**JURNAL ILMU KESEJAHTERAAN SOSIAL “HUMANITAS” FISIP UNPAS, VOL. 7, NOMOR 2, SEPTEMBER 2025**

**FEAR OF MISSING OUT (FoMO) SHOPEE PAYLATER DAN DAMPAKNYA TERHADAP KESEJAHTERAAN SOSIAL PEREMPUAN DI MAMPANG PRAPATAN**

Nazira Azza Herviana 1 , Elisa Kurniadewi 2

[*naziraazza1404@gmail.com*](mailto:naziraazza1404@gmail.com)

1-2 Program Studi Ilmu Kesejahteraan Sosial**,** Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta

### ***ABSTRAK***

Penelitian ini bermaksud untuk menganalisis fenomena Fear of Missing Out (FoMO) dalam penggunaan layanan Shopee PayLater serta dampaknya terhadap kesejahteraan sosial perempuan usia produktif di wilayah perkotaan. FoMO yang dialami pengguna umumnya bersifat ekonomis, yaitu ketakutan kehilangan kesempatan untuk mendapatkan diskon dan promosi dalam ekosistem digital, yang dipengaruhi oleh norma sosial dan tekanan media. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus dan teknik analisis tematik. Informan terdiri dari empat perempuan pengguna aktif Shopee PayLater yang berdomisili di Kelurahan Mampang Prapatan, Jakarta Selatan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perilaku konsumtif yang dipicu oleh FoMO diperkuat oleh rendahnya literasi keuangan dan norma sosial digital, bukan hanya karena faktor gender. Penggunaan Shopee PayLater yang tidak terkelola dengan baik dapat menurunkan kesejahteraan sosial melalui akumulasi utang, stres, dan disfungsi sosial. Sebaliknya, jika digunakan secara bijak, layanan ini dapat menjadi alat pemberdayaan ekonomi perempuan. Penelitian ini memberikan kontribusi dalam memahami keterkaitan antara dinamika psikososial, konsumsi digital, dan kesejahteraan sosial perempuan di era finansialisasi digital. Dengan demikian, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan bagi pengembangan kebijakan dan program yang mendukung kesejahteraan perempuan di masyarakat urban. Penelitian ini juga menyoroti pentingnya peningkatan literasi keuangan dan kesadaran akan dampak sosial dari perilaku konsumtif, sehingga perempuan dapat memanfaatkan layanan digital secara lebih efektif dan bertanggung jawab.

**KATA KUNCI***: Fear of Missing Out, Shopee PayLater*, perempuan, kesejahteraan sosial, pemanfaatan digital.

### ***ABSTRACT***

*This study aims to*  *to analyze the phenomenon of Fear of Missing Out (FoMO) in the use of Shopee PayLater services and its impact on the social well-being of productive-age women in urban areas. The FoMO experienced by users is primarily economic, reflecting the fear of missing opportunities for discounts and promotions within the digital ecosystem, influenced by social norms and media pressure. This research employs a qualitative approach with a case study design and thematic analysis techniques. The informants consist of four active female users of Shopee PayLater residing in Mampang Prapatan, South Jakarta. The findings indicate that the consumptive behavior triggered by FoMO is reinforced by low financial literacy and digital social norms, rather than solely by gender factors. Uncontrolled use of Shopee PayLater can lead to a decline in social well-being through debt accumulation, stress, and social dysfunction. Conversely, when used wisely, this service can serve as a tool for women's economic empowerment. This research contributes to understanding the relationship between psychosocial dynamics, digital consumption, and the social well-being of women in the era of digital financialization. Thus, the results of this study are expected to provide insights for the development of policies and programs that support the well-being of women in urban communities. The study also highlights the importance of enhancing financial literacy and awareness of the social impacts of consumptive behavior, enabling women to utilize digital services more effectively and responsibly.*

***KEYWORDS****: Fear of Missing Out, Shopee PayLater, women, social well-being, digital utilization.*

**PENDAHULUAN**

Kemajuan teknologi yang sekarang serba digital mendorong perubahan besar dalam pola konsumsi masyarakat. Di Indonesia, pertumbuhan e-commerce semakin cepat berkat hadirnya layanan *Buy Now Pay Later* (BNPL) yang memudahkan pembelian tanpa kartu kredit. Shopee PayLater menjadi salah satu BNPL yang paling populer, terutama pada kelompok perempuan muda usia produktif. Menurut Nikmah dan Setto (2023), 55,9% penggunanya adalah perempuan berusia 24–29 tahun, kelompok yang aktif berbelanja secara digital.

Walau memberi keringanan, penggunaan Shopee PayLater dapat memicu perilaku konsumtif. Salah satu pemicunya adalah *Fear of Missing Out* (FoMO), yaitu rasa cemas ketika melewatkan peluang atau tren yang diikuti orang lain (Przybylski et al., 2013). Dalam dunia digital, FoMO semakin kuat karena pengaruh media sosial, iklan, dan promosi diskon terbatas, yang mendorong pembelian meskipun tidak didasari kebutuhan nyata (Savitri & Psikologi, 2019).

Penelitian terdahulu telah membahas perilaku konsumtif dan dampak BNPL terhadap kondisi finansial (Amelia & Syafrini, 2024; Saputra, Fitriyah, & Sari, 2021), namun masih jarang yang mengaitkan FoMO dengan kesejahteraan sosial perempuan di perkotaan. Padahal, penggunaan BNPL yang tidak terkendali dapat menimbulkan utang, stres, dan menurunnya fungsi sosial (Emilia & Evaliati, 2024), sementara penggunaan yang bijak dapat membantu pemenuhan kebutuhan dan mendorong pemberdayaan ekonomi (Andriasih & Budiasih, 2020).

Penelitian ini dilakukan untuk mengisi kekosongan tersebut dengan tujuan: (1) mengkaji fenomena FoMO pada pengguna Shopee PayLater perempuan usia produktif, dan (2) menilai dampaknya terhadap kesejahteraan sosial, mencakup aspek finansial, hubungan sosial, dan kesehatan mental.

**METODE**

Penelitian ini menerapkan metode kualitatif dengan desain studi kasus untuk mengeksplorasi secara mendalam fenomena Fear of Missing Out (FoMO) terkait penggunaan Shopee PayLater serta pengaruhnya terhadap kesejahteraan sosial perempuan (Creswell, 2021). Pendekatan ini dipilih karena dapat mengungkap pengalaman pribadi para informan dalam konteks sosial mereka secara komprehensif.

Subjek penelitian  terdiri dari perempuan yang menggunakan Shopee PayLater dan tinggal di Kelurahan Mampang Prapatan, Jakarta Selatan. Pemilihan informan dilakukan dengan metode purposive sampling berdasarkan kriteria: berusia 25–29 tahun, aktif menggunakan Shopee PayLater dalam tiga bulan terakhir, serta bersedia memberikan informasi secara rinci. Jumlah total informan adalah empat orang.

Data  diperoleh melalui wawancara mendalam yang bersifat semi-terstruktur dan observasi partisipatif, serta didukung oleh data sekunder yang berasal dari literatur, dokumen resmi, dan informasi demografis wilayah. Analisis data dilakukan dengan menggunakan teknik analisis tematik yang mencakup reduksi, pengelompokan, dan penafsiran berdasarkan tema utama (Braun & Clarke, 2006). Validitas data dijamin melalui triangulasi sumber dan metode.

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Bentuk FoMO pada Penggunaan Shopee PayLater**

Berdasarkan wawancara mendalam, hampir semua informan mengaku mengalami perasaan khawatir akan kehilangan kesempatan berbelanja ketika ada promo tertentu. Bentuk FoMO yang muncul tidak sekadar rasa penasaran, tetapi berkembang menjadi dorongan kuat untuk segera melakukan transaksi, terutama saat menerima notifikasi flash sale atau penawaran terbatas. Beberapa informan bahkan menyebut bahwa mereka merasa “tertinggal” jika tidak memanfaatkan kesempatan tersebut, meskipun barang yang ditawarkan tidak selalu menjadi kebutuhan utama. Fenomena ini selaras dengan konsep FoMO menurut Przybylski et al. (2013), yang memandang FoMO sebagai ketakutan kehilangan pengalaman berharga, di mana dalam konteks belanja daring, pengalaman tersebut berupa kesempatan memperoleh barang dengan harga diskon atau keuntungan tambahan.

### **Faktor yang Memperkuat FoMO**

FoMO yang dialami informan tidak muncul secara tiba-tiba, melainkan diperkuat oleh kombinasi strategi pemasaran dan fitur teknologi yang dihadirkan Shopee. Pemberitahuan push notification, kampanye flash sale dengan batas waktu hitung mundur, penawaran voucher eksklusif, dan skema pembayaran Shopee PayLater menjadi pemicu utama. Sistem kredit tanpa jaminan yang dapat diakses hanya dengan beberapa langkah membuat proses pengambilan keputusan pembelian semakin singkat dan impulsif. Hal ini sejalan dengan temuan Alt (2015) yang menegaskan bahwa stimulus visual yang intens serta kemudahan teknologi dapat memperkuat dorongan konsumtif, terutama pada individu yang rentan terhadap pengaruh eksternal.

### **Dampak terhadap Kesejahteraan Sosial**

Penggunaan Shopee PayLater secara berlebihan memberikan pengaruh yang signifikan pada beberapa dimensi kesejahteraan sosial.

* **Dimensi Ekonomi** - Pengeluaran menjadi sulit dikendalikan karena adanya cicilan bulanan yang terus menumpuk. Sebagian informan mengaku kesulitan mengatur alokasi pendapatan akibat pembayaran tagihan yang membengkak.
* **Dimensi Psikologis** - Tekanan mental muncul saat tanggal jatuh tempo tagihan semakin dekat. Perasaan cemas, gelisah, dan khawatir menjadi lebih intens ketika kemampuan membayar tidak sebanding dengan jumlah tagihan.
* **Dimensi Relasi Sosial** - Hubungan dengan orang terdekat berpotensi terganggu karena fokus yang berlebihan pada aktivitas belanja daring, sehingga mengurangi kualitas interaksi langsung.

Temuan ini mendukung pandangan Diener et al. (2018) bahwa kesejahteraan sosial mencakup lebih dari sekadar aspek finansial, melainkan juga melibatkan kondisi psikologis yang stabil dan hubungan sosial yang sehat.

### **Strategi Mengatasi FoMO**

Meskipun mayoritas informan mengalami dampak negatif, sebagian dari mereka berupaya mengendalikan perilaku belanja dengan berbagai strategi. Langkah yang umum dilakukan antara lain membatasi waktu penggunaan aplikasi, mematikan notifikasi promo, menetapkan daftar prioritas belanja, serta menghindari membuka Shopee ketika tidak ada kebutuhan mendesak. Beberapa informan juga mulai membuat rencana pengeluaran bulanan yang lebih disiplin untuk menghindari penggunaan Shopee PayLater secara berlebihan. Kesadaran ini menunjukkan bahwa individu memiliki kemampuan untuk menekan pengaruh FoMO melalui pengelolaan diri yang lebih baik.

**KESIMPULAN**

Penelitian ini menunjukkan bahwa Fear of Missing Out (FoMO) menjadi faktor utama yang mendorong perempuan usia produktif menggunakan Shopee PayLater, terutama karena kekhawatiran kehilangan promo dan diskon terbatas. Fenomena FoMO ini semakin menguat akibat pengaruh norma sosial digital yang terbentuk melalui media sosial serta strategi pemasaran online yang agresif. Pola konsumsi para informan lebih dipengaruhi oleh literasi keuangan, kemampuan untuk mengendalikan diri, dan tekanan sosial-psikologis, bukan hanya oleh faktor jenis kelamin.Shopee PayLater berpotensi mendukung pemberdayaan perempuan bila dimanfaatkan secara bijak, namun juga dapat menimbulkan risiko kerentanan ekonomi jika digunakan secara impulsif. Oleh karena itu, diperlukan peningkatan literasi finansial bagi pengguna, khususnya perempuan, agar keputusan belanja lebih rasional. Pemerintah dan lembaga sosial perlu mengembangkan program edukasi keuangan digital yang sesuai dengan budaya konsumtif masyarakat perkotaan. Di samping itu, platform seperti Shopee diharapkan dapat menjalankan tanggung jawab sosial melalui penyediaan fitur edukasi, transparansi kredit, dan perlindungan bagi pengguna yang rentan. Dengan langkah-langkah tersebut, inovasi keuangan digital dapat berkembang secara seimbang antara kemajuan teknologi dan perlindungan kesejahteraan sosial perempuan di daerah perkotaan

**DAFTAR PUSTAKA**

Amelia, R., & Syafrini, D. (2024). Penggunaan Shopee PayLater di kalangan mahasiswa Universitas Negeri Padang. *Jurnal Perspektif: Kajian Sosiologi dan Pendidikan*, *5*(1), 55–67.

Andriasih, S. P., & Budiasih, I. G. A. N. (2020). Pengaruh Shopee PayLater terhadap perilaku konsumtif pengguna e-commerce. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis*, *8*(2), 123–132.

Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative* https://doi.org/10.1191/1478088706qp063oa

Creswell, J. W. (2021). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (5th ed.). SAGE Publications.

Emilia, N. A., & Evaliati, E. (2024). Analisis risiko finansial dari penggunaan PayLater. *Jurnal Ekonomi Digital dan Keuangan*, *3*(1), 40–52.

Engel, J. F., Blackwell, R. D., & Miniard, P. W. (1995). *Consumer behavior* (8th ed.). Dryden Press.

Fahrudin, A. (2012). *Pengantar kesejahteraan sosial*. Bandung: Refika Aditama.

Hira, T. K., & Loibl, C. (2006). Gender differences in investment behavior. In J. J. Xiao (Ed.), *Handbook of consumer finance research* (pp. 253–270). Springer.

Jiang, J., Heng, C. S., & Choi, B. C. F. (2020). Privacy concerns and privacy-protective behavior in synchronous online social interactions. *Information Systems Research*, *31*(4), 1164–1185. https://doi.org/10.1287/isre.2020.0944

Kabeer, N. (1999). Resources, agency, achievements: Reflections on the measurement of women's empowerment. *Development and Change*, *30*(3), 435–464.

Laily, N. (2016). Pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*, *4*(4), 1–10.

Mahmudah, N., & Rahmawati, E. (2021). Pengaruh media sosial terhadap perilaku konsumtif pengguna ShopeePayLater. *Jurnal Komunikasi dan Digital*, *3*(2), 45–57.

Moleong, L. J. (2017). *Metodologi penelitian kualitatif* (edisi revisi). Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Nikmah, A., & Setto, S. (2023). Pengaruh kemudahan dan manfaat Shopee PayLater terhadap impulse buying. *Jurnal Wahana Pendidikan*, *10*(2), 134–145.

Przybylski, A. K., Murayama, K., DeHaan, C. R., & Gladwell, V. (2013). Motivational, emotional, and behavioral correlates of fear of missing out. *Computers in Human Behavior*, *29*(4), 1841–1848. https://doi.org/10.1016/j.chb.2013.02.014

Putri, A. S., & Rachmawati, D. (2022). PayLater dan perilaku konsumtif mahasiswa. *Jurnal Ekonomi Syariah*, *10*(1), 22–33.

Santrock, J. W. (2012). *Life-span development* (13th ed.). McGraw-Hill Education.

Savitri, Y., & Psikologi, F. (2019). Peran FoMO terhadap perilaku konsumtif mahasiswa pengguna media sosial. *Jurnal Psikologi Terapan*, *4*(1), 25–33.

Saputra, Y. D., Fitriyah, N., & Sari, M. E. (2021). Dampak negatif fitur PayLater terhadap kesehatan finansial mahasiswa. *Jurnal Penelitian Sosial dan Ekonomi*, *6*(2), 88–99.

Sulastri, D., & Nurhidayati, R. (2021). FoMO dan perilaku konsumtif di e-commerce. *Jurnal Psikologi Sosial*, *9*(2), 145–158.

Yoo, W., Huh, J. H., & Wang, Z. (2021). Promotional FoMO and urgency in online shopping. *Journal of Retailing and Consumer Services*, *61*, 102577. https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2021.102577