BAB V
PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa penggunaan Shopee *Paylater* oleh Generasi Z di Kota Bekasi tidak hanya sekadar memudahkan transaksi, tetapi juga memiliki makna simbolis dalam perilaku konsumtif mereka. Generasi Z cenderung menggunakan layanan ini untuk memenuhi keinginan daripada kebutuhan, sejalan dengan teori masyarakat konsumsi Jean Baudrillard yang menekankan bahwa konsumsi lebih berkaitan dengan tanda dan status sosial dibandingkan dengan fungsi produk itu sendiri. Shopee *Paylater* memungkinkan pengguna untuk mengakses barang yang diinginkan tanpa harus membayar secara langsung, yang memperkuat pola konsumsi berbasis impulsif. Banyak informan dalam penelitian ini mengakui bahwa mereka terdorong untuk membeli barang karena faktor diskon, cashback, dan promosi menarik, serta pengaruh sosial dari lingkungan dan media digital. Dengan demikian, Shopee *Paylater* tidak hanya berperan sebagai alat pembayaran, tetapi juga sebagai simbol gaya hidup dan status sosial bagi penggunanya.

Adapun dampak finansial yang ditimbulkan cukup beragam. Di satu sisi, Shopee *Paylater* memberikan fleksibilitas dalam pembayaran, terutama bagi pengguna yang membutuhkan barang dalam waktu mendesak. Namun, di sisi lain, layanan ini juga meningkatkan risiko finansial, terutama bagi pengguna dengan literasi keuangan rendah. Banyak informan yang mengaku mengalami kesulitan dalam mengelola tagihan bulanan akibat penggunaan yang tidak terkendali. Normalisasi utang sebagai bagian dari konsumsi sehari-hari juga menjadi tantangan, di mana beberapa pengguna merasa terbebani dengan cicilan yang terus berjalan.

Perilaku Konsumtif.., Fakhrur Rozie, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

Secara keseluruhan, penggunaan Shopee *Paylater* oleh Generasi Z di Kota Bekasi dipengaruhi oleh faktor psikologis, sosial, dan ekonomi, yang akhirnya membentuk pola konsumsi yang lebih impulsif dan berbasis gaya hidup. Oleh karena itu, diperlukan peningkatan kesadaran finansial dan pengelolaan konsumsi yang lebih bijak agar manfaat layanan ini dapat dirasakan secara optimal tanpa menimbulkan dampak negatif terhadap kondisi ekonomi pengguna.

5.2 Saran

5.2.1 Saran Teoritis

Penelitian ini dapat menjadi acuan bagi studi-studi lain di bidang komunikasi pemasaran digital, terutama yang membahas perilaku konsumtif generasi muda. Penelitian selanjutnya sebaiknya tidak hanya fokus pada wilayah tertentu, tetapi juga memperluas cakupan lokasi dan subjek, serta menggunakan pendekatan kuantitatif untuk mendapatkan hasil yang lebih terukur dan komprehensif.

5.2.2 Saran Praktis

Shopee sebaiknya mulai memberikan edukasi keuangan kepada penggunanya, misalnya dengan menampilkan informasi tentang cara mengelola keuangan atau risiko penggunaan Shopee *Paylater* secara berlebihan. Selain itu, Shopee juga bisa menambahkan fitur pembatasan kredit untuk membantu pengguna mengontrol pengeluaran. Bagi Generasi Z sebagai pengguna, penting untuk lebih bijak dalam menggunakan layanan ini dengan memprioritaskan kebutuhan daripada sekadar keinginan, sehingga dapat terhindar dari risiko keuangan di masa depan.