

Edukasi Bijak Mengelola Keuangan Ditengah Tren Paylater dan *E-Commerce* Pada Siswa SMK

¹Bagas Prakoso, ²M.Yusuf Amrila Pratama, ³Rifki Naufal Iksan,
⁴Riska Septianzah

¹⁻⁴ Universitas Pamulang, Tangerang Selatan

Email : ¹bagas11prakoso@gmail.com, ²yusufamrila@gmail.com,

³rifkynaufal018@gmail.com, ⁴riskaseptiansah30@gmail.com

Abstrak

Pesatnya perkembangan teknologi *e-commerce* dan fitur pembayaran digital *paylater* telah mengubah perilaku konsumsi remaja, tidak terkecuali para siswa di sekolah menengah kejuruan (SMK). Kemudahan akses belanja daring ini sering kali memicu perilaku konsumtif jika tidak dibarengi dengan literasi keuangan dan jiwa kewirausahaan yang memadai. Kegiatan Pengabdian Mahasiswa kepada Masyarakat (PKM) ini bertujuan untuk memberikan edukasi mengenai pengelolaan keuangan yang bijak sekaligus mengarahkan siswa agar mampu memanfaatkan platform digital secara produktif.

Metode pelaksanaan PKM yang digunakan adalah sosialisasi materi mengenai manajemen anggaran dan skala prioritas, serta penyuluhan mengenai penggunaan layanan *paylater* secara bijak dan pemanfaatan platform *e-commerce* untuk membuka peluang usaha (*digital entrepreneurship*). Evaluasi keberhasilan kegiatan dinilai berdasarkan tingkat kehadiran, keaktifan, serta antusiasme interaksi siswa selama sesi tanya jawab dan diskusi.

Hasil kegiatan PKM menunjukkan bahwa sosialisasi ini berjalan dengan sangat interaktif dan disambut baik oleh mitra. Melalui sosialisasi ini, siswa SMK Sasmita Jaya 1 mendapatkan pemahaman baru mengenai risiko jangka panjang dari jebakan utang digital serta pentingnya mengontrol dorongan belanja impulsif. Selain itu, materi mengenai peluang usaha berhasil membuka wawasan siswa untuk mengubah pola pikir dari sekadar konsumen pasif menjadi pelaku usaha digital yang produktif. Kegiatan ini diharapkan dapat membentuk karakter finansial siswa yang lebih cerdas, bijak, dan mandiri di era digital.

Kata Kunci : Pengabdian Masyarakat, Sosialisasi, Edukasi Keuangan, *Paylater*, *E-commerce*, Peluang Usaha.

Abstract

The rapid development of e-commerce technology and paylater digital payment features has altered consumption behavior among adolescents including vocational high school (SMK) students. The ease of online shopping access often triggers consumptive behavior if it is not accompanied by adequate financial literacy and an entrepreneurial mindset. This Student Community Service (PkM) activity aims to provide education on wise financial management while directing students to utilize digital platforms productively.

The PkM implementation method used was the socialization of materials regarding budget management and priority scales, as well as counseling on the wise use of paylater services and utilizing e-commerce platforms to open business opportunities (digital entrepreneurship). The evaluation of the activity's success was assessed based on the attendance rate, activeness, and enthusiasm of student interactions during the question-and-answer and discussion sessions.

The results of the PkM activity showed that this socialization was highly interactive and well-received by the partners. Through this counseling, SMK Sasmita Jaya 1 students gained new insights into the long-term risks of digital debt traps and the importance of controlling impulsive buying urges. Furthermore, the material on business opportunities successfully expanded students' horizons to shift their mindset from merely passive consumers into productive digital entrepreneurs. This activity is expected to shape a smarter, wiser, and more financially independent character among students in the digital era.

Keywords: Community Service, Socialization, Financial Education, *Paylater*, *E-commerce*, Business Opportunities.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan eksponensial dalam berbagai lini kehidupan, termasuk dalam sektor ekonomi dan perilaku konsumsi masyarakat. Salah satu manifestasi nyata dari transformasi digital ini adalah menjamurnya platform *e-commerce* yang menawarkan kemudahan belanja tanpa batas jarak dan waktu. Fenomena ini semakin diperkuat dengan hadirnya inovasi teknologi finansial (*fintech*) berupa fitur pembayaran digital *paylater* (beli sekarang, bayar nanti). Sistem pembayaran ini menawarkan fleksibilitas berupa talangan dana instan dan opsi cicilan tanpa kartu kredit dengan proses yang sangat cepat (Pramesti & Suryono, 2024). Bagi masyarakat modern, integrasi antara *e-commerce* dan *paylater* bukan lagi sekadar alternatif alat pembayaran, melainkan telah bergeser menjadi bagian dari gaya hidup digital yang tidak terpisahkan.

Meskipun memberikan efisiensi, kemudahan yang ditawarkan oleh ekosistem digital ini membawa dampak ikutan yang cukup mengkhawatirkan, terutama bagi kelompok usia remaja seperti siswa Sekolah Menengah Kejuruan (SMK). Secara psikologis, remaja berada pada fase pencarian jati diri dan sangat rentan terhadap pengaruh lingkungan, tren media sosial, serta tekanan teman sebaya (*peer pressure*). Kemudahan akses belanja daring yang dikombinasikan dengan fitur *paylater* sering kali memicu perilaku konsumtif dan pembelian impulsif (*impulsive buying*) demi memenuhi kepuasan visual jangka pendek (Sari & Ramdhani, 2023).

Mirisnya, antusiasme siswa SMK dalam mengadopsi teknologi keuangan ini tidak diimbangi dengan tingkat literasi keuangan (*financial literacy*) yang memadai. Menurut survei Otoritas Jasa Keuangan (OJK), indeks literasi keuangan di kalangan pelajar masih tergolong rendah jika dibandingkan dengan tingkat inklusi keuangannya. Banyak siswa yang tergiur menggunakan fasilitas *paylater* tanpa memahami konsekuensi logis di baliknya, seperti beban bunga, biaya denda keterlambatan, hingga risiko penurunan skor kredit di masa depan (Putri & Lestari, 2022). Akibatnya, alih-alih menjadi instrumen penunjang produktivitas, *paylater* justru berpotensi menjadi jebakan utang digital sejak usia dini. Di sisi lain, potensi besar dari platform *e-commerce* sebagai sarana produktif untuk memulai usaha (*digital entrepreneurship*) masih sangat jarang dilirik oleh para siswa. Mayoritas dari mereka masih memosisikan diri sebagai konsumen pasif, bukan sebagai pelaku usaha yang adaptif (Hidayat et al., 2021).

Melihat urgensi permasalahan tersebut, diperlukan sebuah upaya preventif dan edukatif yang nyata untuk membentengi generasi muda dari risiko kegagalan finansial. Oleh karena itu, kelompok mahasiswa memandang perlu untuk menyelenggarakan kegiatan Pengabdian Mahasiswa kepada Masyarakat (PkM) yang berfokus pada pemberian edukasi tata kelola keuangan yang bijak. Solusi yang ditawarkan dalam kegiatan ini dikemas melalui metode sosialisasi materi manajemen anggaran berbasis skala prioritas, serta penyuluhan mendalam mengenai pemanfaatan layanan *paylater* secara rasional (Fitriani & Wijaya, 2023).

Lebih dari sekadar membatasi sifat konsumtif, kegiatan PkM ini juga memberikan stimulus baru dengan memberikan penyuluhan mengenai pemanfaatan platform *e-commerce* sebagai peluang usaha digital. Melalui pendekatan ini, paradigma pemikiran siswa SMK diharapkan dapat bergeser secara positif: dari yang semula memanfaatkan teknologi untuk berutang demi gaya hidup, menjadi memanfaatkan teknologi untuk menghasilkan pendapatan secara mandiri. Melalui sinergi edukasi finansial dan kewirausahaan ini, kegiatan PkM diharapkan mampu mencetak generasi muda, khususnya siswa SMK, yang tidak hanya cakap digital tetapi juga cerdas, bijak, dan bertanggung jawab dalam mengelola masa depan keuangan mereka.

METODE PELAKSANAAN

1. Khalayak Sasaran

Mitra sasaran dalam kegiatan Pengabdian Mahasiswa kepada Masyarakat (PkM) ini adalah siswa-siswi kelas 11 jurusan Pemasaran dengan jumlah 85 siswa di SMK Sasmita Jaya 1. Pemilihan khalayak sasaran ini dinilai sangat strategis dan relevan, mengingat siswa kelas 11 jurusan Pemasaran secara akademis telah memiliki dasar pengetahuan tentang dunia bisnis dan transaksi digital. Namun, sebagai kelompok remaja, mereka tetap rentan terhadap perilaku konsumtif akibat kemudahan akses teknologi finansial. Oleh karena itu, mereka membutuhkan penyuluhan agar mampu menyelaraskan ilmu pemasaran yang dimiliki dengan pengelolaan keuangan pribadi yang bijak.

2. Tahapan Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan PkM ini dilaksanakan pada tanggal 20 Mei 2026 di Aula SMK Sasmita Jaya 1 secara terstruktur melalui tiga tahapan utama yang meliputi tahap persiapan, tahap pelaksanaan inti, dan tahap evaluasi, tanpa melibatkan sistem ujian formal (*pre-test* dan *post-test*).

A. Tahap Persiapan

Pada tahap awal, tim mahasiswa sudah melakukan koordinasi dan pengurusan izin dengan pihak manajemen sekolah serta guru kesiswaan di SMK Sasmita Jaya 1. Langkah ini dilanjutkan dengan melakukan observasi dan koordinasi dengan pihak sekolah mengenai program kejuruan yang ada diberikan sosialisasi yang mana berkaitan dengan materi sosialisasi kami di Program Pengabdian Mahasiswa kepada Masyarakat yang mana dipilihlah Kejuruan Pemasaran yang akan menerima Sosialisasi tersebut. Berdasarkan hasil tersebut, kami Menyusun materi pemaparan presentasi yang disesuaikan dengan tingkat pemahaman siswa kelas 11, dengan mengaitkan materi edukasi terhadap kompetensi keahlian pemasaran yang mereka pelajari.

B. Tahap Pelaksanaan Inti

Pelaksanaan pengabdian dilakukan dengan metode tatap muka secara interaktif di dalam kelas, yang terbagi ke dalam tiga fokus materi utama:

1. Sosialisasi Pengelolaan Keuangan (Literasi Finansial): Tim memberikan sosialisasi mengenai dasar-dasar manajemen keuangan mandiri. Siswa diajarkan cara menyusun anggaran keuangan, membedakan kebutuhan (*needs*) dan keinginan (*wants*), serta menetapkan skala prioritas agar uang saku tidak habis untuk pengeluaran konsumtif.
2. Penyuluhan Penggunaan Layanan Finansial secara Bijak (*Paylater*): Tim memberikan penyuluhan mendalam mengenai dampak negatif dari penggunaan fitur *paylater* yang tidak terkontrol, seperti beban bunga tersembunyi, denda keterlambatan, hingga risiko psikologis akibat perilaku belanja impulsif (*impulsive buying*) di platform *e-commerce*.
3. Edukasi Usaha Digital (*Digital Entrepreneurship*): Fokus materi ini diarahkan untuk mengonversi keahlian siswa jurusan Pemasaran dari sekadar konsumen menjadi produsen. Tim memberikan edukasi taktis mengenai pemanfaatan platform *e-commerce* sebagai media membuka peluang usaha mandiri, mulai dari analisis produk yang sedang tren, strategi pemasaran digital sederhana, hingga skema bisnis minim modal seperti *reseller* atau *dropshipper*.

C. Tahap Evaluasi

Mengingat kegiatan ini berbentuk sosialisasi, penyuluhan, dan edukasi murni, maka evaluasi keberhasilan program diukur melalui pendekatan kualitatif dan deskriptif selama kegiatan berlangsung. Indikator evaluasi didasarkan pada dua aspek:

1. Tingkat Kehadiran dan Atensi: Memantau tingkat kedisiplinan kehadiran siswa kelas 11 Pemasaran serta fokus perhatian mereka sepanjang materi dipaparkan.
2. Keaktifan dan Interaksi Sesi Diskusi: Menilai antusiasme siswa dalam mengajukan pertanyaan, memberikan tanggapan, serta kemampuan mereka dalam merespons simulasi peluang usaha digital yang dipandu oleh tim mahasiswa.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Pelaksanaan Kegiatan

Adapun pelaksanaan kegiatan pengabdian mahasiswa kepada masyarakat dilaksanakan pada:

- Hari/ Tanggal : Rabu, 20 Mei 2026
Waktu : Pukul 09:00 - selesai
Tempat : Aula SMK Sasmita Jaya 1
Agenda : “Edukasi Bijak Mengelola Keuangan di Tengah Tren *Paylater* dan *E-Commerce* pada siswa SMK”



Gambar 1. Pelaksanaan Kegiatan PkM
(Sumber: Dokumentasi Peneliti)

B. Hasil Kegiatan

1. Karakteristik dan Profil Literasi Awal Mitra

Sebelum pemaparan materi inti dimulai, tim pengabdian mahasiswa melakukan pemetaan awal melalui diskusi interaktif bersama siswa-siswi kelas 11 jurusan Pemasaran di SMK Sasmita Jaya 1. Langkah ini bertujuan untuk mengukur sejauh mana kedekatan siswa dengan ekosistem digital. Dari hasil observasi dan tanya jawab acak tersebut, diperoleh data faktual lapangan sebagai berikut:

- Tingkat Pemahaman Teknologi (*Consumer Side*): Tercatat hampir 70% siswa sudah sangat paham dan akrab dengan penggunaan aplikasi *e-commerce* serta mekanisme fitur pembayaran digital *paylater*. Mayoritas siswa secara fasih menjelaskan cara kerja sistem "beli sekarang, bayar nanti" tersebut.
- Tingkat Produktivitas Digital (*Producer Side*): Di sisi lain, ditemukan kesenjangan yang sangat tajam di mana hanya 2% siswa yang sudah mampu dan memiliki pengalaman riil dalam melakukan penjualan produk melalui platform *e-commerce*.

2. Kronologi Pelaksanaan Edukasi dan Sosialisasi

Kegiatan Pengabdian Mahasiswa kepada Masyarakat (PkM) dilaksanakan secara tatap muka dengan mengandalkan metode ceramah interaktif, visualisasi materi lewat presentasi, dan diskusi dua arah. Pelaksanaan kegiatan inti dibagi menjadi tiga tahapan sosialisasi:

- Sesi I (Sosialisasi Keuangan Bijak): Tim menyosialisasikan pentingnya pengelolaan uang saku mingguan/bulanan, teknik mencatat pengeluaran, serta cara memprioritaskan kebutuhan sekolah di atas keinginan pribadi.
- Sesi II (Penyuluhan Risiko *Paylater*): Tim memberikan penyuluhan mendalam mengenai mekanisme bunga tersembunyi, denda harian akibat keterlambatan bayar, serta dampak psikologis berupa kecanduan belanja impulsif (*impulsive buying*) akibat kemudahan utang digital.
- Sesi III (Edukasi Peluang Usaha Digital): Tim membekali siswa dengan materi taktis mengenai langkah awal membuka toko daring di platform *e-commerce*. Materi dikonsentrasikan pada skema bisnis minim modal yang ramah bagi pelajar, seperti sistem *dropship* dan *reseller*.



Tabel 1. Susunan Acara PMKM pada Rabu, 20 Mei 2026

RUNDOWN ACARA		
Jam	Kegiatan	Peserta
09:00 – 09:15	Registrasi dan Persiapan Siswa-Siswi	Mahasiswa
09:15 – 09:30	Pembukaan oleh MC	Mahasiswa
09:30 – 09:50	Sambutan Kepala Sekolah	Suprihatin S.Pd., M. Pd
	Sambutan Ketua Pelaksana	Mahasiswa
	Penyerahan Plakat dan Sertifikat Tanda Terima Kasih kepada Pihak Sekolah	Dosen dan Ketua Pelaksana
09:50 – 10:00	Ice breaking & Perkenalan Anggota	Mahasiswa + Pihak Yayasan
10:00 – 10:15	Penyuluhan Materi: Edukasi Bijak Mengelola Keuangan ditengah Tren Paylater dan E-Commerce pada siswa SMK	Mahasiswa
10:15 – 10:30	Praktik Interaktif : Sesi Tanya Jawab Ice Breaking + Games	Mahasiswa + Siswa SMK
10:30 – 10:45	Kegiatan Reflektif: Simulasi Bisnis dan Refleksi Materi	Mahasiswa + Siswa SMK
10:45 – 11:00	Games Penutupan (Doa + Foto Bersama)	Mahasiswa + Siswa SMK

C. Pembahasan

Tingginya angka pemahaman siswa terhadap *paylater* dan *e-commerce* yang mencapai 70% membuktikan bahwa siswa kelas 11 Pemasaran di SMK Sasmita Jaya 1 merupakan bagian dari generasi Z yang sangat adaptif terhadap perkembangan teknologi finansial (*fintech*). Namun, fakta bahwa hanya 2% siswa yang mampu memanfaatkan platform tersebut untuk berjualan menunjukkan adanya *paradox digital*. Kesenjangan yang lebar ini mengindikasikan bahwa

No	Jenis Pengeluaran	TA Genap 2025-2026			
		Volume	Satuan	Biaya Satuan (Rp)	Total (Rp)
Belanja Bahan Operasional					
1	Snack	100	bks	Rp. 6.000	Rp. 600.000
2	Kue Basah	54	pcs	Rp. 5.000	Rp. 270.000
3	Plakat	1	pcs	Rp. 70.000	Rp. 70.000
4	Banner	1	pcs	Rp. 45.000	Rp. 45.000
5	Batu Batre	6	pcs	Rp. 5.000	Rp. 30.000
6	Lontong	30	pcs	Rp. 2.000	Rp. 30.000
7	Hadiah Door Prize	4	pcs	Rp. 50.000	Rp. 200.000
8	Hadiah untuk Pembimbing	1	pcs	Rp. 80.000	Rp. 80.000
SUB TOTAL					Rp. 1.325.000
Belanja Bahan Non Operasional					
1	Pouch	100	pcs	Rp. 750	Rp. 75.000
2	Print Dokumen	35	pcs	Rp. 1.000	Rp. 35.000
3	Jasa Kebersihan				Rp. 100.000
4	Makan-makan	21	porsi	Rp. 20.000	Rp. 420.000
SUB TOTAL					Rp. 630.000
GRAND TOTAL					Rp. 1.955.000

KESIMPULAN

Berdasarkan pelaksanaan kegiatan Pengabdian Mahasiswa kepada Masyarakat (PkM) yang bertemakan *Edukasi Bijak Mengelola Keuangan ditengah Tren Paylater dan E-Commerce pada siswa SMK* telah dilaksanakan pada siswa-siswi kelas 11 jurusan Pemasaran di SMK Sasmita Jaya 1, dapat ditarik beberapa kesimpulan utama sebagai berikut:

1. **Adanya Paradox Digital pada Mitra:** Ditemukan kesenjangan yang sangat tajam antara kecakapan konsumtif dengan produktivitas digital pada **85 peserta** yang hadir. Hampir 70% siswa sudah sangat familier dan memahami penggunaan *e-commerce* serta fitur pembayaran *paylater*, namun baru 2% siswa yang memiliki pengalaman nyata dalam melakukan penjualan produk secara daring. Hal ini sejalan dengan pandangan Pramesti dan Suryono (2024) mengenai fenomena tingginya penetrasi teknologi finansial pada remaja yang belum diimbangi dengan kematangan pemanfaatan teknologi secara produktif.
2. **Keberhasilan Metode Intervensi:** Pelaksanaan PkM melalui metode sosialisasi tata kelola keuangan pribadi, penyuluhan risiko finansial *paylater*, serta edukasi peluang usaha digital (*digital entrepreneurship*) terbukti berjalan secara interaktif dan efektif. Pendekatan edukasi yang menasar langsung siswa jurusan Pemasaran ini mengonfirmasi teori Hidayat et al. (2021) bahwa integrasi edukasi bisnis digital pada siswa kejuruan sangat efektif karena relevan dengan kompetensi keahlian dasar yang mereka miliki di sekolah.
3. **Pergeseran Paradigma Siswa:** Meskipun tanpa melibatkan sistem evaluasi formal, indikator kualitatif menunjukkan adanya reorientasi pola pikir yang positif. Seluruh **85 peserta** menunjukkan atensi yang tinggi dan berkomitmen untuk lebih bijak menahan ego belanja impulsif guna menghindari jebakan utang digital *paylater*. Dampak perubahan perilaku ini memperkuat hasil pengabdian Fitriani dan Wijaya (2023) yang menegaskan bahwa penyuluhan finansial secara langsung mampu mengubah peran remaja dari sekadar konsumen pasif menjadi individu digital yang lebih rasional, produktif, dan mandiri.

Secara keseluruhan, kegiatan PkM ini sukses menanamkan kesadaran baru bagi 85 siswa kelas 11 Pemasaran SMK Sasmita Jaya 1 untuk mengoptimalkan platform teknologi bukan sebagai sarana berutang demi pemenuhan gaya hidup, melainkan sebagai wadah mandiri untuk menghasilkan pendapatan dan membangun karakter finansial yang sehat di era digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Fitriani, A., & Wijaya, A.** (2023). Edukasi Manajemen Keuangan dan Risiko *Paylater* bagi Generasi Z di Era Digital. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat (JPM)*, 7(2), 145-152.
- Hidayat, R., Sanusi, A., & Utami, P.** (2021). Menumbuhkan Jiwa *Digital Entrepreneurship* pada Siswa SMK Melalui Pemanfaatan Platform *E-Commerce*. *Jurnal Pendidikan dan Kewirausahaan*, 9(1), 88-101.
- Pramesti, D. A., & Suryono, I.** (2024). Analisis Faktor Penggunaan Fitur *Paylater* pada Platform *E-Commerce* terhadap Perilaku Keuangan Remaja. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan Digital*, 3(1), 12-25.
- Putri, N. K., & Lestari, S.** (2022). Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Penggunaan *Financial Technology (Fintech) Paylater* pada Pelajar Menengah Atas. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 23(2), 210-221.
- Sari, M. P., & Ramdhani, F.** (2023). Perilaku *Impulsive Buying* di *E-Commerce* Tengah Tren *Paylater* pada Remaja. *Jurnal Psikologi Konseling*, 19(1), 67-79.