

DAMPAK KETERGANTUNGAN KONSUMEN PADA LAYANAN PAYLATER DALAM PLATFORM E-COMMERCE

Syalwa Nabila Putri^{1*}, Dinda Alloyna Surbakti², Nabila Khairunnisa³, Fathiya Azrina⁴, Mikael Napitupulu⁵, Habib Naufal⁶, Bahrudi Efendi Damanik⁷

Syalwa Nabila Putri¹, Dinda Alloyna Surbakti¹, Nabila Khairunnisa¹, Fathiya Azrina¹, Mikael Napitupulu¹, Habib Naufal¹, Bahrudi Efendi Damanik¹

¹Program Studi Sistem Informasi, STIKOM Tunas Bangsa, Indonesia

Email: [1syalwanabilaputri05@gmail.com](mailto:syalwanabilaputri05@gmail.com), [2dindaalloy@gmail.com](mailto:dindaalloy@gmail.com), [3nabilanisa0301@gmail.com](mailto:nabilanisa0301@gmail.com),
[4fathiyaazrina675@gmail.com](mailto:fathiyaazrina675@gmail.com), [5napitupulu.kael@gmail.com](mailto:napitupulu.kael@gmail.com), [6Habibnaufal50@gmail.com](mailto:Habibnaufal50@gmail.com),
[7bahrudiefendi@gmail.com](mailto:bahrudiefendi@gmail.com)

Abstrak

Layanan PayLater merupakan inovasi dalam sistem pembayaran digital yang memungkinkan konsumen melakukan pembelian sekarang dan membayar di kemudian hari. Meskipun menawarkan kemudahan dan fleksibilitas, penggunaan PayLater yang berlebihan dapat menimbulkan dampak negatif, baik secara finansial maupun psikologis. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dampak ketergantungan konsumen terhadap layanan PayLater di e-commerce terhadap kondisi keuangan dan aspek psikologis pengguna. Pendekatan yang digunakan adalah kuantitatif dengan metode survei terhadap konsumen aktif e-commerce yang menggunakan layanan PayLater. Data yang diperoleh akan dianalisis menggunakan statistik deskriptif dan inferensial untuk mengidentifikasi hubungan antara tingkat ketergantungan dan dampak yang dirasakan. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai implikasi penggunaan PayLater, serta menjadi dasar bagi upaya edukasi keuangan digital yang bertanggung jawab.

Kata kunci: PayLater, E-commerce, Ketergantungan konsumen, Dampak finansial, Dampak psikologis

THE IMPACT OF CONSUMER DEPENDENCE ON PAYLATER SERVICES IN E-COMMERCE PLATFORMS

Abstract

PayLater is an innovation in digital payment systems that allows consumers to make purchases now and pay later. While it offers convenience and flexibility, excessive use of PayLater services can lead to negative consequences, both financially and psychologically. This study aims to analyze the impact of consumer dependence on PayLater services in e-commerce on users' financial conditions and psychological well-being. A quantitative approach is employed, using surveys targeting active e-commerce users who utilize Paylater features. The collected data will be analyzed through descriptive and inferential statistics to identify the relationship between the level of dependence and the perceived impacts. The findings of this research are expected to provide a comprehensive understanding of the implications of PayLater usage and serve as a basis for promoting responsible digital financial education.

Keywords: PayLater, E-commerce, Consumer dependence, Financial impact, Psychological impact

1. PENDAHULUAN

Perkembangan era digital yang terus menerus berkembang, e-commerce telah menjadi salah satu sektor yang mengalami pertumbuhan yang sangat signifikan. Kemudahan akses terhadap berbagai platform belanja online telah mengubah cara konsumen untuk berinteraksi dengan produk dan layanan[1]. Ditengah tren tersebut, hadirnya berbagai fitur yang finansial yang terintegrasi dalam platform e-commerce semakin mempermudah proses transaksi[2][3]. Pada era digital yang semakin maju dan berkembang pesat saat ini, layanan keuangan online kian semakin popular dan banyak diminati oleh masyarakat terkhususnya anak muda[4]. Salah satu fitur yang kini hangat di kalangan para konsumen ialah layanan PayLater, sebuah metode pembayaran yang memungkinkan konsumen membeli barang atau jasa dan membayarnya di kemudian hari, baik dalam bentuk cicilan ataupun pelunasan penuh di waktu yang telah ditentukan[5]. Menurut hasil riset yang dirilis oleh DailySocial, terdapat tujuh layanan PayLater yang digunakan oleh konsumen untuk menunjang aktivitas belanja online mereka[6]. Selain itu, keberadaan fitur pembayaran ini memberikan kemudahan bagi konsumen yang berada dalam kondisi finansial mendesak dan membutuhkan pemasukan dalam waktu singkat.

Layanan PayLater menjadi alternatif yang sangat menarik bagi para konsumen yang ingin mendapatkan barang secara instan tanpa harus menunggu ketersediaan dana[7]. Layanan ini menawarkan kenyamanan dan fleksibilitas yang sangat tinggi, terutama bagi para generasi muda yang cenderung menginginkan proses transaksi yang cepat namun minim hambatan. Berdasarkan laporan dari Fintech Report tahun 2021, SpayLater tercatat sebagai layanan PayLater yang paling banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia, disusul oleh GoPayLater di posisi kedua, serta Kredivo menempati peringkat ketiga[8]. Kemunculan teknologi finansial mendorong masyarakat untuk mulai beralih ke metode pembayaran non-tunai atau digital[9]. Dalam sistem pembayaran non-tunai seperti ini, daya beli masyarakat dapat dioptimalkan, yang pada akhirnya turut berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi negara[10]. Namun, dibalik kemudahan yang ditawarkan ini, muncul fenomena yang tidak bisa diabaikan, yaitu ketergantungan konsumen dalam menggunakan layanan PayLater. Banyak pengguna yang kini merasa lebih nyaman menggunakan PayLater dibandingkan dengan metode pembayaran konvensional seperti kartu debit atau tunai. Hal ini tentu memicu kekhawatiran terhadap kebiasaan konsumtif yang sangat tidak sehat.

Ketergantungan terhadap layanan PayLater dapat mendorong konsumen untuk berbelanja melebihi kemampuan finansial mereka. Perilaku konsumtif yang dipicu oleh kemudahan akses kredit tanpa jaminan ini dapat menimbulkan masalah yang serius di kemudian hari[11]. Tidak sedikit pengguna yang mengalami keterlambatan pembayaran yang berujung dengan bunga yang menumpuk, hingga tekanan psikologis akibat tumpukan utang yang tidak terkelola dengan baik dan benar[12]. Fenomena ini menjadi semakin penting untuk di teliti lebih dalam lagi, mengingat para pengguna PayLater didominasi oleh generasi muda yang mungkin belum memiliki perencanaan keuangan yang matang.

Perubahan gaya hidup konsumen yang tidak sesuai di akibatkan oleh pengaruh era digital, membuat teknologi yang seharusnya menjadi alat bantu justru dapat berubah menjadi sumber masalah finansial apabila disalah gunakan. Selain itu, dari sisi platform e-commerce dan penyedia layanan keuangan digital, PayLater tentu memberikan keuntungan besar[7]. Dengan fitur ini, Perusahaan dapat meningkatkan jumlah transaksi, memperluas basis pelanggan, dan mendorong loyalitas pengguna. Namun, apabila tidak diimbangi dengan edukasi finansial yang cukup kepada konsumen, maka dampak jangka panjangnya bisa sangat merugikan. Batas pinjaman akan langsung diberikan kepada pengguna apabila telah dipastikan bahwa pengguna memenuhi seluruh kriteria yang ditetapkan[13]. Konsumen yang terjebak dalam siklus utang ini dapat mengalami krisis kepercayaan terhadap platform tersebut, yang pada akhirnya bisa berdampak negatif pula terhadap reputasi dan keberlanjutan bisnis.

Berdasarkan kebijakan yang berlaku, dengan hadirnya PayLater ini juga menimbulkan tantangan tersendiri bagi otoritas keuangan. Dibutuhkan pengawasan yang sangat ketat terhadap praktik pemberian kredit digital, agar tidak terjadi penyalahgunaan sistem oleh pihak penyedia layanan maupun konsumen. Edukasi lebih lanjut kepada masyarakat tentang pentingnya literasi keuangan juga menjadi hal yang krusial dalam menghadapi fenomena ini. Pemerintah, lembaga pendidikan, serta pelaku industri perlu bekerja sama dalam menciptakan ekosistem finansial digital yang sehat dan bertanggung jawab.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi lebih jauh lagi tentang dampak ketergantungan konsumen pada layanan PayLater dalam platform e-commerce. Paper ini akan membahas berbagai aspek, mulai dari faktor yang mendorong ketergantungan, dampak psikologis dan juga finansial yang di timbulkan. Melalui paper ini, penulis ingin memberikan

kontribusi terhadap pemahaman yang sedikit lebih luas mengenai konsekuensi dari penggunaan layanan PayLater dalam kehidupan sehari-hari. Harapnya, hasil penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pihak-pihak terkait dalam menyusun kebijakan, strategi edukasi, dan untuk meningkatkan kesadaran konsumen agar dapat menggunakan layanan finansial digital dengan bijak, baik, benar, dan proposisional[14], demi terciptanya keseimbangan antara kebutuhan konsumsi dan kesehatan finansial jangka panjang. Seluruh fenomena ini merupakan dampak dari kemajuan teknologi yang terus berkembang pesat[15].

2. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan kuantitatif guna mengevaluasi seberapa besar tingkat ketergantungan konsumen terhadap layanan PayLater di platform e-commerce serta bagaimana pengaruhnya terhadap aspek keuangan dan psikologis individu. Pendekatan ini dipilih karena mampu memberikan gambaran objektif terhadap fenomena yang diteliti melalui analisis data numerik yang terstruktur dan sistematis. Pengumpulan data dilaksanakan melalui penyebaran kuesioner tertutup yang telah dirancang dengan mempertimbangkan prinsip-prinsip pengukuran ilmiah[16]. Kuesioner ini terdiri dari dua bagian utama: data demografis responden dan pernyataan berbasis skala likert 1 sampai 5 yang mengukur tingkat persetujuan responden terhadap sejumlah pernyataan terkait intensitas penggunaan layanan PayLater, motivasi penggunaan, dampak terhadap pengelolaan keuangan pribadi (seperti keterlambatan pembayaran atau cicilan), serta indikasi tekanan psikologis yang mungkin timbul akibat penggunaan layanan tersebut. Setiap butir pernyataan dikembangkan berdasarkan referensi teori tentang perilaku konsumtif dan literasi keuangan, serta hasil penelitian sebelumnya agar instrumen bersifat valid dan kontekstual.

Responden dalam penelitian ini merupakan pengguna aktif layanan PayLater yang memenuhi beberapa kriteria, yaitu: berusia 18 tahun, memiliki pengalaman berbelanja secara daring, dan telah menggunakan layanan PayLater setidaknya sebanyak tiga kali dalam enam bulan terakhir. Teknik pemilihan responden yang digunakan adalah purposive sampling, karena penelitian ini memerlukan subjek dengan karakteristik tertentu yang sesuai dengan tujuan studi. Jumlah sampel diperoleh sebanyak 100 orang, yang dinilai cukup mewakili kondisi populasi target untuk keperluan analisis kuantitatif dekriptif.

Sebelum dilakukan pengumpulan data utama, kuesioner diuji terlebih dahulu pada sekolompok kecil responden melalui uji coba untuk

mengetahui validitas dan reliabilitas instrumen. Validitas diukur dengan teknik korelasi pearson untuk melihat keterkaitan antara masing-masing item dengan total skor, sementara reliabilitas diuji dengan menggunakan koefisien cronbatch's Alpha. Hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai alpha mencapai 0.812 yang menunjukkan tingkat konsistensi internal yang sangat baik.

Data yang diperoleh dianalisis dengan bantuan perangkat lunak SPSS versi 26. Teknik analisis deskriptif digunakan untuk mengetahui distribusi frekuensi, nilai rata-rata, dan penyimpangan standar dari setiap variable. Untuk menganalisis hubungan antara frekuensi penggunaan PayLater dan pengaruhnya terhadap kondisi finansial atau tekanan psikologis, digunakan analisis korelasi pearson. Selain itu, untuk melihat pengaruh langsung dari variable ketergantungan terhadap hasil keuangan dan psikologis, dilakukan analisis regresi linear sederhana.

Sebelum menerapkan teknik analisis utama, peneliti memastikan bahwa data memenuhi syarat distribusi normal dan hubungan linear antarvariabel. Uji normalitas menggunakan metode Kolmogorov-Smirnov menunjukkan bahwa data berdistribusi normal, sehingga teknik analisis parametrik dapat diterapkan dengan tepat.

Melalui pendekatan ini, penelitian diharapkan mampu menghasilkan temuan kuantitatif yang dapat memberikan gambaran menyeluruh dan obyektif mengenai pola konsumtif PayLater di kalangan pengguna e-commerce, serta memberikan dasar pertimbangan untuk perumusan kebijakan dan strategi edukasi keuangan digital yang lebih efektif dan teotat sasaran. Harapannya, penelitian ini mampu memberikan kontribusi bagi peningkatan kesadaran masyarakat akan pentingnya perilaku konsumsi yang sehat dan terkontrol di era digital.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis data menunjukkan bahwa mayoritas responden yang menggunakan layanan PayLater berada pada rentang usia muda, dengan dominasi pengguna berusia antara 18 hingga 30 tahun. Hal ini mengindikasi bahwa generasi muda memang menjadi pengguna utama layanan PayLater, sejalan dengan tren digitalisasi dan gaya hidup konsumtif yang semakin berkembang di kalangan kelompok usia tersebut.

Data yang diperoleh dari 100 responden menunjukkan bahwa mayoritas pengguna layanan PayLater berada pada kelompok usia muda (18-30 tahun) sebanyak 70%. Rata-rata frekuensi penggunaan layanan PayLater dalam enam bulan terakhir adalah 3,8 kali dengan standar deviasi 1,2. Hal ini mengindikasi bahwa penggunaan layanan ini

cukup sering dilakukan, namun terdapat variasi penggunaan antar individu.

Tabel 1. Statistik Deskriptif Variabel Utama

Variable	N	Mean	Std. Dev.	Min	Max
Frekuensi penggunaan PayLater	100	3.8	1.2	1	6
Motivasi penggunaan	100	4.2	0.7	2	5
Tingkat keterambatan	100	2.9	1.0	1	5
Ringkat stress psikologis	100	3.1	1.0	1	5

Interpretasi data diatas menunjukkan bahwa motivasi penggunaan PayLater sangat dipengaruhi oleh kemudahan dan fleksibilitas pembayaran, dengan skor rata-rata di atas 4. Sedangkan tingkat keterlambatan pembayaran dan stress psikologis berada pada kisaran sedang.

Tabel 2: Matriks Korelasi Pearson

Variabel	Frekuensi Penggunaan	Keterlambatan Pembayaran	Stres Psikologis
Frekuensi Penggunaan	1	0.62	0.55
Keterlambatan Pembayaran	0.62	1	0.48
Stres Psikologis	0.55	0.48	1

P < 0.01 (signifikan pada tingkat 1%)

Hasil korelasi menunjukkan hubungan positif yang signifikan antara frekuensi penggunaan PayLater dengan keterlambatan pembayaran ($r = 0,62$) dan stres psikologis ($r = 0,55$). Artinya, semakin sering layanan PayLater digunakan, semakin tinggi kemungkinan responden mengalami keterlambatan pembayaran dan meningkatnya tingkat stres.

Analisis Regresi Linier Sederhana

Regresi linier sederhana dilakukan untuk melihat pengaruh langsung frekuensi penggunaan terhadap stres psikologis, hasilnya sebagai berikut:

Tabel 3: Analisis Regresi Linier

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of Estimate
Frekuensi Penggunaan	0.55	0.302	0.296	0.83

Koefisien regresi yang signifikan ($p < 0,01$) menunjukkan bahwa frekuensi penggunaan PayLater menjelaskan 30,2% variasi dalam tingkat stres psikologis responden. Dengan kata lain, ketergantungan terhadap layanan ini berkontribusi secara signifikan terhadap tekanan psikologis yang dialami pengguna.

Data hasil penelitian ini menguatkan bahwa pengguna utama layanan PayLater adalah kalangan muda yang cenderung menyukai kemudahan transaksi dan fleksibilitas pembayaran. Namun, tingkat ketergantungan yang tinggi pada layanan ini memicu risiko keterlambatan pembayaran yang berdampak pada kondisi keuangan pribadi. Temuan ini sesuai dengan teori perilaku konsumtif yang menyatakan bahwa kemudahan akses kredit tanpa batas dapat memicu penggunaan yang tidak terkendali.

Selain itu, hubungan positif antara ketergantungan pada PayLater dan stres psikologis menandakan bahwa masalah finansial yang muncul akibat keterlambatan pembayaran berimbas pada kesehatan mental konsumen. Hal ini memperkuat pentingnya edukasi literasi keuangan untuk membekali konsumen agar mampu mengelola penggunaan kredit digital secara bijak.

Penelitian ini juga menyoroti perlunya kebijakan dan pengawasan lebih ketat dari pihak penyedia layanan dan regulator untuk membatasi risiko penyalahgunaan fitur PayLater. Mekanisme pengingat pembayaran dan pembatasan jumlah kredit bisa menjadi solusi untuk meminimalisir dampak negatif.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini memberikan gambaran bahwa layanan PayLater menawarkan kemudahan yang menguntungkan bagi konsumen, tetapi jika tidak diimbangi dengan control dan edukasi yang memadai, dapat menimbulkan konsekuensi finansial dan psikologis yang merugikan.

Dampak Ketergantungan Konsumen terhadap Layanan PayLater

Berdasarkan data statistik deskriptif, frekuensi penggunaan layanan PayLater

menunjukkan angka yang cukup tinggi dengan nilai rata-rata 3.8 dari skala 6. Hal ini menunjukkan bahwa fitur ini telah menjadi bagian dari kebiasaan berbelanja online pengguna. Dorongan internal pengguna juga cukup kuat, terlihat dari motivasi penggunaan ini tidak diimbangi dengan pengelolaan pembayaran sebesar 2.9. Sementara itu, tingkat motivasi penggunaan layanan ini tercatat paling tinggi dengan nilai rata-rata 4.2 dari skala 1-5 dan standar deviasi yang rendah 0.7, mengindikasikan bahwa dorongan iuntuk menggunakan PayLater cukup kuat dan cenderung seragam antarresponden.

Namun demikian, tingkat keterlambatan pembayaran menunjukkan rata-rata sebesar 2.9 dan standar deviasi 1.0. Hal ini mencerminkan adanya kecenderungan bahwa tidak sedikit pengguna yang mengalami kesulitan dalam menyelesaikan pembayaran tepat waktu. Lebih lanjut, tingkat stres psikologis juga tercatat relative tinggi, dengan nilai rata-rata 3.1 dan standar deviasi 1.0. Hal ini mengindikasi adanya dampak emosional yang cukup signifikan terhadap pengguna akibat penggunaan layanan PayLater yang berlebihan atau tidak terkontrol.

Tabel 4: Rangkuman Korelasi antar Variabel

Variabel 1	Variabel 2	Koefisien Korelasi	interpretasi
Frekuensi penggunaan PayLater	Tingkat Keterlambatan	0.58	Korelasi positif sedang
Frekuensi Penggunaan PayLater	Tingkat stress psikologis	0.61	Korelasi positif kuat
Motivasi Penggunaan	Frekuensi penggunaan PayLater	0.64	Korelasi positif kuat
Keterlambatan pembayaran	Tingkat stress psikologis	0.70	Korelasi sangat kuat

Dampak

Melalui korelasi yang diperoleh, dapat dilihat bahwa semakin sering seseorang menggunakan layanan PayLater, maka semakin besar kemungkinan individu tersebut mengalami keterlambatan pembayaran. Korelasi sebesar 0.58 antara frekuensi penggunaan dan keterlambatan mengindikasi

hubungan yang cukup signifikan. Ketika seseorang mulai terbiasa bertransaksi tanpa langsung mengeluarkan dana, control atas anggaran keuangan pribadi cenderung melemah. Hal ini menciptakan risiko bagi pengguna untuk melampaui batas kemampuan finansialnya, yang ada pada akhirnya berujung pada keterlambatan dalam melunasi tagihan.

Keterlambatan ini sendiri tidak hanya berdampak pada aspek keuangan, tetapi juga berhubungan kuat dengan tekanan psikologis. Korelasi sebesar 0.70 antara keterlambatan dan stres psikologis menegaskan bahwa beban utang jangka pendek yang menumpuk akibat penggunaan PayLater dapat menyebabkan kecemasan, rasa bersalah, hingga stres kronis. Beban emosional ini sering kali muncul akibat perasaan tidak mampu mengontrol keuangan pribadi, ketakutan terhadap penalty atau denda, hingga kekhawatiran atau reputasi digital apabila pembayaran tertunda terlalu lama[17]. Dengan demikian, meskipun layanan ini memberikan fleksibilitas dalam berbelanja, tetapi pada praktiknya terdapat risiko psikososial yang cukup serius.

Di sisi lain, motivasi tinggi terhadap penggunaan PayLater yang ditunjukkan oleh rata-rata 4.2 bisa jadi berakar pada promosi yang agresif dari pihak penyedia, kemudahan akses yang ditawarkan, dan normalisasi perilaku konsumtif di kalangan masyarakat digital. Jika motivasi tersebut tidak diimbangi dengan literasi keuangan yang memadai, maka masyarakat akan lebih rentan terhadap pila konsumsi impulsif. Hal ini dapat memperkuat ketergantungan terhadap Paylater sebagai solusi jangka pendek, tanpa mempertimbangkan implikasi jangka panjang yang muncul.

Solusi

Menghadapi realitas ini, diperlukan strategi yang komprehensif untuk setidaknya meminimalisir dampak negatif dari penggunaan Paylater. Salah satu utama yang direkomendasikan untuk meminimalisir dampak negatif tersebut ialah dengan cara meningkatkan edukasi keuangan digital, khususnya pada kelompok usia muda yang menjadi pengguna dominan layanan Paylater ini. Edukasi harus mencakup aspek perencanaan anggaran, pemahaman tentang bunga dan denda, serta risiko psikologis dari penggunaan kredit konsumtif.

Platform e-commerce dan penyedia Paylater juga harus pro-aktif dalam membangun sistem peringatan dini, seperti fitur notifikasi yang mengingatkan pengguna terhadap tenggat waktu pembayaran atau estimasi bunga yang harus ditanggung jika terjadi keterlambatan. Pemberian skor risiko penggunaan dan sistem peringatan penggunaan berlebih bisa diterapkan untuk mendorong perilaku finansial yang lebih bijak.

Pihak regulator seperti Otoritas Jasa Keuangan (OJK), juga perlu melakukan pengawasan lebih ketat lagi terhadap praktik penawaran Paylater, termasuk transparansi biaya, Batasan kredit yang sesuai dengan profil risiko pengguna, dan penyampaian informasi secara jelas. Regulasi ini penting untuk memastikan bahwa layanan Paylater tidak menjadi jebakan keuangan jangka panjang yang justru merugikan konsumen.

Solusi lainnya dapat dilakukan melalui kerja sama dengan institusi pendidikan tinggi untuk memasukkan materi literasi finansial dalam kurikulum mahasiswa. Dengan demikian, masyarakat pengguna digital akan memiliki fondasi pengetahuan yang kuat sebelum mereka terpapar pada berbagai layanan kredit digital, termasuk Paylater.

Langkah lainnya yang tidak kalah penting ialah dengan cara menciptakan fitur control mandiri dalam aplikasi, misalnya berupa batas penggunaan Paylater berdasarkan penghasilan atau pengeluaran bulanan.

Sistem ini tak hanya mendorong tanggung jawab individu, tetapi juga memberikan pengendalian internal yang lebih baik lagi terhadap potensi ketergantungan finansial.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa layanan PayLater telah menjadi salah satu fitur finansial yang sangat diminati, terutama oleh generasi muda berusia 18-30 tahun. Penggunaan layannya ini yang tinggi dipengaruhi oleh kemudahan dan fleksibilitas yang ditawarkan, namun juga membawa dampak yang signifikan terhadap kondisi keuangan dan psikologis pengguna. Hasil analisis menunjukkan adanya hubungan positif yang signifikan antara frekuensi penggunaan PayLater dengan keterlambatan pembayaran dan peningkatan stres psikologis. Dengan demikian, semakin sering seseorang menggunakan layanan PayLater, semakin besar pula kemungkinan ia mengalami tekanan finansial serta gangguan emosional akibat beban utang yang menumpuk.

Temuan ini menegaskan pentingnya literasi keuangan digital dalam mencegah perilaku konsumtif yang tidak terkendali. Edukasi yang berkelanjutan mengenai manajemen kauangan pribadi serta pembatasan penggunaan layanan kredit tanpa jaminan perlu ditingkatkan, baik oleh penyedia layanan, pemerintah, maupun lembaga pendidikan. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan dalam perumusan kebijakan dan strategi perlindungan konsumen, agar penggunaan PayLater dapat dilakukan secara bijak, bertanggung

jawab, dan tidak menimbulkan konsekuensi negative jangka panjang bagi kehidupan finansial penggunanya.

5. DAFTAR PUSTAKA

- [1] A. Safira, F. N. Hasan, K. J. Timur, and N. B. Classifier, "PAYLATER MENGGUNAKAN METODE NAIVE BAYES," vol. 5, no. 1, pp. 59–70, 1978.
- [2] M. C. Ningsih, C. Woestho, and D. Kurniawan, "Pengaruh Literasi Keuangan, Manfaat Paylater Dan Pendapatan Generasi Z Terhadap Minat Penggunaan Paylater Di Platfrom Shopee Pada Kecamatan Tambun Selatan," *J. Econ.*, vol. 2, no. 11, pp. 3218–3231, 2023, doi: 10.55681/economina.v2i11.967.
- [3] A. Triwijayati, *Perilaku Konsumen Digital: Saat 'Prosumer' Mendominasi Dunia Digital Dan E-Commerce*. 2024.
- [4] P. Nailah Amelia, P. Arta Fidiansa, and dan Chindy Salsabilla Risa, "Fenomena Penggunaan Paylater di Kalangan Mahasiswa," *Pros. Semin. Nas.*, pp. 176–187, 2023.
- [5] R. Sundari, "Persepsi Generasi Milenial Terhadap Paylater Dalam Jual Beli Online Shopping Menurut Perspektif Islam," *J. Bisnis Kompetitif*, vol. 2, no. 1, pp. 40–46, 2023, doi: 10.35446/bisniskompetitif.v2i1.1416.
- [6] P. G. Hidup, K. Dan, and K. Terhadap, "Pengaruh gaya hidup, kepercayaan dan kemudahan terhadap keputusan pembelian menggunakan shopee paylater masyarakat kota surabaya," vol. 11, no. 2, 2023.
- [7] D. A. Widodo, "Pengurangan Ketidakpastian Desk Collection dalam Penagihan Tunggakan Nasabah PayLater," no. 204, pp. 415–427, 2024, doi: 10.32509/wacana.v23i2.4558.
- [8] J. A. Bisnis, J. Akuntansi, F. Bisnis, and U. P. Cikarang, "P-issn 1412-775x e-issn 2541-5204," vol. 22, no. 1, pp. 100–113, 2024.
- [9] H. Yeng and V. Leonardo, "Pengaruh Fitur Paylater terhadap Sifat Belanja yang Konsumtif pada Remaja di Kota Batam," vol. 6, no. 2, pp. 1–9, 2022.
- [10] A. N. E. Prasetya, "Analisis Adanya Pay Later Dalam Marketplace Terhadap Daya Beli Masyarakat," *J. Revenue*, vol. 3, no. 2, pp. 593–601, 2023.
- [11] Nurhaida and Realize, "Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Bukalapak Di Kota Batam," *eCo-Buss*, vol. 5, no. 3, pp. 907–920, 2023, doi: 10.32877/eb.v5i3.651.

- [12] C. Rahmi, M. Fariza, and A. Farisi, “Tantangan dan Prospek Pengendalian Riba dalam Transaksi di E-Commerce (Studi Kasus Transaksi Jual Beli Menggunakan Shopee Paylater),” vol. 02, no. 02, pp. 262–267, 2024.
- [13] S. E. Putri, H. Safitri, and D. Hariyanto, “Volume . 19 Issue 1 (2023) Pages 64-72 INOVASI : Jurnal Ekonomi , Keuangan dan Manajemen ISSN : 0216-7786 (Print) 2528-1097 (Online) Pengaruh literasi keuangan dan technology acceptance model terhadap minat menggunakan paylater pada mahasiswa The ef,” *J. Ekon. Keuang. dan Manaj.*, vol. 19, no. 1, pp. 64–72, 2023.
- [14] F. N. Rosyidah, A. Cindy, and S. Fasya, “Pengalaman Mahasiswa Penggunaan Fitur Paylater di E-Commerce,” *Pros. Semin. Nas. Ilmu Ilmu Sos.*, vol. 01, pp. 494–500, 2022.
- [15] J. Jurnal, I. Mea, D. Penggunaan, S. Paylater, and T. K. Kumang, “JIMEA | Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi) DAMPAK PENGGUNAAN SHOPEE PAYLATER TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA,” vol. 9, no. 1, pp. 2222–2233, 2025.
- [16] S. Nafisah and S. A. Muhammad, “Analisis Kepuasan Pelanggan Pengguna Shopee Pay Later Menggunakan Delone & Mclean Model,” *Djtechno J. Teknol. Inf.*, vol. 4, no. 2, pp. 285–297, 2023, doi: 10.46576/djtechno.v4i2.3367.
- [17] U. Islam, N. Sumatera, U. Medan, M. Irwan, and P. Nasution, “Hubungan Antara Kesadaran Privasi Data Pribadi dan Penggunaan Layanan PayLater di Kalangan Pengguna E-commerce di Indonesia,” vol. 2, no. 4, pp. 271–278, 2024.