ANALISIS PERILAKU BUY NOW PAY LATTER PADA GENERASI Z

Rada Komala Putri[1], Erwin Permana[2]
radaputri24@gmail.com[1]
Universitas Pancasila

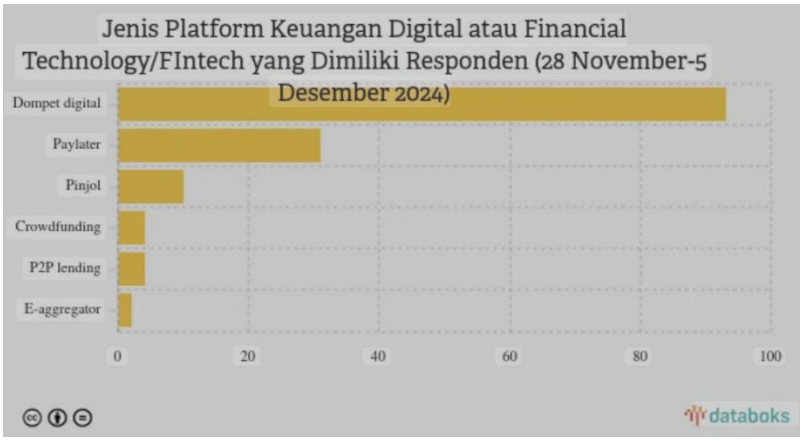
ABSTRAK

Layanan Buy Now Pay Later (BNPL) merupakan salah satu inovasi finansial yang mengalami pertumbuhan pesat dan semakin diminati oleh generasi muda, khususnya Gen Z. Kemudahan akses, fleksibilitas pembayaran, serta proses digital yang cepat menjadikan BNPL lebih menarik dibandingkan instrumen kredit tradisional seperti kartu kredit. Tren ini, baik di Indonesia maupun secara global, menunjukkan potensi besar BNPL dalam memperluas inklusi keuangan bagi kelompok masyarakat yang belum sepenuhnya terlayani oleh lembaga keuangan formal. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perilaku BNPL pada generasi Z. Penelitian dilakukan dengan pendekatan kualitatif deskriptif, menggunakan data sekunder. Data bersumber dari hasil penelusuran diberbagai pangkalan data resmi dan situs-situs popular. Hasil penelitian menunjukkan bahwa layanan Buy Now, Pay Later (BNPL) telah menjadi salah satu inovasi finansial yang sangat diminati oleh generasi muda, khususnya Gen Z. Kemudahan akses, fleksibilitas pembayaran, serta proses digital yang cepat membuat BNPL lebih menarik dibandingkan instrumen kredit tradisional seperti kartu kredit. Di Indonesia maupun secara global, pertumbuhan BNPL terus meningkat dan berpotensi memperluas inklusi keuangan bagi kelompok masyarakat yang belum terlayani penuh oleh lembaga keuangan formal.Namun, penggunaan BNPL juga tidak terlepas dari risiko. Generasi Z yang cenderung memiliki perilaku konsumtif dan terpengaruh oleh present bias rentan mengalami beban finansial akibat kewajiban pembayaran yang menumpuk. Riset dari berbagai lembaga menunjukkan adanya peningkatan risiko gagal bayar serta tekanan psikologis akibat keterikatan utang, sehingga layanan ini tetap memerlukan regulasi yang ketat serta literasi keuangan yang memadai.

Kata Kunci: BNPL, Generasi Z, Financial Technology.

PENDAHULUAN

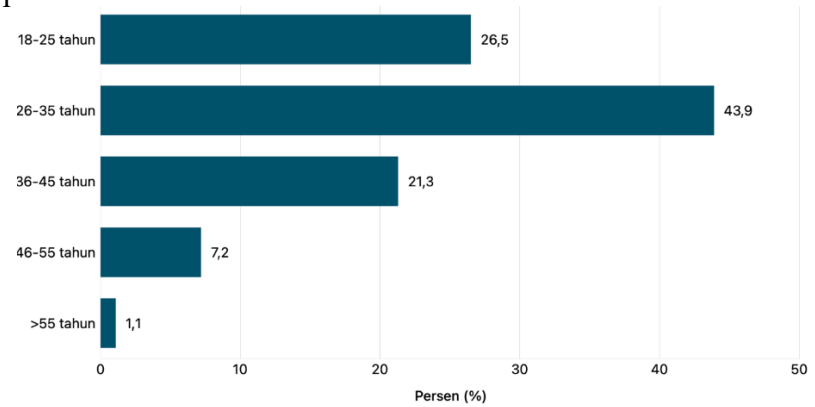
Perkembangan teknologi yang pesat telah memberikan dampak signifikan pada berbagai sektor, termasuk sektor keuangan dan perbankan. Salah satu manifestasi dari kemajuan teknologi ini adalah Financial Technology atau yang lebih dikenal dengan istilah fintech. Fintech atau teknologi finansial adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan inovasi teknologi yang diterapkan dalam layanan dan produk keuangan. Inovasi-inovasi dalam fintech telah mengubah cara konsumen dan bisnis berinteraksi dengan layanan keuangan, mempermudah akses, serta mempercepat transaksi keuangan. Contoh: Pembayaran Digital, Pinjaman Online, Investasi Online, Pengelolaan Keuangan Pribadi, dan Mata Uang Kripto



Gambar 1 Jenis Fintech yang dimiliki oleh masyarakat di Indonesia (2024)

Revolusi digital telah membawa perubahan fundamental dalam lanskap keuangan Indonesia, dengan Generasi Z sebagai pionir dalam adopsi teknologi finansial. Generasi yang lahir antara tahun 1997–2012 ini tidak hanya tumbuh bersama internet, tetapi juga menjadi saksi sekaligus pelaku transformasi radikal dalam cara bertransaksi dari penggunaan uang tunai menuju ekosistem keuangan digital yang serba terintegrasi. Salah satu fenomena paling menonjol dari perubahan tersebut adalah munculnya layanan *Buy Now Pay Later* (BNPL) yang kini menjadi bagian penting dari gaya hidup konsumtif masyarakat digital native.

Sebagai generasi yang memiliki pola konsumsi lebih dinamis dibandingkan pendahulunya, Gen Z cenderung menyukai segala sesuatu yang praktis, cepat, dan mudah diakses, termasuk dalam aktivitas berbelanja. Kehadiran e-commerce dan inovasi layanan keuangan digital memperkuat kebiasaan mereka untuk melakukan transaksi secara daring. BNPL hadir sebagai solusi yang menawarkan fleksibilitas pembayaran membeli barang atau jasa terlebih dahulu, lalu melunasinya di kemudian hari. Karakteristik ini sesuai dengan preferensi Gen Z terhadap kemudahan, namun di sisi lain berpotensi memunculkan risiko, seperti perilaku konsumtif berlebihan, akumulasi utang jangka pendek, hingga kesulitan dalam mengelola keuangan pribadi. Oleh karena itu, kajian mengenai perilaku finansial Generasi Z menjadi sangat relevan, terutama dalam konteks pemanfaatan BNPL yang kian berkembang pesat di Indonesia.



Grafik 1 hasil survey pengguna Pay Later (2023)

Hasil survei kolaborasi Kredivo bersama Katadata Insight Center (KIC) menunjukkan bahwa tren penggunaan layanan *Buy Now Pay Later* (BNPL) atau Paylater di Indonesia semakin didominasi oleh generasi muda, khususnya milenial dan Gen Z. Data mencatat bahwa 43,9% pengguna Paylater berasal dari kelompok milenial berusia 26–35 tahun, sementara 26,5% lainnya berasal dari generasi Z dengan rentang usia 18–25 tahun. Adapun

pengguna dari kelompok usia 36–45 tahun menempati porsi 21,3% dengan tren peningkatan yang konsisten dari tahun ke tahun, yakni sebesar 18,9% pada 2021 menjadi 20,6% pada 2022. Kondisi ini menunjukkan bahwa adopsi Paylater tidak hanya terjadi pada generasi muda, tetapi juga mulai merambah kelompok usia yang lebih tua. Namun demikian, pengguna paling sedikit berasal dari kelompok usia 46–55 tahun sebesar 7,2% dan usia di atas 55 tahun hanya 1,1%. Lebih lanjut, survei tersebut juga mencatat mayoritas pengguna Paylater, yaitu 63,1%, menggunakan layanan ini untuk transaksi secara online, sedangkan 16,5% menggunakannya untuk transaksi offline, dan 20,4% memanfaatkannya pada kedua jenis transaksi sekaligus (Kredivo & Katadata Insight Center, 2023).

Namun, kemudahan yang ditawarkan BNPL juga menimbulkan risiko. Beberapa penelitian menemukan bahwa BNPL dapat mendorong perilaku konsumtif dan meningkatkan potensi utang, terutama di kalangan generasi muda yang literasi keuangannya masih terbatas. Pham et al. (2024) menjelaskan bahwa faktor seperti persepsi manfaat, kemudahan penggunaan, risiko yang dirasakan, serta pengaruh sosial memengaruhi niat Gen Z menggunakan BNPL. Sementara itu, Lusardi & Mitchell (2014) menegaskan bahwa rendahnya literasi keuangan berhubungan erat dengan perilaku pengelolaan keuangan yang buruk, sehingga meningkatkan risiko keterlambatan pembayaran maupun gagal bayar. Dengan demikian, BNPL dapat dipandang sebagai inovasi finansial yang memiliki dua sisi: memperluas inklusi keuangan sekaligus menimbulkan potensi masalah keuangan personal jika tidak disertai kesadaran finansial yang baik.

Di sisi lain, meskipun BNPL memberikan manfaat berupa fleksibilitas dalam bertransaksi, layanan ini juga menimbulkan sejumlah risiko, terutama pada generasi muda yang rentan terhadap perilaku konsumtif. Menurut riset Barclays Partner Finance (2023), sebanyak 44% pengguna Gen Z di Inggris merasa terbebani oleh kewajiban pembayaran kembali BNPL. Hal ini menunjukkan adanya potensi risiko keuangan yang dapat menjerat generasi muda apabila penggunaan BNPL tidak diimbangi dengan literasi keuangan yang memadai. Senada dengan itu, mengungkap bahwa literasi keuangan berpengaruh negatif terhadap penggunaan BNPL, namun gaya hidup konsumtif melemahkan pengaruh tersebut.

Fenomena ini menjadikan perilaku penggunaan BNPL pada Generasi Z menarik untuk diteliti lebih lanjut. Dengan memahami faktor pendorong, manfaat, serta risiko yang melekat, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada pengembangan literatur terkait perilaku keuangan generasi muda. Selain itu, hasil penelitian juga dapat menjadi masukan bagi industri fintech untuk merancang strategi yang lebih bertanggung jawab, serta bagi regulator dalam menyusun kebijakan perlindungan konsumen.

TINJAUAN PUSTAKA

Financial Teknologi

Dalam era digital yang terus berkembang, teknologi finansial atau yang lebih dikenal dengan istilah "*fintech*" telah membawa perubahan mendasar dalam cara kita mengelola dan berinteraksi dengan keuangan. Financial Technology (*Fintech)* adalah penggabungan antara sistem keuangan dan teknologi. Perkembangan fintech yang hadir di Indonesia memunculkan berbagai inovasi aplikasi khususnya dalam layanan keuangan yang lebih efisien, mudah diakses, dan seringkali lebih terjangkau bagi banyak orang. Menjamurnya *fintech* di Indonesia sebagai bukti beralihnya masyarakat dari sistem keuangan tradisional menuju penerapan *fintech* (Kamsidah 2023).

Fintech telah menjadi salah satu pendorong utama transformasi sistem keuangan global, termasuk di Indonesia. Menurut Schueffel (2016), fintech dapat dipahami sebagai inovasi dalam jasa keuangan yang memanfaatkan teknologi modern untuk meningkatkan pelayanan keuangan. Kehadiran fintech tidak hanya mempermudah transaksi, tetapi juga

memperluas akses masyarakat terhadap layanan keuangan, sehingga mendorong inklusi keuangan di berbagai lapisan sosial. Inovasi ini sangat relevan di Indonesia, mengingat masih banyak masyarakat yang belum memiliki akses penuh ke lembaga keuangan formal.

Menurut laporan Otoritas Jasa Keuangan (OJK, 2023), jumlah perusahaan fintech di Indonesia terus mengalami peningkatan, terutama di sektor pembayaran dan pembiayaan konsumen. Kehadiran fintech berperan penting dalam memperluas inklusi keuangan, khususnya bagi masyarakat yang sebelumnya tidak terlayani oleh perbankan tradisional. Hal ini sejalan dengan meningkatnya penetrasi internet dan penggunaan smartphone yang mempermudah masyarakat mengakses layanan keuangan digital.

Salah satu inovasi fintech yang paling banyak digunakan adalah *buy now pay later* (BNPL). Layanan ini memungkinkan konsumen melakukan pembelian dengan sistem cicilan tanpa harus menggunakan kartu kredit. Katadata Insight Center (2022) mencatat bahwa mayoritas pengguna BNPL di Indonesia berasal dari kalangan Milenial dan Generasi Z. Fenomena ini menunjukkan bahwa generasi muda merupakan kelompok paling responsif terhadap inovasi fintech, karena mereka tumbuh di era digital yang akrab dengan teknologi keuangan.

Meskipun membawa manfaat berupa kemudahan akses pembiayaan, BNPL juga menghadirkan risiko baru. Riset McKinsey (2022) menemukan bahwa penggunaan BNPL dapat mendorong perilaku konsumtif, meningkatkan kecenderungan berutang, serta menimbulkan masalah finansial jika tidak diimbangi dengan literasi keuangan yang baik. Oleh karena itu, analisis perilaku Generasi Z dalam menggunakan layanan BNPL menjadi penting untuk dipelajari guna memahami dampak positif maupun negatif dari perkembangan fintech di Indonesia.

Pengertian BNPL

BNPL adalah sebuah model pembayaran finansial yang memungkinkan konsumen untuk memperoleh barang atau jasa secara instan, namun melunasi biayanya secara bertahap dalam beberapa kali cicilan yang telah terstruktur. Model ini secara fundamental berbeda dengan kartu kredit konvensional. Berbeda dengan kartu kredit yang sering kali mensyaratkan proses pengajuan yang ketat dengan memeriksa riwayat kredit yang panjang, BNPL menawarkan proses verifikasi yang jauh lebih cepat dan sederhana. Ini menjadikannya sangat mudah diakses, terutama bagi individu yang belum memiliki rekam jejak kredit yang kuat atau yang tidak memenuhi syarat untuk mendapatkan kartu kredit.

Menurut penelitian Hadi & Susanto (2021) dalam Analisis Perbandingan Layanan Buy Now, Pay Later (BNPL) dan Kartu Kredit di Kalangan Milenial, BNPL berhasil mengisi celah pasar yang tidak terjangkau oleh lembaga keuangan konvensional. Mereka menemukan bahwa kemudahan proses pendaftaran dan persetujuan yang hampir instan menjadi daya tarik utama BNPL, terutama bagi segmen pasar yang baru memasuki dunia kerja dan belum memiliki rekam jejak kredit yang memadai. Model ini berfokus pada pengalaman pengguna yang lancar (seamless user experience), di mana pembayaran bisa diselesaikan hanya dengan beberapa ketukan pada layar ponsel.

BNPL juga beroperasi dengan model bisnis yang unik, di mana penyedia layanan BNPL biasanya mengambil sebagian kecil dari biaya transaksi dari merchant, bukan dari bunga konsumen. Ini memungkinkan mereka untuk menawarkan skema 0% bunga atau tanpa biaya tambahan selama konsumen membayar tepat waktu. Model ini juga dijelaskan lebih lanjut oleh Suryani (2022) dalam Studi Komparatif Model Pembiayaan Fintech dan Perbankan Konvensionalbahwa BNPL beroperasi dengan cara yang meminimalkan gesekan dalam proses pembelian, sehingga mendorong volume transaksi yang lebih tinggi.

BNPL juga termasuk dalam kategori *embedded finance*, yaitu integrasi layanan keuangan langsung ke dalam ekosistem non-keuangan seperti e-commerce, *marketplace*,

atau aplikasi dompet digital. Artinya, konsumen tidak perlu lagi berpindah platform untuk mengajukan kredit, karena opsi BNPL muncul secara otomatis pada tahap *checkout*. Integrasi ini bukan hanya meningkatkan kenyamanan, tetapi juga mendorong perilaku konsumtif karena memudahkan proses pengambilan keputusan pembelian secara instan (AFTECH, 2023).

Faktor literasi keuangan menjadi kunci penting dalam membentuk sikap Gen Z terhadap BNPL. Wardhani & Yuliana (2022) menemukan bahwa mahasiswa pengguna BNPL cenderung menilai layanan ini hanya sebagai metode pembayaran tambahan, tanpa memahami implikasi finansialnya. Rendahnya literasi keuangan menyebabkan Gen Z sering kali memiliki persepsi keliru bahwa cicilan kecil tidak berdampak signifikan, padahal akumulasi transaksi BNPL berpotensi menimbulkan beban hutang yang besar. Hal ini sejalan dengan teori *behavioral economics* yang menyatakan bahwa konsumen muda rentan terhadap *present bias*, yaitu kecenderungan lebih menghargai manfaat instan dibandingkan dengan risiko di masa depan (Thaler & Shefrin, 1988).

Menurut Otoritas Jasa Keuangan (OJK) ada beberapa karakteristik penyelenggaraan layanan BNPL, antara lain:

a. Pembiayaan Multiguna dan/atau Pembiayaan Jual Beli
b. tanpa agunan
c. limit tertentu (plafon)
d. pembelian barang dan/atau jasa
e. penundaan pembayaran secara angsuran/cicilan
f. non-tunai
g. tanpa tatap muka secara fisik
h. melalui Sistem Elektronik.

Perbandingan antara BNPL dengan instrumen kredit lainnya menunjukkan beberapa keunggulan sekaligus keterbatasan. Misalnya, kartu kredit umumnya memiliki jangkauan luas dan fasilitas limit yang tinggi, namun memerlukan proses verifikasi yang ketat serta biaya tahunan. Cicilan bank biasanya menawarkan tenor panjang dan bunga kompetitif, tetapi birokrasi administrasinya cukup kompleks. Sementara itu, BNPL memberikan solusi alternatif dengan proses instan, limit kecil-menengah, serta tenor singkat yang sesuai untuk pembelian konsumtif sehari-hari. Namun, kelemahan utama BNPL adalah tingginya potensi *overconsumption* karena kemudahan akses dapat membuat konsumen kurang memperhitungkan kemampuan finansial jangka panjang (Wardhani & Yuliana, 2022).

Di Indonesia, layanan BNPL berkembang pesat seiring dengan pertumbuhan e-commerce dan tingginya penetrasi smartphone. Beberapa penyedia utama BNPL yang populer antara lain:

- **Kredivo** – salah satu pionir BNPL di Indonesia dengan fitur cicilan fleksibel hingga 12 bulan dan limit kredit yang cukup besar.
- **Akulaku PayLater** – menyediakan opsi cicilan untuk berbagai kebutuhan, mulai dari belanja online hingga pembayaran tagihan.
- **Shopee PayLater (SPayLater)** – terintegrasi langsung dengan aplikasi Shopee, sehingga sangat populer di kalangan pengguna e-commerce.
- **GoPayLater (Findaya)** – layanan paylater yang terhubung dengan ekosistem Gojek, mendukung transaksi transportasi, pesan makanan, maupun belanja online.

Kehadiran berbagai penyedia BNPL ini menunjukkan bahwa model bisnis paylater tidak hanya menjadi alternatif kredit, tetapi juga strategi perusahaan teknologi finansial dalam meningkatkan loyalitas pengguna. Generasi Z dan Milenial menjadi pasar utama layanan ini karena mereka cenderung mengutamakan kemudahan, fleksibilitas, serta pengalaman belanja yang instan. Survei Katadata Insight Center (2023) menemukan bahwa

hampir separuh pengguna BNPL di Indonesia berasal dari kelompok usia muda, mengindikasikan bahwa BNPL bukan hanya tren finansial, melainkan juga fenomena sosial-ekonomi yang membentuk pola konsumsi generasi baru.

Sikap Gen Z terhadap BNPL

Layanan pembiayaan *Buy Now Pay Later* (BNPL) pada dasarnya lahir sebagai inovasi finansial yang memberikan kemudahan transaksi sekaligus meningkatkan daya beli masyarakat. Di Indonesia, fenomena ini berkembang pesat dan bahkan telah dianggap sebagai gaya hidup, terutama di kalangan Generasi Z dan Milenial. Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mencatat bahwa pada November 2024, total pembiayaan BNPL mencapai Rp 30,36 triliun atau tumbuh 47,59 persen secara tahunan, dengan pembiayaan oleh perusahaan mencapai Rp 8,59 triliun (Kompas, 18 Januari 2025).

Generasi Z, yang dikenal sebagai *digital native*, cenderung memandang BNPL bukan hanya sebagai alat pembayaran, melainkan juga sebagai bagian dari gaya hidup konsumtif mereka. Hal ini didorong oleh karakteristik BNPL yang menawarkan fleksibilitas pembayaran, cicilan tanpa bunga, serta kemudahan integrasi dengan aplikasi belanja daring. Laporan Katadata Insight Center (2023) menunjukkan bahwa lebih dari 40% pengguna paylater berasal dari kelompok usia muda, dengan Gen Z menempati proporsi yang terus meningkat dari tahun ke tahun. Penelitian Research and Market (2024) yang dirilis melalui Globe News Wire bahkan menyebut BNPL sebagai layanan global dengan risiko lebih rendah dibanding kartu kredit, sehingga diprediksi akan terus tumbuh selama satu dekade mendatang.

Namun, di balik penerimaan positif ini, sikap Gen Z terhadap BNPL juga sarat dengan ambivalensi. Survei Katadata Insight Center (2023) menemukan bahwa hanya 26% dari mereka yang menyadari potensi risiko jebakan utang, jauh lebih rendah dibandingkan kelompok Milenial (34%). Rendahnya kesadaran ini erat kaitannya dengan literasi keuangan yang masih terbatas. Wardhani & Yuliana (2022) menegaskan bahwa sebagian besar mahasiswa pengguna BNPL melihat layanan ini semata sebagai sarana pembayaran tambahan, tanpa memahami konsekuensi finansial jangka panjang. Dalam perspektif *behavioral economics*, hal ini mencerminkan fenomena *present bias*, yaitu kecenderungan untuk lebih menghargai manfaat instan ketimbang mempertimbangkan risiko di masa depan (Thaler & Shefrin, 1988).

Di sisi lain, fenomena serupa juga muncul di berbagai negara lain. OECD (2022) menyoroti bahwa Gen Z di Amerika Serikat, Inggris, dan Australia memiliki kecenderungan lebih tinggi untuk menggunakan BNPL dibanding generasi sebelumnya. Mereka menyukai fleksibilitas dan minimnya syarat administratif, namun pada saat yang sama kelompok usia muda ini lebih rentan terhadap *default payment* dan perilaku *overspending*. Perbandingan lintas negara ini menunjukkan bahwa sikap Gen Z terhadap BNPL memiliki pola universal: antusias terhadap kemudahan yang ditawarkan, tetapi sering mengabaikan risiko yang menyertainya.

Menyikapi hal tersebut, para ahli menilai bahwa pembatasan penggunaan BNPL perlu segera dilakukan, khususnya pada kelompok yang belum memiliki penghasilan tetap. Menurut Heru Sutadi (2025), pembatasan usia dan pendapatan menjadi strategi krusial agar generasi muda tidak terjebak pada siklus utang. Bahkan, apabila potensi gagal bayar terus meningkat, layanan BNPL perlu dipertimbangkan untuk dibekukan sementara sampai terdapat regulasi yang lebih jelas. Dengan demikian, sikap Gen Z terhadap BNPL dapat disimpulkan sebagai sikap yang penuh antusiasme namun berisiko, sehingga membutuhkan sinergi antara edukasi literasi keuangan, regulasi pemerintah, dan tanggung jawab penyedia layanan agar manfaat BNPL tetap dapat dinikmati tanpa menimbulkan masalah keuangan di masa depan.

Faktor Pendorong Adopsi oleh Generasi Z

Beberapa faktor kunci mendorong popularitas BNPL di kalangan Generasi Z:

- Keterbatasan Akses Kredit Tradisional: Banyak anggota Generasi Z yang belum memiliki penghasilan tetap atau riwayat kredit yang memadai, sehingga sulit mendapatkan kartu kredit. Utami (2022) menemukan bahwa BNPL menjadi alternatif yang mudah diakses dengan proses verifikasi minimal.
- Gaya Hidup Konsumtif dan Instant Gratification: Generasi Z memiliki kecenderungan kuat terhadap "kepuasan instan". BNPL memungkinkan mereka untuk segera memiliki barang yang diinginkan tanpa harus menunggu atau menabung. Perilaku ini diperkuat oleh fenomena Fear of Missing Out (FOMO) yang didorong oleh tren media sosial.
- Pemasaran Digital dan Integrasi E-commerce: BNPL dipasarkan secara agresif di platform yang sering digunakan Generasi Z, seperti TikTok dan Instagram. Wijaya (2024) menjelaskan bahwa integrasi BNPL langsung pada halaman checkout e-commerce membuat proses belanja menjadi sangat mulus dan mendorong pembelian impulsif.

Seiring dengan semakin populernya layanan BNPL, badan-badan regulator turut turun tangan untuk mengatasi potensi risiko dan melindungi konsumen muda. Baik generasi Milenial maupun Gen Z sangat rentan terhadap jebakan BNPL, mengingat kebiasaan finansial mereka dan mudahnya mereka mengakumulasi utang melalui layanan ini. Regulator berfokus untuk memastikan transparansi dalam syarat dan ketentuan BNPL, dengan mewajibkan pengungkapan biaya, suku bunga, dan jadwal pembayaran yang lebih jelas. Selain itu, terdapat dorongan untuk menerapkan perlindungan yang mencegah pinjaman berlebihan dan memastikan bahwa penyedia BNPL melakukan pemeriksaan kredit yang tepat. Dengan menegakkan langkah-langkah ini, badan regulasi bertujuan untuk melindungi konsumen muda dari bahaya keuangan yang terkait dengan BNPL sekaligus memungkinkan mereka menikmati berbagai kemudahannya.

Dampak Positif BNPL bagi Gen Z:

1. **Kemudahan Transaksi & Fleksibilitas Pembayaran**: Gen Z mendapatkan keuntungan karena bisa membeli barang/jasa terlebih dahulu, kemudian membayar di kemudian hari atau dengan cicilan. Ini mengurangi beban harus punya uang penuh di muka. Fasilitas bebas bunga atau bunga rendah (tergantung penyedia) juga terkadang ada selama termin pembayaran dijalankan sesuai aturan. **Lebih Cepat"**: BNPL memungkinkan pemenuhan kebutuhan atau keinginan sekarang yang mendesak atau penting, tanpa menunggu tabungan cukup. Untuk Gen Z, yang seringkali belum punya dana cadangan besar, ini membantu.
2. **Alternatif Kredit selain Kartu Kredit:** Untuk yang belum memenuhi syarat kartu kredit atau tidak nyaman menggunakan kartu kredit, BNPL menjadi opsi yang lebih mudah & cepat disetujui.
3. **Daya Tarik Promosi dan Diskon**: Banyak penyedia BNPL menawarkan promo, diskon, atau insentif supaya pengguna memilih metode ini. Ini bisa membuat belanja jadi "lebih hemat" jika digunakan dengan bijak.
4. **Pengalaman Digital yang Lebih Mulus**: Proses yang ramah digital, UI/UX aplikasi yang menarik, integrasi ke e-commerce membuat BNPL nyaman dipakai oleh generasi yang terbiasa memakai platform digital.

Dampak Negatif BNPL bagi Gen Z

1. **Kecenderungan Konsumtif (Over-Spending / Impulsif)**: Karena mudahnya akses dan godaan diskon/promo, Gen Z bisa melakukan pembelian yang kurang dipikirkan

matang-matang. Perilaku impulsif ini bisa menyebabkan pengeluaran lebih dari yang seharusnya.

2. **Utang Menumpuk / Beban Pembayaran yang Tidak Terlihat:** Jika banyak BNPL digunakan sekaligus, atau pembayaran terlambat, cicilan bisa menumpuk, beban bisa tinggi. Ada potensi terlilit utang.
3. **Pengaruh terhadap Kesehatan Finansial Jangka Panjang**: Tabungan bisa berkurang karena lebih banyak dana dipakai pada konsumsi yang ditangguhkan. Keuangan jangka panjang bisa terganggu (perencanaan investasi, darurat, asuransi) jika terlalu sering memakai BNPL untuk kebutuhan non-esensial.
4. **Kurangnya Pemahaman & Literasi Keuangan**: Banyak Gen Z yang belum sepenuhnya memahami implikasi BNPL, seperti denda keterlambatan, bunga jika ada, bagaimana dampaknya terhadap skor kredit. Kesadaran dan literasi keuangan yang kurang bisa memperparah risiko.
5. **Risiko Dampak Psikologis**: Penyesalan setelah pembelian (post-purchase regret), stres akibat cicilan, dan mungkin rasa bersalah jika kondisi keuangan menjadi tertekan.
6. **Potensi Dampak Hukum / Keterlambatan & NPL (Non Performing Loan)**: Jika pengguna gagal membayar, bisa kena denda, bahkan aspek hukum tergantung kontrak. Di level penyedia, banyak BNPL yang mengalami tingginya NPL.

Risiko yang Harus Diperhatikan

- **Over-leverage / Overcommitment**: Mengambil terlalu banyak BNPL sehingga kewajiban pembayaran melebihi kemampuan, terutama di saat penghasilan tidak stabil.
- **Biaya Tambahan / Penalti**: Jika terlambat bayar, bisa kena denda/penalty yang kadang tidak kecil, atau bunga yang membengkak.
- **Dampak ke Skor Kredit**: Beberapa penyedia BNPL melaporkan ke lembaga kredit; keterlambatan atau gagal bayar bisa menurunkan skor kredit, menyulitkan akses kredit di masa depan.
- **Kurangnya Regulasi atau Kepastian Perlindungan Konsumen**: Di beberapa negara/konteks, BNPL belum sepenuhnya diatur seperti kredit bank; konsumen mungkin kurang perlindungan hukum. Di Indonesia OJK sudah mulai mengatur, tapi masih perlu pengawasan.
- **Ketergantungan Emosional / Sosial**: Tekanan sosial atau perasaan “harus ikut tren” bisa membuat orang tergoda menggunakan BNPL meskipun belum benar-benar butuh atau mampu.
- **Risiko Penipuan / Penyedia Liar**: Akad atau penyedia BNPL yang tidak resmi bisa menipu, atau menerapkan biaya tersembunyi. Penting memilih penyedia resmi.

BNPL bisa menjadi alat keuangan yang sangat membantu jika digunakan dengan bijak: saat kebutuhan mendesak, dengan pemahaman penuh terhadap syarat & konsekuensi, dan anggaran yang jelas. Namun juga memiliki potensi merugikan, terutama bagi Gen Z yang mungkin belum stabil secara finansial dan belum terlatih mengelola utang.

METODE

Metodologi penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode studi kepustakaan (library research). Pemilihan metode ini didasarkan pada keterbatasan penelitian yang hanya menggunakan data sekunder yang diperoleh dari internet, tanpa pengumpulan data primer melalui kuesioner maupun wawancara. Studi kepustakaan dianggap relevan karena memungkinkan peneliti untuk menganalisis fenomena penggunaan Buy Now Pay Later (BNPL) pada Generasi Z dengan memanfaatkan berbagai sumber literatur, baik berupa jurnal ilmiah, laporan survei, publikasi lembaga resmi, maupun artikel berita yang kredibel.

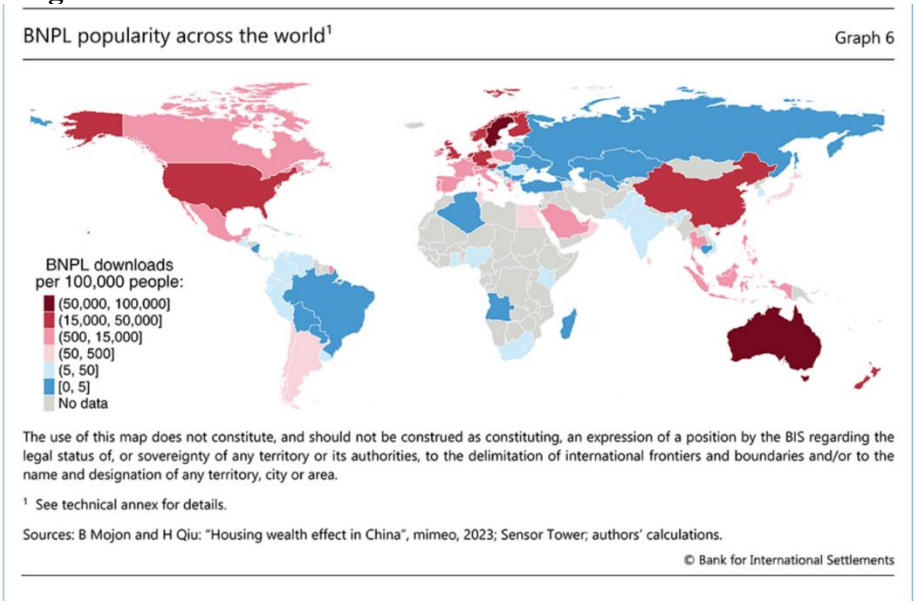
Data yang digunakan dalam penelitian ini sepenuhnya berasal dari sumber sekunder yang diperoleh melalui internet. Sumber-sumber tersebut mencakup laporan riset dari lembaga resmi seperti Otoritas Jasa Keuangan (OJK), Bank Indonesia, Katadata Insight Center, McKinsey, dan Deloitte, serta artikel akademik dari jurnal terkait perilaku konsumen dan perkembangan fintech. Selain itu, berita dan artikel online dari media terpercaya juga digunakan sebagai bahan pendukung untuk memberikan gambaran empiris tentang tren BNPL di Indonesia, khususnya di kalangan Generasi Z.

Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara menelusuri berbagai publikasi melalui portal jurnal, situs lembaga survei, maupun media online yang membahas perkembangan BNPL. Data yang diperoleh kemudian diseleksi berdasarkan kriteria tertentu, seperti relevansi dengan topik penelitian, keterbaruan informasi (minimal lima tahun terakhir), dan kredibilitas sumber. Hal ini bertujuan agar data yang digunakan benar-benar akurat, mutakhir, dan sesuai dengan kebutuhan penelitian.

Analisis data dilakukan dengan metode deskriptif kualitatif, yaitu menguraikan, membandingkan, dan menarik kesimpulan dari data sekunder yang sudah terkumpul. Proses analisis dilakukan melalui tiga tahap utama, yakni reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Pada tahap reduksi data, peneliti memilih dan memfokuskan informasi yang paling relevan dengan perilaku Generasi Z dalam menggunakan BNPL. Selanjutnya, data disajikan dalam bentuk narasi, tabel, atau grafik untuk memudahkan interpretasi. Terakhir, peneliti melakukan penarikan kesimpulan dengan menghubungkan temuan-temuan dari berbagai sumber, sehingga dapat diperoleh gambaran yang komprehensif mengenai dampak dan pola penggunaan BNPL oleh Generasi Z di Indonesia.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Perkembangan BNPL diseluruh dunia



Gambar 1 BNPL di dunia

Popularitas BNPL sangat bervariasi di seluruh dunia. Negara-negara dengan tingkat adopsi tertinggi adalah Australia dan Swedia. Negara-negara lain dengan tingkat adopsi BNPL yang signifikan adalah Tiongkok, Finlandia, Jerman, Belanda, Selandia Baru, Norwegia, Singapura, Inggris, dan Amerika Serikat. Skema pembayaran BNPL semakin populer di seluruh dunia, terutama di kalangan dewasa muda dengan tingkat pendidikan yang lebih rendah. Konsumen menikmati keuntungan pembelian langsung dengan pembayaran tertunda tanpa biaya tambahan, sementara pedagang memperluas penjualan dan

basis pelanggan mereka. Namun, meskipun memperoleh pendapatan dari biaya pedagang, platform BNPL menghadapi tantangan profitabilitas akibat tingginya biaya tetap, meningkatnya biaya pendanaan, dan tingginya tingkat tunggakan.

Peningkatan pesat BNPL dapat menjadi perhatian otoritas publik karena dua alasan: isu perlindungan konsumen dan akumulasi risiko kredit (FCA (2022a,b)). Oleh karena itu, penting untuk memastikan apakah skema BNPL memanfaatkan individu dengan keterbatasan finansial melalui promosi yang menyesatkan dan informasi yang tidak memadai. Oleh karena itu, mengingat platform BNPL memiliki tingkat tunggakan yang tinggi, pertumbuhan platform ini yang berkelanjutan akan memerlukan pemantauan terhadap hubungan langsung dan tidak langsung mereka dengan sistem keuangan secara keseluruhan.

Perkembangan BNPL di Indonesia

Pasar BNPL Indonesia berkembang pesat, didorong oleh peningkatan pembayaran digital, populasi muda yang paham teknologi, dan penetrasi kartu kredit yang rendah. Pemain domestik seperti Akulaku dan Kredivo mendominasi pasar, sementara penyedia regional seperti Atome dan pemain global seperti Shopee PayLater juga mendapatkan daya tarik. Adopsi BNPL sangat kuat dalam e-commerce, di mana kemitraan dengan platform seperti Tokopedia dan Lazada mempercepat pertumbuhan. Selama 2-4 tahun ke depan, dinamika persaingan akan berfokus pada ekspansi pedesaan, inovasi fintech, dan integrasi dengan layanan non-riterel seperti perjalanan dan pendidikan.

Pendorong Gen Z dalam melakukan BNPL

Generasi Z menjadi pengguna dominan layanan Buy Now Pay Later (BNPL) karena adanya sejumlah faktor pendorong yang berkaitan dengan gaya hidup dan kebutuhan finansial mereka. Pertama, kemudahan akses melalui aplikasi digital membuat BNPL sangat sesuai dengan karakter Gen Z sebagai digital native yang terbiasa melakukan transaksi secara online (Katadata Insight Center & Kredivo, 2023). Kedua, banyak Gen Z yang belum memenuhi persyaratan formal untuk memiliki kartu kredit, sehingga BNPL menjadi alternatif karena menawarkan proses pendaftaran cepat tanpa agunan (OJK, 2022). Selain itu, sifat konsumtif dan fenomena FOMO (fear of missing out) juga mendorong Gen Z menggunakan BNPL, sebab mereka ingin tetap mengikuti tren fashion, gadget, maupun hiburan tanpa harus menunggu ketersediaan dana penuh (McKinsey, 2022). Layanan ini juga dianggap membantu manajemen keuangan karena pembayaran dapat dicicil sehingga arus kas lebih teratur dan terasa ringan dibanding membayar sekaligus (Katadata Insight Center, 2023). Tidak hanya itu, promosi berupa diskon, cashback, maupun tenor 0% yang ditawarkan penyedia BNPL maupun e-commerce menjadi daya tarik tersendiri (Bain & Company, 2021). Terakhir, penggunaan BNPL semakin dinormalisasi oleh lingkungan sosial, di mana banyaknya teman sebaya yang menggunakan layanan ini membuat Gen Z menganggap BNPL sebagai pilihan wajar dalam bertransaksi (EY Global Fintech Adoption Index, 2022).

Manfaat BNPL bagi Gen Z

Layanan ini mudah diakses secara daring dan terintegrasi dengan lancar ke dalam berbagai platform e-commerce, menjadikannya sangat praktis bagi pembeli digital yang mengutamakan efisiensi dan kemudahan dalam bertransaksi daring. Berbeda dengan kartu kredit tradisional, banyak layanan BNPL menyediakan rencana cicilan bebas bunga, menghadirkan alternatif menarik bagi konsumen muda yang sering kali berhati-hati dalam memperoleh bunga dan waspada terhadap biaya tersembunyi. Salah satu manfaat signifikan BNPL adalah kemampuannya membantu konsumen mengelola arus kas mereka secara lebih efektif dengan mendistribusikan biaya pembelian dari waktu ke waktu. Fleksibilitas pembayaran ini khususnya bermanfaat untuk pembelian yang lebih besar dan penting,

seperti barang elektronik, furnitur, atau materi pendidikan, yang mungkin membebani anggaran mereka jika dibayar di muka.

Risiko yang melekat BNPL Bagi Gen Z

Meskipun layanan Buy Now Pay Later (BNPL) menawarkan berbagai kemudahan, penggunaannya pada Generasi Z tidak terlepas dari sejumlah risiko yang dapat memengaruhi kondisi finansial mereka. Pertama, risiko utama yang muncul adalah overkonsumsi dan perilaku impulsif, karena kemudahan akses serta tenor pembayaran pendek mendorong Gen Z lebih mudah melakukan pembelian tanpa mempertimbangkan kemampuan finansial jangka panjang. Kondisi ini sejalan dengan teori behavioral economics yang menjelaskan bahwa konsumen muda cenderung mengalami present bias, yaitu kecenderungan lebih menghargai manfaat instan dibandingkan risiko di masa depan (Thaler & Shefrin, 1988).

Kedua, terdapat risiko terjebak dalam utang menumpuk akibat akumulasi cicilan dari berbagai transaksi BNPL yang dilakukan secara bersamaan. Hal ini diperparah oleh kurangnya literasi keuangan pada sebagian Gen Z, sehingga mereka tidak sepenuhnya memahami konsekuensi bunga, denda keterlambatan, maupun penalti yang berlaku (OJK, 2022). Ketiga, risiko ketidakstabilan psikologis dan stres keuangan juga patut diperhatikan, karena beban pembayaran yang menumpuk dapat menimbulkan tekanan mental, terutama bagi individu dengan penghasilan terbatas (Katadata Insight Center, 2023).

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil kajian, dapat disimpulkan bahwa layanan Buy Now, Pay Later (BNPL) telah menjadi salah satu inovasi finansial yang sangat diminati oleh generasi muda, khususnya Gen Z. Kemudahan akses, fleksibilitas pembayaran, serta proses digital yang cepat membuat BNPL lebih menarik dibandingkan instrumen kredit tradisional seperti kartu kredit. Di Indonesia maupun secara global, pertumbuhan BNPL terus meningkat dan berpotensi memperluas inklusi keuangan bagi kelompok masyarakat yang belum terlayani penuh oleh lembaga keuangan formal.Namun, penggunaan BNPL juga tidak terlepas dari risiko. Generasi Z yang cenderung memiliki perilaku konsumtif dan terpengaruh oleh present bias rentan mengalami beban finansial akibat kewajiban pembayaran yang menumpuk. Riset dari berbagai lembaga menunjukkan adanya peningkatan risiko gagal bayar serta tekanan psikologis akibat keterikatan utang, sehingga layanan ini tetap memerlukan regulasi yang ketat serta literasi keuangan yang memadai. Dengan demikian, BNPL dapat menjadi solusi sekaligus tantangan. Jika dimanfaatkan secara bijak dan didukung regulasi yang tepat, BNPL berpotensi menjadi instrumen keuangan yang mendukung pertumbuhan ekonomi digital. Sebaliknya, tanpa pengelolaan yang baik, layanan ini justru dapat menimbulkan masalah baru berupa over-kredit dan beban finansial pada konsumen muda.

DAFTAR PUSTAKA

Muhammad, N. (2024, Juli 4). Jumlah Pengguna Paylater di Indonesia menurut Kelompok Usia (2023). Diambil kembali dari databoks.katadata.co.id: https://databoks.katadata.co.id/media/statistik/66b5d6e18dff3/milenial-dan-gen-z-mendominasi-pengguna-paylater-di-indonesia

Education, B. H. (2023, September 27). MENGENAL GEN Z. Diambil kembali dari https://parent.binus.ac.id/2023/09/mengenal-gen-z/

Triwibowo, D. R. (2025, Januari 29). Gen Z dan Milenial Pakai Paylater untuk Kebutuhan Konsumtif. Diambil kembali dari kompas.id: https://www.kompas.id/artikel/gen-z-dan-milenial-pakai-paylater-untuk-konsumtif-bukan-produktif

Giulio Cornelli, L. G. (2023, Desember 4). Buy now, pay later: a cross-country analysis. Diambil

kembali dari https://www-bis-org.translate.goog/publ/qtrpdf/r_qt2312e.htm?_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=id&_x_tr_hl=id&_x_tr_pto=tc

Kamsidah. (2023, Oktober 20). Transformasi Keuangan melalui Fintech, Solusi Finansial bagi Masyarakat Indonesia. Diambil kembali dari djkn.kemenkeu.go.id: https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kpknl-semarang/baca-artikel/16528/Transformasi-Keuangan-melalui-Fintech-Solusi-Finansial-bagi-Masyarakat-Indonesia.html

bisnis, k. (2025, Januari 7). OJK: Utang Warga RI di PayLater Tembus Rp 30,36 Triliun per November 2024. Diambil kembali dari kumparan.com: https://kumparan.com/kumparanbisnis/ojk-utang-warga-ri-di-paylater-tembus-rp-30-36-triliun-per-november-2024-24G0tkKxsiX

Group, K. (2024, Juni 13). Laporan Perilaku Pengguna PayLater Indonesia 2024. Diambil kembali dari kredivocorp.com: https://kredivocorp.com/wp-content/uploads/2024/06/Laporan-Perilaku-Pengguna-Paylater-Indonesia-2024-Kredivo.pdf?utm_source=chatgpt.com

databoks. (2024, Juni 25). Laporan Perilaku Pengguna Paylater Indonesia 2024. Diambil kembali dari https://databoks.katadata.co.id/en/publications/2024/06/25/laporan-perilaku-pengguna-paylater-indonesia-2024

"Buy Now, Pay Later": Dilema Konsumsi Gen Z di Persimpangan Waktu dan Pilihan Konten ini telah tayang di Kompasiana.com dengan judul ""Buy Now, Pay Later": Dilema Konsumsi Gen Z di Persimpangan Waktu dan Pilihan", Klik untuk baca: https://www.kompasian. (2024, Desember 25). Diambil kembali dari kompasiana.com: https://www.kompasiana.com/revankacello1386/676bbb5c34777c4d8b430a84/buy-now-pay-later-dilema-konsumsi-gen-z-di-persimpangan-waktu-dan-pilihan?page=2&utm_source=chatgpt.com

Venotty Ananda Putri1, L. T. (2025). IMPLIKASI BUY NOW PAY LATER (BNPL) PADA PERILAKU KONSUMTIF GENERASI Z DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM.

Rasyidi, M. A. (2025, Februari 18). Regulasi BNPL dan Krisis Finansial Gen Z: Analisis Dampak Doom Spending 2025. Diambil kembali dari kumparan.com: https://kumparan.com/maulana-alif-rasyidi/regulasi-bnpl-dan-krisis-finansial-gen-z-analisis-dampak-doom-spending-2025-24Uchwx57OF?utm_source=chatgpt.com

Palado, D. P. (2024). ANTESEDEN DARI RISKY INDEBTEDNESS BEHAVIOUR KETIKA MENGGUNAKAN PAYLATER. https://kumparan.com/kumparanbisnis/ojk-utang-warga-ri-di-paylater-tembus-rp-30-36-triliun-per-november-2024-24G0tkKxsiX

Group, K. (2024, Juni 13). Laporan Perilaku Pengguna PayLater Indonesia 2024. Diambil kembali dari kredivocorp.com: https://kredivocorp.com/wp-content/uploads/2024/06/Laporan-Perilaku-Pengguna-Paylater-Indonesia-2024-Kredivo.pdf?utm_source=chatgpt.com

databoks. (2024, Juni 25). Laporan Perilaku Pengguna Paylater Indonesia 2024. Diambil kembali dari https://databoks.katadata.co.id/en/publications/2024/06/25/laporan-perilaku-pengguna-paylater-indonesia-2024