

Persaingan *PayLater* di Indonesia: Analisis Pasar dan Peramalan Minat Konsumen Berbasis *Data Science*

Asep Koswara^{1*}, Tarso², Eddy Soeryanto Soegoto³, Rahma Wahdiniwaty⁴, Adam Mukharil Bachtiar⁵, Irfan Dwiguna Sumitra⁶

Universitas Komputer (UNIKOM), Indonesia

*Corresponding author, e-mail: asep.75425004@mahasiswa.unikom.ac.id

Abstract : *This study examines the dynamics of consumer interest in PayLater services in Indonesia by leveraging big data from Google Trends for the 2023–2025 period. Using a qualitative approach that integrates spatial analysis and Python-based predictive modeling, this research aims to map temporal search patterns, the geographical distribution of adoption, and the socio-economic factors influencing consumer preference toward three major platforms: Kredivo, Akulaku, and Shopee PayLater. The methodology includes time-series analysis, provincial-level geospatial mapping, and forecasting using the Facebook Prophet algorithm. The findings reveal that PayLater search interest is cyclical, with significant spikes during e-commerce campaigns, public holidays, and monthly payday cycles. Spatially, a sharp adoption disparity exists between urban areas and regions with limited digital infrastructure. Kredivo exhibits the most balanced regional distribution, while Akulaku is heavily concentrated in West Java, and Shopee PayLater shows strong penetration in non-Java regions. The forecasting results project sustained growth in interest through 2027, providing strategic implications for fintech companies in expanding digital financial inclusion across Indonesia.*

Keywords : *paylater, fintech, google trends, perilaku konsumen, data science*



This is an open access article distributed under the Creative Commons 4.0 Attribution License, which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited. ©2021 by author.

PENDAHULUAN

Perkembangan pesat layanan *buy-now-pay-later* (BNPL) telah menjadi salah satu ciri utama dalam lanskap keuangan digital Indonesia yang terus berkembang. Layanan ini, yang dikenal luas sebagai *PayLater*, menyediakan kredit konsumsi jangka pendek yang terintegrasi dalam platform e-commerce dan aplikasi digital, sehingga memungkinkan pengguna menunda

pembayaran melalui skema cicilan yang fleksibel. Lonjakan penggunaan BNPL sejalan dengan transformasi keuangan digital di Indonesia, yang didorong oleh meningkatnya penetrasi *smartphone*, percepatan adopsi *e-commerce*, serta tingginya kebutuhan masyarakat terhadap alternatif pembiayaan yang mudah diakses (Cahyadi et al., 2024; Pratama & Anas, 2024). Dalam konteks ini, platform seperti Kredivo, Akulaku, dan *Shopee PayLater* telah menjadi aktor penting dalam membentuk perilaku peminjaman konsumen sekaligus memperluas partisipasi keuangan di Indonesia.

Meskipun mengalami pertumbuhan yang pesat, penyebaran layanan *PayLater* di Indonesia masih menunjukkan ketimpangan antarwilayah yang cukup signifikan. Kajian-kajian terdahulu mengenai adopsi *fintech* dan sistem pembayaran digital umumnya berfokus pada faktor individu pengguna dengan menggunakan model teoretis seperti *Technology Acceptance Model* (TAM) dan *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT) untuk menjelaskan niat perilaku dan penerimaan teknologi. Berbagai penelitian menunjukkan bahwa persepsi kegunaan, kemudahan penggunaan, tingkat kepercayaan, serta literasi keuangan digital merupakan determinan utama adopsi layanan *fintech* (Pratama & Anas, 2024; Dewi et al., 2025). Walaupun temuan-temuan ini penting untuk memahami pengambilan keputusan di tingkat individu, kajian tersebut masih terbatas dalam menjelaskan variasi spasial antarwilayah maupun dinamika perubahan adopsi dari waktu ke waktu. Selain itu, masih sedikit penelitian empiris yang mengintegrasikan analisis geospasial dan pemodelan prediktif untuk menangkap sifat adopsi *PayLater* yang dinamis dan heterogen secara regional dalam ekonomi digital Indonesia.

Ketiadaan analisis yang bersifat spasial dan berorientasi masa depan menimbulkan sejumlah implikasi penting. Tanpa pemahaman yang komprehensif mengenai variasi regional, penyedia layanan *PayLater* akan mengalami kesulitan dalam mengidentifikasi pasar yang belum terlayani, mengevaluasi tingkat kejenuhan di wilayah yang telah matang, serta merancang strategi ekspansi yang berkelanjutan. Di sisi lain, regulator juga menghadapi tantangan dalam mengantisipasi risiko yang muncul dari pertumbuhan kredit digital, seperti peningkatan utang rumah tangga, kerentanan keuangan regional, atau konsentrasi penggunaan BNPL pada kelompok demografis tertentu. Ketika penetrasi BNPL meningkat dalam konteks kemampuan digital dan literasi keuangan yang tidak merata, keterbatasan dalam memprediksi perubahan minat konsumen dapat menghambat upaya pengelolaan pertumbuhan yang inklusif dan bertanggung jawab.

Untuk menjawab kesenjangan tersebut, penelitian ini menggunakan pendekatan berbasis data yang mengintegrasikan pemetaan geospasial dengan analisis prediktif guna mengkaji ekosistem *PayLater* di Indonesia. Dengan memanfaatkan indikator jejak digital, khususnya sinyal perilaku pencarian yang mencerminkan minat konsumen, penelitian ini bertujuan menyajikan gambaran yang rinci secara geografis mengenai adopsi *PayLater* sekaligus memproyeksikan pola minat konsumen di masa depan. Analisis ini didasarkan pada kerangka konseptual seperti TAM dan UTAUT, serta diperkaya oleh temuan-temuan empiris terkini tentang literasi keuangan digital, perilaku adopsi *fintech*, dan karakteristik konsumen dalam penggunaan teknologi (Cahyadi et al., 2024; Dewi et al., 2025). Integrasi teoritis ini memungkinkan pendekatan

multidimensional yang tidak hanya menekankan sikap individu, tetapi juga dimensi spasial dan temporal dari perilaku keuangan digital.

Penelitian ini memberikan beberapa kontribusi penting. Secara teoretis, studi ini menjembatani literatur adopsi fintech dengan kajian difusi spasial dan pemodelan prediktif, sehingga menawarkan kerangka analisis yang masih jarang diterapkan dalam riset BNPL, khususnya di negara berkembang. Secara empiris, penelitian ini menyajikan gambaran resolusi tinggi mengenai ketimpangan adopsi antarwilayah serta menghasilkan proyeksi minat konsumen terhadap tiga platform PayLater utama, yaitu Kredivo, Akulaku, dan Shopee PayLater. Temuan-temuan ini diharapkan dapat menjadi dasar bagi strategi ekspansi pasar platform, membantu regulator dalam merancang kebijakan perlindungan konsumen dan inklusi keuangan yang berbasis bukti, serta memperkaya diskursus akademik mengenai dimensi spasial dan prediktif dari layanan keuangan digital. Melalui pendekatan ini, penelitian berupaya memperdalam pemahaman terhadap lanskap PayLater Indonesia dengan memetakan kondisi saat ini sekaligus memproyeksikan arah perkembangannya di masa depan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan desain penelitian deskriptif kualitatif yang dipadukan dengan pendekatan analitik berbasis data science, sehingga memungkinkan interpretasi yang sistematis terhadap perilaku pencarian digital dan pola adopsi regional dalam ekosistem PayLater di Indonesia. Metode deskriptif kualitatif digunakan untuk menangkap fenomena dunia nyata melalui penafsiran kontekstual tanpa membatasi analisis pada konstruk teoritis yang kaku, sebagaimana ditegaskan oleh Miles, Huberman, dan Saldaña (2014). Dalam penelitian ini, penalaran kualitatif digunakan untuk menafsirkan sinyal-sinyal yang dihasilkan dari intensitas pencarian, variasi geografis, dan pola temporal, dengan Google Trends diposisikan sebagai indikator sosio-digital yang merefleksikan rasa ingin tahu dan minat konsumen.

Data utama penelitian ini berasal dari kueri pencarian Google Trends terkait kata kunci “Kredivo”, “Akulaku”, dan “Shopee PayLater” untuk periode Januari 2023 hingga Desember 2025. Periode ini dipilih karena merepresentasikan fase pasca-pandemi, di mana aktivitas e-commerce dan penggunaan layanan PayLater di Indonesia telah kembali stabil. Data OJK menunjukkan bahwa penyaluran pembiayaan BNPL mengalami pertumbuhan signifikan sejak 2023, seiring meningkatnya transaksi digital dan penetrasi smartphone. Selama periode ini, nilai penyaluran BNPL terus meningkat (mis. Rp 5,54 triliun pada Jan 2024; Rp 6,81 triliun pada Mei 2024 meningkat 33,6% YoY; naik menjadi >Rp 8 triliun pada Maret 2025; dan mencapai >Rp 10 triliun pada akhir 2025) (Antara, 2024). Hal ini menunjukkan dinamika pasar yang kuat sehingga sangat relevan untuk dianalisis.

Google Trends semakin diakui sebagai proksi yang valid untuk mengukur perhatian konsumen digital dan melakukan peramalan perilaku pasar dalam studi teknologi finansial, karena mampu menangkap perubahan minat dan sentimen pasar secara *real-time*. Data mentah yang diperoleh kemudian diekstraksi, dinormalisasi, dan diorganisasikan menggunakan *Python*, sehingga memungkinkan alur kerja yang dapat direplikasi untuk pembersihan data, perataan deret waktu, perbandingan antar kata kunci, dan transformasi geospasial. Prosedur

pengumpulan dan pengolahan data dilakukan secara transparan sesuai dengan prinsip yang dikemukakan oleh Creswell dan Creswell (2018) guna menjamin keterlacakan dan ketelitian metodologis.

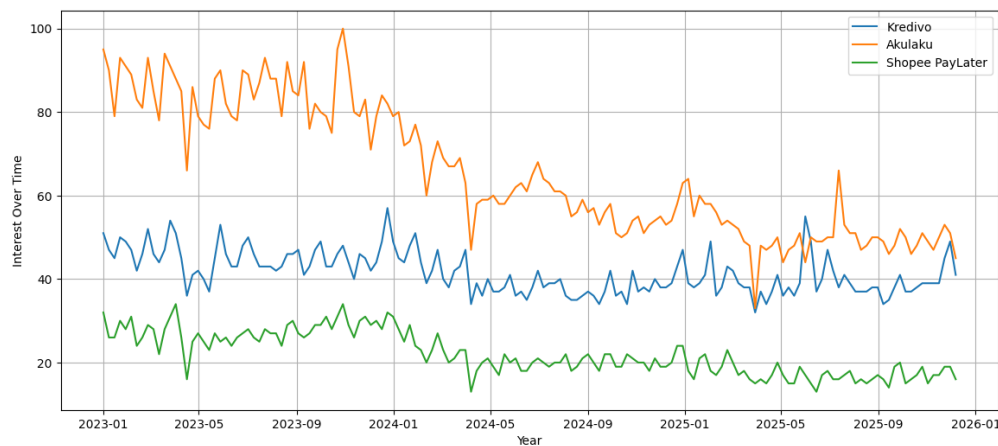
Setelah data terkumpul, analisis dilakukan melalui kombinasi evaluasi pola tren, pemetaan geografis, dan pemodelan prediktif. Analisis deret waktu digunakan untuk mengidentifikasi pola musiman dan perubahan struktural dalam perilaku pencarian konsumen, sedangkan visualisasi geospasial menampilkan ketimpangan adopsi *PayLater* antarprovinsi di Indonesia. Komponen prediktif dioperasionalisasikan melalui perangkat peramalan berbasis Python yaitu Google Colab untuk memperkirakan dinamika minat konsumen dalam jangka pendek dan menengah. Untuk keperluan ini, penelitian menggunakan algoritma Facebook Prophet, yaitu perangkat lunak *open-source* yang dirancang untuk mengolah data deret waktu dengan pola musiman yang kuat dan riwayat data yang panjang.

Strategi analitik yang mengombinasikan pendekatan kualitatif dan komputasional ini sejalan dengan kerangka penelitian berbasis data kontemporer, di mana alat komputasi tidak hanya berfungsi sebagai instrumen statistik, tetapi juga sebagai sarana untuk menemukan pola dan membangun interpretasi kontekstual. Dengan demikian, metode yang digunakan dalam penelitian ini memungkinkan pemahaman yang lebih holistik mengenai dinamika adopsi *PayLater*, baik dari sisi temporal, spasial, maupun proyeksi perilaku konsumen di masa depan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Dinamika Temporal Minat Pencarian PayLater (2023–2025)

Analisis temporal terhadap data *Google Trends* dari Januari 2023 hingga Desember 2025 (lihat **gambar 1**) menunjukkan adanya fluktuasi yang jelas dalam perhatian konsumen terhadap tiga platform *PayLater* utama di Indonesia, yaitu Kredivo, Akulaku, dan *Shopee PayLater*. Intensitas pencarian untuk Akulaku tampak paling tinggi pada awal tahun 2023, dengan nilai 95, 90, dan 79 pada tiga titik data awal, yang mencerminkan tingkat visibilitas pasar yang kuat. Kredivo berada pada posisi berikutnya dengan tingkat pencarian yang relatif stabil pada kisaran menengah (sekitar 45–51), sedangkan *Shopee PayLater* menunjukkan tingkat pencarian yang lebih rendah, yakni berkisar antara 26–32 pada periode yang sama. Pola awal ini mengindikasikan adanya perbedaan daya ingat merek (*brand recall*) dan tingkat ketertarikan konsumen di antara ketiga platform, serta memperkuat pandangan bahwa kueri pencarian dapat berfungsi sebagai proksi tingkat keterkenalan dan relevansi platform dalam pasar kredit digital yang kompetitif.



Gambar 1. Google Trends untuk Kata Kunci PayLater di Indonesia (2023–2025)

Sumber: Data Diolah Dari Google Trend

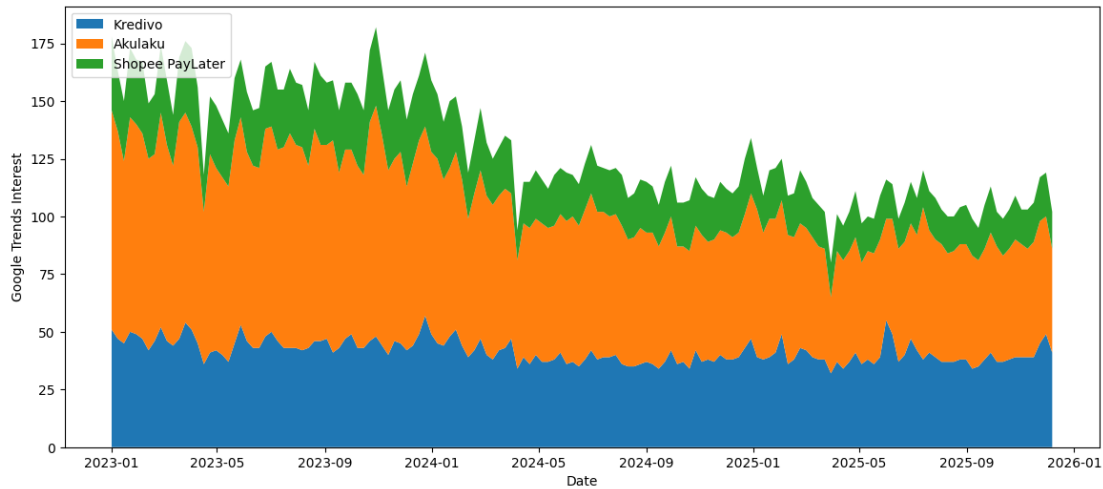
Sepanjang periode pengamatan, data menunjukkan adanya puncak-puncak pencarian yang bersifat periodik, yang berkaitan dengan siklus promosi, pengingat pembayaran tagihan, maupun peristiwa musiman dalam *e-commerce*, seperti hari raya dan kampanye diskon. Temuan ini sejalan dengan literatur yang menyatakan bahwa perilaku pencarian terkait *fintech* sangat sensitif terhadap peristiwa dan insentif jangka pendek (Pham et al., 2024). Stabilitas relatif Kredivo dibandingkan volatilitas Akulaku menunjukkan dua dinamika pasar yang berbeda: satu didorong oleh keterlibatan pengguna yang konsisten, dan yang lain lebih dipengaruhi oleh lonjakan sesaat akibat siklus penggunaan kredit. Sementara itu, pola Shopee PayLater yang lebih stabil dan moderat dapat mengindikasikan bahwa adopsinya lebih terintegrasi dalam ekosistem Shopee itu sendiri, sehingga tidak selalu memicu pencarian eksternal yang tinggi di Google.

Secara konseptual, pola-pola ini mendukung pandangan bahwa intensitas pencarian digital berkaitan erat dengan persepsi kegunaan, pertimbangan risiko, dan kesiapan pengguna dalam mengadopsi produk keuangan digital. Pola fluktuasi minat pencarian ini juga sejalan dengan temuan global bahwa layanan BNPL mendorong pencarian informasi episodik karena menurunkan persepsi biaya dan meningkatkan keputusan pembelian impulsive (Nusir et al., 2026). Penelitian terkini menunjukkan bahwa volume pencarian daring tidak hanya mencerminkan rasa ingin tahu konsumen, tetapi juga mampu memprediksi pola penggunaan dalam jangka pendek pada sektor *fintech* dan kredit digital (Neves et al., 2023). Oleh karena itu, dinamika temporal yang ditemukan dalam penelitian ini memperkuat argumen bahwa perilaku pencarian merupakan indikator penting dalam memahami kebutuhan finansial dan motivasi pencarian kredit masyarakat Indonesia di era keuangan digital.

2. Perbandingan Perhatian Pasar antar Platform PayLater Utama

Analisis perbandingan intensitas pencarian antara Kredivo, Akulaku, dan *Shopee PayLater* mengungkapkan pola perhatian pasar digital yang berbeda-beda yang mencerminkan posisi strategis masing-masing platform dan jalur keterlibatan konsumen. Berdasarkan data Google Trends periode 2023–2025, hasil penelitian menunjukkan adanya variasi yang jelas dalam visibilitas, volatilitas, dan perilaku pencarian, yang mengindikasikan perbedaan cara konsumen

berinteraksi dan mencari informasi mengenai layanan PayLater yang bersaing. Perbedaan ini menegaskan sifat heterogen dari lanskap kredit digital Indonesia dan menjadi dasar untuk menganalisis trajektori pasar masing-masing platform secara lebih rinci.



Gambar 2. Perbandingan Perhatian Pasar antar Platform PayLater Utama

Sumber: Hasil Olah Data Google Trend dengan Python Google Colab

Akulaku: Dominasi dan Volatilitas Perhatian Pasar

Akulaku secara konsisten mencatat tingkat intensitas pencarian tertinggi sepanjang periode 2023–2025, dengan nilai awal tahun 2023 mencapai 95, 90, dan 79, sehingga menempatkannya jauh di atas para pesaingnya. Tingginya visibilitas ini menunjukkan kuatnya daya ingat merek yang didukung oleh siklus promosi yang luas, integrasi dengan ekosistem marketplace, serta strategi penargetan pada segmen masyarakat menengah dan berpendapatan lebih rendah yang sangat bergantung pada layanan cicilan digital. Namun, pola perhatian Akulaku juga ditandai oleh volatilitas yang tinggi, dengan lonjakan besar yang diikuti oleh penurunan tajam, yang mengindikasikan bahwa keterlibatan konsumen sering dipicu oleh peristiwa episodik seperti pengingat keterlambatan pembayaran, kampanye musiman, atau ekspansi kredit. Pola ini sejalan dengan temuan Acharya (2025), yang menyatakan bahwa lonjakan pencarian daring dalam sektor fintech umumnya bersifat berbasis peristiwa dan sangat sensitif terhadap fluktuasi promosi serta siklus kredit.

Kredivo: Perilaku Pencarian yang Stabil dan Berbasis Kepercayaan

Kredivo menunjukkan tingkat intensitas pencarian yang stabil dan berkelanjutan, umumnya berada pada kisaran 45–51 sepanjang periode awal hingga pertengahan 2023. Berbeda dengan Akulaku, Kredivo memperlihatkan volatilitas yang rendah, yang mencerminkan keterlibatan konsumen yang bersifat habitual dan kemungkinan basis pengguna yang lebih matang serta berorientasi pada kepercayaan. Posisi strategis Kredivo yang dibangun melalui transparansi biaya, proses persetujuan yang cepat, serta kemitraan dengan berbagai pedagang besar berkontribusi pada aktivitas pencarian yang konsisten dan tidak terlalu bergantung pada dorongan pemasaran siklis. Temuan ini didukung oleh penelitian Xie et al. (2021), yang

berpendapat bahwa ketika produk keuangan digital memiliki struktur risiko dan biaya yang jelas, konsumen cenderung mengurangi pencarian eksploratif dan lebih mengandalkan pola penggunaan yang sudah terbentuk.

Shopee PayLater: Perhatian yang Tertanam dalam Ekosistem E-Commerce

Shopee PayLater mencatat tingkat intensitas pencarian yang paling rendah namun paling seragam, dengan rata-rata berada pada kisaran 26–32 dalam data yang dianalisis. Pola ini tidak serta-merta mencerminkan rendahnya tingkat adopsi, melainkan menunjukkan bahwa keterlibatan pengguna terjadi di dalam aplikasi Shopee itu sendiri, sehingga mengurangi kebutuhan untuk melakukan pencarian eksternal melalui Google. Integrasi *Shopee PayLater* sebagai fitur pembayaran dalam proses checkout memungkinkan konsumen menemukan layanan ini secara pasif selama bertransaksi, tanpa harus melakukan kueri mandiri. Pola ini sejalan dengan teori *embedded fintech*, yang menyatakan bahwa ketika alat kredit terintegrasi secara langsung dalam alur pembelian digital, perilaku pencarian bergeser dari eksplorasi eksternal ke pengambilan keputusan di dalam aplikasi (Xie et al., 2021).

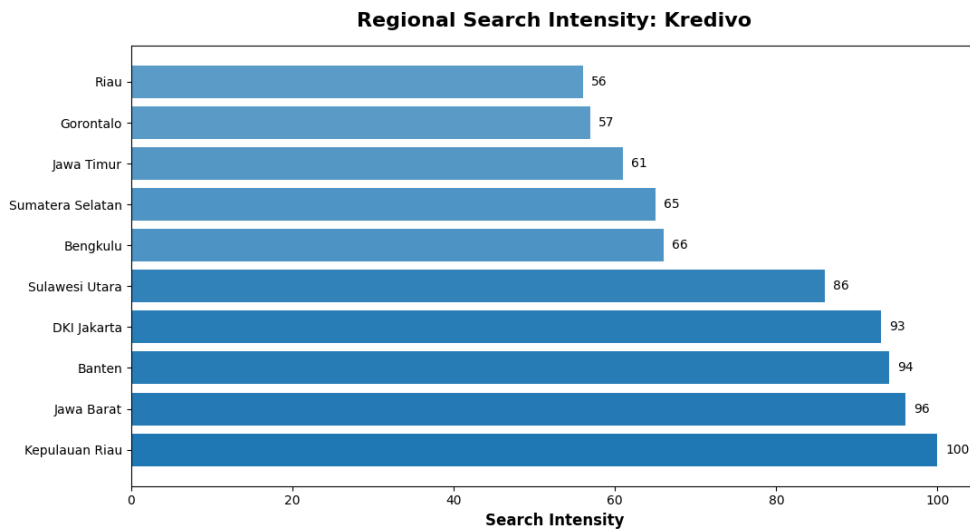
Perbedaan pencarian terkait antar platform *PayLater* dapat diperkuat dengan bukti bahwa faktor seperti materialisme, pengaruh sosial, dan kemudahan penggunaan secara signifikan memengaruhi niat penggunaan BNPL, diukur melalui model *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT). Penelitian ini menguatkan interpretasi mengapa platform dengan user-friendly interface dan dampak sosial yang kuat cenderung memiliki volume minat lebih tinggi (Hoo et al., 2025).

3. Distribusi Geospasial Adopsi Regional di Indonesia

Distribusi geospasial minat pencarian PayLater menunjukkan variasi regional yang signifikan di seluruh Indonesia, yang mencerminkan pola adopsi yang berbeda dan perilaku keuangan yang bersifat lokal. Hasil analisis memperlihatkan bahwa Kredivo, Akulaku, dan *Shopee PayLater* masing-masing memiliki wilayah basis yang berbeda, yang menunjukkan bahwa difusi layanan PayLater tidak hanya dipengaruhi oleh kepadatan penduduk dan infrastruktur digital, tetapi juga oleh strategi ekosistem masing-masing platform.

Kredivo: Adopsi yang Didorong Perkotaan dan Tersebar Luas

Untuk Kredivo, intensitas pencarian tertinggi ditemukan di Kepulauan Riau (100), diikuti oleh koridor ekonomi perkotaan utama seperti Jawa Barat (96), Banten (94), dan DKI Jakarta (93). Pengelompokan ini mencerminkan kuatnya posisi Kredivo di wilayah dengan literasi digital tinggi, jaringan pedagang yang padat, dan ekosistem *e-commerce* yang maju. Secara penting, kehadiran Sulawesi Utara (86) dan Bengkulu (66) di antara provinsi dengan tingkat pencarian tertinggi menunjukkan kemampuan Kredivo menembus pasar sekunder di luar Pulau Jawa, yang didukung oleh kemitraan dengan pedagang lokal dan meningkatnya konsumsi digital. Dinamika ini sejalan dengan temuan Sharma et al. (2025), yang menegaskan bahwa adopsi pinjaman digital sangat terkait dengan vitalitas ekonomi regional dan kesenjangan digital antara wilayah perkotaan dan perdesaan.

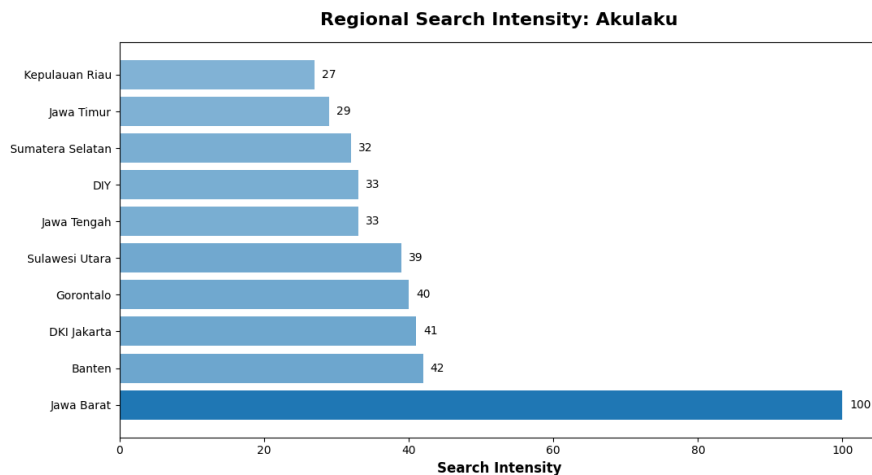


Gambar 3. Intensitas Pencarian Regional; Kredivo

Sumber: Data Google Trend Diolah dengan Python Google Colab

Akulaku: Penetrasi Terkonsentrasi pada Segmen Konsumen Padat

Akulaku menunjukkan profil geospasial yang lebih terkonsentrasi, dengan Jawa Barat (100) sebagai pusat demografis utamanya. Provinsi berikutnya seperti Banten (42), DKI Jakarta (41), dan Gorontalo (40) mencatat tingkat pencarian yang jauh lebih rendah namun tetap signifikan, yang mengindikasikan penetrasi geografis yang terbatas tetapi terarah. Gradien yang curam ini menunjukkan fokus strategis Akulaku pada kelompok konsumen yang padat dan sensitif terhadap harga. Kehadiran wilayah dengan adopsi menengah seperti Jawa Tengah (33), DIY (33), dan Sumatera Selatan (32) juga menandakan bahwa difusi Akulaku bersifat bertahap, bukan menyeluruh. Pola ini konsisten dengan temuan Al Khub et al. (2024), yang menunjukkan bahwa platform keuangan digital yang melayani pengguna dengan keterbatasan anggaran cenderung memperlihatkan keterlibatan digital yang terkonsentrasi secara geografis.



Gambar 4. Intensitas Pencarian Regional; Akulaku

Sumber: Data Google Trend Diolah dengan Python Google Colab

Shopee PayLater: Difusi Berbasis Ekosistem di Berbagai Wilayah

Shopee PayLater memperlihatkan jejak geografis yang paling beragam di antara ketiga platform. Meskipun Jawa Barat (100) tetap menjadi wilayah terkuat, tingginya intensitas pencarian di Kepulauan Bangka Belitung (92), Gorontalo (92), Bengkulu (89), dan Kalimantan Selatan (86) menunjukkan kemampuannya untuk menyebar luas di luar Pulau Jawa. Pola ini mencerminkan kekuatan ekosistem Shopee, di mana integrasi logistik, pemasaran berskala nasional, dan fitur keuangan tertanam memungkinkan penemuan dan adopsi layanan secara relatif merata di seluruh Indonesia. Karena *Shopee PayLater* terintegrasi langsung dalam alur belanja, pengguna dapat menemukan layanan ini tanpa memerlukan pencarian tambahan, sehingga memperluas penetrasi bahkan di wilayah dengan literasi *fintech* yang lebih rendah. Temuan ini sejalan dengan Shahren dan Sharaf (2025), yang menyatakan bahwa alat keuangan yang tertanam dalam ekosistem *e-commerce* besar cenderung menyebar lebih merata di berbagai wilayah dengan karakteristik yang beragam.



Gambar 5. Intensitas Pencarian Regional; Shopee PayLater

Sumber: Data Google Trend Diolah dengan Python Google Colab

Secara keseluruhan, pola geospasial menunjukkan bahwa Kredivo memiliki adopsi nasional yang paling seimbang, Akulaku mempertahankan konsentrasi yang kuat di pusat-pusat ekonomi tertentu, sementara *Shopee PayLater* mencapai difusi luas melalui arsitektur keuangan yang tertanam dalam platform. Variasi ini menegaskan bahwa konteks geografis yang dibentuk oleh keberagaman sosial-ekonomi, infrastruktur digital, dan desain ekosistem platform memainkan peran penting dalam menentukan lintasan spasial adopsi *fintech*. Temuan ini memperkuat klaim teoretis yang lebih luas bahwa heterogenitas regional secara fundamental memengaruhi penerimaan layanan keuangan digital di negara berkembang.

4. Faktor Sosioekonomi dan Ekosistem Digital yang Membentuk Perilaku Pencarian

Pola intensitas pencarian *PayLater* di berbagai wilayah Indonesia sangat dipengaruhi oleh struktur sosioekonomi yang mendasari serta tingkat kematangan ekosistem digital di masing-masing daerah. Wilayah dengan tingkat urbanisasi yang lebih tinggi, literasi digital yang lebih baik, dan daya beli konsumen yang lebih kuat khususnya kawasan inti ekonomi di Pulau Jawa menunjukkan minat pencarian yang lebih tinggi dan lebih konsisten terhadap seluruh platform *PayLater*. Temuan ini sejalan dengan bukti empiris terkini yang menunjukkan bahwa keterlibatan keuangan digital didorong secara tidak proporsional oleh populasi dengan akses internet yang stabil, tingkat pendidikan yang lebih tinggi, dan partisipasi aktif dalam pasar e-commerce (Wen et al., 2024). Di wilayah-wilayah tersebut, aktivitas pencarian tidak hanya mencerminkan permintaan terhadap alternatif pembayaran berbasis kredit, tetapi juga tingkat familiaritas yang lebih tinggi terhadap praktik perbandingan produk, evaluasi layanan, dan navigasi digital sebelum melakukan transaksi.

Selain kondisi sosioekonomi, sifat tertanamnya layanan dalam ekosistem platform juga memainkan peran penting dalam membentuk perilaku pencarian. Layanan yang terintegrasi dalam platform perdagangan yang lebih luas terutama *Shopee PayLater* menunjukkan intensitas pencarian yang tinggi bahkan di wilayah dengan literasi fintech yang lebih rendah, yang mengindikasikan bahwa keterlekatan dalam ekosistem dapat menurunkan hambatan kognitif dan informasi dalam proses adopsi. Temuan penelitian ini mendukung temuan Del Sarto dan Ozili (2025), yang menyatakan bahwa pengguna di negara berkembang sering kali lebih mengandalkan isyarat yang diberikan oleh ekosistem platform dibandingkan eksplorasi produk secara mandiri, sehingga memungkinkan difusi geografis yang lebih luas bagi alat keuangan yang tertanam.

Perbedaan pendapatan dan peluang ekonomi lokal juga turut membedakan perilaku pencarian antarprovinsi. Wilayah dengan pertumbuhan kelas menengah dan peningkatan belanja konsumen seperti Kepulauan Riau, Banten, dan Sulawesi Utara menunjukkan tingkat pencarian yang lebih tinggi, yang mencerminkan kelayakan kredit yang lebih besar dan frekuensi belanja daring yang lebih intens. Sebaliknya, provinsi dengan pendapatan rata-rata yang lebih rendah atau struktur ekonomi yang kurang terdiversifikasi cenderung menunjukkan keterlibatan yang lebih selektif daripada merata. Pola ini konsisten dengan temuan Ma et al. (2023), yang menyatakan bahwa adopsi kredit digital dimoderasi oleh persepsi keterjangkauan, tekanan finansial, dan tingkat kepercayaan terhadap saluran digital formal.

Secara keseluruhan, interaksi antara karakteristik sosioekonomi, desain ekosistem platform, dan infrastruktur digital regional memberikan penjelasan yang kuat terhadap ketimpangan distribusi minat pencarian *PayLater* di Indonesia. Wilayah yang memiliki ekosistem digital yang kuat dan ekonomi konsumen yang berkembang menunjukkan aktivitas pencarian yang tinggi, sedangkan daerah dengan infrastruktur terbatas atau keterlekatan platform yang lebih lemah memperlihatkan pola yang lebih terfragmentasi. Temuan ini menegaskan klaim teoretis Guo & Li, (2022) yang menyatakan bahwa perilaku kredit digital dibentuk tidak hanya oleh preferensi individu, tetapi juga oleh kondisi struktural dan ekosistem yang menentukan bagaimana, di mana, dan mengapa konsumen mencari informasi keuangan secara daring. Selain

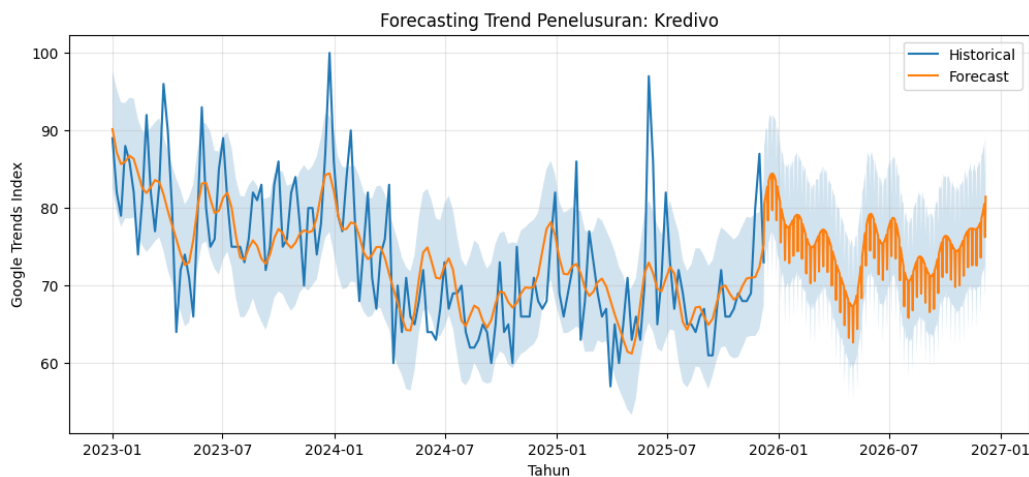
itu, penelitian Nguyen & Pham (2024) yang menunjukkan bahwa pengetahuan risiko finansial berpengaruh terhadap kecenderungan perilaku BNPL yang berisiko, yang berarti konsumen dengan pemahaman risiko rendah lebih rentan terhadap keputusan kredit impulsif ini memperkaya analisis pada bagian perilaku konsumen yang sebelumnya kurang dukungan empiris.

5. Peramalan Minat Konsumen Menggunakan Model Prediktif Berbasis Python

Analisis peramalan memberikan penilaian yang bersifat prospektif terhadap minat konsumen terhadap layanan *PayLater* dengan menerapkan pemodelan prediktif berbasis *Python* pada data *Google Trends* periode 2023–2025. Dengan menggunakan rangkaian teknik peramalan deret waktu yang mencakup dekomposisi, perataan (*smoothing*), dan pemodelan autoregresif, penelitian ini mengestimasi lintasan pencarian hingga periode 2026–2027 untuk masing-masing platform. Pendekatan ini tidak hanya menangkap fluktuasi temporal dalam rasa ingin tahu dan pertimbangan konsumen, tetapi juga sejalan dengan penelitian perilaku digital kontemporer yang menekankan bahwa peramalan kueri pencarian merupakan indikator awal permintaan fintech (Fernando et al., 2019). Hasil peramalan untuk Kredivo dan Akulaku memperlihatkan lintasan masa depan yang berbeda secara jelas, yang mencerminkan posisi pasar dan dinamika kepercayaan konsumen yang mendasarinya.

Kredivo: Normalisasi dan Pola Konsumsi

Peramalan minat konsumen terhadap Kredivo (lihat Gambar 6), yang dihasilkan dari model prediktif berbasis *Python*, menunjukkan tren peningkatan yang konsisten, yang mengindikasikan bahwa pengguna semakin mengandalkan layanan *PayLater* ini sebagai bagian dari keputusan pembelian rutin mereka. Pola ini sejalan dengan temuan Akana, (2022) yang menyatakan bahwa ketika metode pembayaran fleksibel seperti BNPL digunakan secara berulang, persepsi biaya konsumen terhadap suatu pembelian menjadi lebih rendah, sehingga mendorong peningkatan tingkat pengeluaran dibandingkan dengan metode pembayaran lainnya. Pola penggunaan yang semakin ternormalisasi ini menunjukkan bahwa Kredivo tidak hanya berfungsi sebagai alat kredit darurat, tetapi telah menjadi bagian dari kebiasaan konsumsi digital.



Gambar 6. Tren Peramalan Kredivo

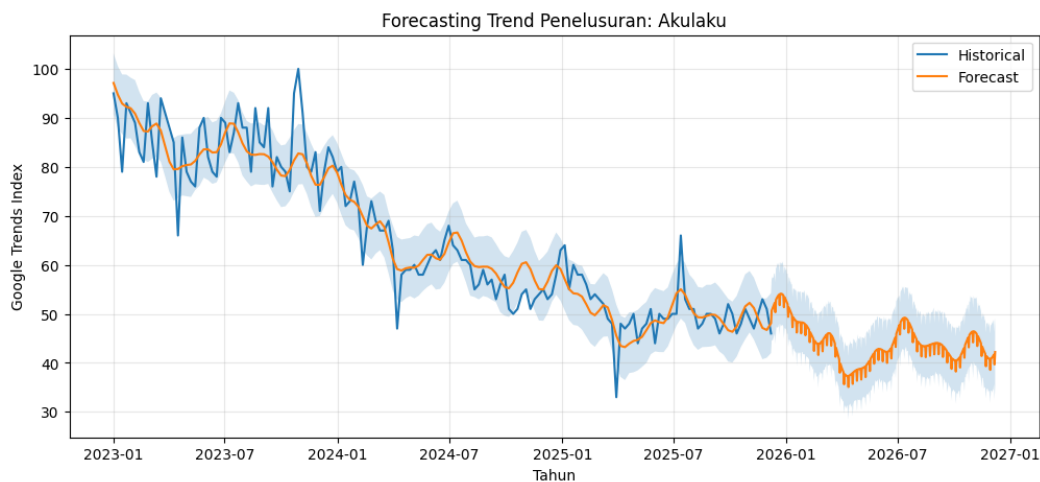
Sumber: Hasil Peramalan Algoritma Facebook Prophet di Python Google Colab

Dari perspektif keuangan perilaku, lintasan yang stabil dalam proyeksi Kredivo dapat dipahami sebagai pergeseran dari kredit diskresioner menuju alat keuangan digital yang terintegrasi, khususnya di kalangan konsumen yang melek teknologi. Bukti eksperimental mengenai dampak BNPL terhadap pengeluaran menunjukkan bahwa penyajian cicilan dapat mengurangi persepsi biaya sehingga mendorong tingkat konsumsi yang lebih tinggi dibandingkan metode pembayaran tradisional (Ashby et al., 2025). Hal ini menunjukkan bahwa desain Kredivo dan integrasinya dengan berbagai platform e-commerce besar memperkuat keterlibatan dan penggunaan berkelanjutan.

Implikasi dari pola ini meluas hingga pada penilaian risiko dan regulasi pasar kredit. Jika pertumbuhan permintaan Kredivo terus berlanjut dengan tingkat keterprediksian seperti ini, regulator dan penyedia fintech perlu mempertimbangkan bagaimana penggunaan BNPL yang semakin mengakar dapat memengaruhi profil utang jangka panjang dan stabilitas keuangan konsumen. Bukti dari *Journal of Retailing* menegaskan bahwa struktur penyajian pembayaran BNPL, khususnya dalam bentuk cicilan, dapat secara tidak sengaja mendorong peningkatan belanja, yang membawa peluang ekonomi sekaligus potensi risiko sistemik (Ashby et al., 2025).

Akulaku: Responsivitas terhadap Guncangan Ekonomi dan Lonjakan Pengeluaran

Berbeda dengan Kredivo, hasil peramalan untuk Akulaku menunjukkan tingkat volatilitas yang lebih tinggi (lihat Gambar 7), yang mencerminkan peran platform ini sebagai instrumen kredit yang terutama digunakan konsumen dalam kondisi ekonomi atau psikologis tertentu. Literatur mengenai penggunaan BNPL menunjukkan bahwa layanan ini berfungsi sebagai pemicu pengeluaran diskresioner dengan menurunkan beban finansial yang dirasakan pada saat pembelian (Ashby et al., 2025). Mekanisme perilaku ini dapat memperbesar lonjakan permintaan terhadap Akulaku ketika konsumen menghadapi keterbatasan likuiditas sementara atau saat terdapat promosi yang agresif.



Gambar 7. Tren Peramalan Akulaku

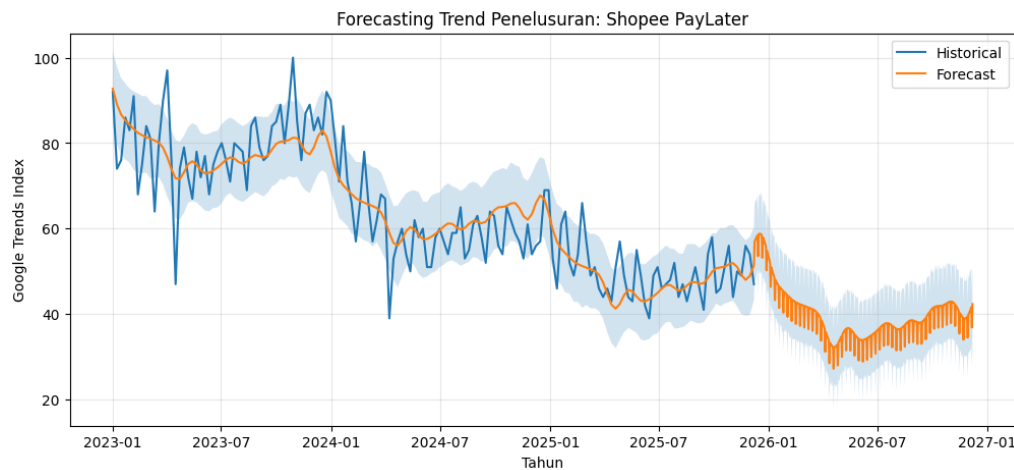
Sumber: Hasil Peramalan Algoritma Facebook Prophet di Python Google Colab

Sifat fluktuatif dari proyeksi minat Akulaku juga dapat dikaitkan dengan temuan yang menekankan peran disruptif BNPL dalam ekosistem pembayaran, di mana preferensi konsumen terus menyesuaikan diri terhadap alternatif kredit yang fleksibel. Penelitian dalam keuangan internasional menunjukkan bahwa kemudahan akses dan struktur cicilan BNPL menarik segmen muda dan berpendapatan lebih rendah, yang cenderung meningkatkan penggunaan bahkan dalam kondisi ekonomi yang tidak stabil (Filotto et al., 2024). Fleksibilitas ini menjelaskan mengapa lintasan peramalan Akulaku tidak membentuk tren yang mulus, melainkan mencerminkan perubahan kepercayaan finansial dan tekanan ekonomi konsumen.

Memahami variabilitas dalam lintasan peramalan Akulaku memiliki implikasi penting bagi analisis risiko kredit. Jika minat konsumen sensitif terhadap siklus ekonomi, maka penyedia kredit dan regulator perlu memantau indikator peringatan dini secara lebih ketat. Dinamika keuangan disruptif yang diidentifikasi dalam literatur BNPL menunjukkan bahwa kerentanan konsumen terhadap insentif cicilan dapat memicu fluktuasi permintaan yang tajam dan menuntut strategi manajemen risiko yang adaptif (Filotto et al., 2024).

Shopee PayLater: Penggunaan yang Tertanam dalam Kerangka E-Commerce

Tren peramalan Shopee PayLater (lihat Gambar 8) menunjukkan volatilitas yang lebih rendah dan lebih berkorelasi dengan pola aktivitas e-commerce secara umum dibandingkan dengan permintaan kredit yang berdiri sendiri. Pola ini konsisten dengan bukti bahwa fitur BNPL yang tertanam dalam platform e-commerce memengaruhi perilaku pembelian secara berbeda dibandingkan produk kredit yang berdiri sendiri. Karena pengguna berinteraksi dengan *Shopee PayLater* pada titik transaksi, sinyal minat yang muncul lebih merefleksikan kebiasaan berbelanja daring daripada pencarian kredit secara aktif. Penyajian harga dalam bentuk cicilan dan penundaan pembayaran dalam alur belanja mendorong peningkatan pengeluaran secara bertahap tanpa memicu pencarian pra-pembelian yang besar.



Gambar 8. Tren Peramalan Shopee PayLater

Sumber: Hasil Peramalan Algoritma Facebook Prophet di Python Google Colab

Pola ini sejalan dengan kajian makroekonomi mengenai mekanisme pembayaran baru sebagai alternatif disruptif terhadap sistem kredit tradisional, di mana layanan BNPL semakin berfungsi sebagai jalur pembayaran yang tertanam dalam ekosistem digital (Filotto et al., 2024). Kenyamanan dan sifat terintegrasi dari layanan ini mengurangi hambatan dalam proses pembelian dan berkontribusi pada perubahan kebiasaan belanja yang berkelanjutan. Oleh karena itu, model peramalan perlu menafsirkan tren *Shopee PayLater* dalam konteks intensitas penggunaan platform dan pertumbuhan ritel daring secara umum, bukan semata-mata sebagai indikator adopsi kredit.

Implikasinya bagi keuangan konsumen cukup signifikan, karena sifat tertanam dari *Shopee PayLater* dapat menyamarkan skala penggunaan kredit yang sesungguhnya serta potensi eksposur risiko, khususnya pada segmen masyarakat dengan literasi keuangan yang lebih rendah. Ketika BNPL menjadi bagian yang hampir tidak terasa dari aktivitas belanja sehari-hari, ukuran permintaan kredit tradisional dapat meremehkan tingkat utang laten yang dipicu oleh mekanisme kepuasan instan (Ashby et al., 2025; Filotto et al., 2024). Hal ini menggarisbawahi perlunya kerangka penilaian risiko terpadu yang memperhitungkan faktor-faktor penentu perilaku dan struktural penggunaan BNPL.

SIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa perilaku pencarian daring terkait *PayLater* memberikan lensa diagnostik yang kuat untuk memahami bagaimana konsumen Indonesia menavigasi ketidakpastian, persepsi risiko, dan kepercayaan dalam pasar digital. Melalui integrasi analisis *Google Trends*, pemodelan topik, dan peramalan berbasis *Python*, penelitian ini menunjukkan bahwa pencarian daring semakin berfungsi sebagai mekanisme verifikasi yang menggantikan kepercayaan interpersonal dengan pencarian informasi berbasis algoritma. Sinyal-sinyal perilaku ini tidak hanya mencerminkan kekhawatiran konsumen secara real time, tetapi juga memetakan dinamika pengambilan keputusan di era digital di berbagai sektor, termasuk fintech, e-commerce, dan layanan berbasis kredit.

Di luar temuan empiris, penelitian ini menyoroti implikasi yang lebih luas bagi kewirausahaan digital, perumusan kebijakan, dan tata kelola ekosistem *PayLater* di Indonesia. Indikator berbasis pencarian dapat membantu pembuat kebijakan dalam mengidentifikasi kesenjangan adopsi, mendeteksi sinyal awal ketidakpercayaan publik, serta merancang intervensi yang lebih tepat sasaran. Bagi pelaku usaha dan ekonomi kreatif, tren pencarian berfungsi sebagai intelijen pasar real-time yang mengungkapkan kebutuhan yang belum terpenuhi, kecemasan konsumen, dan peluang inovasi berbasis kepercayaan. Hasil peramalan juga menunjukkan bahwa minat konsumen sangat sensitif terhadap siklus makroekonomi dan dinamika spesifik platform, yang berarti perusahaan dan regulator perlu bersikap proaktif dalam mengantisipasi perubahan, bukan sekadar bereaksi terhadapnya.

Meskipun memberikan kontribusi yang signifikan, penelitian ini juga membuka ruang bagi kajian lanjutan. Data pencarian saja belum mampu menangkap kompleksitas penuh dari kepercayaan dan perilaku penggunaan kredit, yang dibentuk oleh norma budaya, kredibilitas institusi, bias algoritmik, dan evolusi perilaku digital. Penelitian selanjutnya perlu mengintegrasikan data multi-platform, mengkaji dampak kausal perubahan regulasi, serta mengeksplorasi aspek etis dari penggunaan sinyal pencarian untuk memengaruhi perilaku konsumen. Pertanyaan-pertanyaan penting masih tersisa: bagaimana algoritma memperkuat atau meredam kekhawatiran konsumen? Sejauh mana ketidakpastian pencarian dapat memprediksi keputusan pembelian aktual? Dan bagaimana Indonesia seharusnya merancang ekosistem *PayLater* digital yang inklusif, terpercaya, dan ramah terhadap inovasi?

DAFTAR PUSTAKA

- Acharya, P. (2025). Google Trends as a Predictor of FinTech Asset Prices: Evidence from Search Driven Behavioral. SSRN Electronic Journal. <https://doi.org/10.2139/ssrn.5340057>
- Akana, T. (2022). Buy Now, Pay Later: Survey evidence of consumer adoption and use. Federal Reserve Bank of Philadelphia. <https://www.philadelphiafed.org/-/media/frbp/assets/consumer-finance/discussion-papers/dp22-02.pdf>
- Al Khub, A., Saeudy, M., & Gerged, A. M. (2024). Digital Financial Inclusion in Emerging Economies: Evidence from Jordan. *Journal of Risk and Financial Management*, 17(2), 66. <https://doi.org/10.3390/jrfm17020066>
- Antara. (2024, 8 Juli). OJK: Pembiayaan paylater naik 33,64 persen yoy per Mei 2024. Antara News. <https://www.antaranews.com/berita/4196673/ojk-pembiayaan-paylater-naik-3364-persen-yoy-per-mei-2024>
- Ashby, R., Sharifi, S., Yao, J., & Ang, L. (2025). The influence of the buy-now-pay-later payment mode on consumer spending decisions. *Journal of Retailing*, 101(1), 103–119. <https://doi.org/10.1016/j.jretai.2025.01.003>
- Cahyadi, H., Saputro, T., & Laksono, A. (2024). Exploring the dynamics of fintech usage behavior moderated by customer characteristics in Indonesia. *International Journal of Innovative Research and Scientific Studies*, 7(3), 997–1008. <https://doi.org/10.53894/ijirss.v7i3.2993>
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. SAGE Publications.

- Del Sarto, N., & Ozili, P. K. (2025). FinTech and financial inclusion in emerging markets: a bibliometric analysis and future research agenda. *International Journal of Emerging Markets*, 20(13), 270–290. <https://doi.org/10.1108/ijoem-08-2024-1428>
- Dewi, W. K., Yusuf, M., & Rahman, F. (2025). Digital financial literacy and technology adoption for strengthening financial inclusion and MSMEs' performance in Banten, Indonesia. *Salud, Ciencia y Tecnología*, 15(1). <https://doi.org/10.56294/saludcyt20252227>
- Fernando, E., Suryanto, Surjandy, & Meyliana. (2019). Analysis of the Influence of Consumer Behavior Using FinTech Services with SEM and TOPSIS. In 2019 International Conference on Information Management and Technology (ICIMTech) (pp. 93–97). 2019 International Conference on Information Management and Technology (ICIMTech). IEEE. <https://doi.org/10.1109/icimtech.2019.8843843>
- Filotto, U., Salerno, D., Sampagnaro, G., & Stella, G. P. (2024). Riding the wave of change: Buy now, pay later as a disruptive threat to payment cards in the global market. *Research in International Business and Finance*, 72, 102499. <https://doi.org/10.1016/j.ribaf.2024.102499>
- Google Trends. (2025). Search Interest for "Kredivo", "Akulaku", and "Shopee PayLater" in Indonesia (2023-2025)
- Guo, J., & Li, B. (2022). Analysis of factors affecting individuals' online consumer credit behavior: Evidence from China. *Frontiers in Psychology*, 13, 922571. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.922571>
- Hoo, W. C., Khee, K. H., Wolor, C. W., Teck, T. S., & Toh, J. S. (2024). Determinants of Intention to Use Buy Now Pay Later (BNPL). *Journal of Lifestyle and SDGs Review*, 5(1), e02698. <https://doi.org/10.47172/2965-730x.sdgsreview.v5.n01.pe02698>
- Ma, Z., Guo, G., & Jing, L. (2023). Consumer behavior research in the 21st century: Clusters, themes, and future research agenda. *International Journal of Consumer Studies*, 48(1). <https://doi.org/10.1111/ijcs.12980>
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook*. SAGE Publications.
- Neves, C., Oliveira, T., Santini, F., & Gutman, L. (2023). Adoption and use of digital financial services: A meta analysis of barriers and facilitators. *International Journal of Information Management Data Insights*, 3(2), 100201. <https://doi.org/10.1016/j.jjime.2023.100201>
- Nguyen, H. P., & Pham, T. B. D. (2024). Determinants of risky buy-now-pay-later intentions and behaviors of Vietnamese students. *Journal of Financial Services Marketing*, 29(4), 1318–1329. <https://doi.org/10.1057/s41264-024-00283-7>
- Nusir, O. M., Wel, C. A. C., Hamid, S. N. A., Al-Zoubi, L., & Al-Adwan, A. S. (2026). The Psychology of BNPL: A Systematic Review of Impulsive Buying and Post-Purchase Regret (2018–2025). *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*, 21(2), 43. <https://doi.org/10.3390/jtaer21020043>
- Pham, T. P., Pavelkova, D., Popesko, B., Hoang, S. D., & Huynh, H. T. (2024). Relationship between fintech by Google search and bank stock return: a case study of Vietnam. *Financial Innovation*, 10(1). <https://doi.org/10.1186/s40854-023-00576-1>
- Pratama, A., & Anas, E. P. (2024). Financial technology adoption on payment systems and financial transactions among millennials in Indonesia. *Syntax-Literate*, 9(3). <https://doi.org/10.36418/syntax-literate.v9i3.14104>
- Shahen, A. M., & Sharaf, M. F. (2025). The Role of Digital Payment Technologies in Promoting Financial Inclusion: A Systematic Literature Review. *FinTech*, 4(4), 59. <https://doi.org/10.3390/fintech4040059>

- Sharma, A., Mohan, A., Johri, A., & Asif, M. (2025). Determinants of financial technology (FinTech) adoption by the farmers in agrarian economy. *Social Sciences & Humanities Open*, 11, 101370. <https://doi.org/10.1016/j.ssaho.2025.101370>
- Wen, C., Xiao, Y., & Hu, B. (2024). Digital financial inclusion, industrial structure and urban–Rural income disparity: Evidence from Zhejiang Province, China. *PLOS ONE*, 19(6), e0303666. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0303666>
- Xie, J., Ye, L., Huang, W., & Ye, M. (2021). Understanding FinTech Platform Adoption: Impacts of Perceived Value and Perceived Risk. *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*, 16(5), 1893–1911. <https://doi.org/10.3390/jtaer16050106>