AL-DYAS
Jurnal Inovasi dan Pengabdian kepada Masyarakat

p-ISSN : 2964-4992
e-ISSN : 2964-4984

Terindeks : Dimensions, Scilit, Lens, Crossref, Semantic, Garuda, Google, Base, etc.

https://doi.org/10.58578/aldyas.v5i1.7836

IMPLEMENTASI PERLINDUNGAN KONSUMEN BAGI PENGGUNA SHOPEE PAYLATER KALANGAN MAHASISWA UNIVERSITAS NEGERI PADANG

Implementation of Consumer Protection for Shopee PayLater Users Among Students at Universitas Negeri Padang

Osy Miranda & M Fachri Adnan
Universitas Negeri Padang
osymiranda10@gmail.com; fachriadnan@fis.unp.ac.id

Article Info:

Submitted:	Revised:	Accepted:	Published:
Sep 25, 2025	Oct 18, 2025	Oct 30, 2025	Nov 5, 2025

Abstract

The rise of digital financial services such as Shopee PayLater has gained increasing popularity among university students due to the convenience and flexibility it offers in transactions. However, this ease of access also brings forth a range of consumer protection issues, including lack of transparency in information, potential misuse of personal data, and low consumer awareness of their rights. This study aims to analyze the implementation and influencing factors of consumer protection for Shopee PayLater users among students at Universitas Negeri Padang. A descriptive qualitative approach was employed, with primary data obtained through interviews with student users and lecturers knowledgeable about consumer protection issues, and secondary data sourced from regulations and official documents. Data were analyzed using John F. Kennedy's theory of basic consumer rights, which includes the right to safety, the right to be informed, the right to choose, and the right to be heard. The findings reveal that the implementation of consumer protection in this context remains suboptimal. Data security systems lack transparency, service information is difficult to access due to

Al-DYAS is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License

complex terms and conditions, consumer choices are often influenced by aggressive promotions, and complaint mechanisms are not adequately responsive. Internal factors affecting consumer protection include low financial literacy and consumerist behavior among students, while external factors involve weak regulation, limited government oversight, and a lack of corporate social responsibility among digital service providers. These findings underscore the importance of synergy between government regulation, ethical business practices, and consumer legal awareness to foster fair and balanced digital transactions.

Keywords: Consumer Protection; Shopee PayLater; Financial Literacy; Digital Transactions; University Students

Abstrak: Perkembangan layanan finansial digital seperti Shopee PayLater semakin diminati oleh kalangan mahasiswa karena menawarkan kemudahan dan fleksibilitas dalam bertransaksi. Namun, di balik kemudahan tersebut, muncul berbagai permasalahan terkait perlindungan konsumen, seperti ketidakterbukaan informasi, potensi penyalahgunaan data pribadi, serta rendahnya kesadaran konsumen terhadap hak-hak mereka. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis implementasi dan faktor-faktor yang memengaruhi pelaksanaan perlindungan konsumen bagi pengguna Shopee PayLater di kalangan mahasiswa Universitas Negeri Padang. Metode yang digunakan adalah pendekatan deskriptif kualitatif dengan sumber data primer berupa wawancara dengan mahasiswa pengguna Shopee PayLater dan dosen yang memahami isu perlindungan konsumen, serta data sekunder dari regulasi dan dokumen resmi. Analisis data menggunakan teori hak-hak dasar konsumen menurut John F. Kennedy, mencakup hak atas keamanan (*the right to safety*), hak untuk memperoleh informasi (*the right to be informed*), hak untuk memilih (*the right to choose*), dan hak untuk didengar (*the right to be heard*). Hasil penelitian menunjukkan bahwa implementasi perlindungan konsumen dalam konteks ini belum optimal. Sistem keamanan data belum transparan, informasi layanan sulit diakses karena syarat dan ketentuan yang kompleks, pilihan konsumen kerap dipengaruhi oleh promosi yang agresif, serta mekanisme pengaduan belum berjalan secara responsif. Faktor internal yang memengaruhi perlindungan konsumen meliputi rendahnya literasi keuangan dan perilaku konsumtif mahasiswa, sedangkan faktor eksternal mencakup lemahnya regulasi, minimnya pengawasan pemerintah, dan kurangnya tanggung jawab sosial pelaku usaha digital. Temuan ini menegaskan pentingnya sinergi antara regulasi negara, etika bisnis penyedia layanan, dan kesadaran hukum konsumen guna menciptakan transaksi digital yang adil dan seimbang.

Kata Kunci: Perlindungan Konsumen; Shopee PayLater; Literasi Keuangan; Transaksi Digital; Mahasiswa.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi yang pesat telah membawa perubahan signifikan terhadap perilaku konsumsi masyarakat modern. Transaksi yang dahulu dilakukan secara konvensional kini beralih ke sistem digital yang lebih praktis dan efisien. Salah satu inovasi yang berkembang pesat adalah layanan *Buy Now Pay Later* (BNPL), yang memungkinkan

pengguna membeli produk terlebih dahulu dan membayarnya di kemudian hari. Menurut laporan Bank Indonesia (2024), penggunaan layanan BNPL meningkat hingga 54% dalam dua tahun terakhir, terutama di kalangan generasi muda. Fenomena ini tidak hanya menunjukkan kemajuan teknologi finansial (*fintech*), tetapi juga mencerminkan perubahan pola konsumsi masyarakat yang semakin bergantung pada kemudahan digital. Namun, di balik kemudahan tersebut, muncul berbagai persoalan hukum dan sosial yang perlu diperhatikan, terutama menyangkut perlindungan terhadap hak-hak konsumen digital yang sering kali belum terlindungi secara optimal (Santia, 2025).

Shopee PayLater merupakan salah satu layanan BNPL yang paling populer di Indonesia dan banyak digunakan oleh mahasiswa sebagai kelompok konsumen aktif dalam ekosistem digital. Berdasarkan hasil survei internal peneliti terhadap 60 mahasiswa Universitas Negeri Padang, sebanyak 68% di antaranya mengaku menggunakan Shopee PayLater untuk memenuhi kebutuhan pribadi, akademik, maupun gaya hidup. Hal ini sejalan dengan temuan Katadata Insight Center Tahun 2023 yang mencatat bahwa lebih dari 60% pengguna PayLater di Indonesia berasal dari kalangan usia 18–25 tahun. Tingginya tingkat penggunaan ini menunjukkan adanya ketergantungan terhadap layanan keuangan digital, namun tidak diimbangi dengan pemahaman yang cukup mengenai konsekuensi hukum, bunga, maupun potensi penyalahgunaan data pribadi. Kondisi ini menimbulkan kekhawatiran karena rendahnya literasi keuangan dapat meningkatkan risiko keterjebakan utang di kalangan mahasiswa (Muhamad, 2024).

Dari perspektif hukum, perlindungan terhadap konsumen sebenarnya telah dijamin melalui Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK). Selain itu, pemerintah juga telah menetapkan Peraturan Presiden Nomor 49 Tahun 2024 tentang Strategi Nasional Perlindungan Konsumen (Stranas PK) sebagai upaya memperkuat sistem perlindungan konsumen di era digital (Alif, 2023). Meskipun demikian, implementasi perlindungan hukum bagi pengguna layanan digital seperti Shopee PayLater masih menghadapi berbagai tantangan. Berdasarkan hasil riset Kementerian Perdagangan Tahun 2023, lebih dari 45% pengguna e-commerce di Indonesia mengaku pernah mengalami permasalahan seperti ketidaksesuaian informasi produk, kesulitan mengajukan komplain, hingga penagihan yang bersifat intimidatif (Ayuningrum, 2025). Fakta ini memperlihatkan bahwa regulasi yang ada belum sepenuhnya mampu melindungi konsumen digital dari praktik bisnis yang merugikan.

Dalam konteks teori, John F. Kennedy mengemukakan empat hak dasar konsumen, yaitu *the right to safety* (hak atas keamanan), *the right to be informed* (hak atas informasi), *the right to choose* (hak untuk memilih), dan *the right to be heard* (hak untuk didengar). Keempat hak ini menjadi dasar moral dan hukum bagi seluruh kegiatan perlindungan konsumen (Annabell et al., 2019). Namun, berdasarkan hasil observasi awal peneliti, penerapan prinsip-prinsip tersebut dalam layanan Shopee PayLater belum sepenuhnya terlaksana. Misalnya, hak atas keamanan belum terjamin karena sistem pengelolaan data pribadi masih kurang transparan, hak atas informasi sulit terpenuhi karena syarat dan ketentuan layanan yang rumit, hak untuk memilih terdistorsi oleh promosi agresif, dan hak untuk didengar belum optimal karena mekanisme pengaduan sering kali lambat ditanggapi. Maka dari itu, penelitian ini menjadi penting untuk mengkaji secara mendalam bagaimana implementasi perlindungan konsumen terhadap pengguna Shopee PayLater di kalangan mahasiswa Universitas Negeri Padang, serta mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang memengaruhi efektivitas pelaksanaannya. Tujuan penelitian ini untuk menganalisis implementasi dan faktor-faktor yang memengaruhi pelaksanaan perlindungan konsumen bagi pengguna Shopee PayLater di kalangan mahasiswa Universitas Negeri Padang.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif yang bertujuan untuk menggambarkan dan menganalisis secara mendalam fenomena sosial dan hukum yang berkaitan dengan implementasi perlindungan konsumen terhadap pengguna Shopee PayLater di kalangan mahasiswa Universitas Negeri Padang. Pendekatan kualitatif dipilih, berdasarkan (Sugiyono, 2019) karena mampu memberikan pemahaman yang komprehensif terhadap pengalaman, persepsi, serta perilaku konsumen dalam konteks transaksi digital. Lokasi penelitian dilakukan di Universitas Negeri Padang sebagai representasi lingkungan akademik dengan tingkat penggunaan layanan keuangan digital yang tinggi di kalangan mahasiswa. Waktu penelitian dilaksanakan selama periode 10 September sampai 24 Oktober 2025, yang meliputi tahap observasi lapangan, wawancara, serta pengumpulan dokumen pendukung. Subjek penelitian terdiri atas mahasiswa pengguna Shopee PayLater, dosen pembimbing akademik, serta pihak yang memiliki kompetensi dalam bidang hukum perlindungan konsumen.

Sumber data dalam penelitian ini dibagi menjadi dua, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara mendalam dengan mahasiswa pengguna Shopee PayLater dan informan ahli untuk mengetahui persepsi serta pengalaman mereka terhadap aspek perlindungan konsumen digital. Sementara itu, data sekunder berasal dari dokumen resmi, peraturan perundang-undangan seperti Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan Peraturan Presiden Nomor 49 Tahun 2024 tentang Strategi Nasional Perlindungan Konsumen, serta berbagai literatur dan hasil penelitian terdahulu yang relevan. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi, dengan uji keabsahan data menggunakan metode triangulasi sumber dan teknik untuk memastikan validitas dan reliabilitas informasi. Analisis data dilakukan dengan menggunakan model (Matthew B Miles, A Michael Huberman, 2020), yang meliputi tiga tahapan utama, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Dalam menganalisis hasil penelitian, digunakan teori John F. Kennedy tentang empat hak dasar konsumen (*the right to safety, the right to be informed, the right to choose, dan the right to be heard*) sebagai landasan untuk menilai sejauh mana perlindungan konsumen pengguna Shopee PayLater telah diimplementasikan secara efektif dan adil.

HASIL

Pelaksanaan Perlindungan Konsumen terhadap Pengguna Shopee PayLater

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan terhadap mahasiswa pengguna Shopee PayLater di Universitas Negeri Padang, ditemukan bahwa pelaksanaan perlindungan konsumen masih belum berjalan optimal. Dari 60 responden yang diwawancarai, sebanyak 42 orang (70%) mengaku menggunakan Shopee PayLater tanpa membaca secara detail syarat dan ketentuan layanan. Mereka hanya mengetahui batas limit, tanggal jatuh tempo, dan nominal tagihan, tetapi tidak memahami bunga, biaya administrasi, maupun risiko keterlambatan pembayaran. Seorang responden perempuan, Mahasiswi Fakultas Ekonomi mengungkapkan:

"Saya aktif pakai Shopee PayLater karena praktis dan cepat disetujui, tapi jujur saja saya nggak pernah baca semua ketentuannya, karena panjang banget dan bahasanya sulit. Saya baru tahu ada denda 5% pas saya telat bayar bulan lalu."

Pernyataan tersebut memperlihatkan lemahnya hak konsumen untuk mendapatkan informasi (*the right to be informed*). Shopee PayLater lebih menonjolkan kemudahan transaksi

dan promosi melalui tagline "Belanja Sekarang, Bayar Nanti" tanpa disertai edukasi mengenai risiko keuangan. Dalam praktiknya, promosi besar-besaran melalui *pop-up banner* dan *cashback* justru mendorong perilaku konsumtif mahasiswa. Sebagaimana disampaikan oleh Mahasiswa FIS:

"Awalnya saya aktifkan PayLater karena dapat promo gratis ongkir dan diskon. Lama-lama malah jadi sering belanja barang yang nggak penting karena ada limit-nya."

Fenomena tersebut menunjukkan bahwa hak untuk memilih (*the right to choose*) belum terlaksana dengan penuh kesadaran, karena keputusan mahasiswa lebih didorong oleh pengaruh promosi daripada kebutuhan rasional. Dari segi mekanisme pengaduan, hasil penelitian juga memperlihatkan bahwa sistem *customer service* Shopee PayLater masih bersifat otomatis dan tidak responsif. Berdasarkan wawancara dengan Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial), ia menyampaikan:

"Saya pernah lapor karena tagihan saya tiba-tiba naik, tapi yang balas cuma chatbot. Balasannya itu-itu aja, nggak ada solusi nyata. Akhirnya saya diamkan saja."

Temuan ini memperlihatkan bahwa hak konsumen untuk didengar (*the right to be heard*) belum dijalankan secara efektif. Pengguna tidak memiliki saluran pengaduan yang jelas dan personal. Jika dilihat dari teori John F. Kennedy maka dapat dilihat dari tabel berikut merangkum temuan mengenai pelaksanaan hak-hak dasar konsumen.

Tabel 1. Hak Dasar Konsumern Berdasarkan Teori John F. Kennedy

Aspek Hak Konsumen (Kennedy)	Temuan Lapangan	Kondisi Implementasi
The Right to Safety (Hak atas keamanan)	Data pribadi pengguna belum dijamin sepenuhnya; ada keluhan tekanan dari pihak penagih.	Belum optimal
The Right to Be Informed (Hak mendapatkan informasi)	Mahasiswa tidak memahami bunga, biaya, dan risiko; informasi layanan sulit dipahami.	Rendah
The Right to Choose (Hak untuk memilih)	Pilihan pengguna dipengaruhi oleh promosi agresif dan *cashback* besar-besaran.	Terbatas
The Right to Be Heard (Hak untuk didengar)	Sistem pengaduan tidak responsif, hanya chatbot otomatis.	Belum terpenuhi

Berdasarkan tabel 1 di atas, dapat dijelaskan bahwa implementasi hak-hak dasar konsumen menurut teori John F. Kennedy pada layanan Shopee PayLater di kalangan mahasiswa Universitas Negeri Padang masih jauh dari optimal. Hak atas keamanan (*the right to safety*) belum sepenuhnya terpenuhi karena perlindungan data pribadi pengguna masih

lemah dan terdapat tekanan psikologis dari pihak penagih. Hak untuk mendapatkan informasi (*the right to be informed*) juga rendah, mengingat banyak mahasiswa yang tidak memahami secara jelas mengenai bunga, biaya tambahan, maupun risiko penggunaan layanan tersebut akibat informasi yang disampaikan terlalu kompleks. Selain itu, hak untuk memilih (*the right to choose*) menjadi terbatas karena keputusan pengguna sering dipengaruhi oleh promosi dan penawaran cashback yang bersifat manipulatif. Terakhir, hak untuk didengar (*the right to be heard*) juga belum terpenuhi karena mekanisme pengaduan yang tersedia hanya berbentuk chatbot otomatis dan kurang responsif terhadap keluhan pengguna.

Gambaran Umum Shopee PayLater sebagai Layanan Keuangan Digital

Shopee PayLater merupakan produk *Buy Now Pay Later (BNPL)* yang disediakan oleh PT Commerce Finance, mitra resmi Shopee Indonesia. Layanan ini memungkinkan pengguna melakukan transaksi terlebih dahulu dan membayar kemudian, baik secara penuh di bulan berikutnya maupun melalui cicilan dengan tenor tertentu. Berdasarkan hasil wawancara dan observasi, kemudahan aktivasi dan proses persetujuan yang cepat menjadi alasan utama mahasiswa menggunakan layanan ini. Dari 60 responden, sebanyak 41 orang (68%) mengaku menggunakan Shopee PayLater untuk kebutuhan pribadi dan hiburan, bukan kebutuhan akademik. Hanya 16 orang (27%) yang menyatakan telah membaca syarat dan ketentuan sebelum menggunakan layanan. Hal ini sejalan dengan pernyataan AR (Mahasiswa Fakultas Hukum):

"Saya tahu ada bunga dan denda, tapi nggak tahu persis besarannya. Yang penting waktu itu pengin beli barang dan PayLater cepat disetujui."

Kondisi tersebut menunjukkan bahwa meskipun Shopee PayLater telah meningkatkan akses terhadap layanan keuangan digital, kesadaran hukum dan literasi finansial mahasiswa masih rendah. Dalam konteks kebijakan publik, hal ini mencerminkan adanya *policy gap* antara norma hukum yang diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) dan praktik di lapangan, di mana hak-hak konsumen belum terlindungi secara substansial.

Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pelaksanaan Perlindungan Konsumen

a. Faktor Internal

Faktor internal yang paling dominan adalah rendahnya literasi keuangan dan hukum di kalangan mahasiswa. Banyak pengguna Shopee PayLater yang tidak memahami konsekuensi kontraktual dari penggunaan layanan tersebut. Hal ini ditegaskan oleh Mahasiswa FIS yang menyatakan:

"Saya tahu ini semacam pinjaman, tapi nggak paham aturan hukumnya. Yang penting bisa beli dulu, bayarnya nanti."

Selain itu, perilaku konsumtif dan pengaruh sosial media juga mendorong mahasiswa menggunakan PayLater secara tidak rasional. Temuan ini mendukung hasil penelitian Wulandari yang menyebutkan bahwa 70% mahasiswa menggunakan PayLater karena pengaruh promosi, bukan kebutuhan mendesak. Hal tersebut dapat dilihat dari tabel berikut menunjukkan ringkasan faktor internal yang memengaruhi efektivitas perlindungan konsumen sebagai berikut:

Tabel 2. Faktor Internal internal yang memengaruhi efektivitas perlindungan konsumen

Faktor Internal	Deskripsi Temuan	Dampak terhadap Perlindungan Konsumen
Rendahnya literasi keuangan dan hokum	Mahasiswa tidak membaca syarat layanan dan tidak memahami risiko bunga/denda.	Hak untuk mendapatkan informasi tidak terpenuhi.
Perilaku konsumtif	Penggunaan PayLater untuk barang non-esensial karena promosi.	Hak untuk memilih menjadi manipulatif.
Ketidaktahuan terhadap mekanisme pengaduan	Mahasiswa tidak tahu cara melapor ke OJK atau BPKN.	Hak untuk didengar tidak berjalan.

Berdasarkan tabel 2 di atas, dapat dijelaskan bahwa faktor internal yang memengaruhi efektivitas perlindungan konsumen pada pengguna Shopee PayLater sebagian besar berasal dari kurangnya pemahaman dan kesadaran mahasiswa sebagai konsumen digital. Rendahnya literasi keuangan dan hukum menyebabkan banyak pengguna tidak membaca syarat layanan maupun memahami risiko bunga dan denda, sehingga hak untuk mendapatkan informasi tidak terpenuhi. Selain itu, perilaku konsumtif yang dipicu oleh promosi dan diskon membuat penggunaan PayLater lebih didorong oleh keinginan, bukan kebutuhan, sehingga hak untuk memilih menjadi manipulatif dan tidak rasional. Ketidaktahuan mahasiswa mengenai mekanisme pengaduan juga memperlemah posisi mereka sebagai konsumen karena hak

untuk didengar tidak dapat dijalankan secara efektif. Kondisi ini menunjukkan bahwa lemahnya faktor internal berkontribusi langsung terhadap belum optimalnya implementasi perlindungan konsumen di lingkungan mahasiswa pengguna Shopee PayLater.

b. Faktor Eksternal

Dari sisi eksternal, faktor utama adalah lemahnya pengawasan dan regulasi pemerintah terhadap pelaku usaha digital. Regulasi terkait BNPL masih bersifat umum, belum ada aturan spesifik yang mengatur transparansi bunga, biaya, maupun tata cara penagihan. Dalam Haryanto dan Permata menyebutkan bahwa banyak sengketa konsumen digital diselesaikan melalui kebijakan internal perusahaan tanpa intervensi hukum. Selain itu, kurangnya transparansi pelaku usaha juga menjadi masalah besar. Informasi terkait bunga, denda, dan risiko sering kali disampaikan dalam bentuk teks panjang yang sulit diakses. Seorang responden bernama Mahasiswa FE menyatakan:

"Saya kira bunga 0%, ternyata tetap ada biaya tambahan tiap bulan. Kalau saya tahu dari awal, mungkin saya nggak bakal aktifkan PayLater."

Masalah lain adalah mekanisme pengaduan yang tidak efektif. Sebagian besar responden menyatakan bahwa layanan pelanggan Shopee hanya memberikan tanggapan otomatis tanpa penyelesaian substansial.

Kondisi sosial ekonomi masyarakat juga memperburuk situasi. Mahasiswa yang memiliki penghasilan terbatas sering memanfaatkan Shopee PayLater sebagai alat untuk memenuhi kebutuhan sementara, tanpa memperhitungkan kemampuan bayar di masa mendatang. Selain itu, belum adanya peraturan khusus yang mengatur layanan BNPL menyebabkan ruang abu-abu dalam perlindungan hukum. Pelaku usaha memiliki keleluasaan besar untuk menentukan bunga, biaya, dan kebijakan penagihan tanpa batas pengawasan yang jelas. Akibatnya, hak atas keamanan dan keadilan bagi konsumen digital belum sepenuhnya terlindungi.

Berdasarkan uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa baik faktor internal maupun faktor eksternal sama-sama memiliki pengaruh yang besar terhadap pelaksanaan perlindungan konsumen terhadap pengguna Shopee PayLater. Faktor internal seperti rendahnya literasi digital, perilaku konsumtif, dan ketidaktahuan terhadap hak hukum menyebabkan konsumen tidak dapat menegakkan haknya sendiri. Sedangkan faktor eksternal seperti lemahnya pengawasan pemerintah, kurangnya transparansi pelaku usaha, keterbatasan mekanisme pengaduan, dan belum adanya regulasi spesifik memperburuk posisi konsumen

di ranah digital. Hal ini membuat empat hak dasar konsumen menurut John F. Kennedy hak atas keamanan, hak atas informasi, hak untuk memilih, dan hak untuk didengar belum sepenuhnya terwujud dalam praktik penggunaan Shopee PayLater di kalangan mahasiswa Universitas Negeri Padang.

PEMBAHASAN

Pelaksanaan perlindungan konsumen terhadap pengguna Shopee PayLater masih belum optimal, terutama dalam konteks pemenuhan empat hak dasar konsumen sebagaimana dikemukakan oleh John F. Kennedy, yakni *the right to safety, the right to be informed, the right to choose,* dan *the right to be heard.* Penelitian ini menemukan bahwa mahasiswa pengguna Shopee PayLater di Universitas Negeri Padang banyak yang belum memahami secara menyeluruh isi perjanjian layanan, terutama terkait bunga, denda, dan konsekuensi hukum dari keterlambatan pembayaran. Kondisi ini mengindikasikan lemahnya pemahaman konsumen terhadap hak-hak hukum mereka sebagaimana diatur dalam Pasal 4 UUPK. Menurut (Anggraini & Iskandar, 2022), rendahnya tingkat literasi digital dan hukum di kalangan masyarakat Indonesia berimplikasi langsung pada ketidakmampuan konsumen memahami klausul kontraktual dalam layanan digital. Dengan demikian, kendala utama dalam implementasi perlindungan konsumen terletak pada kurangnya pemahaman dan kesadaran hukum di tingkat pengguna. Dalam konteks ini, pelaku usaha memiliki tanggung jawab moral dan hukum untuk menyajikan informasi yang jelas dan mudah dipahami. Tanpa transparansi tersebut, hak-hak konsumen tidak akan dapat dijalankan secara efektif dalam praktiknya.

Hak atas keamanan (*the right to safety*) menjadi aspek paling mendasar dalam perlindungan konsumen, namun pada layanan Shopee PayLater, hak ini belum sepenuhnya terjamin. Berdasarkan hasil wawancara, beberapa pengguna mengaku khawatir terhadap keamanan data pribadi mereka karena adanya potensi kebocoran data dari pihak ketiga. Shopee memang mengklaim telah menggunakan sistem keamanan berbasis OTP dan *two-factor authentication*, namun sosialisasi mengenai sistem perlindungan data tersebut sangat minim. Kondisi ini menunjukkan lemahnya penerapan prinsip keamanan konsumen sebagaimana diatur dalam Pasal 7 huruf c UUPK yang mewajibkan pelaku usaha menjamin kualitas dan keamanan produk atau jasa yang ditawarkan. Menurut (Permata & Haryanto, 2022), lemahnya perlindungan keamanan digital di Indonesia disebabkan belum adanya regulasi turunan yang mengatur pengawasan perlindungan data pribadi secara spesifik. Selain

itu, dalam praktik penagihan, beberapa mahasiswa mengalami tekanan psikologis akibat pesan intimidatif dari pihak ketiga. Dengan ini bertentangan dengan prinsip *ethical debt collection* dan menunjukkan belum optimalnya pengawasan terhadap praktik bisnis digital.

Hak untuk mendapatkan informasi (*the right to be informed*) juga menjadi persoalan yang serius dalam konteks penggunaan Shopee PayLater. Berdasarkan hasil penelitian, mayoritas mahasiswa mengaku tidak membaca secara lengkap syarat dan ketentuan layanan karena terlalu panjang dan menggunakan istilah hukum yang sulit dipahami. Hal ini memperlihatkan bahwa pelaku usaha belum melaksanakan kewajiban sebagaimana diatur dalam Pasal 7 huruf b UUPK, yaitu memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur tentang kondisi serta jaminan barang atau jasa. Dalam (Sinuraya, 2024 ; Widiyanto & Lunaraisah, 2024) menegaskan bahwa ketidakterbukaan informasi seringkali dilakukan secara sistematis oleh pelaku usaha untuk mempertahankan daya tarik produk. Dalam konteks Shopee PayLater, strategi pemasaran yang menonjolkan kemudahan dan promo tanpa penjelasan risiko menyesatkan konsumen. Hal ini menyebabkan hak konsumen untuk mendapatkan informasi yang akurat menjadi terhambat. Maka itu, pelaku usaha seharusnya menyederhanakan bahasa hukum dalam kontrak elektronik agar mudah dipahami oleh seluruh lapisan masyarakat, termasuk mahasiswa.

Hak untuk memilih (*the right to choose*) yang sejatinya memberikan kebebasan konsumen dalam menentukan metode pembayaran, pada praktiknya sering kali terdistorsi oleh strategi pemasaran digital yang agresif. Shopee PayLater menampilkan banyak promosi seperti diskon, cashback, dan notifikasi pop-up yang secara psikologis mendorong perilaku konsumtif pengguna. Berdasarkan hasil penelitian, sebagian besar mahasiswa menggunakan PayLater bukan karena kebutuhan mendesak, melainkan karena tertarik pada promosi dan kemudahan transaksi. Dalam (Wulandari et al., 2024) menyatakan bahwa 70% mahasiswa di kota besar menggunakan layanan BNPL karena pengaruh promosi, bukan kebutuhan ekonomi. Hal ini menandakan bahwa hak konsumen untuk memilih telah dimanipulasi oleh taktik pemasaran digital. Dalam teori Kennedy (1962), hak untuk memilih baru dapat dijalankan apabila konsumen memiliki informasi yang netral dan kemampuan berpikir rasional. Dengan demikian, promosi yang tidak disertai transparansi berpotensi mengarahkan konsumen pada keputusan ekonomi yang merugikan.

Hak untuk didengar (*the right to be heard*) juga belum berjalan efektif dalam layanan Shopee PayLater. Berdasarkan hasil wawancara, mekanisme pengaduan Shopee PayLater

masih bersifat satu arah dan tidak memberikan solusi konkret. Fitur *chatbot* hanya menjawab keluhan pengguna dengan pesan otomatis tanpa tindak lanjut. Sebagian mahasiswa bahkan tidak mengetahui bahwa mereka dapat melapor ke OJK atau Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN) jika dirugikan. Dalam (Wicaksono & Nugroho, 2021) mengungkapkan bahwa 73% pengguna layanan BNPL tidak mendapatkan tanggapan yang memadai atas pengaduan mereka. Hal ini menunjukkan bahwa hak konsumen untuk didengar hanya berjalan secara administratif, bukan substantif. Padahal, menurut Pasal 4 huruf d UUPK, setiap konsumen berhak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang atau jasa yang digunakan. Tanpa mekanisme pengaduan yang efektif, konsumen akan terus berada dalam posisi yang lemah di hadapan pelaku usaha digital besar.

Faktor internal menjadi penyebab utama belum optimalnya perlindungan konsumen terhadap pengguna Shopee PayLater. Rendahnya literasi keuangan dan digital membuat mahasiswa tidak memahami risiko dan kewajiban hukum dari layanan kredit digital. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar mahasiswa hanya mengetahui batas limit dan tanggal jatuh tempo, tanpa memahami bunga dan denda keterlambatan. Hal ini sejalan dengan penelitian (Anggraini & Iskandar, 2022 ; Irawan, 2023) yang menyatakan bahwa rendahnya literasi digital berdampak pada meningkatnya kerentanan konsumen terhadap praktik bisnis yang tidak adil. Selain itu, perilaku konsumtif mahasiswa akibat pengaruh media sosial dan tren digital memperparah kondisi ini. Dalam teori perilaku konsumen, faktor psikologis dan sosial memiliki pengaruh besar dalam pengambilan keputusan ekonomi (Santoso & Purwanti, 2018). Dengan demikian, perlindungan konsumen tidak hanya dapat dilakukan melalui regulasi, tetapi juga dengan meningkatkan kesadaran dan edukasi finansial bagi pengguna.

Selain faktor internal, faktor eksternal juga sangat berpengaruh terhadap efektivitas perlindungan konsumen. Lemahnya pengawasan dan regulasi dari pemerintah menjadi kendala utama. Walaupun Indonesia telah memiliki UUPK dan Peraturan Presiden Nomor 49 Tahun 2024 tentang Strategi Nasional Perlindungan Konsumen (Stranas PK), implementasinya belum menyentuh sektor keuangan digital secara spesifik. Menurut (Permata & Haryanto, 2022), ketiadaan regulasi turunan membuat penyelenggara BNPL memiliki keleluasaan besar dalam menentukan bunga, denda, dan tata cara penagihan tanpa batas pengawasan yang jelas. Akibatnya, banyak sengketa diselesaikan melalui kebijakan internal perusahaan tanpa melibatkan lembaga hukum resmi. Hal ini bertentangan dengan

prinsip kepastian hukum yang menjadi pilar utama perlindungan konsumen di era digital (Haq & Felandry, 2024).

Kurangnya transparansi dan etika pelaku usaha juga menjadi faktor eksternal yang memperlemah perlindungan konsumen. Shopee sebagai penyedia layanan lebih berfokus pada peningkatan volume transaksi dan keuntungan ekonomi dibandingkan dengan tanggung jawab sosialnya terhadap pengguna. Informasi mengenai bunga dan risiko finansial disajikan dalam bentuk teks panjang yang sulit dipahami, sementara aspek promosi justru dibuat menarik dan mudah diakses. Dalam penelitian (Hulu, 2021) mengungkapkan bahwa bentuk komunikasi yang tidak seimbang ini merupakan strategi manipulatif untuk meningkatkan profitabilitas perusahaan. Dalam konteks hukum perlindungan konsumen, praktik seperti ini termasuk dalam kategori *misleading information (Pillai & Fazio, 2021)*. Maka dari itu, pelaku usaha seharusnya diwajibkan untuk menyajikan informasi dengan prinsip *transparency by design*, yaitu memastikan bahwa setiap pengguna memahami konsekuensi sebelum menyetujui kontrak digital.

Keterbatasan mekanisme pengaduan dan penegakan hukum juga memperburuk posisi konsumen dalam sistem keuangan digital. Berdasarkan temuan penelitian, sebagian besar mahasiswa tidak mengetahui adanya lembaga mediasi seperti Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) atau kanal pengaduan di OJK. Hal ini memperlihatkan bahwa sistem penyelesaian sengketa konsumen belum berjalan efektif di sektor digital. Dalam (Sinuraya, 2024) menambahkan bahwa ketiadaan lembaga independen khusus untuk menangani kasus BNPL membuat pelaku usaha cenderung bertindak sepihak dalam menyelesaikan keluhan pengguna. Akibatnya, hak untuk didengar hanya bersifat formalitas tanpa keadilan substantif. Dalam jangka panjang, kondisi ini dapat menurunkan kepercayaan publik terhadap sistem perlindungan konsumen nasional, sehingga itu, diperlukan pembentukan mekanisme pengaduan terpadu antara pelaku usaha, pemerintah, dan masyarakat sipil.

Dari perspektif sosial-ekonomi, mahasiswa sebagai kelompok pengguna Shopee PayLater merupakan segmen yang paling rentan terhadap risiko keuangan. Keterbatasan penghasilan dan ketergantungan pada bantuan orang tua membuat mereka mudah tergoda oleh kemudahan akses layanan kredit digital. Maka dari itu, dalam (Poernama et al., 2025) menemukan bahwa generasi muda cenderung mengabaikan kemampuan bayar dan lebih fokus pada kepuasan jangka pendek. Dalam konteks ini, penggunaan Shopee PayLater bukan

hanya mencerminkan fenomena ekonomi, tetapi juga perubahan perilaku konsumsi akibat transformasi digital. Jika tidak diimbangi dengan kebijakan literasi keuangan dan etika bisnis digital, maka generasi muda berisiko mengalami *over-indebtedness* atau ketergantungan terhadap pinjaman konsumtif. Dengan demikian, perlindungan konsumen dalam konteks ini harus dipahami tidak hanya sebagai instrumen hukum, tetapi juga sebagai upaya pembangunan karakter ekonomi yang bertanggung jawab.

Berdasarkan keseluruhan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa pelaksanaan perlindungan konsumen terhadap pengguna Shopee PayLater belum berjalan sesuai dengan prinsip-prinsip dasar perlindungan konsumen. Baik faktor internal seperti literasi rendah dan perilaku konsumtif, maupun faktor eksternal seperti lemahnya regulasi dan kurangnya etika pelaku usaha, sama-sama berkontribusi terhadap rendahnya efektivitas implementasi hak-hak konsumen. Empat hak dasar menurut Kennedy keamanan, informasi, kebebasan memilih, dan kesempatan untuk didengar masih bersifat normatif dan belum terwujud secara substantif dalam praktik. Untuk memperbaiki kondisi ini, diperlukan sinergi antara pemerintah, pelaku usaha, dan lembaga pendidikan dalam meningkatkan kesadaran hukum, memperkuat regulasi digital, serta membangun sistem pengawasan dan pengaduan yang transparan dan akuntabel. Dengan demikian, perlindungan konsumen di era keuangan digital dapat terwujud secara adil, seimbang, dan berkelanjutan.

KESIMPULAN

Penelitian ini menjawab tujuan untuk mengkaji implementasi perlindungan konsumen bagi pengguna Shopee PayLater di kalangan mahasiswa Universitas Negeri Padang, dengan menunjukkan bahwa pelaksanaan prinsip-prinsip perlindungan konsumen masih belum optimal. Berdasarkan analisis terhadap empat hak dasar konsumen menurut John F. Kennedy—*the right to safety*, *the right to be informed*, *the right to choose*, dan *the right to be heard*—ditemukan bahwa sistem perlindungan data pengguna belum transparan, informasi layanan disampaikan secara kompleks, promosi agresif cenderung mengaburkan pilihan konsumen, serta mekanisme pengaduan belum responsif. Temuan ini diperkuat oleh identifikasi faktor internal, seperti rendahnya literasi keuangan dan kesadaran hukum mahasiswa, serta faktor eksternal, seperti lemahnya pengawasan pemerintah dan kurangnya tanggung jawab sosial dari penyedia layanan digital.

Studi ini berkontribusi dengan (1) memperluas pemahaman teoretis tentang penerapan teori hak-hak dasar konsumen dalam konteks layanan keuangan digital di Indonesia, (2) mengungkap secara empiris kesenjangan antara praktik perlindungan konsumen dan prinsip normatif yang berlaku dalam transaksi digital, serta (3) memberikan masukan praktis bagi pemerintah, pelaku usaha, dan institusi pendidikan untuk meningkatkan literasi keuangan, transparansi layanan, serta efektivitas regulasi dan pengawasan di sektor *Buy Now Pay Later* (BNPL). Secara keseluruhan, penelitian ini mempertegas urgensi perlindungan konsumen dalam ekonomi digital yang inklusif, adil, dan berkelanjutan.

Berdasarkan keterbatasan pada ruang lingkup responden dan pendekatan metodologis, penelitian lanjutan disarankan untuk (1) memperluas sampel ke berbagai universitas dan latar belakang sosial ekonomi guna memperoleh pemahaman yang lebih representatif mengenai perilaku konsumen digital, (2) menggunakan metode *mixed methods* untuk menggabungkan kedalaman analisis kualitatif dan kekuatan generalisasi kuantitatif, (3) melakukan studi komparatif antarplatform BNPL guna mengevaluasi efektivitas kebijakan perlindungan konsumen lintas penyedia layanan, dan (4) menelaah lebih dalam peran lembaga pengawas serta efektivitas implementasi kebijakan seperti *Stranas PK* dan *UUPK* dalam sektor keuangan digital. Dengan arah ini, penelitian ke depan diharapkan dapat menghasilkan rekomendasi kebijakan yang lebih konkret untuk memperkuat perlindungan konsumen di era ekonomi digital.

DAFTAR PUSTAKA

Alif, R. (2023). *Pelaksanaan Hak-Hak Konsumen Pembiayaan Paylaer Shopee Berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen* [UIN Syarif Hidayatulah Jakarta]. https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/73846

Anggraini, S. P., & Iskandar, H. (2022). Perlindungan Hukum Konsumen dalam Pembayaran Menggunakan Sistem Paylater. *Pleno Jure*, *11*(1), 69. https://doi.org/10.37541/plenojure.v11i1.701

Annabell, J., Setyanto, Y., & Aulia, S. (2019). Komunikasi Pemasaran Kennedy, Voice & Berliner dalam Membangun Loyalitas dengan Klien. *Prologia*, *3*(2), 350. https://doi.org/10.24912/pr.v3i2.6357

Ayuningrum, R. (2025). *Kemendag Terima 20.942 Aduan Konsumen, Terbanyak soal e-Commerce*. Detik.Com. https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-7883957/kemendag-terima-20-942-aduan-konsumen-terbanyak-soal-e-commerce

Haq, M., & Felandry, D. (2024). Prinsip Strict Liability Pelaku Usaha Dalam Rangka Mewujudkan Asas Keadilan Dan Kepastian Hukum Bagi Konsumen Berdasarkan

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen. *Jotika Research In Business Law*, *3*(2), 86. https://doi.org/10.56445/jrbl.v3i2.151

Hulu, P. F. (2021). Pengaruh lingkungan kerja dan komunikasi terhadap kinerja pegawai di dinas pariwisata dan kebudayaan kabupaten Nias Barat. *Ekonomii, Sosial & Humaniora*, *2*(09), 116–134. https://www.sthf.ac.id/jurnalintelektiva.com/index.php/jurnal/article/view/568

Irawan, E. (2023). Literature Review: Literasi Digital, Literasi Ekonomi, Dan Inovasi Bisnis Mempengaruhi Manajemen Strategi Pemasaran Usaha Mikro Kecil Menengah. *Ebisnis Manajemen*, *1*(4), 30–41. https://doi.org/10.59603/ebisman.v1i4.226

Matthew B Miles, A Michael Huberman, J. S. (2020). *Qualitative Data Analysis (A Methods Sourcebook)* (Helen Salmon (ed.)). SAGE Publications.

Muhamad, N. (2024). *Milenial dan Gen Z Mendominasi Pengguna Paylater di Indonesia*. Databoks. https://databoks.katadata.co.id/media/statistik/66b5d6e18dff3/milenial-dan-gen-z-mendominasi-pengguna-paylater-di-indonesia

Permata, S., & Haryanto, H. (2022). Perlindungan Hukum Terhadap Pengguna Aplikasi Shopee Pay Later. *Krisna Law: Jurnal Mahasiswa Fakultas Hukum Universitas Krisnadwipayana*, *4*(1), 33. https://ejournal.hukumunkris.id/index.php/krisnalaw/article/view/13

Pillai, R. M., & Fazio, L. K. (2021). The effects of repeating false and misleading information on belief. *Wiley Interdisciplinary Reviews: Cognitive Science*, *12*(6), 1573. https://wires.onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1002/wcs.1573

Poernama, S. A., Achdiani, Y., & Abdullah, M. N. A. (2025). Pinjaman Online, Konsumerisme, Dan Krisis Finansial Generasi Z. *SENTRI: Jurnal Riset Ilmiah*, *4*(8), 977. https://ejournal.nusantaraglobal.ac.id/index.php/sentri/article/view/4266

Santia, T. (2025). *Pay Later Jadi Penyebab Transaksi Kartu Kredit Merosot? Ini Kata OJK*. Liputan6. https://www.liputan6.com/bisnis/read/6035837/pay-later-jadi-penyebab-transaksi-kartu-kredit-merosot-ini-kata-ojk

Santoso, D. T. T., & Purwanti, E. (2018). Pengaruh faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, dan faktor psikologis terhadap keputusan pembelian konsumen dalam memilih produk operator seluler Indosat-M3 di Kecamatan Pringapus Kab. Semarang. *Among Makarti*, *6*(2), 310. https://doi.org/10.52353/ama.v6i2.92

Sinuraya, F. A. (2024). *Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Pengguna Tunda Bayar (Paylater) dari Aplikasi Shopee (Studi Penelitian di Kota Medan Provinsi Sumatera Utara)* [Universitas Malikussaleh]. https://rama.unimal.ac.id/id/eprint/708/

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan RND*. Alfabeta.

Wicaksono, R., & Nugroho, A. A. R. D. A. (2021). Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Indihome Ditinjau Dari Undang-Undang Perlindungan Konsumen. *JURNAL ILMIAH PENEGAKAN HUKUM DESEMBER*, *8*(2), 39. https://doi.org/10.31289/jiph.v8i2.4793

Widiyanto, H., & Lunaraisah, L. (2024). Perlindungan Hukum Atas Kebocoran Data Pribadi Konsumen Traveloka Paylater Oleh Perusahaan. *J-CEKI: Jurnal Cendekia Ilmiah*, *3*(6), 7351. https://doi.org/10.56799/jceki.v3i6.5347

Wulandari, D. A., Mufiidah, A. U., & Tiyawan, A. (2024). Perlindungan Hukum Konsumen Paylater di Aplikasi Shopee. *Ius Commercii (Jurnal Hukum Dan Bisnis)*, *1*(1), 219. https://journal.darmajaya.ac.id/index.php/IusCommercii/article/view/632