

BAB V

PENUTUP

5.1 KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh penggunaan fitur **SPayLater** terhadap **perilaku konsumtif** pengguna aplikasi Shopee di **Daerah Istimewa Yogyakarta**. Berdasarkan hasil analisis data, uji validitas, reliabilitas, serta uji korelasi Spearman Rank yang dilakukan terhadap 60 responden, maka dapat disimpulkan beberapa hal penting sebagai berikut:

1. Terdapat hubungan positif dan signifikan antara penggunaan **SPayLater** dengan perilaku konsumtif pengguna Shopee di Yogyakarta.

Berdasarkan uji korelasi Spearman, diperoleh nilai koefisien sebesar 0,301 dengan tingkat signifikansi 0,019, yang menandakan adanya korelasi secara statistik antara kedua variabel tersebut. Meskipun hubungan ini masuk dalam kategori lemah hingga sedang, tetapi tetap menunjukkan bahwa semakin tinggi intensitas penggunaan **SPayLater**, maka semakin tinggi pula kemungkinan seseorang melakukan perilaku konsumtif. Hal ini menunjukkan bahwa **SPayLater** berperan sebagai salah satu pemicu meningkatnya aktivitas konsumsi, terutama dalam bentuk pembelian impulsif, pengeluaran tidak terencana, dan pengaruh dari promosi digital.

2. Kemudahan fitur **SPayLater** mendorong perubahan perilaku belanja ke arah konsumtif.

SPayLater menawarkan akses cepat dan fleksibel untuk melakukan pembelian barang tanpa harus membayar secara langsung. Fitur ini mempermudah proses checkout, menawarkan pilihan cicilan, serta memberikan limit kredit yang cukup tinggi. Kepraktisan inilah yang menyebabkan sebagian besar pengguna merasa lebih "berani" melakukan pembelian yang tidak selalu dibutuhkan. Oleh karena itu, kemudahan akses terhadap kredit digital secara langsung turut meningkatkan perilaku konsumtif, terutama pada kelompok usia produktif seperti mahasiswa dan pekerja muda.

3. Pengambilan keputusan pengguna dalam menggunakan SPayLater sebagian besar bersifat emosional dan kurang terencana.

Pengguna cenderung memanfaatkan SPayLater karena adanya tawaran diskon, flash sale, atau hanya karena ingin memiliki suatu produk dengan cepat. Proses pengambilan keputusan ini seringkali tidak melalui perhitungan finansial yang matang, seperti menghitung kemampuan membayar cicilan atau memprioritaskan kebutuhan pokok. Keputusan yang diambil secara impulsif menjadi salah satu faktor penting yang memperkuat perilaku konsumtif yang tidak sehat.

4. Persepsi terhadap manfaat SPayLater lebih dominan dibanding kesadaran terhadap risikonya.

Penelitian ini juga menunjukkan bahwa mayoritas responden memiliki persepsi positif terhadap kemudahan dan keuntungan menggunakan SPayLater, seperti penundaan pembayaran, fleksibilitas cicilan, dan penawaran promo eksklusif. Namun, kesadaran terhadap **risiko keuangan jangka panjang**, seperti bunga tambahan, denda keterlambatan, potensi gagal bayar, hingga **ketergantungan terhadap kredit digital**, masih cukup rendah. Ketidakseimbangan antara persepsi manfaat dan risiko ini dapat menimbulkan dampak negatif terhadap stabilitas keuangan pribadi.

5. Literasi keuangan yang rendah menjadi faktor pendukung perilaku konsumtif pengguna SpayLater.

Kurangnya pemahaman mengenai pengelolaan utang, pentingnya mencatat pengeluaran, serta kemampuan membedakan kebutuhan dan keinginan menjadi celah yang menyebabkan banyak pengguna terjebak dalam pola konsumsi yang tidak rasional. Dalam hal ini, peningkatan literasi keuangan digital menjadi kebutuhan mendesak agar masyarakat tidak hanya menikmati manfaat teknologi keuangan, tetapi juga mampu mengendalikan dampaknya secara bijak.

5.2 SARAN

1. Bagi Pengguna SPayLater

Pengguna disarankan lebih selektif dan sadar dalam memanfaatkan layanan SPayLater, dengan mempertimbangkan kemampuan finansial dan urgensi kebutuhan sebelum melakukan transaksi, bukan karena dorongan promosi atau keinginan semata. Lakukan perencanaan keuangan secara rutin, termasuk

mencatat setiap transaksi dan menghitung kemampuan bayar sebelum mengambil cicilan. Tingkatkan kesadaran terhadap risiko penggunaan *paylater*, terutama terkait bunga, denda, dan dampak jangka panjang terhadap kondisi keuangan pribadi.

2. Bagi Pihak Shopee atau Penyelenggara *Fintech*

Perlu menyediakan fitur edukasi di dalam aplikasi, seperti kalkulator cicilan, simulasi risiko kredit, serta tips literasi keuangan. Meningkatkan transparansi informasi tentang biaya layanan, bunga, denda, serta batas waktu pembayaran untuk menghindari miskomunikasi. Memberikan peringatan risiko otomatis sebelum pengguna menyelesaikan transaksi dengan metode *SPayLater*, terutama jika pengguna sering menunggak.

3. Bagi Konsumen Umum.

Tingkatkan literasi keuangan, baik secara formal (melalui pendidikan) maupun informal (melalui pelatihan, webinar, atau konten edukatif). Pahami perbedaan antara kebutuhan dan keinginan, serta belajar untuk mengendalikan dorongan konsumtif dengan membuat daftar prioritas belanja. Hindari kebiasaan pembelian impulsif dan biasakan untuk menabung terlebih dahulu sebelum membeli sesuatu secara kredit.

4. Bagi Peneliti Selanjutnya

Disarankan untuk melanjutkan penelitian yang lebih mendalam dengan melibatkan lebih banyak peserta dan area yang lebih luas sehingga temuan bisa lebih mudah diterapkan secara umum. Meneliti faktor-faktor lain seperti kontrol diri, pola hidup, dampak dari media sosial, serta pengaruh dari keluarga dan teman. terhadap penggunaan fitur *SPayLater* dan perilaku konsumtif. Menggabungkan pendekatan kuantitatif dan kualitatif agar dapat menggali lebih dalam motivasi psikologis dan sosial di balik keputusan konsumen menggunakan layanan *paylater*.