertian Dampak

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia yang dimaksud dengan dampak adalah benturan, pengaruh yang

mendatangkan akibat baik positif ataupun negatif. Pengaruh kekuatan yang ada pada dan berasal dari (seseorang atau benda) dan yang berfungsi untuk membentuk karakter, keyakinan, atau perilaku seseorang. Pengaruh adalah suatu keadaan dimana ada hubungan timbal balik atau hubungan sebab akibat antara apa yang mempengaruhi dengan apa yang dipengaruhi (Suharno, 2016). Dampak adalah suatu keadaan dimana terdapat korelasi atau hubungan sebab-akibat antara sesuatu yang mempengaruhi dengan sesuatu yang dipengaruhi. Dampak merupakan suatu perubahan yang terjadi sebagai akibat suatu aktivitas, aktivitas tersebut dapat bersifat alamiah, baik kimia, fisik maupun biologi. Dampak dapat bersifat biofisik dapat pula bersifat sosioekonomi dan budaya. Dampak secara sederhana dapat diartikan sebagai pengaruh atau akibat.

Dari penjabaran diatas, maka kita dapat membagi dampak ke dalam dua pengertian yaitu :

1. Dampak positif Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, dampak positif adalah pengaruh kuat yang mempunyai akibat positif. Dampak adalah keinginan untuk

membujuk, meyakinkan, mempengaruhi, atau mengesankan orang lain dengan tujuan agar mereka menuruti atau mendukung keinginan seseorang. Sebaliknya, positif adalah sesuatu yang jelas atau padat dan nyata dalam pikiran, terutama bila kita berfokus pada hal yang baik. Positif adalah keadaan pikiran yang dipertahankan seseorang dengan melakukan upaya sadar untuk menjauhkan fokus mentalnya dari hal-hal negatif ketika sesuatu terjadi. Oleh karena itu, pengertian dampak positif adalah keinginan untuk mempersuasi, membujuk, mempengaruhi, atau meninggalkan kesan pada orang lain dengan tujuan agar mereka menuruti atau mendukung keinginan baik seseorang.

2. Dampak negatif Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, pengaruh negatif adalah pengaruh kuat yang mempunyai akibat negatif. Dampak adalah keinginan untuk meyakinkan, membujuk, mempengaruhi, atau meninggalkan kesan pada orang lain dengan tujuan agar mereka mengikuti atau mendukung keinginan seseorang. Berdasarkan

beberapa penelitian ilmiah, dapat disimpulkan bahwa dampak negatifnya lebih besar dibandingkan dampak positifnya. Pengertian dampak negatif adalah keinginan untuk mempersuasi, meyakinkan, mempengaruhi, atau mengesankan orang lain dengan tujuan agar orang tersebut mendukung atau menyetujui keinginan buruknya dan menimbulkan akibat tertentu.

Shopee PayLater

Shopee merupakan salah satu platform *marketplace* terbesar di Indonesia yang menyediakan berbagai fitur pendukung untuk memudahkan transaksi jual beli secara daring. Salah satu fitur unggulan yang ditawarkan adalah **Shopee PayLater**, yaitu metode pembayaran berbasis *buy now pay later* (BNPL) yang memungkinkan pengguna untuk melakukan pembelian terlebih dahulu dan membayar di kemudian hari sesuai dengan tenor yang dipilih. Layanan Buy Now Pay Later (BNPL) telah berkembang pesat di Indonesia seiring maraknya digitalisasi sistem pembayaran dan e-commerce. Platform seperti Shopee PayLater, GoPayLater, Kredivo, dan Akulaku menjadi pionir dalam

menyediakan opsi pembiayaan yang cepat, tanpa agunan, dan berbunga ringan (atau tanpa bunga dalam periode tertentu). Di balik manfaatnya, BNPL menyimpan sejumlah implikasi sosial dan ekonomi yang krusial untuk ditelaah lebih lanjut. Menurut studi oleh Hidayat & Rudito (2022), penggunaan BNPL di Indonesia didominasi oleh generasi milenial dan Gen-Z, dengan motivasi utama berupa kemudahan dan fleksibilitas. Namun, temuan penting dari survei tersebut menyatakan bahwa lebih dari 47% pengguna BNPL tidak sepenuhnya memahami konsekuensi keuangan jangka panjang dari sistem ini, terutama terkait bunga tersembunyi dan denda keterlambatan pembayaran. BNPL telah menjadi simbol gaya hidup hedonistik di kalangan anak muda. Layanan ini cenderung meningkatkan perilaku belanja impulsif karena memberikan ilusi likuiditas, padahal secara riil menciptakan beban finansial di masa depan. Sebanyak 58% responden dalam riset mereka menyatakan menggunakan BNPL untuk belanja yang tidak direncanakan (Rochma & Suryandari, 2025). Data in Brief menegaskan bahwa terdapat perbedaan nyata dalam perilaku belanja online antara pengguna BNPL dan non-pengguna. Pengguna BNPL menunjukkan kecenderungan impulsif lebih

tinggi, serta overconsumption tendency yang signifikan (Juita et al., 2024).

Firdaus et al., (2024) menyoroti aspek etis dan hukum BNPL dari perspektif syariah. Mereka menyimpulkan bahwa meskipun BNPL tidak secara eksplisit melanggar prinsip muamalah, bentuk akad yang tidak jelas dan potensi riba pada denda keterlambatan dapat menjadi problematik dalam kerangka maqāṣid syarī'ah. Sampeallo et al., (2025) mencatat bahwa BNPL menjadi "bom waktu" jika tidak diiringi oleh edukasi finansial dan regulasi ketat. Laporan dari PEFINDO Credit Bureau menunjukkan bahwa utang macet dari layanan paylater di Indonesia meningkat 25% selama tahun 2024, terutama dari kalangan pelajar dan pekerja informal.

Shopee PayLater adalah salah satu fitur layanan pembiayaan digital yang disediakan oleh platform e-commerce Shopee, yang memungkinkan pengguna untuk melakukan transaksi pembelian barang terlebih dahulu dan melakukan pembayaran di kemudian hari dalam jangka waktu tertentu. Sistem ini termasuk dalam kategori *buy now pay later* (BNPL), yaitu metode pembayaran yang memberikan kemudahan dan fleksibilitas bagi konsumen dalam memenuhi

kebutuhan konsumsi tanpa harus membayar secara langsung saat transaksi dilakukan (Canestren & Saputri, 2020).

Secara fungsional, *Shopee PayLater* bertujuan untuk meningkatkan daya beli konsumen dengan memberikan akses kredit mikro yang cepat, mudah, dan tanpa jaminan. Fitur ini bekerja sama dengan lembaga pembiayaan yang telah terdaftar dan diawasi oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK), sehingga memiliki legitimasi dalam operasionalnya. Penggunaan *Shopee PayLater* dinilai mampu mempengaruhi perilaku konsumen, khususnya dalam hal pengambilan keputusan pembelian, serta berpotensi mendorong perilaku konsumtif jika tidak disertai dengan pengelolaan keuangan yang bijak.

Perilaku Konsumtif

Konsumsi adalah kegiatan ekonomi yang dilakukan oleh individu atau kelompok untuk menggunakan atau menghabiskan barang dan jasa guna memenuhi kebutuhan hidup, baik kebutuhan primer, sekunder, maupun tersier. Dalam konteks ilmu ekonomi, konsumsi mencerminkan proses pengurangan nilai guna suatu barang atau jasa sebagai akibat dari penggunaannya secara langsung oleh konsumen. Sedangkan perilaku konsumen merupakan suatu kegiatan atau sebuah aktivitas yang terkait

dalam proses pembelian barang atau jasa. Hal ini dipertimbangkan pengambilan keputusannya oleh konsumen sebelum mereka memutuskan untuk membeli produk tersebut. Sementara konsumen sendiri merujuk pada individu yang terlibat dalam pembelian produk (Siti Samsiah et al.,(2023).

Perilaku konsumtif merupakan suatu bentuk pola konsumsi yang ditandai dengan kecenderungan individu atau kelompok dalam melakukan pembelian dan penggunaan barang atau jasa secara berlebihan. Suyasa dan Fransisca dalam penelitian Thamrin & Achiruddin, (2021) mendefenisikan perilaku konsumtif sebagai tindakan membeli barang bukan untuk mencukupi kebutuhan tetapi untuk memenuhi keinginan, yang dilakukan secara berlebihan sehingga menimbulkan pemborosan. Kata konsumtif mempunyai arti boros, yang mengkonsumsi barang dan jasa secara berlebihan (Gumulya & Widiastuti, 2013).

Faktor faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif (Kurniawan, 2017).

1. *Pembeli ingin tampak berbeda dari yang lain.* Kebanyakan sifat konsumtif muncul karena pembeli ingin memiliki barang yang tidak dipunyai orang lain, Alhasil pembeli

pun akan mencari barang yang langka atau *limited edition* tentu saja harganya pun juga pastinya sangat mahal.

2. *Kebanggaan karena penampilan dirinya*. Sifat konsumtif juga biasa terjadi karena rasa kebanggaan yang berlebih terhadap penampilan. Biasanya banyak diantaranya ada orang akan percaya diri bila memiliki barang-barang mewah dan selalu update/terbaru.
3. *Ikut-ikutan*. Ada juga sifat orang yang ikut-ikutan dengan orang lain sehingga apapun itu akan selalu dibeli dan ingin selalu memiliki barang-barang yang sedang terkenal seiring perkembangan zaman.

Menurut Fawwas Athallah et al.,(2023), faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif ialah:

1. Faktor Eksternal
 - a) *Kebudayaan*. Konsumen adalah makhluk sosial yaitu orang-orang tertentu yang hidup masing-masing dengan orang lain, berkomunikasi satu sama lain, salah satu komponen perilaku sosial adalah budaya. Perubahan yang sangat berpengaruh adalah

proses perubahan di masyarakat dari hal-hal yang bersifat tradisional ke modern atau disebut juga dengan modernisasi. budaya sebagai perilaku yang membawa dirinya dari masa ke masa melakukan pembelian mengikuti perkembangan yang terjadi yang membentuk sikap dan perilaku seseorang di dalam hidupnya sebagai anggota masyarakat.

- b) *Kelas Sosial*. Kelas sosial adalah perbedaan dalam tingkat keuangan individu, ada tingkat keuangan yang tinggi dan ada tingkat keuangan yang rendah. Kelas sosial adalah pembagian masyarakat ke berbagai kelas atau berbagai lapisan. Kontras di kelas atau lapisan akan menggambarkan kontras dalam intruksi, gaji, tanggungjawab, cara hidup dan lain-lain yang diterima. Perbedaan upah akan mempengaruhi perilaku pemanfaatan individu atau keluarga.
- c) *Kelompok Referensi*. Sebuah kelompok merupakan suatu

pertemuan yang bermacam-macam dari dua individu atau lebih yang berkomunikasi satu sama lain untuk mencapai tujuan bersama. Kelompok referensi atau yang dikenal sebagai semacam perkumpulan perspektif adalah individu atau kumpulan individu yang pada dasarnya mempengaruhi perilaku individu.

- d) Keluarga. Keluarga adalah lingkungan dimana sebagian besar pembeli tinggal dan berinteraksi dengan kerabat lainnya. Kerabat akan saling mempengaruhi dalam menentukan pilihan untuk membeli barang. Dapat disimpulkan bahwa Keluarga merupakan lingkungan terdekat dengan pembeli sehingga sebagian besar keluarga mempengaruhi pembeli dalam memutuskan pembelian yang mereka pilih.

2. Faktor Internal

- a) Motivasi. Motivasi ialah suatu keinginan yang ada di dalam diri seseorang sehingga mendorong ia membeli sesuatu. motivasi muncul dengan alasan

adanya kebutuhan yang dirasakan oleh pembeli. Kebutuhan ini yang mendorong seseorang untuk memenuhi kebutuhan tersebut.

- b) Kepribadian. Karakter seseorang tentunya tidak sama antar manusia, masing-masing memiliki keistimewaan dan sifat yang beragam, selain beragam juga terdapat persamaan antara yang satu dengan yang lainnya.

Menurut Effendi dalam (Rahima & Cahyadi, 2022) perilaku konsumtif terbagi menjadi tiga, yaitu :

- 1) *Impulsive buying*, yaitu perilaku pembelian yang berlebihan. Perilaku konsumen yang berlebihan ditandai dengan sikap berlebihan dalam membeli barang dan membeli barang mahal dalam berbelanja.
- 2) *Non-rational buying*, yaitu perilaku pembelian yang tidak rasional. Konsumen yang berperilaku non-rational memiliki karakteristik suka membeli barang yang kurang manfaat dan membeli karena gengsi.
- 3) *Wasteful buying*, yaitu perilaku pembelian yang bersifat boros.

Perilaku pembelian yang bersifat boros ditandai oleh pembelian barang oleh konsumen yang tidak disesuaikan dengan kebutuhan yang harus dipenuhi atau berlebihan dalam memenuhi kebutuhan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Pendekatan ini dipilih karena bertujuan untuk menggambarkan dan memahami secara mendalam bagaimana penggunaan fitur Shopee PayLater memengaruhi perilaku konsumtif masyarakat Pontianak. Penelitian kualitatif memungkinkan peneliti menggali fenomena dari sudut pandang informan dan memahami konteks sosial, budaya, serta psikologis yang memengaruhi perilaku tersebut. Penelitian kualitatif memiliki sifat deskriptif dan cenderung menggunakan analisis pendekatan induktif, sehingga proses dan makna berdasarkan perspektif subyek lebih ditonjolkan dalam penelitian kualitatif ini (Moleong, 2017). Penelitian dilakukan di kota Pontianak, dengan melakukan wawancara kepada 10 orang informan yang menggunakan fitur shopee paylater.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan Shopee PayLater memberikan dampak terhadap perilaku konsumtif masyarakat Pontianak. Kemudahan dalam proses transaksi, promosi menarik, serta sistem pembayaran yang ditunda mendorong masyarakat untuk melakukan pembelian secara impulsif. Hasil wawancara juga menunjukkan bahwa faktor-faktor sosial seperti lingkungan pergaulan, tren media sosial, serta kebutuhan eksistensi turut memperkuat dorongan konsumtif saat menggunakan *Shopee PayLater*. Pengguna merasa lebih mudah membeli barang yang sebetulnya bukan prioritas, karena pembayaran dapat dilakukan nanti.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan terhadap sepuluh orang responden, ditemukan bahwa mayoritas dari mereka merasakan kemudahan dan efisiensi dalam bertransaksi menggunakan Shopee PayLater. Para responden menyatakan bahwa sistem pembayaran paylater dinilai lebih praktis dan terasa lebih ringan dibandingkan metode pembayaran langsung (transfer) maupun metode Cash on Delivery (COD). Salah satu alasan utama penggunaan layanan ini

adalah karena responden tertarik terhadap promosi atau diskon besar-besaran yang ditawarkan oleh Shopee, meskipun pada saat itu mereka tidak memiliki uang yang cukup. Hasil wawancara juga menunjukkan bahwa barang-barang yang biasanya dibeli melalui Shopee PayLater didominasi oleh kebutuhan tersier seperti tas, celana, dan pakaian. Hampir seluruh responden mengakui bahwa mereka jarang bahkan tidak pernah menggunakan Shopee PayLater untuk membeli kebutuhan pokok seperti bahan makanan atau barang pokok lainnya. Hal ini mengindikasikan bahwa layanan Shopee PayLater lebih sering digunakan untuk memenuhi keinginan dari pada kebutuhan dasar.

Adapun dampak yang dirasakan oleh para pengguna setelah melakukan transaksi dengan metode ini adalah kewajiban untuk melakukan pembayaran cicilan pada waktu yang telah ditentukan. Apabila terdapat keterlambatan dalam pembayaran, maka akan dikenakan denda yang bervariasi tergantung pada kebijakan toko dan jenis produk yang dibeli. Denda tersebut bisa berkisar antara 5% per minggu, 2% per hari, hingga 20% per bulan. Selain itu, keterlambatan pembayaran juga berdampak pada pembatasan fitur dalam aplikasi Shopee, seperti tidak dapat menggunakan

voucher gratis ongkir serta pembatasan akses saat berbelanja. Meskipun demikian, beberapa responden juga menyatakan bahwa keberadaan Shopee PayLater memberikan manfaat, khususnya ketika mereka berada dalam kondisi darurat atau tidak memiliki dana tunai namun tetap memerlukan suatu barang. Dalam hal ini, Shopee PayLater dipandang sebagai solusi finansial jangka pendek.

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, peneliti menyimpulkan bahwa penggunaan Shopee PayLater memberikan dua dampak utama yakni:

- a. Dampak positifnya ialah layanan ini memberikan kemudahan akses terhadap pembiayaan konsumen secara instan, memungkinkan individu untuk tetap memenuhi kebutuhan konsumsi meskipun belum memiliki dana, serta mendukung fleksibilitas dalam berbelanja terutama di kalangan mahasiswa atau pekerja dengan pendapatan terbatas.
- b. Dampak negatif meliputi peningkatan risiko perilaku konsumtif, penggunaan layanan untuk kebutuhan yang tidak esensial, potensi beban keuangan di masa depan akibat bunga atau denda

keterlambatan, serta menurunnya kontrol dalam pengelolaan keuangan pribadi.

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumtif responden dipengaruhi oleh daya tarik harga yang murah, terutama saat promo berlangsung. Meskipun responden telah memiliki barang serupa, mereka tetap terdorong untuk melakukan pembelian karena tergiur oleh penawaran yang menguntungkan secara finansial. Fenomena ini menunjukkan bahwa keputusan konsumsi tidak selalu dilandasi oleh kebutuhan yang nyata, melainkan oleh keinginan semata. Selain itu, dorongan untuk membeli barang-barang dengan model atau tren terbaru juga menjadi faktor pendorong perilaku konsumtif. Responden cenderung mengikuti arus mode dan gaya hidup kekinian meskipun barang yang dimiliki sebelumnya masih layak digunakan. Hal ini mencerminkan bahwa aspek psikologis dan sosial, seperti keinginan untuk tampil modis atau tidak tertinggal zaman, turut memperkuat perilaku konsumtif pada masyarakat, khususnya generasi muda pengguna layanan Shopee PayLater.

Pembahasan

Kemudahan dalam melakukan transaksi menjadi faktor utama yang mendorong masyarakat untuk menggunakan *Shopee PayLater*. Mereka tidak perlu memiliki dana langsung untuk membeli barang, karena pembayaran dapat dilakukan secara cicilan di kemudian hari. Hal ini memberikan rasa fleksibilitas dan efisiensi dalam berbelanja, terutama bagi masyarakat dengan pendapatan terbatas. Temuan ini selaras dengan hasil penelitian Heni et al., (2020) yang menyatakan bahwa kemudahan dan kenyamanan merupakan daya tarik utama dalam penggunaan e-commerce, di mana konsumen hanya perlu mengandalkan perangkat *smartphone* untuk menyelesaikan transaksi dan barang akan dikirim ke alamat tujuan. Daya tarik promosi besar-besaran dan diskon yang ditawarkan melalui fitur *Shopee PayLater* juga menjadi faktor pendorong tingginya perilaku konsumtif. Banyak responden menyatakan bahwa mereka melakukan pembelian bukan karena kebutuhan, tetapi karena tergiur oleh promo dan penawaran terbatas. Kondisi ini menunjukkan bahwa strategi promosi yang diterapkan oleh Shopee efektif dalam mendorong pembelian, bahkan ketika konsumen tidak

memiliki uang secara langsung. Panjalu, Mirati (2022) juga menyatakan bahwa konsumen tertarik untuk belanja online karena banyaknya promo dan harga lebih murah dibandingkan toko offline, yang meningkatkan daya tarik platform e-commerce seperti Shopee.

Adapun hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa jenis barang yang paling sering dibeli melalui *Shopee PayLater* adalah barang-barang tersier seperti pakaian, tas, dan sepatu, bukan barang pokok. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen lebih terdorong untuk memenuhi keinginan daripada kebutuhan. Dalam konteks ini, perilaku konsumtif dipicu oleh dorongan emosional dan psikologis untuk mendapatkan barang-barang yang meningkatkan citra diri, bukan karena alasan fungsional. Meskipun tidak ditemukan dalam penelitian sebelumnya secara spesifik, hasil observasi dan wawancara menunjukkan bahwa pembelian barang tersier ini berkaitan erat dengan pencitraan diri dan gaya hidup konsumtif yang semakin berkembang di masyarakat urban.

Pengaruh media sosial dan lingkungan pergaulan juga turut memperkuat perilaku konsumtif. Responden mengaku terdorong untuk membeli barang tertentu karena tren yang sedang

berlangsung di media sosial atau karena pengaruh teman. Selain itu, fitur review dan rating di aplikasi Shopee juga menjadi pertimbangan penting sebelum melakukan pembelian. Hal ini dikuatkan oleh penelitian Rozi, Khuzaini (2021) yang menjelaskan bahwa ulasan produk dari pengguna lain berperan besar dalam mempengaruhi keputusan pembelian karena dianggap lebih objektif dan terpercaya. Dampak lain dari penggunaan *Shopee PayLater* adalah munculnya kewajiban membayar cicilan dalam jangka waktu tertentu. Ketika pengguna tidak dapat membayar tepat waktu, mereka akan dikenakan denda yang cukup tinggi, yang pada akhirnya menambah beban finansial. Beberapa responden mengaku mengalami keterlambatan pembayaran dan terkena denda mulai dari 2% per hari hingga 20% per bulan. Denda ini tidak hanya membebani keuangan, tetapi juga membatasi akses pengguna terhadap fitur-fitur lainnya di aplikasi Shopee. Temuan ini mengindikasikan bahwa penggunaan layanan keuangan digital seperti *PayLater* memerlukan kedisiplinan dan literasi keuangan yang baik agar tidak menimbulkan masalah ekonomi di kemudian hari.

Meskipun demikian, sebagian responden mengakui bahwa fitur *Shopee PayLater* juga memiliki sisi positif. Fitur ini dianggap membantu ketika mereka berada dalam kondisi darurat dan membutuhkan barang segera tanpa memiliki dana tunai. Dengan adanya layanan ini, konsumen merasa memiliki solusi keuangan jangka pendek untuk memenuhi kebutuhan yang mendesak. Penelitian ini sejalan dengan pendapat Mawardani, Dwijayanti, (2021) yang menyatakan bahwa platform e-commerce seperti Shopee memberikan kemudahan dan efisiensi bagi konsumen urban, terutama mereka yang memiliki keterbatasan waktu dan akses ke pasar konvensional. Namun, kemudahan akses dan fitur-fitur praktis yang ditawarkan oleh Shopee PayLater ini juga berpotensi menjebak pengguna dalam pola konsumsi yang tidak sehat. Responden mengaku sering membeli barang secara impulsif karena merasa tidak perlu mengeluarkan uang saat itu juga. Padahal, pembelian yang terus-menerus tanpa pertimbangan kebutuhan nyata dapat mengarah pada perilaku boros. Thamrin & Achiruddin, (2021) mengingatkan bahwa perilaku konsumtif yang dilakukan secara berulang dan tidak terkendali akan berdampak negatif dalam jangka panjang, seperti menurunnya

kemampuan menabung, ketergantungan pada kredit, serta kurangnya kesadaran untuk mempersiapkan kebutuhan masa depan.

Dampak penggunaan fitur *Shopee PayLater* terhadap perilaku konsumtif masyarakat Pontianak tampak dalam dua sisi yang saling bertentangan. Di satu sisi, fitur ini memberikan kemudahan akses pembiayaan secara instan yang dirasakan sangat membantu, terutama oleh masyarakat dengan keterbatasan dana tunai, seperti mahasiswa dan pekerja dengan penghasilan terbatas. Kemudahan tersebut memungkinkan pengguna untuk tetap melakukan konsumsi dalam kondisi mendesak atau tidak terduga. Kemudahan ini juga menjadi pemicu meningkatnya pembelian barang-barang yang tidak bersifat prioritas, bahkan bersifat tersier. Penundaan pembayaran menciptakan ilusi ketersediaan dana yang mendorong perilaku konsumsi berlebihan, yang pada akhirnya dapat berdampak pada beban finansial akibat kewajiban cicilan dan potensi denda. Selain itu, ditemukan bahwa sebagian besar responden tidak mempertimbangkan aspek kebermanfaatan jangka panjang dalam setiap transaksi, melainkan lebih terpengaruh oleh diskon, promosi waktu

terbatas, serta tekanan sosial dari lingkungan dan media digital. Temuan ini memperlihatkan bahwa fitur *PayLater* turut memfasilitasi pola konsumsi yang cenderung impulsif dan tidak berbasis pada pertimbangan rasional kebutuhan.

Dengan demikian, temuan penelitian ini memperlihatkan bahwa penggunaan *Shopee PayLater* berkontribusi pada peningkatan perilaku konsumtif masyarakat Pontianak melalui kombinasi faktor-faktor seperti kemudahan akses transaksi, daya tarik promosi, sistem pembayaran yang ditunda, serta pengaruh media sosial dan lingkungan sekitar. Fitur *PayLater*, yang pada dasarnya dirancang untuk memberikan kenyamanan dan fleksibilitas, ternyata memiliki implikasi sosial-ekonomi yang cukup kompleks. Masyarakat pengguna cenderung menunjukkan pola konsumsi yang tidak hanya didorong oleh kebutuhan fungsional, tetapi juga oleh keinginan yang bersifat emosional dan impulsif. Hal ini mencerminkan adanya pergeseran dalam pola konsumsi masyarakat urban, di mana keputusan pembelian sering kali tidak lagi didasarkan pada perencanaan keuangan yang matang. Keberadaan denda dan penalti atas keterlambatan pembayaran juga mengindikasikan bahwa penggunaan fitur ini dapat menimbulkan konsekuensi

ekonomi jangka pendek yang berdampak terhadap kesejahteraan pengguna. Maka, dalam konteks ini, *Shopee PayLater* tidak hanya berfungsi sebagai alat transaksi, tetapi juga sebagai penentu dinamika konsumsi modern yang membentuk perilaku ekonomi masyarakat saat ini.

Peneliti menyatakan bahwa perilaku konsumtif merupakan salah satu bentuk aktivitas ekonomi yang cenderung didasarkan pada pola pemborosan, karena perilaku ini muncul ketika individu melakukan pembelian bukan berdasarkan kebutuhan yang mendesak atau rasional, melainkan hanya karena terpengaruh oleh tren atau dorongan emosional sesaat. Konsumsi yang tidak didasari oleh pertimbangan kebutuhan riil ini mencerminkan rendahnya kontrol dalam pengambilan keputusan ekonomi, di mana preferensi terhadap gaya hidup modern, popularitas suatu produk, serta pengaruh sosial dari media dan lingkungan menjadi faktor dominan dalam menentukan pilihan konsumsi. Dengan demikian, perilaku konsumtif lebih merefleksikan orientasi pada keinginan dibandingkan dengan pemenuhan kebutuhan yang esensial.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa

penggunaan fitur *Shopee PayLater* secara signifikan memengaruhi perilaku konsumtif masyarakat Pontianak. Layanan ini memberikan kemudahan dalam bertransaksi tanpa harus memiliki dana secara langsung, sehingga meningkatkan frekuensi pembelian, khususnya terhadap barang-barang yang bersifat tersier dan tidak esensial. Hal ini menunjukkan adanya pergeseran perilaku konsumsi yang lebih banyak didorong oleh keinginan dari pada kebutuhan. Salah satu dampak positif dari fitur *Shopee PayLater* adalah kemampuannya untuk memberikan solusi keuangan jangka pendek bagi masyarakat yang sedang mengalami keterbatasan dana. Dalam situasi darurat, layanan ini memungkinkan pengguna untuk memenuhi kebutuhan mendesak tanpa harus menunggu tersedianya dana tunai. Kemudahan ini dirasakan sangat membantu oleh mahasiswa dan pekerja dengan pendapatan terbatas. Fitur *Shopee PayLater* juga meningkatkan efisiensi transaksi karena menawarkan proses yang cepat dan praktis dibandingkan metode pembayaran konvensional. Hal ini menciptakan kenyamanan dalam belanja online yang disukai oleh konsumen urban. Promosi, diskon besar-besaran, serta sistem cicilan yang fleksibel memperkuat daya tarik layanan ini dan mendorong partisipasi

konsumen dalam aktivitas e-commerce. dapat pula dampak negatif yang cukup signifikan terhadap kondisi finansial pengguna. Banyak responden mengungkapkan bahwa fitur ini mendorong mereka untuk melakukan pembelian secara impulsif, bahkan pada barang yang tidak dibutuhkan. Konsumsi berdasarkan emosi dan tekanan sosial menyebabkan penurunan kontrol terhadap pengelolaan keuangan pribadi.

Dampak negatif lainnya muncul dalam bentuk denda keterlambatan pembayaran yang bervariasi, mulai dari 2% per hari hingga 20% per bulan, yang pada akhirnya dapat menimbulkan beban ekonomi tambahan. Keterlambatan juga menyebabkan pembatasan akses fitur Shopee, seperti tidak bisa menggunakan voucher atau berbelanja dalam jumlah tertentu. Konsekuensi ini menunjukkan bahwa layanan ini menyimpan risiko finansial apabila tidak disertai dengan kedisiplinan dalam pembayaran. Fenomena meningkatnya perilaku konsumtif akibat *Shopee PayLater* juga diperkuat oleh pengaruh media sosial, tren digital, dan lingkungan pergaulan. Konsumen terdorong untuk membeli barang yang sedang populer atau sedang tren, bukan karena kebutuhan nyata,

melainkan demi pencitraan sosial atau untuk mengikuti gaya hidup kekinian. Kecenderungan masyarakat untuk mengabaikan perencanaan keuangan demi memenuhi keinginan sesaat menandakan lemahnya literasi keuangan. Banyak pengguna tidak mempertimbangkan konsekuensi jangka panjang dari penggunaan *paylater*, yang akhirnya menimbulkan ketergantungan pada kredit instan serta meningkatnya beban utang.

Penggunaan *Shopee PayLater* juga menurunkan sensitivitas masyarakat terhadap nilai uang karena adanya ilusi likuiditas. Konsumen merasa memiliki dana padahal sebenarnya sedang berutang. Hal ini berpotensi menyebabkan pemborosan dan ketidakseimbangan antara pemasukan dan pengeluaran yang dapat merusak stabilitas ekonomi individu dalam jangka panjang. Meskipun fitur ini menawarkan berbagai keuntungan praktis, penelitian ini menunjukkan bahwa pengguna *Shopee PayLater* cenderung lebih impulsif dan kurang rasional dalam mengambil keputusan pembelian. Hal ini menimbulkan pola konsumsi yang boros dan tidak efisien, yang pada akhirnya dapat menghambat kemampuan individu untuk menabung dan memenuhi kebutuhan masa depan secara berkelanjutan. Dengan demikian, dapat

disimpulkan bahwa penggunaan *Shopee PayLater* memiliki dampak ganda terhadap perilaku konsumsi masyarakat, yaitu dampak positif berupa kemudahan dan fleksibilitas keuangan, serta dampak negatif berupa peningkatan perilaku konsumtif, risiko utang, dan penurunan kontrol finansial. Oleh karena itu, diperlukan peningkatan literasi keuangan, kesadaran konsumsi yang bijak, dan regulasi penggunaan layanan digital untuk mencegah terjadinya krisis keuangan individu di masa depan.

DAFTAR PUSTAKA

- Adibah Yahya. (2021). Determinan Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Jurnal Pengembangan Wiraswasta*, 23. <http://ejurnal.stieipwija.ac.id/index.php/jpw/article/view/506/pdf>
- Canestren & Saputri. (2020). *Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Dan Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Metode Pembayaran Shopee Paylater. 1.*
- Fawwas Athallah, M., Mariah, & Wahdani Al Asbara, N. (2023). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Masyarakat Nelayan Kelurahan Barombong

- Kecamatan Tamalate Kota Makassar. *Jurnal Manuver Akuntansi Dan Manajemen*, 1(2), 118–131. <https://ejurnal.nobel.ac.id/index.php/manuver>
- Firdaus, B., Yenti, E., Yufriadi, F., & Afifi, A. A. (2024). *Buy Now Pay Later Transactions (BNPL) In Indonesia: Implications For Maqasid Sharia In The Digita Era*. 10(2), 130–146.
- Gumulya, J., & Widiastuti, M. (2013). Pengaruh Konsep Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Esa Unggul. *Jurnal Psikologi Esa Unggul*, 11(01), 50–65. <https://www.neliti.com/publications/126900/pengaruh-konsep-diri-terhadap-perilaku-konsumtif-mahasiswa-universitas-esa-unggul>
- Heni, D., Mursito, B., & Damayanti, R. (2020). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan Transaksi, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Online Pengguna Situs Shopee. *Jurnal Penelitian Dan Kajian Ilmiah Fakultas Ekonomi Universitas Surakarta*, 18(2), 146–150.
- Juita, V., Pujani, V., Rahim, R., & Rahayu, R. (2024). Dataset on online impulsive buying behavior of buy now pay later users and non-buy now pay later users in Indonesia using the stimulus-organism-response model. *Data in Brief*, 54, 110500. <https://doi.org/10.1016/j.dib.2024.110500>
- Kurniawan, C. (2017). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Ekonomi Pada Mahasiswa. *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, 13(Vol. 13 No. 4 (2017): Jurnal Media Wahana Ekonomika, 4, Januari 2017), 1–12. <https://jurnal.univpgri-palembang.ac.id/index.php/Ekonomika/article/view/2709/2520>
- Lestarina, E., Karimah, H., Febrianti, N., Ranny, R., & Herlina, D. (2017). Perilaku Konsumtif di Kalangan Remaja. *JRTI (Jurnal Riset Tindakan Indonesia)*, 2(2), 1–6. <https://doi.org/10.29210/3003210000>
- Mawardani, F., & Dwijayanti, R. (2021). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Promosi Cashback Terhadap Minat Mahasiswa Dalam Menggunakan Dompot Digital Shopeepay Pada Aplikasi Shopee. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 9(3), 1455–1463.

- Moleong, L. J. (2017). Metode Penelitian Kualitatif. In *Bandung: PT. Remaja Rosdakarya*.
- Nor Inahuhidayah, S., Deasy Nurmasita, U., Wawan Gunawan, M., Sedy Handayani, T., & Adiningrum, S. (2024). Analisis Penggunaan Aplikasi Shopee Terhadap Minat Belanja Mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN Pontianak. *Analisis Penggunaan Aplikasi Shopee Terhadap Minat Belanja Mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN Pontianak*, 10, 90–102. <http://jurnal.uinsu.ac.id/index.php/studiaeconomica>
- Panjalu, D. A., & Mirati, E. (2022). Analisis Pengaruh Minat Pengguna Fitur PayLater pada Aplikasi Shopee. *Prosiding SNAM PNJ*, 10. <https://prosiding-old.pnj.ac.id/index.php/snampnj/article/view/5832>
- Rahima, P., & Cahyadi, I. (2022). Pengaruh Fitur Shopee Paylater terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Mataram. *Target : Jurnal Manajemen Bisnis*, 4(1), 39–50. <https://doi.org/10.30812/target.v4i1.2016>
- Rochma, Y. D., & Suryandari, R. T. (2025). *Science Research and Review Has Buy Now Pay Later become a symbol of hedonistic lifestyle among young people ? Corresponding Author : Yulistiy Diar Rochma Corresponding Author : Yulistiy Diar Rochma*. 08(05), 2569–2578. <https://doi.org/10.47191/ijcsrr/V8-i5-68>
- Rozi, I. A., & Khuzaini. (2021). Pengaruh Harga Keragaman Produk, Kualitas Pelayanan dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Di Marketplace Shopee. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 10, 1–20.
- Sampeallo, Y. G., Akbar, K., & Kurniawan, C. (2025). *The Buy Now Pay Later (BNPL) Phenomenon Among Young People, Benefit or Time Bomb*. 3(2), 151–156.
- Siti Samsiah, Nasrudin Latif, Chindi Dwi Aprilia, arrafi Rahmad Auliansyah, Gita Raditiya, Maretha Zukar, N. T. A. S. (2023). Perilaku Konsumen. In *CV. Mega Press Nusantara*. https://www.google.co.id/books/edition/Perilaku_Konsumen/8739EAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=PERILAKU KONSUMSI&pg=PR2&printsec=frontcover

- Statistik, B. P. (2024). *Jumlah penduduk Pontianak, Kalimantan Barat*.
<https://bps.go.id>
- Suharno, R. (2016). Kamus Besar Bahasa Indonesia. In *Semarang: Widya Karya*.
- Thamrin, H., & Achiruddin, A. (2021). Hubungan Antara Gaya Hidup Hedonis dengan Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa. *Media Komunikasi Dan Dakwah, Volume 11N*, 4–14.
<https://doi.org/10.35905/komunida.v11i01>.