

**PENGUNAAN SHOPEE *PAY LATER* SEBAGAI GAYA HIDUP
KONSUMTIF PADA MAHASISWA
(STUDI PADA MAHASISWA FISIP UNSRI ANGKATAN 2021)**

SKRIPSI

Disusun untuk memenuhi sebagian persyaratan mencapai derajat Sarjana Strata (S1) Ilmu
Komunikasi



Disusun oleh:

NIA NURHALIZA

07031382126305

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
2025**

HALAMAN PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI

**PENGUNAAN SHOPEE *PAY LATER* SEBAGAI GAYA HIDUP KONSUMTIF
PADA MAHASISWA**

(STUDI PADA MAHASISWA FISIP UNSRI ANGKATAN 2021)

SKRIPSI

Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana S-1 Ilmu Komunikasi

Oleh:

NIA NURHALIZA

07031382126305

Pembimbing I

1. Krisna Murti, S.I.Kom., MA
NIP. 198307252019031010

Pembimbing II

2. Karerek, S.Sos., M.I.Kom
NIP. 199210302023211021

Tanda Tangan



**Mengetahui,
Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi**

Dr. Muhammad Husni Thamrin, M. Si
NIP. 196405061992031001

HALAMAN PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

PEMGUNAAN SHOPEE *PAY LATER* SEBAGAI GAYA HIDUP KONSUMTIF
PADA MAHASISWA
(STUDI PADA MAHASISWA FISIP UNSRI ANGKATAN 2021)

SKRIPSI

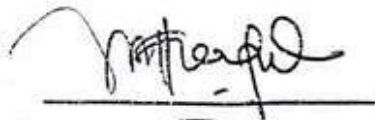
Oleh:

NIA NURHALIZA
07031382126305

Telah dipertahankan di Depan Komisi Penguji Pada tanggal 18 September 2025 dan
Dinyatakan Telah Memenuhi Syarat

KOMISI PENGUJI

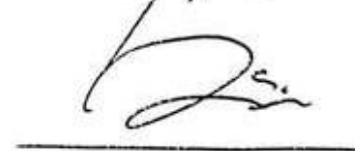
Mutiah, S.Ses., M.I.Kom
NIP. 198501132015042002
Ketua Penguji



Misni Astuti, S.Sos., M.I.Kom
NIP. 198503102023212034
Sekretaris Penguji



Krisna Murti, S.I.Kom., MA
NIP. 198807252019031010
Anggota



Karerek, S. Sos., M.I.Kom
NIP. 199210302023211021
Anggota



Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi,



Dr. Muhammad Husni Thamrin, M.Si.
NIP. 196406061992031001

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nia Nurhaliza

NIM : 07031382126305

Tempat dan Tanggal Lahir : Pengandonan, 28 April 2003

Jurusan : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : Penggunaan Shopee *Paylater* Sebagai Gaya Hidup Konsumtif Pada Mahasiswa (Studi Pada Mahasiswa FISIP Unsri Angkatan 2021)

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa;

1. Seluruh data, informasi serta pernyataan dalam pembahasan dan kesimpulan yang disajikan dalam karya ilmiah ini, kecuali yang disebutkan sumbernya adalah merupakan hasil pengamatan, penelitian, pengolahan serta pemikiran saya dengan pengarahannya dari pembimbing yang ditetapkan.
2. Karya ilmiah yang saya tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapat gelar akademik baik di Universitas Sriwijaya maupun di perguruan tinggi lainnya.

Demikianlah pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan apabila di kemudian hari ditemukan bukti ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademis berupa pembatalan gelar yang saya peroleh melalui pengajuan karya ilmiah ini.

Palembang, 18 September 2025

Yang membuat pernyataan



NIA NURHALIZA
NIM. 07031382126305

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

وُسْعَهَا إِلَّا نَفْسًا اللَّهُ يُكَلِّفُ لَا

"Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya"

(QS. Al-Baqarah:286)

PERSEMBAHAN

Tiada ada lembar paling indah selain kalimat persembahan. Skripsi ini saya persembahkan sebagai tanda bukti kesungguhan saya menyelesaikan S1 untuk mama dan papa, yuk Ayu, kak Riki, Beryl dan almh Aisyah yang ada disurga. Mereka adalah sosok dibalik layar atas semua pencapaian peneliti hingga saat ini, tanpa kehadirannya dapat dipastikan tidak akan ada di titik ini.

ABSTRACT

The phenomenon of Shopee Paylater service usage among university students is linked to shifts in consumption behavior. This study aims to analyze the use of Shopee Paylater as a symbol of a consumptive lifestyle among students from the Faculty of Social and Political Sciences (FISIP) of Sriwijaya University, class of 2021. A qualitative approach was used, using descriptive methods, through in-depth interviews with eight informants who actively use the service. Analysis using Jean Baudrillard's symbolic consumption theory revealed that this consumptive behavior emphasizes symbolic and sign values over use values. The results show that students utilize Shopee Paylater not only to meet functional needs but also as a means to build self-image, follow trends, and demonstrate social presence. In conclusion, Shopee Paylater has become a representation of students' social identity, where use of this service reflects an image of modern, confident individuals who are in tune with their environment.

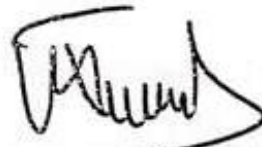
Keywords: *Shopee Paylater, Lifestyle, Symbolic Consumption, University Students, Social Identity*

Advisor I



Krisna Murti, S.I.Kom., MA
NIP. 198807252019031010

Advisor II



Karerek, S.Sos., M.I.Kom
NIP. 199210302023211021

Head of Communication Departement



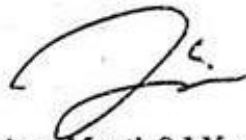
Dr. Muhammad Husni Thamrin, M. Si
NIP. 196406061992031001

ABSTRAK

Fenomena penggunaan layanan Shopee *Paylater* di kalangan mahasiswa terkait pergeseran perilaku konsumsi. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penggunaan Shopee *Paylater* sebagai simbol gaya hidup konsumtif pada mahasiswa FISIP Universitas Sriwijaya angkatan 2021. Pendekatan yang digunakan adalah kualitatif dengan metode deskriptif melalui wawancara mendalam terhadap delapan informan yang aktif menggunakan layanan tersebut. Analisis menggunakan teori konsumsi simbolik Jean Baudrillard mengungkap bahwa perilaku konsumtif ini lebih menonjol pada nilai simbol dan nilai tanda dibandingkan nilai guna. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa memanfaatkan Shopee *Paylater* bukan hanya untuk memenuhi kebutuhan fungsional, tetapi juga sebagai sarana untuk membangun citra diri, mengikuti *tren*, dan menunjukkan eksistensi sosial. Kesimpulannya, Shopee *Paylater* telah menjadi representasi identitas sosial mahasiswa, di mana penggunaan layanan ini mencerminkan citra sebagai individu *modern*, percaya diri, dan selaras dengan lingkungannya.

Kata Kunci: Shopee *Paylater*, Gaya Hidup, Konsumsi Simbolik, Mahasiswa, Identitas Sosial

Pembimbing I



Krisna Murti, S.I.Kom., MA
NIP. 198807252019031010

Pembimbing II



Karerekt. S.Sos., M.I.Kom
NIP. 199210302023211021



Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi

Dr. Muhammad Husni Thamrin, M. Si
NIP. 196406061992031001

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat, hidayah serta karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul “Penggunaan Shopee *Paylater* Sebagai Gaya Hidup Konsumtif Pada Mahasiswa (Studi Pada Mahasiswa FISIP Unsri Angkatan 2021)”. Shalawat berserta salam semoga senantiasa tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW, kepada keluarganya para sahabat, serta pengikutnya hingga akhir zaman. Penulisan skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana pada Jurusan Ilmu Komunikasi di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP) Universitas Sriwijaya.

Penyusunan dan penulisan skripsi ini dapat berjalan dengan baik karena mendapatkan bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Allah SWT., yang telah memberikan kemudahan dan kekuatan selama pembuatan skripsi ini.
2. Bapak Prof. Dr. Taufiq Marwa, S.E., M.Si. selaku Rektor Universitas Sriwijaya.
3. Bapak Dr. Ardiyan Saptawan, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya beserta jajaran pengurus Dekanat lainnya.
4. Bapak Dr. M. Husni Thamrin, M. Si. selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya.
5. Bapak Krisna Murti, S.I.Kom., MA. selaku Dosen Pembimbing I dan bapak Karerek, S.Sos., M.I.Kom. selaku Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktu, membagikan ilmu serta memberikan arahan dan motivasi selama penyusunan proposal skripsi hingga penulisan skripsi kepada peneliti dengan penuh ketulusan.
6. Seluruh Bapak/Ibu Dosen beserta Staf Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya yang telah memberikan ilmu, arahan dan semangat selama peneliti berkuliah.

7. Mama Leny Marlina dan papa Rori Martin, terimakasih kedua orang tuaku yang selalu ada serta mendukung peneliti hingga saat ini. Rasanya ucapan di kata pengantar ini tidak dapat menuliskan semua kebaikan kalian, mama dan papa rela melakukan apapun untukku agar semuanya berjalan dengan lancar. Terimakasih untuk setiap tetes keringat yang bercucuran, terik matahari yang membuat kulit terbakar, hingga rela menembus dinginnya hujan yang kadang kala seringkali membuat sakit, semua kalian hadapi di umur yang sudah tidak muda lagi demi untuk menyelesaikan pendidikan anak bungsu ini, dengan memastikan semua kebutuhanku tercukupi dan terpenuhi di kota rantau. Maaf belum bisa membahagiakan kalian hingga saat ini, semoga dengan kelulusan ini dapat menjadi jalan bagiku untuk menggapai masa depan yang indah agar bisa membahagiakan serta membanggakan mama dan papa nantinya. Semoga mama dan papa sehat selalu, panjang umur, dilancarkan rezeki serta segala urusan kalian, dan selalu dalam lindungan oleh Allah SWT.
8. Saudari kandungku Rahayu Martin dan kakak ipar Riki Tarnado. Kalian adalah sosok kedua dibalik layar atas semua pencapaianku hingga saat ini. Terimakasih untuk segala bantuan baik itu berupa materil dan moril yang kalian berikan selama ini. Untuk yuk ayu, aku tau engkau sangat menyayangi diriku, semua rela kau lakukan agar aku tidak merasa kekurangan dalam hal apapun. Dari dulu engkau tidak pernah melupakan aku sebagai adikmu, semua kau cukupkan kebutuhanku dari hasil gajimu. Ucapan ini rasanya tidak cukup untuk menjelaskan kebaikanmu kepadaku.
9. Radinka Beryl Tarnado, sejak hadirnya dirimu aku bertambah peran menjadi seorang onty. Kasih sayang onty ke beryl tidak dapat diukur dengan apapun, sekarang tujuan onty juga ingin membahagiakan beryl nantinya dengan mencukupkan dan memastikan semua keinginan dan kebutuhan beryl tercukupi, sama halnya yang dilakukan mama beryl untuk onty. Beryl akan selalu onty banggakan dihadapan siapapun dan tidak ada yang boleh menyakiti beryl sampai kapanpun. Semoga beryl dapat bertumbuh besar dengan kasih sayang yang besar diberikan mama dan papa, oma dan opa, onty serta keluarga lain.

10. Almh Aisyah Putri Tarnado, maaf onty tidak sempat bertemu pada saat sebelum Aisyah pergi untuk selamanya. Semoga Aisyah selalu bahagia disana, ada Nabi Ibrahim AS dan Sarah yang menjaga Aisyah di surga, semoga Aisyah dapat mengajak mama dan papa nya untuk masuk ke surga juga.
11. Nia Nurhaliza, terimakasih kepada diriku sendiri karena telah mampu menyelesaikan Pendidikan S1 di Universitas Sriwijaya pada Prodi Ilmu Komunikasi. Walaupun rasanya berat, terimakasih untuk tidak menyerah dan selalu berusaha melakukan apapun dengan semaksimal mungkin.
12. Seluruh keluarga tercinta, terimakasih atas segala dukungannya selama ini, baik dukungan moral dan finansial yang tidak henti-hentinya yang diberikan kepada peneliti agar selalu bersemangat menyelesaikan S1.
13. Jodhi Trio Fernando, sosok yang ditemui peneliti di kantor Bapenda Kota Palembang bulan Maret 2024. Terimakasih selalu ada baik suka maupun duka, menjadi tempat berkeluh kesah peneliti. Terimakasih untuk setiap kata “iya” yang selalu diucapkan kepada peneliti, rasa sabar yang begitu luas dan setiap usaha yang selalu diusahakan.
14. Nabila Putri, teman peneliti pada saat SMP di Kota Pagaralam. Terimakasih telah menemani peneliti di kota rantauan ini dari awal perkuliahan hingga saat ini. Tidak ada yang tau masa depan kita nanti seperti apa?. Apakah momen skripsian ini akan menjadi akhir pertemuan kita atau tidak. Tetapi, semoga pertemanan kita tidak akan pernah berakhir sampai kapanpun.
15. Feggy Iscita Amma Utami, Maryam Jamilah dan Veni Renista, teman perkuliahan peneliti pada konsentrasi Jurnalistik. Terimakasih untuk segala dukungan serta bantuan kalian selama ini, peran kalian begitu berarti untuk peneliti. Semoga suatu hari nanti kita dipersatukan kembali dengan versi terbaik kita masing-masing. Peneliti akan selalu rindu momen kebersamaan dengan kalian.
16. Syadza Aulia, teman SMA peneliti. Terimakasih telah menjadi teman yang begitu baik kepada peneliti, momen saat itu sungguh indah.
17. Ajeng Tri Anjani, teman SMP peneliti. Terimakasih telah menjadi teman yang tidak pernah berubah dan selalu ada untuk peneliti.

18. Arung Safta Al Munawar, Muhammad R Khadafi dan Handyka Juniansyah, terimakasih telah kebersamai peneliti dan teman-teman lainnya, yang telah menjadi teman seperjuangan skripsi peneliti.
19. Terimakasih kepada teman-teman kelas B Ikom Palembang dan kelas Jurnalistik Ikom Palembang Angkatan 2021.

Semoga segala bantuan yang telah diberikan kepada penulis mendapatkan balasan dari Allah SWT,. Dalam penulisan skripsi ini tentunya terdapat banyak kekurangan dari berbagai aspek, mulai dari kualitas ataupun kuantitas dari materi penelitian yang disajikan. Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna sehingga penulis membutuhkan kritik dan saran yang bersifat membangun untuk kemajuan ilmu pengetahuan di masa yang akan datang.

Palembang, 18 September 2025

Nia Nurhaliza

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI	iii
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI	iv
PERNYATAAN ORISINALITAS	v
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	vi
ABSTRACT.....	vii
ABSTRAK.....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	8
1.4.2 Manfaat Praktis	9
BAB II	10
TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1 Landasan Konseptual.....	10
2.2 Konsumsi Simbolik	10
2.3 Shopee <i>Paylater</i>	11
2.4 Gaya Hidup Konsumtif.....	13
2.5 Mahasiswa FISIP Unsri Angkatan 2021.....	16
2.6 Teori yang digunakan	18
2.6.1 Teori Konsumsi Simbolik oleh Jean Baudrillard.....	18

2.6.2 Teori Gaya Hidup Konsumtif Menurut Colin Campbell.....	19
2.7 Kerangka Teoritis	21
2.8 Kerangka Pemikiran	24
2.9 Penelitian Terdahulu	26
BAB III	31
METODE PENELITIAN	31
3.1 Desain Penelitian.....	31
3.2 Definisi Konsep	32
3.3 Fokus Penelitian	34
3.4 Unit Analisis.....	35
3.5 Informan Penelitian	35
3.5.1 Kriteria Informan	36
3.5.2 <i>Key Informant</i>	36
3.6 Jenis Data dan Sumber Data	37
3.6.1 Jenis data	37
3.6.2 Sumber data	38
3.7 Teknik Pengumpulan Data.....	38
3.7.1 Wawancara	39
3.7.2 Observasi	39
3.7.3 Dokumentasi	40
3.8 Teknik Keabsahan Data	41
3.8.1 Triangulasi Sumber Data.....	41
3.9 Teknik Analisis Data	42
BAB IV	43
GAMBARAN UMUM PENELITIAN	43
4.1 Gambaran Umum	43
4.1.1 Shopee Indonesia.....	43
4.1.1.1 Sejarah singkat Shopee Indonesia	43
4.1.1.2 Profil Shopee Indonesia.....	43
4.1.1.3 Logo Shopee	44
4.1.1.4 Visi dan Misi Shopee Indonesia	44
4.1.2 Shopee <i>Paylater</i>	44
4.1.2.1 Aktivasi Shopee <i>Paylater</i>	45

4.1.2.2 Tampilan Depan Shopee <i>Paylater</i>	48
4.1.2.3 Fitur Shopee <i>Paylater</i>	50
4.2 Profil Informan.....	57
4.2.1 Informan FIAU	58
4.2.2 Informan MRK	59
4.2.3 Informan NP	60
4.2.4 Informan JTF	60
4.2.5 Informan VR.....	61
4.2.6 Informan HJ.....	62
4.2.7 Informan AV	62
4.2.8 Informan ASA.....	63
BAB V.....	65
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	65
5.1 Hasil Temuan Lapangan	66
5.1.1 Nilai Fungsi (<i>The Functional Value</i>)	71
5.1.2 Dimensi Nilai Tukar (<i>The Exchange Value</i>)	74
5.1.3 Dimensi Nilai Simbolik (<i>The Symbolic Value</i>)	79
5.1.4 Dimensi Nilai Tanda (<i>The Sign Value</i>)	82
5.2 Pembahasan.....	86
5.2.1 Penggunaan Shopee <i>Paylater</i> dan Gaya Hidup Konsumtif Mahasiswa.....	92
5.2.2. Shopee <i>Paylater</i> dalam Perspektif Teori Konsumsi Simbolik Jean Baudrillard.....	97
BAB VI.....	101
KESIMPULAN DAN SARAN.....	101
6.1 Kesimpulan	101
6.2 Saran	102
6.2.1 Saran Teoritis.....	102
6.2.2 Saran Praktis	102
DAFTAR PUSTAKA.....	104
LAMPIRAN	107

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	26
Tabel 3. 1 Fokus Penelitian	34
Tabel 3. 2 Informan Kunci	37
Tabel 4. 1 Tingkatan <i>Level SPayLater</i>	52
Tabel 4. 2 Profil Informan.....	57

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Jumlah Pengguna <i>Paylater</i> di Indonesia Menurut Kelompok Usia Tahun 2023.....	2
Gambar 1. 2 Layanan <i>Paylater</i> yang sering digunakan di Indonesia Tahun 2021..	3
Gambar 1. 3 Intensitas Penggunaan <i>Paylater</i> Sebelum dan Selama Pandemi	4
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran	25
Gambar 4. 1 Logo Shopee.....	44
Gambar 4. 2 Shopee <i>Paylater</i>	45
Gambar 4. 3 Cara Aktivasi Shopee <i>Paylater</i>	46
Gambar 4. 4 Tampilan Depan Shopee <i>Paylater</i>	48
Gambar 4. 5 <i>SPayLater Level</i>	51
Gambar 4. 6 <i>SPayLater Limit Xtra</i>	53
Gambar 4. 7 Tampilan Tagihan di Shopee <i>Paylater</i>	54
Gambar 4. 8 Fitur Tambahan Pada Menu Shopee <i>Paylater</i>	55
Gambar 4. 9 <i>QRIS Paylater</i>	57

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I. Pedoman Wawancara.....	110
Lampiran II. Hasil Wawancara Informan.....	111
Lampiran III. Dokumentasi Informan.....	127
Lampiran IV. Daftar Hasil Suliet.....	133
Lampiran V. Surat Keterangan Pengecekan Similaritas Pembimbing I.....	134
Lampiran VI. Surat Keterangan Pengecekan Similaritas Pembimbing II.....	135
Lampiran VII. Hasil Bukti Turnitin	136
Lampiran VIII. Halaman Persetujuan Seminar Proposal.....	137
Lampiran IX. Lembar Perbaikan Seminar Proposal.....	138
Lampiran X. Kartu Bimbingan Skripsi Pembimbing I.....	139
Lampiran XI. Kartu Bimbingan Skripsi Pembimbing II.....	140
Lampiran XII. Daftar Hadir Seminar Proposal.....	141

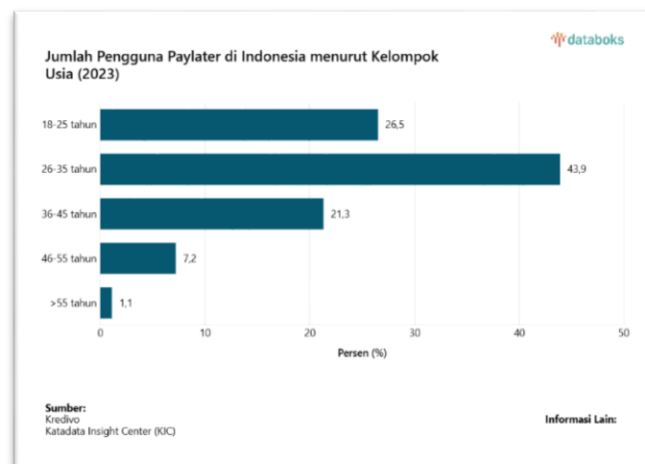
BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi telah memberikan dampak yang signifikan terhadap perubahan di berbagai bidang, salah satu hasil perkembangan teknologi dan komunikasi pada dunia *digital* dengan munculnya *e-commerce* yang dapat memberikan kemudahan dalam melakukan transaksi jual beli barang secara *online*. *E-commerce* adalah proses transaksi jual beli barang atau jasa yang dilakukan penjual dan pembeli secara elektronik dengan memanfaatkan jaringan internet agar dapat terhubung satu sama lain. *E-commerce* memberikan peluang bagi pelaku usaha dalam melakukan bisnis dengan memanfaatkan jaringan internet yang dapat menjangkau konsumen dimana saja dan kapan saja tanpa batas. Saat ini *e-commerce* menjadi salah satu kebutuhan wajib hampir semua kalangan, karena adanya *e-commerce* dapat memberikan kemudahan dan kenyamanan jual beli barang tanpa harus bertatap muka secara langsung.

E-commerce menyediakan layanan pembayaran *non-tunai*, salah satunya layanan *Peer To Peer Lending* atau yang lebih dikenal dengan *Paylater* yang merupakan bentuk pengadopsian dari sistem kredit atau cicilan. Layanan ini telah memiliki peminat yang cukup tinggi di kalangan masyarakat Indonesia, tidak terkecuali di kalangan mahasiswa.



Gambar 1. 1 Jumlah Pengguna *Paylater* di Indonesia Menurut Kelompok Usia Tahun 2023

Sumber: (Muhamad, 2024)

Berdasarkan hasil data dari *Databoks*, pengguna layanan *Paylater* di Indonesia pada tahun 2023 didominasi oleh kelompok usia 26–35 tahun dengan persentase mencapai 43,9%, kelompok usia ini menjadi mayoritas dibandingkan dengan kelompok lainnya. Selanjutnya, pengguna berusia 18–25 tahun menyumbang 26,5%, menunjukkan bahwa kalangan muda juga cukup aktif menggunakan layanan ini. Sementara itu, kelompok usia 36–45 tahun berada di angka 21,3%, diikuti oleh usia 46–55 tahun sebesar 7,2%. Adapun kelompok usia di atas 55 tahun tercatat paling sedikit, hanya 1,1%. Hasil data tersebut mengindikasikan bahwa layanan *Paylater* lebih banyak dimanfaatkan oleh generasi muda hingga usia produktif, sedangkan pengguna dari kalangan usia lebih tua relatif minim.

Salah satu *platform* yang menyediakan layanan *Paylater* di Indonesia adalah Shopee yang menghadirkan layanan tersebut guna meningkatkan penggunaan serta

memberikan kenyamanan dan kemudahan. Sejak hadirnya layanan tersebut, Shopee *Paylater* berhasil menarik perhatian masyarakat Indonesia dengan penggunaan layanan *Paylater* yang paling sering digunakan dibandingkan dengan *Paylater* di berbagai *e-commerce* lainnya.



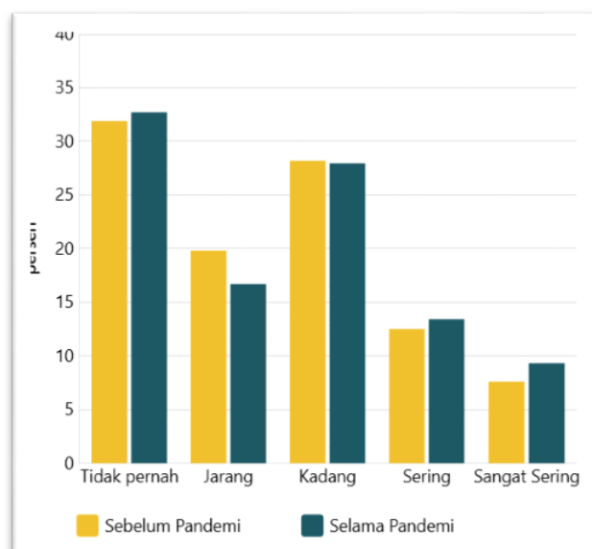
Gambar 1. 2 Layanan *Paylater* yang sering digunakan di Indonesia Tahun 2021

Sumber: (Angelia, 2022)

Berdasarkan data dari *Dailysocial.id* yang kemudian diolah oleh *GoodStats* bahwa Shopee *Paylater* menjadi layanan yang paling dominan dengan tingkat penggunaan mencapai 78,4%, menunjukkan bahwa mayoritas pengguna lebih memilih layanan ini dibandingkan *platform* lain. Dengan *GoPayLater* berada di posisi kedua dengan 33,8%, diikuti oleh *Kredivo* dengan 23,2%, serta *Akulaku* yang mencatat persentase 20,4%. Adapun *Traveloka Paylater* hanya digunakan oleh 8,6% pengguna, sementara *Indodana* dan *Home Credit* memiliki persentase yang relatif kecil, yaitu 3,3% dan 2,8%. Kategori “lainnya”, yang mencakup berbagai layanan serupa dengan pangsa pasar lebih kecil, hanya mencatat 0,4%.

Data tersebut memberikan gambaran yang jelas *Shopee Paylater* berhasil menarik perhatian masyarakat dengan dominasi yang sangat signifikan, hampir dua kali lipat dibandingkan layanan terbesar kedua. Angka ini sekaligus mencerminkan bahwa strategi pemasaran, kemudahan akses, serta fitur-fitur yang ditawarkan *Shopee Paylater* menjadi pilihan utama masyarakat Indonesia dalam mengakses layanan “bayar nanti”.

Keamanan dan kenyamanan yang diberikan *Shopee* mampu menciptakan kebiasaan masyarakat yang akan cenderung terus menerus menggunakan layanan. Menurut temuan riset yang dilakukan oleh *Research Institute of Socio-Economic Development* (RISED), masyarakat menunjukkan kecenderungan memanfaatkan layanan “bayar nanti” sebagai salah satu cara untuk mengatur dan mengelola pengeluaran mereka.



Gambar 1. 3 Intensitas Penggunaan *Paylater* Sebelum dan Selama Pandemi

Sumber: (Bayu, 2021)

Berdasarkan survei yang dilakukan oleh *Dailysocial* pada Desember 2021, Shopee *Paylater* tercatat sebagai layanan “bayar nanti” yang paling banyak dipilih masyarakat, baik sebelum maupun setelah masa pandemi. Menurut data dari *Databoks* (2022), Shopee *Paylater* menempati posisi teratas dalam persentase penggunaan layanan *Paylater*. Popularitas ini didorong oleh berbagai keuntungan yang ditawarkan kepada konsumen, seperti potongan harga, perlindungan asuransi, voucher promo, *cashback*, serta pilihan cicilan yang dapat disesuaikan dengan kebutuhan dan kemampuan pengguna.

Selain itu, proses pendaftaran Shopee *Paylater* dinilai lebih cepat dan praktis dibandingkan dengan pengajuan kartu kredit. Jika pembuatan kartu kredit membutuhkan waktu lebih lama dan persyaratan dokumen yang lebih kompleks, Shopee *Paylater* hanya memerlukan identitas diri berupa Kartu Tanda Penduduk (KTP), verifikasi wajah yang sesuai dengan data identitas, dan proses *Know Your Customer* (KYC) untuk menyelesaikan pendaftaran.

Kemudian, fenomena penggunaan *paylater* juga berhasil menarik berbagai kalangan mahasiswa di Indonesia. Berdasarkan hasil penelitian dari *Databoks* pada tahun 2023, kelompok usia 18-25 tahun didominasi kalangan mahasiswa saat ini. Dari data tersebut, kelompok usia tersebut menduduki posisi kedua pengguna terbanyak layanan *Paylater* di Indonesia. Saat ini, mahasiswa telah menggunakan aplikasi Shopee sebagai media berbelanja *online*, untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari seperti membeli pakaian, perlengkapan perkuliahan, hingga membeli makanan dan minuman.

Mahasiswa merupakan kelompok yang sering dihadapkan dengan kondisi keuangan yang tidak stabil atau bahkan tidak mempunyai dana yang cukup untuk membeli barang, sehingga pada kalangan ini akan cenderung melakukan hal apapun untuk memenuhi keinginannya, salah satunya dengan memanfaatkan Shopee *Paylater*.

Jean Baudrillard mengatakan individu tidak akan pernah puas dalam memenuhi kebutuhannya sehingga menimbulkan perilaku konsumtif, kemudian Baudrillard berpendapat jika kegiatan konsumsi yang didasari pada keinginan berusaha untuk memperoleh rasa hormat, status, *prestise*, dan konstruksi identitas melalui "mekanisme penandaan". Artinya, mahasiswa yang menggunakan Shopee *Paylater* dilakukan tidak lagi berdasarkan fungsi kebutuhan, melainkan pada keinginan semata sehingga dapat menimbulkan perilaku konsumtif.

Penggunaan Shopee *Paylater* di kalangan mahasiswa dapat dikaitkan dengan teori oleh Jean Baudrillard, karena tidak hanya memanfaatkan layanan sebatas pada nilai fungsi, melainkan telah berdasarkan pada nilai simbolik dan nilai tanda yang mampu memberikan citra diri maupun sebuah pesan terhadap penggunanya. Sebagai contoh nilai simbolik yang ditunjukkan mahasiswa saat ini ketika membeli barang *branded* dari Shopee *Paylater* yang diperuntukan untuk menunjukkan status sosial tinggi di lingkungan kampus. Kebiasaan inilah menjadi tanda masyarakat konsumsi yang cenderung mempunyai perilaku konsumtif terhadap barang dan jasa.

Perilaku konsumtif merupakan kebiasaan membeli sebuah barang dan jasa secara berlebihan tanpa mempertimbangkan kebutuhan serta manfaat, yang artinya

seseorang membeli barang hanya berdasarkan pada keinginan, seperti mengikuti *tren* pakaian yang sedang populer pada saat itu. Perilaku konsumtif merupakan bentuk penipuan massa dimana citra untuk mengendalikan selera massa pengguna. Faktor konsumsi pada masyarakat saat ini adalah tanda, simbol dan citra.

Perilaku konsumtif dapat ditimbulkan dari dua faktor yakni *internal* dan *eksternal*. Faktor *internal* atau dalam diri terdiri dari dorongan psikologis individu, seperti kurangnya kontrol diri, kurangnya kesadaran pentingnya menabung untuk masa depan, gaya hidup tinggi dan *impulsive* atau kebiasaan untuk membeli barang-barang baru tanpa perencanaan sebelumnya. Adapun faktor *eksternal* atau dari luar berasal dari lingkungan sekitar seperti pengaruh teman, keluarga atau iklan yang dapat mempengaruhi persepsi seseorang terhadap kebutuhan dan keinginan (Adinda Mursalina, 2024).

Berdasarkan fenomena diatas, peneliti tertarik melakukan penelitian mengenai penggunaan Shopee *Paylater* di kalangan mahasiswa dengan memilih mahasiswa FISIP Unsri angkatan 2021 sebagai informan. Kelompok tersebut berada dalam rentang usia 21 hingga 25 tahun, dimana usia tersebut termasuk kedalam generasi *digital* yang ditandai dengan sebagai pengguna aktif pada beberapa *platform* termasuk Aplikasi Shopee. Kemudian, informan penelitian berasal dari empat program studi yang berbeda di Kampus FISIP Unsri sehingga mampu memberikan sudut pandang yang berbeda dengan lingkungan akademik yang sama pula.

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana penggunaan Shopee *Paylater* di kalangan mahasiswa FISIP Unsri angkatan 2021 dapat mendorong gaya hidup konsumtif?
2. Bagaimana penggunaan Shopee *Paylater* Sebagai Gaya Hidup Konsumtif pada mahasiswa FISIP Unsri angkatan 2021 menggunakan Teori Konsumsi Simbolik Jean Baudrillard?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Penelitian ini untuk mengetahui bagaimana penggunaan Shopee *Paylater* di kalangan mahasiswa FISIP Unsri angkatan 2021 dapat mendorong gaya hidup konsumtif.
2. Penelitian ini untuk mengetahui bagaimana Teori Konsumsi Simbolik Jean Baudrillard memandang perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa Mahasiswa FISIP Unsri angkatan 2021 dalam menggunakan Shopee *Paylater*?

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil dalam penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1.4.1 Manfaat Teoritis

1. Bagi mahasiswa, penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi tambahan mengenai penggunaan Shopee *PayLater* dalam gaya hidup konsumtif.
2. Penelitian ini diharapkan dapat menyumbangkan kontribusi terhadap teori yang telah ada dalam mengkaji suatu fenomena yang terjadi di masyarakat.

3. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi ilmiah menjadi referensi penelitian selanjutnya.

1.4.2 Manfaat Praktis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan evaluasi dan juga gambaran bagi pengguna yang ingin berbelanja *online*, khususnya mahasiswa yang berbelanja *online* yang menggunakan metode pembayaran Shopee *PayLater*.

DAFTAR PUSTAKA

- Adinda Mursalina, H. d. (2024). *Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pengguna Shopee Paylater*. *Jurnal Antropologi*, 5(1), 29-51. Retrieved from <https://jurnal.untan.ac.id/index.php/BALELE/article/viewFile/78054/pdf%2029-51>
- Amanda, R. (2025, 02 26). *Cara Bayar Pakai QRIS dengan Mudah dan Anti Ribet*. Retrieved from Inspirasi Shopee: <https://shopee.co.id/inspirasi-shopee/cara-bayar-pakai-qr/#:~:text=Berikut%20adalah%20langkah%2Dlangkah%20untuk,SPay Later%20sebagai%20metode%20pembayaran%20QRIS>
- Andarusni Alfansyur, M. (2020). *Seni Mengelola Data: Penerapan Triangulasi Teknik, Sumber dan Waktu Pada Penelitian Pendidikan Sosial*. *Jurnal Kajian, Penelitian dan Pengembangan Pendidikan Sejarah*, 5(2), 146-150. Retrieved from <http://journal.ummat.ac.id/index.php/historis>
- Angelia, D. (2022, 1 17). *7 Layanan Paylater Paling Sering Digunakan di Indonesia 2021*. Retrieved from Good News From Indonesia: <https://www.goodnewsfromindonesia.id/2022/01/17/inilah-7-layanan-paylater-paling-sering-digunakan-di-indonesia-2021>
- Ani Nur Aeni, D. A. (2022). *Penggunaan Video Animasi DESI (Deskriptif, Edukatif, Smart dan Interaktif) Mengenai Sistem Pembayaran Shopee Pay Later dalam Pandangan Ekonomi Islam sebagai Sarana Edukatif bagi Mahasiswa*. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 22(2), 1041-1044. doi:DOI 10.33087/jiubj.v22i2.2258
- Antonius Felix, V. Y. (2024). *Pengaruh Shopee PayLater terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa: Antara Kemudan dan Perangkap*. *Jurnal Digismantech*, 4(2), 33-43. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/389827590_Pengaruh_Shopee_PayLater_terhadap_Perilaku_Konsumtif_Mahasiswa_Antara_Kemudahan_dan_Perangkap_The_Impact_of_Shopee_PayLater_on_Students'_Consumptive_Behavior_Between_Convenience_and_Traps
- Bayu, D. J. (2021, 02 11). *Konsumen Makin Sering Gunakan Paylater saat Pandemi*. Retrieved from databoks: <https://databoks.katadata.co.id/teknologi-telekomunikasi/statistik/c2c3b518a0552f6/konsumen-makin-sering-gunakan-paylater-saat-pandemi>
- Begoon. (2019, 11 3). *Logo of Shopee*. Retrieved from Wikimedia Commons: https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Shopee_logo.svg
- Dr. H. Zuchri Abdussamad, S. M. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif*. (S. M. Dr. Patta Rapanna, Ed.) Makassar: CV. Syakir Media Press.

- Dr. Muhammad Hasan, S. M. (2022). *Metode Penelitian Kualitatif*. Makassar: CV Tahta Media Group.
- Fadli, M. R. (2021). *Memahami Desain Metode Penelitian Kualitatif*. *Jurnal Kajian Ilmiah Mata Kuliah Umum*, 21(1), 33-54. Retrieved from <https://journal.uny.ac.id/index.php/humanika/article/view/38075>
- Gilian.IMBAR. (2024, 11 26). *Kulik Informasi SPayLater: Fakta atau Mitos?* Retrieved from Spaylater: <https://shopeepay.co.id/blog/kulik-informasi-spaylater-fakta-atau-mitos>
- Hardani, S. M. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. Yogyakarta: CV Pustaka Ilmu.
- Heriyanto. (2018). *Thematic Analysis Sebagai Metode Menganalisa Data Untuk Penelitian Kualitatif*. *Jurnal Kajian Budaya, Perpustakaan, dan Informasi*, 317-324. Retrieved from <https://ejournal2.undip.ac.id/index.php/anuva/article/view/3679>
- Muhamad, N. (2024, Juli 4). *Milenial dan Gen Z Mendominasi Pengguna Paylater di Indonesia*. Retrieved from databoks: <https://databoks.katadata.co.id/demografi/statistik/66b5d6e18dff3/milenial-dan-gen-z-mendominasi-pengguna-paylater-di-indonesia>
- Nova Ariyanti, M. M. (2022). *Analisis Faktor Penghambat Membaca Permulaan pada Siswa Kelas I di SD Negeri 10 Palembang*. *Jurnal Pendidikan dan Konseling*, 4(4), 1450-1455. Retrieved from <https://journal.universitaspahlawan.ac.id/index.php/jpdk/article/download/5462/3989/18750>
- Nurdewi. (2022). *Implentasi Personal Branding Smart ASN Perwujudan Bangsa Melayani Di Provinsi Maluku Utara*. *Jurnal Riset Ilmiah*, 1(2), 297-303. Retrieved from <https://ejournal.nusantaraglobal.ac.id/index.php/sentri/article/download/235/238/1081>
- Phyta Rahima, I. C. (2022). *Pengaruh Fitur Shopee Paylater Terhadap perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Mataram*. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 4(1), 39-50.
- Prof. Dr. Sapto Haryoko, M. P. (2020). *Analisis Data Penelitian Kualitatif (Konsep, Teknik, dan Prosedur Analisis)*. Makassar: Badan Penerbit Universitas Negeri Makassar.
- Putri Nailah Amelia, P. A. (2023). *Fenomena Penggunaan Paylater di Kalangan Mahasiswa*. *Prosiding Seminar Nasional*, 2, 176-187. Retrieved from https://proceeding.unesa.ac.id/index.php/sniis/article/view/796?utm_source=chatgpt.com

- Rahma Salbiah, M. I. (2022). *Jenis-Jenis Makna dan Perubahannya*. *Jurnal Bahasa dan Sastra Arab*, 2(1), 48-50.
- Rezki Amelia, D. S. (2024). *Penggunaan Shopee Paylater di Kalangan Mahasiswa Universitas Negeri Padang*. *Jurnal Kajian Sosiologi dan Pendidikan*, 291-300. Retrieved from <https://perspektif.ppj.unp.ac.id/index.php/perspektif/article/view/757>
- RP, K. (2024, 3 26). *Cara Nonaktifkan Shopee PayLater, Gak Sampe 5 Menit!* Retrieved from JalanTikus: <https://jalantikus.com/tips/cara-nonaktifkan-shopee-paylater-tsai-260324-022659/>
- Sirajuddin Saleh, S. P. (2017). *Analisis Data Kualitatif*. Makassar: Pustaka Ramadhan, Bandung.
- Sugiyono, P. D. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D*. Bandung: ALFABETA, CV.
- Sugiyono, P. D. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (2 ed.). (S. M. Dr. Ir. Sutopo, Ed.) Bandung: ALFABETA, cv.
- Vinsensius Dino Adi Christian, A. T. (2025). *Perilaku Konsumtif Mahasiswa Melalui Penggunaan Fitur Shopee Paylater dalam Perspektif Teori Jean Baudrillard*. *Journal Of Social Science Research*, 5(1), 4667-4776. Retrieved from <https://j-innovative.org/index.php/Innovative/article/view/16908/12185>
- Waruwu, M. (2023). *Pendekatan Penelitian Pendidikan: Metode Penelitian Kualitatif, Metode Kuantitatif dan Metode Penelitian Kombinasi (mixed method)*. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(1), 2896-2910. Retrieved from <https://jptam.org/index.php/jptam/article/download/6187/5167/11729>
- Zulirfan Zulirfan, Y. Y. (2022). *Jurnal Geliga Sains: Jurnal Pendidikan Fisika. Pembelajaran Mata Kuliah Listrik Dan Magnet Melalui Pemberian Tugas Presentasi Aplikasi Elektrostatis Dalam Teknologi*, 4(1), 1-7.
- Zuliyansah, P. Y. (2024). *Pengaruh Penggunaan Shopee Paylater Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa*. *Jurnal Multidisplin Teknologi dan Arsitektur*, 2(1), 31-43. Retrieved from <https://rayyanjurnal.com/index.php/motekar/article/view/2115/pdf>