

PERANCANGAN BUKU EDUKASI PENINGKATAN KESADARAN DAN PEMAHAMAN GENERASI MUDA TENTANG LAYANAN *PAYLATER*

Lugas Luthfisyabana¹, Taufiq Wahab² dan Intan Kusuma Ayu³

^{1,2,3} *Desain Komunikasi Visual, Fakultas Industri Kreatif, Universitas Telkom, Jl. Telekomunikasi No 1, Terusan Buah Batu – Bojongsoang, Sukapura, Kec. Dayeuhkolot, Kabupaten Bandung, Jawa Barat, 40257*
lugasluthfisyabana@student.telkomuniversity.ac.id, niyadivacantik@telkomuniversity.ac.id,
intankus@telkomuniversity.ac.id

Abstrak : Di zaman serba canggih ini, masyarakat khususnya kalangan Gen Z (kelahiran 1997-2012) dan Milenial (kelahiran 1981-1996) sudah bersahabat baik dengan *e-commerce*, atau aplikasi penyedia belanja *online*. Dengan bertambahnya waktu pula, metode-metode pembayaran berbasis internet pun makin bercabang, dan salah satu metode pembayaran terbaru adalah layanan *PayLater*. Lembaga IDSCORE mencatat bahwa kedua generasi ini merupakan pengguna *PayLater* terbesar dengan persentase 35% untuk Gen Z dan 53,12% untuk generasi Milenial per Desember 2023. Meskipun *PayLater* hadir dengan tujuan mempermudah transaksi, bagaikan pedang bermata dua, *PayLater* juga menghasilkan permasalahan baru, yakni penyalahgunaan. Penyalahgunaan layanan *PayLater* yang semakin marak di kalangan Gen Z dan Milenial ini didukung kurangnya literasi keuangan. Kedua generasi ini cenderung kurang memahami konsep bunga dan tanggung jawab pembayaran yang sebenarnya dari penggunaan layanan tersebut. Faktor-faktor seperti kemudahan akses dan penawaran promosi yang menggoda menjadi salah satu penyebab utamanya. Otoritas Jasa Keuangan menyatakan bahwa edukasi keuangan termasuk layanan *PayLater* ini harus terus digerakkan. Peneliti memilih pendekatan edukasi ini dengan merancang buku literasi yang sesuai dengan preferensi dan kebutuhan dua generasi ini. Dengan pendekatan sebagai berikut, diharapkan Gen Z dan generasi Milenial dapat meningkatkan pemahaman mereka tentang pengelolaan keuangan, khususnya terkait penggunaan layanan *PayLater*, serta mengurangi risiko penyalahgunaan di masa depan.

Kata kunci: gen z, literasi, milenial, *PayLater*

Abstract: In this modern era, Gen Z (born 1997-2012) and Millennials (born 1981-1996), have become good friends with *e-commerce*. As the time goes by, internet-based payment methods have also branched out, one of the latest payment methods is the *PayLater* service. IDSCORE states that these two generations are the biggest users of *PayLater* with a percentage of 35% for Gen Z Millennials per December 2023. Although *PayLater* comes with the aim of making transactions easier, *PayLater* also produces new problems, namely misuse. The increasingly widespread misuse of *PayLater* services among Gen Z and Millennials is caused by lack of financial literacy. Both generations tend to lack understanding of the concept of interest and the actual payment responsibility of using the service. Factors such as easy access and promotional offers are one of the main causes. Otoritas Jasa Keuangan states that financial

education, including PayLater services, must continue to be encouraged. Researcher chose this educational approach by designing a literacy book that suits the preferences and needs of these two generations. It is hoped that Gen Z and Millennials can improve their understanding of financial management, especially related to the use of PayLater services, as well as improve their financial literacy.

Keywords: *gen z, millenials, literacy, PayLater*

PENDAHULUAN

Latar Belakang

PayLater atau Bayar Nanti adalah sistem pembayaran yang ditunda, dengan kata lain para penggunanya bisa membeli suatu barang tanpa harus dibayar saat itu juga. Menurut Juru Bicara Otoritas Jasa Keuangan, Sekar Putri Djarot memaparkan bahwa *PayLater* itu sendiri merujuk kepada layanan untuk menunda sebuah pembayaran atau berhutang, yang kemudian wajib dilunasi di kemudian hari. Pada umumnya, sistem pembayaran *PayLater* digunakan masyarakat sebagai sistem pembayaran darurat maupun digunakan untuk memenuhi gaya hidup. Namun, sistem pembayaran ini seringkali disalahgunakan sebagai alternatif untuk memenuhi gaya hidup yang konsumtif. PT Pefindo Biro Kredit menyatakan per Desember 2023, sekitar 13,4 juta orang di Indonesia merupakan pengguna layanan *PayLater*. Jumlah pengguna layanan ini meningkat 1,12% dari jumlah persentase pada Desember 2022. Direktur Utama Pefindo Biro Kredit, Yohanes Arts Abimanyu mengungkapkan bahwa menurut data IdScore, total pengguna aktif *PayLater* di pelaporan Desember 2023 menyentuh angka 13.405.272 pengguna, yang mana meningkat sebesar 1,12% secara *year on year*. Penggunaan *PayLater* yang semena-mena ini menyumbang kredit bermasalah dengan generasi milenial sebagai penyumbang kredit macet terbesar di angka Rp1,27 triliun dari total Rp2,12 triliun kredit macet per Desember 2023, disusul generasi Z dengan Rp460 miliar, serta generasi X dengan Rp350 miliar catatan kredit macet.

Fakta diatas membuktikan bahwa meningkatnya pengguna dan naiknya kredit bermasalah ternyata masih kurang bisa dipahami oleh generasi muda yang masih terus mendaftarkan dirinya sebagai pengguna *PayLater*. Kebanyakan pengguna kurang memikirkan angka sumbangan kredit bermasalah ini atas dasar memenuhi kebutuhan dan memenuhi standar gaya hidup yang bertentangan dengan pendapatan sehingga layanan *PayLater* ini susah untuk dihindari. Berbagai strategi pemasaran layanan *paylater* dari *platform-platform* penyedia layanan ini juga merupakan alasan lain mengapa pengguna *PayLater* terus bertambah setiap harinya, seperti adanya potongan harga, *cashback* yang besar, hingga bunga yang diklaim rendah pada awalnya karena memang umumnya promosi seperti ini memang menarik perhatian, terutama di kalangan generasi muda. Oleh karena itu, edukasi finansial terutama di sektor *PayLater* ini harus disebarluaskan guna memberi informasi-informasi penting tentang *PayLater* supaya penyalahgunaan layanan ini bisa dikendalikan dan tidak semakin merugikan diri sendiri dan menyakiti keuangan negara. Berdasarkan pemaparan di atas, solusi yang ditawarkan untuk permasalahan ini adalah dengan perancangan buku sebagai media edukasi peningkatan kesadaran dan pemahaman generasi muda tentang layanan *PayLater* dengan tujuan mengedukasi pengguna maupun calon pengguna *paylater* akan segala sistematika, pro kontra, sampai bagaimana cara menggunakan layanan ini secara bijak dan seperlunya dengan harapan generasi muda bisa mengontrol frekuensi penggunaan *paylater* dan tidak bertindak semena-mena saat berbelanja daring.

Selain data dan informasi mengenai layanan *PayLater* yang disusun secara tepat dan akurat, buku informatif ini juga akan disusun dengan model dan desain yang menarik menggunakan ilustrasi pendukung, *layout* yang unik, sampai warna-warna yang pas agar bisa menarik perhatian pembaca, khususnya para generasi muda. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sebuah landasan terbaik untuk

meningkatkan edukasi finansial terutama di sektor layanan *PayLater* dengan buku informatif sebagai medianya.

LANDASAN TEORI

Media Edukasi

Media edukasi atau media pembelajaran merupakan alat yang digunakan untuk menyebarluaskan suatu pesan penting agar dapat merangsang empati, pikiran, dan perhatian audiensnya (Dadan Djuanda, 2018). Tujuan dari adanya media edukasi adalah mempermudah penyampaian materi pembelajaran sekaligus memotivasi audiens untuk berpikir kritis dengan imajinasinya sendiri (Hasan dkk, 2021).

Buku

Menurut KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia), buku memiliki arti lembaran kertas yang dijilid, entah berisi tulisan maupun kosong. Sedangkan pendamping memiliki arti dekat dan yang menemani. Buku pendamping secara umum merupakan buku yang berisi informasi yang digunakan sebagai pendukung buku utama di pembahasan yang sama namun dengan bahasa yang lebih sederhana (Sitepu, 2015).

Ukuran dan Bentuk

Bentuk buku bisa berupa persegi Panjang dengan orientasi vertikal yang memiliki alur baca atas ke bawah, maupun orientasi horizontal yang memiliki alur baca kiri ke kanan (Matulka, 2008).

Sampul

Pada struktur buku, sampul terdiri dari tiga bagian, yaitu sampul depan, punggung buku, dan sampul belakang. Sampul depan berisi identitas buku yang juga merupakan sumber daya tarik dari sebuah buku, punggung buku biasanya

berisi judul dan penulis, sedangkan sampul belakang berisi sinopsis buku atau biografi penulis.

Ilustrasi

Menurut Fleishman (Maharsi, 2004), ilustrasi adalah seni yang dijadikan pendamping suatu prosedur penerapan gambar, foto, ataupun diagram yang wujudnya bisa berbentuk naskah cetak, maupun elektronik. Selain itu, ilustrasi bisa diartikan juga sebagai seni gambar yang dibuat untuk mengartikan atau memberi suatu tujuan secara visual (Kusrianto, 2007). Dalam dunia desain grafis, ilustrasi merupakan salah satu elemen terkuat karena memiliki fungsi sebagai daya tarik dalam merancang karya (Puteri Tantin & Taufiq Wahab, 2019).

Gaya ilustrasi yang akan digunakan di perancangan buku ini adalah *flat design* yang merupakan gaya paling populer di tahun 2013. Gaya ilustrasi ini ditandai dengan tampilannya yang sangat minimalis dan cenderung tidak memiliki elemen tambahan seperti bayangan, pencahayaan, tekstur, dan beberapa malah tidak memiliki *outline* atau garis tepi di tiap desainnya. Gaya ilustrasi ini menghasilkan tampilan yang datar dan memiliki pendekatan yang sangat sederhana, sehingga gaya ilustrasi ini masih banyak dipakai sampai sekarang karena mengundang ketertarikan (Pratas, 2014).

Warna

Warna adalah kesan yang diterima mata dari pantulan benda-benda yang dikenai cahaya (Ali Nugraha, 2008). Jenis warna ada lima, yaitu warna primer, sekunder, intermediate, tersier, dan kuartier.

Pada perancangan ini, peneliti menggunakan warna-warna yang cerah dan *vibrant* karena warna jenis ini mencerminkan keceriaan, kebahagiaan, dan energi positif sehingga peneliti berharap pembaca tidak akan bosan dan termotivasi untuk membaca sekaligus memahami isi dari pesan yang ingin disampaikan namun tetap *enjoyable*.

Layout

Layout merupakan tata letak yang digunakan untuk mengatur komposisi sebuah desain seperti huruf, teks, bidang, garis, gambar, dan bentuk pada suatu konteks (Susanto, 2011). Dalam membuat *layout* diperlukan kemampuan mengkombinasikan elemen satu dengan yang lainnya agar bisa seimbang dan menarik perhatian audiens (Puteri Tantin & Taufiq Wahab, 2019) karena *layout* juga merupakan penyusunan berbagai elemen desain yang berhubungan di satu bidang sampai membentuk susunan artistik, yang disebut manajemen bentuk dan bidang. Tujuan *layout* adalah untuk menampilkan semua elemen desain agar menjadi sebuah media yang bersifat komunikatif untuk mempermudah audiens menerima informasi yang disajikan.

Tipografi

Tipografi adalah disiplin ilmu yang mempelajari huruf. Tipografi dalam desain komunikasi visual bertujuan mengolah huruf-huruf pada suatu karya untuk membantu memaksimalkan pemahaman dan menjadi daya tarik dalam karya tersebut (Rustan dan Santosa, 2016). Penggunaan tipografi di media cetak juga berperan penting dalam menciptakan identitas brand media tersebut. Pada sampul, tipografi biasanya bisa menggunakan *typeface* atau *font* yang bersifat dekoratif, sedangkan pada bagian isi disarankan untuk menggunakan *typeface* atau *font* yang sifatnya mudah dibaca. Pemilihan *font* juga sangat penting untuk mengidentifikasi suatu karya. Misal untuk media yang membahas materi dengan pembawaan formal, *font* yang digunakan juga bersifat formal pula, seperti *Times New Roman*, dan lain sebagainya.

PayLater

PayLater merupakan salah satu pilihan metode pembayaran yang mengadopsi sistem serupa dengan kartu kredit tanpa membutuhkan kartu kredit yang sebenarnya. Banyak platform keuangan mulai banyak menggunakan teknologi “bayar nanti” ini (Quiserto, 2019). *PayLater* di tahun 2020 sudah bisa

digunakan untuk berbelanja *online*, *booking* tiket hotel dan transportasi *online*, sampai pembayaran tagihan rumah tangga.

Desain Komunikasi Visual

Meliputi prinsip kesederhanaan, kejelasan, keseimbangan, kesatuan, penekanan, irama, dan proporsi.

DATA DAN ANALISIS

Institusi Pemberi Proyek



Gambar 3.1 Logo OJK
Sumber : ojk.go.id , akses Mei 2024

Otoritas Jasa Keuangan (OJK) merupakan Lembaga negara yang dibentuk sesuai Undang-undang Nomor 21 Tahun 2011 yang memiliki fungsi menyelenggarakan sistem pengaturan dan pengawasan terintegrasi terhadap seluruh kegiatan di sektor jasa keuangan baik di sektor perbankan, pasar modal, dan jasa keuangan non-bank seperti asuransi, dana pension, Lembaga pembiayaan, dan jasa keuangan lainnya.

Penulis melakukan wawancara terkait layanan PayLater dengan pihak Otoritas Jasa Keuangan Provinsi Jawa Barat yang berada di Jalan Ir. H. Juanda Nomor 152, Kota Bandung, Jawa Barat.

Data Studi Literatur

Studi literatur dilakukan dengan referensi dua buku berjudul *Seni Mengatur Keuangan : Tips Cerdas Melakukan Perancangan Keuangan* (2021) dan *Your Money or Your Life* (1992), serta tiga jurnal berjudul *Pengaruh Penggunaan*

PayLater Terhadap Perilaku Impulse Buying Pengguna E-Commerce di Indonesia (Rahmatika Sari, 2020), Pengaruh Literasi Keuangan dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna *Shopee PayLater* pada Generasi Milenial (Gina Rahmawati dan Elly Mirati, 2022), dan Perancangan Buku Ilustrasi Sebagai Media Informasi Mencintai Diri Sendiri Untuk Meningkatkan Harga Diri Pada Korban *Bullying* (Dinar Nuramini, Diani Apsari, S.Ds., Taufiq Wahab, S.Sn., M.Sn., 2020).

Observasi

Observasi dilakukan di dua *platform* media sosial yakni *X* atau *Twitter* dan *TikTok*. Dengan mencari topik "*PayLater*" di kolom pencarian, banyak sekali netizen yang menggunakan *PayLater* dengan konsentrasi cuitan atau video yang berbeda. Namun saat diobservasi lebih dalam, permasalahan terbesar adalah pengguna *PayLater* yang kurang bertanggungjawab, seperti pengguna-pengguna yang terus menggunakan *PayLater* tanpa memikirkan kewajiban setelahnya sehingga tagihan terus bertambah setiap bulannya karena pengguna tidak taat membayar tagihan.

Wawancara

Wawancara dilakukan dengan empat narasumber, yakni pihak OJK Jawa Barat, dan tiga pengguna layanan *PayLater*. Pengguna *PayLater* merasa terbantu akan adanya layanan ini dalam mencukupi kebutuhan sehari-harinya sampai sekedar memenuhi hasrat memiliki barang yang sifatnya diluar kebutuhan primer atau penunjang gaya hidup. Meskipun demikian, pengguna juga masih merasa kurang jelas akan sistematika *PayLater* dan merasa kurang percaya dalam mencari informasi di internet karena banyaknya pihak tak bertanggungjawab yang menawarkan jasa ilegal seperti *gestun* ataupun menghapus data sehingga kumpulan informasi *PayLater* yang akurat dan terpercaya bisa membantu para pengguna mendapat informasi yang benar. Menurut OJK Jawa Barat, *PayLater* memang bertujuan positif untuk mempermudah akses keuangan masyarakat

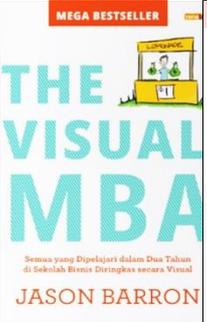
namun sekali lagi, literasi masyarakat yang masih rendah menjadi salah satu alasan kuat akan banyaknya penyalahgunaan *PayLater*.

Kuesioner

Kuesioner dibuat dan disebarakan melalui platform *Google Form* yang kemudian diisi oleh 50 responden dengan target audiens di kalangan Gen Z dan Milenial dari usia 17-30 tahun di wilayah Bandung, Jawa Barat.

Proyek Sejenis

Tabel 3.1 Analisis Matriks Perbandingan

Aspek Perbandingan	Muda Melek Finansial	The Visual MBA	How to Not Always Insecure
Sampul			
Isi/konten			
Ilustrasi	Menggunakan ilustrasi gaya komik dan sedikit lebih mendetail	Menggunakan ilustrasi sederhana dan tidak mendetail	Menggunakan ilustrasi sederhana namun sedikit mendetail
Warna	Cover berwarna terang selayaknya buku komik namun isi buku tidak berwarna atau hitam putih saja	Memiliki warna-warna yang <i>soft</i> atau halus, cenderung mengarah ke warna <i>pastel</i>	Memiliki warna-warna yang <i>soft</i> atau halus dan palet warnanya luas
Tipografi	Font yang dipakai adalah <i>comic sans</i> karena font ini memang biasa dipakai di buku komik	Menggunakan font turunan <i>serif</i> dan sedikit font bergaya <i>handwriting</i>	Menggunakan font bergaya <i>handwriting</i> yang sesuai dengan gaya ilustrasi
Layout	Cenderung ramai dan selalu ada	Cenderung minimalis dan tidak	Cenderung ramai tapi tidak mengganggu

	ilustrasi di tiap halamannya	semua halaman memiliki ilustrasi	pesan di dalamnya. Tiap halamannya memiliki setidaknya satu ilustrasi.
--	------------------------------	----------------------------------	--

Matriks SWOT

Tabel 3.2 Analisis Matriks SWOT

IFAS	<ul style="list-style-type: none"> - Belum ada buku yang membahas PayLater - Data didapat dari sumber terpercaya - Mudah didapat/diakses 	<ul style="list-style-type: none"> - Terbatasnya sumber perolehan data terpercaya
<ul style="list-style-type: none"> - Tuntutan kebutuhan untuk mempelajari sistem PayLater - Adanya SLIK OJK 	<ul style="list-style-type: none"> - Bekerja sama dengan <i>platform</i> penyedia PayLater - Bekerja dibawah OJK 	<ul style="list-style-type: none"> - Mengumpulkan data sebanyak mungkin dan menimbangannya - Promosi dan <i>Campaign</i> di sosial media
<ul style="list-style-type: none"> - Kurangnya minat baca 	<ul style="list-style-type: none"> - Membuat akun edukasi di sosial media - Banyak melakukan sosialisasi 	<ul style="list-style-type: none"> - Sering melakukan evaluasi - Mempererat kerjasama dengan pihak terkait

	seperti di kampus atau masyarakat umum - Merancang buku dengan tema yang trendy untuk menarik perhatian	
--	--	--

PERANCANGAN

Konsep Pesan

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan melalui studi pustala, observasi, wawancara, kuesioner, matriks perbandingan, dan analisis SWOT, dapat ditarik Kesimpulan bahwa acuan konsep pesan untuk penelitian ini adalah :

1. Buku merupakan media yang cocok untuk mengedukasi pembaca dengan rentang usia yang beragam, termasuk Gen Z dan Milenial.
2. Ilustrasi membantu mencegah kebosanan dalam media edukasi, terutama bahan bacaan yang lebih mengedepankan materi dan informasi agar tidak terkesan monoton dan datar.
3. Penggunaan tema sebisa mungkin mengikuti trend desain grafis terutama di kalangan Gen Z dan Milenial agar tidak terkesan ketinggalan zaman.

Konsep Kreatif

Konsep buku ilustrasi ini didasari oleh perlunya edukasi kepada generasi muda sehingga buku ini akan dirancang dengan tema yang mengikuti pasar, dan di kasus ini akan memakai tema ilustrasi retro. Meskipun menggunakan tema retro, buku ini akan disusun dengan sederhana atau minimalis agar tidak menarik perhatian dari topik yang seharusnya dibahas dan tetap bersifat persuasif. Konsep buku ini adalah cerah, bahagia, dan minimal karena warna-warna yang cerah atau

vibrant bisa mendorong pembaca untuk lebih bersemangat dalam mempelajari konten buku ini sendiri.

Konsep Media

Media Utama

Media utama yang digunakan di dalam perancangan ini adalah buku cetak dan *e-book* atau buku digital, sesuai dengan hasil kesimpulan analisis data pada bab 3. Perancangan buku ilustrasi ini akan memanfaatkan software *Procreate*, *Adobe Illustrator*, dan *Adobe InDesign*.

Media Pendukung

Media pendukung yang akan digunakan pada perancangan ini untuk meningkatkan *brand awareness* dan memperkenalkan buku ini kepada audiens adalah dengan memanfaatkan media sosial *Instagram*, *banner*, *booth*, *flyer*, *sticker pack*, dan kartu nama. Hal ini bertujuan untuk menjangkau audiens yang bisa digunakan sebagai media promosi.

Konsep Visual

Warna



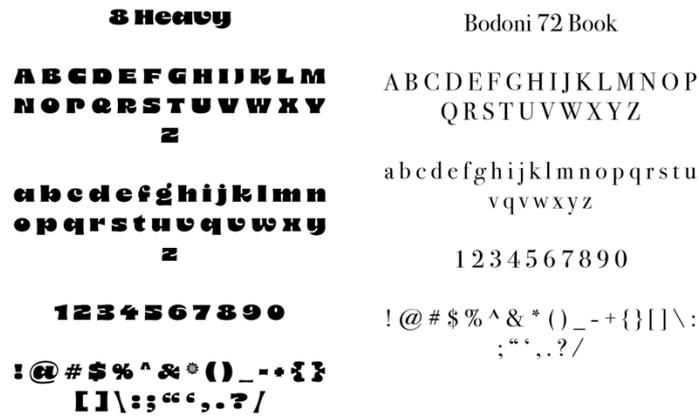
Gambar 4.1 Warna

Sumber : dokumentasi pribadi , akses Mei 2024

Peneliti menggunakan warna-warna di atas yang mana memiliki kesamaan dengan konten milik OJK Indonesia dan akun-akun di bawahnya sesuai dengan apa yang disarankan oleh pihak OJK Jawa Barat ketika peneliti melakukan wawancara.

OJK Jawa Barat menyatakan bahwa warna-warna yang cerah dan vibrant ini membawa keceriaan dan semangat agar konten bisa dinikmati pembaca tanpa mengurangi fungsi penyampaian pesan.

Tipografi



Gambar 4.2 Jenis Font
Sumber : Dokumentasi Pribadi , akses Mei 2024

Ilustrasi



Gambar 4.3 Ilustrasi Karakter
Sumber : Dokumentasi Pribadi , akses Mei 2024

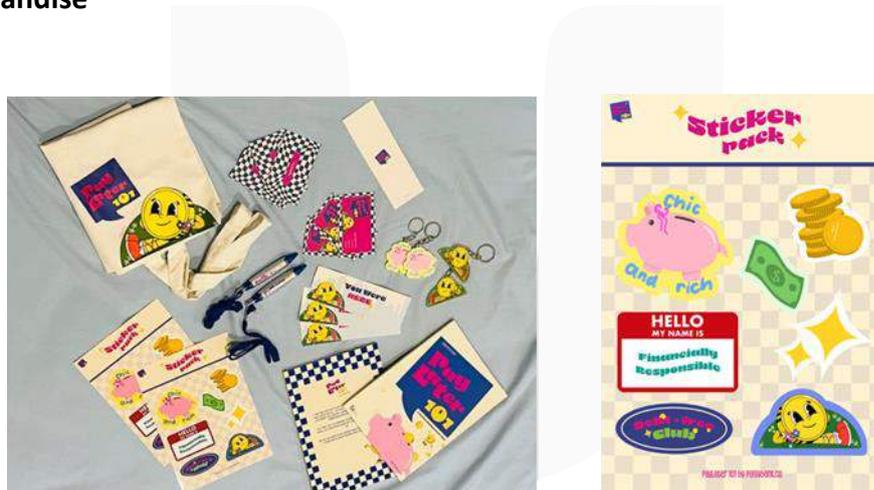
Hasil Perancangan

Media Promosi Instagram



Gambar 4.5 Promosi Instagram
 Sumber : Dokumentasi Pribadi , akses Juni 2024

Merchandise



Gambar 4.6 Merchandise
 Sumber : Dokumentasi Pribadi , akses Juni 2024

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan analisis data yang dilakukan, peneliti dapat menarik kesimpulan akan alasan pentingnya edukasi PayLater untuk generasi muda atau

Gen Z dan Milenial dengan perancangan buku sebagai media utamanya adalah sebagai berikut :

Tingginya angka penggunaan layanan PayLater di kalangan Gen Z dan Milenial

Hal ini merupakan penyebab utama meningkatnya penyalahgunaan layanan ini karena angka pengguna baru PayLater juga terus bertambah setiap harinya. Peneliti mengumpulkan beberapa alasan Gen Z dan Milenial mendaftarkan diri sebagai pengguna, yakni :

1. Adanya kebutuhan mendadak baik pribadi atau rumah tangga
2. Promo-promo menarik yang hanya dikhususkan untuk pengguna PayLater
3. Pemenuhan gaya hidup yang cenderung kurang seimbang dengan profil

Meningkatnya kredit macet nasional

Menurut catatan PT Pefindo Biro Kredit, kredit macet per Desember 2023 ada di angka yang fantastis, yakni sekitar 2,58 triliun rupiah. Angka tersebut hanya berasal dari pengguna Gen Z dan Milenial.

Masih banyak pengguna PayLater yang mempercayai pihak tak bertanggung jawab

Pihak tak bertanggung jawab disini biasa disebut dengan “joki PayLater”, yang memasarkan dirinya sebagai pihak yang akan membantu pengguna PayLater bebas dari hutang tagihannya. Jasa ini sudah dikonfirmasi ilegal oleh Otoritas Jasa Keuangan selaku pengawas Perusahaan penyedia PayLater karena alih-alih melunasi hutangnya, data diri pengguna PayLater akan dihapus dari sistem Perusahaan penyedia layanan tersebut, yang mana sudah masuk sebagai tindak pidana.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh, bisa dikatakan bahwa penelitian berjalan dengan baik. Namun bukan suatu kekeliruan apabila peneliti ingin menyalurkan sedikit saran yang semoga bisa bermanfaat bagi kemajuan

edukasi pada umumnya. Adapun saran yang peneliti sampaikan adalah sebagai berikut :

1. Pada penelitian selanjutnya, hendaknya diperdalam kembali cara mengatasi sifat konsumtif akan adanya layanan PayLater namun dengan pendekatan psikologi.
2. Pada penelitian selanjutnya, hendaknya diperluas kembali ruang lingkup penelitian, mengingat penelitian ini belum sepenuhnya bisa mengatasi permasalahan yang ada.

DAFTAR PUSTAKA

Anggraeny Putri, Fanny, & Setyo Iriani, Sri. (2020). *Pengaruh Kepercayaan dan Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Pinjaman Online Shopee PayLater*. Jurnal Ilmu Manajemen – Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya. 8(3). 1-11

Aprilia Aries Tantin, Puteri, & Wahab, Taufiq. (2019). Perancangan Buku Ilustrasi Mengenai Perkembangan Kesenian Pertunjukkan Bajidoran di Karawang. Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual, Telkom University. 6(2). 898

Ayu, Armadita. (2021). *Seni Mengatur Keuangan: Tips Cerdas Melakukan Perencanaan Keuangan*. Jakarta; Quadrant

Dominguez, Joe, & Robin, Vicki. (1992). *Your Money or Your Life*. Oklahoma: Penguin

Widiatmoko Soewardikoen, Didit. (2019). *Metodologi Penelitian Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Kanisius

Gopay. (2023). "4 Cara Menggunakan PayLater agar Tetap Untung". Gopay. Diakses pada 10 Juni 2024, dari <https://gopay.co.id/blog/pay-later-adalah>

Hestin Untari, Pernita. (2024). "Pengguna Paylater di Indonesia 13,4 Juta Orang, Jawa Barat Terbanyak". Finansial. Diakses pada 7 Maret 2024, dari

<https://finansial.bisnis.com/read/20240307/563/1747467/pengguna-paylater-di-indonesia-134-juta-orang-jawa-barat-terbanyak>

Kristianto, Wahyu. (2022). "PayLater Dengan Segudang Resikonya". Kementerian Keuangan Republik Indonesia. Diakses pada 7 Maret 2024, dari <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kpknl-bandung/baca-artikel/15565/PAYLATER-DENGAN-SEGUDANG-RESIKONYA.html#:~:text=Betul%20paylater%20adalah%20sistem%20pembayaran,membayar%20tiap%20bulan%20beserta%20bunganya>

