

PENGARUH LITERASI KEUANGAN TERHADAP MINAT MENGUNAKAN *SHOPEE PAYLATER* (STUDI KASUS MASYARAKAT UJUNG BATU)

Ulya Fiqri¹; Andi Afrizal²; Heffi Christya Rahayu³

Fakultas Ekonomi, Universitas Pasir Pengaraian
Jln. Rambah, Kec. Rambah Hilir, Kabupaten Rokan Hulu, Riau 28558
E-mail : ulyafiqri@gmail.com (Koresponding)

Submit: 15 September 2025

Review: 15 September 2025

Publish: 26 Nopember 2025

*) Korespondensi

Abstract: This study aims to analyze the influence of financial literacy on the interest of Ujung Batu residents in using Shopee Paylater. Shopee Paylater, as a fintech innovation, offers consumers easy access to attractive digital credit. However, its use requires an understanding of financial literacy to ensure wise and responsible use. The research method used was a quantitative approach, using a survey technique and collecting data through questionnaires from Ujung Batu residents as respondents. Data analysis was conducted using a simple linear regression test with a partial t-test to examine the effect of financial literacy variables on interest in using Shopee Paylater. The results showed that financial literacy significantly influenced interest in using Shopee Paylater, with a significance value of 0.000 (<0.05) and a calculated t-value of 12.235 $>$ t-table of 2.024. This indicates that the public's understanding of the benefits, risks, and sound financial management increases their trust and interest in utilizing Shopee Paylater as a strategic and planned financial transaction tool. Financial literacy also plays a role in encouraging budget management skills and awareness of digital transaction security, so that the use of paylater services can be done wisely and does not pose a risk of financial loss.

Keywords: *Literasi Keuangan, Shopee Paylater, Fintech*

Literasi keuangan dalam beragam tahun terakhir menjadi satu dari isu penting yang banyak diperbincangkan di Indonesia. Topik ini tidak dapat dilepaskan dari dinamika sejarah perekonomian, mulai dari tantangan yang muncul akibat integrasi pasar dalam kerangka Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) hingga pengalaman pahit krisis moneter tahun 1998. Kondisi tersebut menjadikan literasi keuangan sebagai kebutuhan mendasar yang harus dimiliki masyarakat, sebab kemampuan memahami dan mengelola keuangan ialah keterampilan vital di era modern (Wahyuni, 2019).

Merujuk definisi yang dirumuskan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK), literasi keuangan dipahami sebagai rangkaian proses edukatif yang mempunyai tujuan untuk menaikkan kapasitas pengetahuan, keyakinan, dan keterampilan masyarakat dalam mengelola sumber daya finansial. Literasi yang baik tidak hanya mendorong masyarakat untuk mengenali lembaga keuangan beserta produk dan layanannya,

tetapi juga menumbuhkan perubahan perilaku menuju pengelolaan keuangan yang lebih bijak. Dengan demikian, literasi keuangan pada akhirnya diharapkan berkontribusi pada peningkatan kesejahteraan individu maupun keluarga (Kurnia, 2021).

Keberadaan literasi keuangan juga memainkan peran signifikan dalam menjaga ketahanan ekonomi, baik pada skala individu maupun stabilitas sistem keuangan nasional. Tren global menampakkan bahwa kesadaran masyarakat dunia terhadap pentingnya literasi keuangan terus meningkat selaras dengan kompleksitas pasar keuangan pada tahun 2023. Rendahnya pemahaman mengenai literasi keuangan sering kali menjadi satu dari pemicu kegagalan individu dalam mengatur pengeluarannya. Dengan kata lain, terdapat hubungan yang erat antara tingkat pemahaman keuangan yang memadai dengan kemampuan

seseorang dalam mengelola kestabilan finansialnya.

Secara lebih spesifik, literasi keuangan mempunyai tujuan mengasah kapasitas berpikir kritis dan kualitas pengambilan keputusan seseorang agar mampu mencapai kesejahteraan finansial yang berkelanjutan. Hal ini selaras dengan laporan Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia (SNLKI) yang dirumuskan OJK pada tahun 2023. Merujuk survei yang diaplikasikan pada tahun yang sama, OJK melaporkan bahwa tingkat literasi keuangan masyarakat Indonesia telah mencapai 69,7%. Angka tersebut merepresentasikan bahwa dari setiap 100 orang, hanya sekitar 69 individu yang mempunyai kecakapan pengetahuan, keterampilan, serta keyakinan diri yang memadai untuk memahami sekaligus memanfaatkan layanan keuangan secara optimal (Otoritas Jasa Keuangan, 2023).

Munculnya layanan pinjaman berbasis daring sebagai satu dari wujud inovasi teknologi finansial (fintech) ialah konsekuensi dari kemajuan teknologi yang menghadirkan akses pinjaman dengan jangka waktu lebih fleksibel dibandingkan lembaga keuangan konvensional seperti perbankan. Merujuk laporan terkini, jumlah pengguna internet di Indonesia pada awal tahun 2023 mencapai 215,63 juta jiwa, meningkat sekitar 2,67% dibandingkan periode sebelumnya. Angka tersebut setara dengan 78,19% dari total populasi nasional yang mencapai 275,77 juta penduduk. Fakta ini menjelaskan mengapa layanan pinjaman daring berkembang begitu pesat di Indonesia. Hal ini juga ditegaskan melewati data Otoritas Jasa Keuangan (OJK) yang menyebutkan bahwa hingga 9 Oktober 2023 terdapat 101 penyelenggara pinjaman fintech yang telah memperoleh izin maupun terdaftar resmi. Tingginya jumlah penyedia layanan pinjaman daring semakin mendorong antusiasme konsumen, meskipun tingkat suku bunga yang ditawarkan relatif lebih tinggi daripada bank konvensional. Kondisi ini juga memunculkan persoalan baru, terutama

terkait mekanisme penagihan terhadap pengguna.

Selain layanan pinjaman daring, perkembangan teknologi digital juga melahirkan bentuk transformasi lain, ialah e-commerce. E-commerce dipahami sebagai platform transaksi jual beli berbasis internet yang memungkinkan penjual dan pembeli mengaplikasikan interaksi tanpa perlu bertemu secara fisik. Inovasi ini menyalurkan keuntungan berupa efisiensi biaya operasional dan perluasan jangkauan pasar (Iswiyanti, 2021). Perubahan fundamental yang dihadirkan e-commerce membuat proses transaksi kini lebih praktis dan bergantung pada kepercayaan sebagai landasan utama. Tanpa adanya kepercayaan, interaksi jual beli secara daring sulit terwujud.

Pesatnya perkembangan tersebut mendorong hadirnya berbagai toko daring dan marketplace yang memanfaatkan media sosial, blog, situs web, hingga aplikasi khusus sebagai sarana promosi. Marketplace sendiri dipandang sebagai wadah elektronik yang mempertemukan banyak penjual dan pembeli dalam suatu ekosistem digital, sehingga memudahkan proses transaksi dan memperluas peluang pemasaran produk (Wahyuni & Mutaqin S, 2019). Dalam marketplace, pembeli dapat memilih pemasok selaras kriteria harga maupun kebutuhan, sementara penjual dapat mengidentifikasi konsumen potensial yang membutuhkan produk mereka.

Marketplace pada hakikatnya mempunyai fungsi serupa dengan pasar konvensional, namun memanfaatkan jaringan internet untuk menghadirkan efisiensi yang lebih tinggi. Secara umum, marketplace terbagi menjadi dua kategori utama: marketplace murni, yang hanya berperan sebagai penyedia platform penjualan dan fasilitas pembayaran—contohnya Tokopedia, Bukalapak, Elevenia, Blanja, dan Blibli—serta marketplace konsinyasi, yang mengaplikasikan sistem titip jual, seperti Zalora dan Berrybenka. Di samping itu,

terdapat pula marketplace asing yang mendominasi pasar Indonesia, antara lain Shopee dan Lazada dari Singapura, JD.ID dari Tiongkok, Amazon dari Amerika Serikat, serta Rakuten dari Jepang. Merujuk data tahun 2023, Shopee tercatat sebagai marketplace dengan tingkat pengaplikasian tertinggi di Indonesia, menandai dominasinya di antara platform sejenis.

Satu dari fasilitas yang menjadi daya tarik Shopee ialah fitur Shopee PayLater. Layanan ini dikembangkan oleh PT Lentera Dana Nusantara sebagai bentuk metode pembayaran berbasis kredit, di mana pengguna dapat mengaplikasikan pembelian terlebih dahulu dengan pinjaman dari penyedia layanan, lalu melunasi tagihannya selaras ketentuan yang berlaku. Keunggulan utama Shopee PayLater ialah adanya opsi cicilan awal dengan bunga nol persen, sehingga memudahkan konsumen dalam mengaplikasikan transaksi. Namun demikian, terdapat pula kelemahan, yakni tidak adanya kelonggaran waktu pembayaran. Apabila pengguna terlambat melunasi tagihan, secara otomatis akan dikenakan denda.

Perkembangan teknologi digital dewasa ini menampakkan akselerasi yang sangat signifikan, terutama dalam sektor ekonomi, ketenagakerjaan, perdagangan, industri, pendidikan, hingga ranah hiburan. Keberadaan teknologi digital telah merasuk ke hampir setiap lini kehidupan masyarakat, sehingga pemanfaatannya tidak lagi sekadar pelengkap, melainkan telah menjadi kebutuhan primer dalam aktivitas sehari-hari. Dinamika ini mendorong teknologi digital untuk terus bertransformasi, menghadirkan inovasi yang kian canggih, sekaligus menyajikan kemudahan yang substansial bagi penggunaannya. Masyarakat pun semakin bergantung pada teknologi digital, khususnya dalam bidang ekonomi, dengan beragam wujud seperti pemasaran berbasis internet, aplikasi seluler, platform pendidikan daring, e-commerce, marketplace, permainan digital, hingga teknologi finansial (fintech).

Namun, di balik manfaat yang ditawarkan, problematika finansial tetap menjadi persoalan yang menonjol di tengah masyarakat. Ketiadaan pendapatan tetap, dorongan gaya hidup konsumtif, serta kebiasaan boros menjadi faktor yang memperburuk kondisi tersebut. Mahasiswa, misal, turut menghadapi tantangan serupa dengan beragam kebutuhan yang mencakup aspek primer maupun sekunder. Tidak jarang kondisi ini memunculkan fenomena krisis finansial menjelang akhir bulan. Dalam konteks ini, fitur Shopee PayLater hadir sebagai alternatif solusi karena memungkinkan konsumen mengaplikasikan pembelian meski belum mempunyai dana yang cukup. Kendati demikian, kemudahan yang ditawarkan justru berpotensi menjadi jebakan tersendiri. Fitur tersebut dapat memicu perilaku konsumtif berlebihan, sehingga berujung pada akumulasi utang akibat pengambilan keputusan yang kurang matang. Rachmah dan Kurniawan (2019) menegaskan bahwa masyarakat senantiasa dihadapkan pada pilihan dalam mengelola keuangannya. Kehadiran layanan keuangan berbasis digital, satu darinya Shopee PayLater, memang menawarkan kemudahan dengan persyaratan yang relatif sederhana. Namun, hal ini menuntut adanya literasi finansial yang memadai. Khususnya bagi mahasiswa, diperlukan kemampuan untuk mengimplementasikan ilmu yang diperoleh selama perkuliahan, seperti manajemen keuangan, akuntansi biaya, akuntansi manajemen, serta manajemen investasi dan portofolio. Pengaplikasian pengetahuan tersebut menjadi krusial agar keputusan dalam memanfaatkan layanan keuangan digital dapat diaplikasikan secara bijak dan tidak menjerumuskan pada permasalahan utang.

Memahami Minat

Minat pada dasarnya ialah suatu proses mental yang bersifat abstrak, yang tercermin melewati aktivitas seseorang terhadap objek yang dianggap bernilai dan

layak diperhatikan. Minat memunculkan kecenderungan untuk merasakan, menginginkan, serta mempunyai hasrat terhadap sesuatu yang dipandang mampu menyalurkan kepuasan tertentu (Finannafi'ah & Witono, 2022).

Definisi Literasi Keuangan

Pada mulanya, literasi dipahami sebagai pengetahuan yang diperuntukkan bagi kalangan terpelajar yang dekat dengan dunia sastra, sehingga identik dengan keterampilan membaca dan menulis. Namun, seiring perkembangan zaman, cakupan makna literasi mengalami perluasan, tidak lagi terbatas pada aktivitas membaca serta menulis semata. Literasi pada hakikatnya ialah kemampuan individu dalam mengoptimalkan potensi dan keterampilan yang dimilikinya untuk menghadapi berbagai aspek kehidupan. Dengan demikian, literasi mencakup kecakapan seseorang dalam mengelola, memahami, serta memaknai informasi melewati proses membaca dan menulis (Mujib, 2016).

Shopee Paylater

Shopee Paylater ialah hasil kerja sama strategis antara Shopee International Indonesia dengan PT Commerce Finance, sebuah perusahaan pembiayaan yang telah terdaftar serta berada di bawah pengawasan Otoritas Jasa Keuangan (OJK). Layanan ini hadir sebagai fasilitas pembayaran berbasis kredit yang memungkinkan pengguna memperoleh dana talangan instan untuk berbelanja di platform Shopee dengan skema bunga dan biaya administrasi yang relatif rendah.

Fitur ini mempunyai kemiripan dengan kartu kredit karena menyalurkan keleluasaan bagi konsumen untuk membeli barang meskipun belum mempunyai dana yang cukup. Pengguna dapat menentukan metode pembayaran selaras kebutuhan, baik dengan melunasi secara penuh maupun mencicil dalam jangka waktu tertentu. Opsi cicilan yang ditawarkan umumnya berkisar antara tiga, enam, hingga dua belas bulan.

Selain itu, konsumen juga diberikan fleksibilitas dalam memilih tanggal jatuh tempo, yakni pada tanggal lima atau dua puluh lima setiap bulannya

Kecamatan Ujung Batu, yang berada di wilayah Kabupaten Rokan Hulu, ialah satu dari contoh daerah dengan pertumbuhan ekonomi yang relatif pesat meskipun luas wilayahnya tergolong kecil. Letaknya yang strategis menjadikan kecamatan ini mempunyai potensi perkembangan yang cukup menjanjikan. Merujuk data Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2024, jumlah penduduk Kecamatan Ujung Batu tercatat sebanyak 52.188 jiwa, angka yang menampakkan besarnya potensi pasar dalam pemanfaatan layanan digital, termasuk layanan finansial berbasis teknologi.

Merujuk hasil wawancara pra-survei yang diaplikasikan peneliti, seluruh responden (10 dari 10 orang) menyatakan diri sebagai pengguna aktif aplikasi Shopee. Dari jumlah tersebut, tujuh responden mengaku memanfaatkan fitur Shopee PayLater sebagai metode transaksi. Namun, ketika ditelusuri lebih lanjut mengenai dampaknya, hanya empat responden yang menilai fitur ini membawa pengaruh positif, sedangkan enam responden lainnya berpendapat bahwa Shopee PayLater lebih banyak menimbulkan konsekuensi negatif.

Di satu sisi, sebagian responden menilai fitur ini memberi keleluasaan dalam bertransaksi karena memungkinkan pembelian diaplikasikan tanpa pembayaran langsung di muka. Akan tetapi, bagi kelompok yang lebih besar, kemudahan tersebut justru dianggap menimbulkan dampak negatif, seperti mendorong perilaku konsumtif, kebiasaan berutang, serta potensi ketidakseimbangan dalam pengelolaan keuangan pribadi. Kondisi ini menampakkan bahwa meskipun Shopee PayLater dirancang untuk menghadirkan fleksibilitas pembayaran dan menaikkan kenyamanan berbelanja, kenyataannya fitur tersebut juga menyimpan risiko finansial yang

nyata apabila tidak diaplikasikan secara bijak.

Dengan demikian, hasil pra-survei menegaskan pentingnya edukasi literasi keuangan agar pengguna mampu mengelola layanan finansial berbasis teknologi dengan lebih cermat. Literasi keuangan yang memadai diyakini dapat membantu individu menimbang keputusan secara rasional, menahan dorongan konsumtif, sekaligus menghindarkan mereka dari konsekuensi utang yang berlebihan.

Merujuk fenomena yang terungkap dan tingginya minat masyarakat terhadap pengaplikasian layanan pinjaman digital dalam e-commerce, khususnya Shopee PayLater, peneliti merasa perlu untuk mengaplikasikan kajian lebih mendalam mengenai “Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Minat Menggunakan Shopee Paylater (Studi Kasus Masyarakat Ujung Batu)”.

METODE

Kajian ini berada dalam ranah pendekatan kuantitatif dengan memanfaatkan data primer sebagai sumber utama. Fokus penelitian diarahkan pada masyarakat yang berdomisili di Kecamatan Ujung Batu, Kabupaten Rokan Hulu.. Dalam konteks penelitian ini, yang dijadikan populasi ialah masyarakat yang berdomisili di Kecamatan Ujung Batu dengan jumlah penduduk sebanyak 52.188 jiwa. Sumber data penelitian diperoleh melewati dua jalur utama, ialah Data primer dan Data sekunder. Strategi yang diaplikasikan untuk menghimpun data penelitian ini melibatkan beragam teknik, ialah Studi kepustakaan, Wawancara dan Kuesioner. Penelitian ini mengaplikasikan metode analisis statistik berupa regresi linier berganda. Analisis tersebut diaplikasikan untuk mengetahui sejauh mana keterkaitan antara lebih dari satu variabel bebas terhadap variabel terikat (Ghozali, 2018:8).

HASIL

Uji Parsial (t)

Uji parsial (t) diaplikasikan untuk menilai sejauh mana variabel X memberi

dampak signifikan terhadap variabel Y. Analisis ini mengaplikasikan tingkat keyakinan 95% ($\alpha = 0,05$). Prinsip pengambilan keputusan ialah: apabila nilai Sig. < 0,05 atau t hitung > t tabel, maka terdapat pengaruh nyata variabel X terhadap variabel Y; sebaliknya, apabila Sig. > 0,05 atau t hitung < t tabel, maka pengaruh tersebut tidak signifikan. Hasil pengujian parsial dapat dilihat pada Tabel 4.11 berikut:

Tabel 1. Hasil Uji Parsial (t)

Koefisien					
Model	Koefisien Tidak Standar	Koefisien Standar		T	Tanda
		B	Kesalahan Standar		
1 (Konstanta)	8.222	1.023		8.038	.000
Literasi Keuangan	.585	.048	.779	12.235	.000

a. Variabel Terikat: Minat

Sumber: Data Keluaran SPSS

Dari hasil uji, diperoleh nilai Sig. sebesar $0,000 < 0,05$ dan t hitung $12,235 > t$ tabel 2,024. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa hipotesis diterima, yang berarti variabel Literasi Keuangan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Mengaplikasikan Shopee Paylater.

Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) merefleksikan proporsi pengaruh variabel bebas yang mampu menjelaskan variasi variabel terikat. Nilai Adjusted R Square menyalurkan indikasi seberapa efektif variabel independen dalam memprediksi variabel dependen. Merujuk keluaran SPSS, hasil pengujian koefisien determinasi tersaji pada Tabel 4.12 berikut:

Tabel 2. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Ringkasan Model				
Model	R	R Persegi	R Kuadrat yang Diselaraskan	Kesalahan Standar Estimasi
1	.779a	.607	.603	1.953

a. Prediktor: (Konstan), Literasi Keuangan

Sumber: Data Keluaran SPSS

Interpretasi dari nilai R^2 sebesar 0,607 menampakkan bahwa kontribusi variabel Literasi Keuangan dalam menjelaskan Minat Mengaplikasikan Shopee Paylater mencapai 60,7%. Sementara itu, 39,3% variasi Minat dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar cakupan penelitian ini. Dengan kata lain, ada sejumlah elemen eksternal yang turut membentuk perilaku minat responden namun tidak dimasukkan dalam model analisis.

PEMBAHASAN

Hasil uji parsial (t) menampakkan bahwa variabel X , yakni literasi keuangan, mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel Y , ialah minat, dengan nilai $\text{Sig. } 0,000 < 0,05$ dan $\text{thitung } 12,235 > t \text{ tabel } 2,024$. Dengan demikian, dapat ditafsirkan bahwa literasi keuangan secara nyata memengaruhi minat masyarakat untuk mengaplikasikan Shopee Paylater, sehingga hipotesis penelitian dinyatakan diterima. Temuan ini selaras dengan penelitian Sri Wulandari (2023) dan Ratih Marisa Aprilia (2022) yang menegaskan keterkaitan positif literasi keuangan terhadap minat pengaplikasian layanan Paylater.

Analisis lebih mendalam mengungkapkan bahwa literasi keuangan berperan dalam membentuk kesadaran pengguna terhadap manfaat dan risiko finansial. Individu dengan tingkat literasi keuangan tinggi mampu menafsirkan fitur-fitur Paylater, termasuk cashback, cicilan, dan limit kredit, serta menilai risiko terkait bunga tertunda atau kemungkinan utang berlebih. Pemahaman ini memperkuat rasa percaya diri dan memicu ketertarikan untuk mengaplikasikan Paylater sebagai instrumen transaksi yang strategis.

Selain itu, literasi keuangan menaikkan kapasitas pengguna dalam pengelolaan anggaran, alokasi dana, dan prioritas kebutuhan. Konsumen yang terdidik secara finansial memanfaatkan Paylater untuk mengoptimalkan arus kas—misal, memisahkan dana belanja bulanan dari dana darurat—tanpa terjebak pada perilaku

pembelian impulsif. Literasi keuangan juga berkorelasi dengan kesadaran akan keamanan transaksi digital, enkripsi data, dan regulasi fintech, sehingga mengurangi kecemasan terkait penipuan atau pelanggaran data, sekaligus menaikkan minat mengaplikasikan layanan ini.

Dengan demikian, meskipun Paylater sering dikaitkan dengan kecenderungan konsumtif, literasi keuangan yang memadai justru menumbuhkan pengaplikasian layanan fintech secara terencana, mengedepankan keputusan pembelian yang rasional, dan meminimalkan risiko finansial bagi pengguna.

Merujuk penelaahan yang lebih komprehensif, temuan penelitian ini menegaskan bahwa literasi keuangan menyalurkan pengaruh yang nyata terhadap minat masyarakat Ujung Batu dalam memanfaatkan layanan Shopee Paylater. Dampak yang ditimbulkan tidak semata-mata terbatas pada peningkatan angka partisipasi, melainkan juga membentuk cara pandang, pola evaluasi, serta strategi pemanfaatan fitur-fitur yang tersedia secara lebih bijaksana dan terarah.

Masyarakat dengan tingkat literasi keuangan yang lebih matang cenderung mempunyai wawasan mendalam mengenai peluang sekaligus risiko yang melekat dalam pengaplikasian Shopee Paylater. Mereka mampu mengenali secara detail fasilitas yang ditawarkan, seperti potongan harga berupa cashback, fleksibilitas skema cicilan, maupun ketersediaan limit kredit. Pengetahuan tersebut juga memperlengkapi mereka untuk mengidentifikasi secara kritis potensi konsekuensi negatif, seperti penumpukan bunga yang tertunda, sanksi keterlambatan pembayaran, hingga ancaman jeratan utang yang berlebihan. Dengan kesadaran kritis ini, tingkat kepercayaan terhadap layanan meningkat sehingga mendorong kecenderungan mengaplikasikan Shopee Paylater bukan hanya sebagai sarana konsumsi, melainkan sebagai instrumen transaksi yang lebih strategis.

Di samping itu, literasi keuangan juga memperkuat keterampilan individu dalam merancang serta mengatur alokasi anggaran secara lebih sistematis. Responden dengan literasi yang tinggi menampakkan disiplin dalam memilah antara pengeluaran primer, kebutuhan jangka pendek, dan dana darurat. Kebiasaan ini menjadikan mereka lebih terkendali dalam mengaplikasikan Shopee Paylater, menjaga kelancaran arus kas, sekaligus menghindarkan diri dari perilaku konsumtif impulsif yang berpotensi mengguncang kestabilan finansial pribadi.

Lebih jauh lagi, literasi keuangan tampak sebagai katalisator utama dalam memperkuat persepsi keamanan pengguna terhadap transaksi digital. Pengetahuan mendalam mengenai mekanisme enkripsi data, proteksi privasi, dan kepatuhan terhadap regulasi fintech yang berlaku menghadirkan rasa aman dan nyaman ketika individu mengakses layanan digital seperti Shopee Paylater. Kesadaran akan struktur perlindungan ini berfungsi sebagai peredam kekhawatiran terhadap potensi penipuan atau kebocoran informasi pribadi, yang secara langsung menaikkan tingkat minat dan kepercayaan mereka terhadap layanan tersebut.

Walaupun layanan Paylater kerap diasosiasikan dengan risiko perilaku konsumtif dan pembelian impulsif, temuan penelitian ini justru menegaskan bahwa literasi keuangan berperan sebagai mekanisme mitigasi yang signifikan. Individu dengan literasi keuangan yang matang mampu membedakan secara tegas antara kebutuhan dan keinginan, sehingga pemanfaatan layanan fintech dapat berlangsung secara terukur, bijak, dan bertanggung jawab. Dengan demikian, literasi keuangan bukan hanya mengurangi perilaku konsumtif, tetapi juga mendorong pengaplikasian layanan keuangan digital secara optimal, berkelanjutan, dan strategis.

Secara lebih spesifik, literasi keuangan memainkan peran fundamental dalam membentuk minat dan pola perilaku individu terkait Shopee Paylater. Literasi ini tidak sebatas pemahaman terhadap konsep

keuangan dasar, melainkan mencakup wawasan komprehensif mengenai berbagai manfaat dan risiko yang melekat pada layanan digital tersebut. Pengguna dengan literasi keuangan tinggi biasanya memahami fitur-fitur layanan seperti program cashback yang menurunkan biaya, opsi pembayaran cicilan yang fleksibel, dan limit kredit yang selaras dengan profil risiko dan kapasitas finansial masing-masing. Pengetahuan ini memungkinkan evaluasi kritis terhadap risiko seperti bunga keterlambatan, denda yang dapat menambah beban, dan akumulasi utang yang tidak terkendali bila layanan diaplikasikan tanpa perhitungan. Kesadaran semacam ini memupuk rasa percaya diri serta minat yang lebih besar untuk mengaplikasikan Shopee Paylater sebagai instrumen transaksi yang strategis dan terencana, bukan sekadar sarana konsumsi impulsif.

Selanjutnya, literasi keuangan tampak sebagai instrumen yang menajamkan kapasitas individu dalam mengatur alokasi anggaran pribadi secara presisi dan efisien. Pengguna Shopee Paylater dengan pemahaman finansial yang tinggi menampakkan disiplin dalam membedakan antara dana untuk kebutuhan rutin dan cadangan darurat. Mereka mampu menata pengeluaran secara strategis, menjaga keseimbangan arus kas pribadi, serta menekan kecenderungan belanja impulsif yang dapat mengganggu stabilitas keuangan jangka panjang. Fenomena ini menegaskan bahwa literasi keuangan menjadi fondasi bagi perilaku konsumsi yang sadar, tertata, dan bertanggung jawab, sehingga pengaplikasian Shopee Paylater bertransformasi menjadi bagian dari pengelolaan finansial yang efektif.

Lebih jauh lagi, literasi keuangan berperan sebagai katalis bagi pemahaman keamanan transaksi digital, yang ialah elemen krusial dalam menumbuhkan rasa percaya pengguna terhadap layanan fintech. Individu yang menguasai konsep keamanan seperti enkripsi data, proteksi privasi, serta regulasi dan standar tekfin cenderung lebih nyaman dan aman ketika mengaplikasikan

layanan digital seperti Shopee Paylater. Kesadaran terhadap mekanisme perlindungan ini meminimalkan kecemasan terkait risiko penipuan, penyalahgunaan data pribadi, atau kebocoran informasi, sehingga menaikkan minat dan keterbukaan mereka untuk memanfaatkan layanan secara optimal.

Meskipun Paylater kerap diidentikkan dengan perilaku konsumtif dan pembelian impulsif, hasil penelitian ini menegaskan literasi keuangan sebagai perisai protektif yang signifikan. Individu dengan literasi finansial memadai mampu membedakan kebutuhan dan keinginan secara tegas, memungkinkan pemanfaatan Shopee Paylater secara lebih terstruktur, bijak, dan bertanggung jawab. Dengan demikian, literasi keuangan tidak sekadar mengendalikan perilaku konsumtif, tetapi juga mendorong adopsi inovasi keuangan digital secara positif, optimal, dan berkelanjutan.

Merujuk temuan ini, penguatan program edukasi literasi keuangan di masyarakat Ujung Batu menjadi langkah strategis dan esensial. Program semacam ini tidak hanya menaikkan minat pengaplikasian layanan keuangan digital seperti Shopee Paylater, tetapi yang lebih penting, memastikan pengaplikasiannya berlangsung dengan bijak, aman, dan bertanggung jawab. Dengan pemahaman literasi keuangan yang mendalam dan komprehensif, masyarakat akan lebih percaya diri dalam mengoptimalkan teknologi finansial, merencanakan keuangan secara matang, dan membangun kestabilan finansial jangka panjang. Hasilnya, kesejahteraan ekonomi komunitas akan meningkat secara berkelanjutan, menciptakan fondasi keuangan pribadi yang sehat dan tangguh untuk masa depan.

SIMPULAN

Merujuk analisis temuan yang dijabarkan pada Bab IV, penelitian ini menegaskan bahwa literasi keuangan memegang peran penting dalam membentuk minat masyarakat Ujung Batu terhadap pengaplikasian Shopee Paylater. Semakin mendalam pemahaman individu mengenai

konsep, risiko, dan pengelolaan keuangan, semakin besar pula kecenderungan mereka untuk memanfaatkan layanan Paylater sebagai alat transaksi yang strategis dan terencana.

DAFTAR RUJUKAN

- Alexander, A., & Kadafi, M. A. (2018). Analisis abnormal return dan Trading Volume Catriana, Elsa. 2020. "E-Commerce Mana Yang Paling Banyak Digunakan Untuk Belanja Online Saat Puasa?" Kompas.Com. 2020. <https://amp.kompas.com/money/read/2020/07/06/081700426/e-commerce-mana-yang-paling-banyak-digunakan-untuk-belanja-online-saat-puasa>.
- Darmawan, Erlangga Satya. 2022. "Hasil Riset Ipsos: Shopee Jadi E-Commerce Yang Paling Banyak Digunakan Pada 2021." Kompas.Com. 2022. <https://amp.kompas.com/money/read/2022/01/31/204500426/hasil-riset-ipsos-shopee-jadi-e-commerce-yang-paling-banyak-digunakan-pada>.
- Isparwati, Rini. 2021. "Ini Besaran Bunga Shopee Pay Later Yang Harus Anda Ketahui." Riniisparwati.Com. 2021. <https://riniisparwati.com/bunga-shopee-paylater/>.
- Kurnia, Riza Dian. 2021. "Shopee Indonesia: Cara Download, Jualan, Belanja, Hingga Kredit." Qoala.App. 2021. <https://www.qoala.app/id/blog/bisnis/apa-itu-shopee-indonesia/#>.
- Kusuma, Patra, Nyoman." Pengaruh literasi keuangan terhadap inklusi keuangan melalui financial technology pada UMKM di Bandar Lampung".vol.4/ No.5. 2020
- OJK. "Hasil Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan Tahun 2022." ojk.go.id. Last modified 2022. Diakses Januari 18, 2023.

- Organization for economic co-operation and development (OECD), 2015. "national strategies for financial education : OECD/INFE policy handbook", paris. OECD.
- Otoritasa Jasa Keuangan (OJK). 2013b. "survei nasional literasi keuangan indonesia". 2017b. "survei nasional literasi dan inklusi keuangan indonesia", OJK. Jakarta
- Sugiyono, Metode penelitian kuantitatif, kualitatif (Bandung Alfabeta, 2019), h. 23 Otoritas Jasa Keuangan (OJK). 2015. "studi literatur: peran regulator dalam mendorong peningkatan literasi dan inklusi keuangan." OJK. Jakarta.
- Wahyuni, Nuraida, and Akbar Gunawan, Ade Irman Saeful Mutaqin S. 2019. "Pengenalan Dan Pemanfaatan Marketplace E- Commerce Untuk Pelaku Ukm Wilayah Cilegon." Pengabdian Dinamika 1: 31–39. <https://jurnal.untirta.ac.id/index.php/Dinamika/article/view/8758>.
- Puteri, C. P. W. (2020). Analisis Harga Pasar Saham Relatif Dan Trading Volume Activity Sebelum Dan Sesudah Stock split Pada Perusahaan PT . HM Sampoerna Tbk. Seminar Nasional Ilmu Terapan (SNITER), 6(1), 1–11.
- Putra, A. S. (2019). Anak Muda Miliarder Saham (W. Yoevestian (ed.)). PT Alex Media Komputindo.
- Putra, P. G. A., & Suaryana, I. G. N. A. (2019a). Reaksi Pasar Atas Pengumuman Stock split. E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana, 27(2), 1448–1471. <http://www.tjybjb.ac.cn/CN/article/downloadArticleFile.do?attachType=PDF&id=9987>
- Rachmawati, I. D., & Rahayu, Y. (2017). Kinerja Keuangan Terhadap Return Saham. Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi, 6(7), 1–20. <https://doi.org/10.32832/inovator.v8i1.1839>
- Raflis, R. (2022). Analisis Pengaruh Stock split Terhadap Harga Saham , Volume Perdagangan Dan Abnormal Return Pada Perusahaan Yang Tergabung Dalam Lq45 Periode 2017-2019. 1(1), 37–41.
- Rahayu, D., & Wahyu, M. (2017). Pengaruh Pemecahan Saham (Stock split) Terhadap Return Saham, Bid-Ask Spread Dan Trading Volume Activity Pada Perusahaan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2009 – 2013. Jurnal Akuntansi, 11(1), 118–134. <https://doi.org/ISSN:2087-9261>
- Rahmatullah, D. D. (2019). Pengaruh Profitabilitas Dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Struktur Modal Sebagai Variabel Intervening. Jurnal Akuntansi AKUNESA, 7(2). <https://www.ptonline.com/articles/how-to-get-better-mfi-results>
- Samudra, B., & Ardini, L. (2020). Pengaruh Struktur Modal, Kinerja Keuangan, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Harga Saham Liris Ardini Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya. Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi, 9(5), 19.
- Sanusi, F. valentino, & Herbert, K. (2018). Pengaruh Stock split Terhadap Likuiditas Emiten Di Bursa Efek Indonesia. Jurnal Riset Akuntansi & Keuangan, 6(2), 211–220. <https://doi.org/10.17509/jrak.v6i2.11869>
- Setiani, T., & Chinta, C. D. (2022). Analisis Perbedaan Harga Saham Sebelum Dan Sesudah Stock split (Pemecahan Saham) Pada Perusahaan Go Public Di Bursa Efek Indonesia. Jurnal Akuntansi, 15(1), 69–79.
- Sudana, I. M., & Nurul, I. (2008). Leverage Keuangan dan Likuiditas Saham Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Jakarta. Manajemen Teori Dan Terapan, 3, 127–143.
- Trijunanto, E. (2016). Analisis Pengaruh Pemecahan Saham (Stock split)

- Terhadap Abnormal Return Saham Dan Likuiditas Saham Pada Perusahaan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2011-2015. *Perbanas Review*, 2(1).
http://journal.perbanas.id/index.php/perbanas_review/article/view/285
- Widianiningsih, D., Dewi, R. R., & Siddi, P. (2021). LDR,ROA DAN BOPO Terhadap Harga Saham. *Journal of Economics Development Issues (JEDI)*, 4(1), 399–409.
- Yuliastri, T. (2008). Analisis Faktor-faktor yang mempengaruhi Bid-Ask Spread Sebelum dan Sesudah Stock split di Bursa Efek Jakarta Tahun 2001-2005 [Universitas Diponegoro].
<http://eprints.undip.ac.id/>
- Zulfikar. (2016). Pengantar Pasar Modal Dengan Pendekatan Statistika. Deepublish.