

TRANSPARANSI INFORMASI PAYLATER DAN PERILAKU KONSUMTIF: DAMPAK SOSIAL TERHADAP KELOMPOK RENTAN DI INDONESIA

Cahya I'liyin¹, Shafira Rizkiyanti², Destyani Risti Syafhana³, Tiara Aulya Azra⁴,
Ahmad Rizqi Ziyad⁵, Naufal Luthfi Alifa⁶.

^{1,2,3,4,5,6}Universitas Islam Negeri Siber Syekh Nurjati Cirebon

*Email : cahyailiyin666@gmail.com¹, rizkiyantishafira2@gmail.com²,
syafhanadesty@gmail.com³, tiaraazra1107@gmail.com⁴, ahmadrizqiiziyadd@gmail.com⁵,
alifanaufaal@gmail.com⁶

ABSTRAK

Layanan *Buy Now, Pay Later* (BNPL) di Indonesia berkembang pesat seiring penguatan regulasi yang mewajibkan transparansi informasi. Namun, penelitian terdahulu cenderung memisahkan aspek regulasi, perilaku konsumen, dan dampak sosial, sehingga efektivitas *mandatory disclosure*, mekanisme *behavioral economics*, serta konsekuensi BNPL terhadap kelompok rentan masih belum terintegrasi. Penelitian ini bertujuan menganalisis keterkaitan transparansi informasi, perilaku konsumtif, dan dampak sosial BNPL di Indonesia melalui integrasi Teori Asimetri Informasi, Technology Readiness and Acceptance Model (TRAM), *Behavioral Economics/Choice Architecture*, dan kerangka evaluatif SDGs. Penelitian menggunakan metode kualitatif *library research* dengan pendekatan *narrative literature review* terhadap sumber dari Google Scholar, Scopus, ScienceDirect, dan Garuda. Data dianalisis menggunakan *content analysis* melalui pengodean tematik dan triangulasi temuan domestik, bukti empiris internasional, serta dokumen regulasi. Hasil kajian menunjukkan bahwa transparansi formal belum selalu menghasilkan pemahaman substantif konsumen, sehingga asimetri informasi tetap dapat terjadi. Kondisi tersebut membuka ruang bagi bias kognitif, seperti *present bias*, *anchoring*, *mental accounting*, dan berkurangnya *pain of paying*, yang dapat mendorong perilaku konsumtif, terutama pada kelompok dengan literasi keuangan terbatas. Dampaknya berupa peningkatan risiko utang tersembunyi dan beban sosial yang lebih besar pada kelompok rentan. Penelitian ini menawarkan model rantai kausal-siklis yang menghubungkan regulasi, transparansi, mekanisme perilaku, dan dampak sosial, serta merekomendasikan pergeseran regulasi dari *disclosure* menuju *comprehension* dan *behavioral safeguard*. Model ini tetap memerlukan pengujian empiris lebih lanjut.

Kata Kunci: Buy Now, Pay Later (BNPL); transparansi informasi; perilaku konsumtif; konsumen rentan; asimetri informasi.

ABSTRACT

Buy Now, Pay Later (BNPL) services in Indonesia have grown rapidly alongside strengthened regulations requiring information transparency. However, previous studies tend to examine regulation, consumer behavior, and social impacts separately, leaving the effectiveness of *mandatory disclosure*, *behavioral economics* mechanisms, and the consequences of BNPL for vulnerable groups insufficiently integrated. This study aims to analyze the relationship between information transparency, consumptive behavior, and the social impacts of BNPL in Indonesia by integrating Information Asymmetry Theory, the Technology Readiness and Acceptance Model (TRAM), *Behavioral Economics/Choice Architecture*,

and an SDGs evaluative framework. This study employs a qualitative library research method using a narrative literature review of sources from Google Scholar, Scopus, ScienceDirect, and Garuda. The data were analyzed using content analysis through thematic coding and triangulation of domestic findings, international empirical evidence, and regulatory documents. The findings indicate that formal transparency does not necessarily result in consumers' substantive understanding, allowing information asymmetry to persist. This condition creates opportunities for cognitive biases, such as present bias, anchoring, mental accounting, and reduced pain of paying, which may encourage consumptive behavior, particularly among groups with limited financial literacy. Consequently, BNPL may increase the risk of hidden debt and impose disproportionate social burdens on vulnerable groups. This study proposes a causal-cyclical model linking regulation, transparency, behavioral mechanisms, and social impacts, and recommends shifting regulation from disclosure toward comprehension and behavioral safeguards. Further empirical testing is required to validate the proposed model.

Keywords: Buy Now, Pay Later (BNPL); information transparency; consumptive behavior; vulnerable consumers; information asymmetry.

PENDAHULUAN

Transformasi digital yang ditandai dengan pesatnya kemunculan smartphone dan perkembangan teknologi finansial (*financial technology* atau *fintech*) telah mengubah pola transaksi masyarakat, termasuk melalui layanan *Buy Now, Pay Later* (BNPL) atau *PayLater*. Layanan ini menawarkan kemudahan pembiayaan jangka pendek melalui sistem cicilan yang cepat, sederhana, dan umumnya dipromosikan tanpa bunga sehingga semakin diminati, terutama oleh generasi muda. Secara global, pasar BNPL terus menunjukkan pertumbuhan yang signifikan. Nilai transaksi *Pay in* di Amerika Serikat mencapai sekitar US\$70 miliar pada tahun 2025, atau setara dengan 1,1% dari total transaksi kartu kredit, dengan pertumbuhan riil sekitar 20% per tahun (Federal Reserve Bank of Richmond, 2025). Sementara itu, *Consumer Financial Protection Bureau* (CFPB) melaporkan bahwa nilai originasi BNPL meningkat dari US\$2,2 miliar pada tahun 2019 menjadi US\$43,9 miliar pada tahun 2023, meskipun risiko sistemiknya masih relatif terkendali (Consumer Financial Protection Bureau, 2023).

Di Indonesia, perkembangan BNPL berlangsung jauh lebih cepat seiring meningkatnya penetrasi ekonomi digital dan inklusi keuangan. Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mencatat pertumbuhan pembiayaan *PayLater* yang terus meningkat dengan dominasi pengguna dari kelompok usia produktif. Namun, peningkatan tersebut juga diikuti oleh meningkatnya risiko keterlambatan pembayaran dan rasio *Non Performing Financing* (NPF). Sebagai respons terhadap kondisi tersebut, OJK menerbitkan Peraturan OJK Nomor 32 Tahun 2025 tentang Penyelenggaraan *Buy Now, Pay Later*, yang mewajibkan penyelenggara memberikan informasi produk secara jelas, transparan, dan mudah dipahami oleh konsumen sebagai bentuk perlindungan terhadap risiko pembiayaan digital (Otoritas Jasa Keuangan, 2025). Regulasi ini menunjukkan bahwa transparansi informasi menjadi aspek penting dalam mendorong penggunaan BNPL yang lebih bertanggung jawab, sejalan dengan prinsip keterbukaan informasi sebagai bentuk mitigasi risiko yang juga ditekankan dalam kajian perlindungan konsumen layanan keuangan digital lainnya (Rahadiyan & Mentari, 2021).

Meskipun demikian, hasil penelitian terdahulu masih menunjukkan kecenderungan yang berfokus pada faktor-faktor yang mendorong adopsi BNPL. Berbagai penelitian di Indonesia umumnya menggunakan *Technology Readiness and Acceptance Model* (TRAM) maupun *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT) untuk menjelaskan bahwa persepsi kemanfaatan dan kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap niat menggunakan layanan BNPL (Indriyani & Agam, 2024). Sebagian penelitian bahkan telah menggabungkan TAM dengan UTAUT untuk menjelaskan niat penggunaan *PayLater* dan

kaitannya dengan perilaku pembelian impulsif pada Generasi Z (Nurfaiza & Prayitno, 2023). Sebaliknya, penelitian internasional lebih banyak membahas pertumbuhan pasar, risiko kredit, dan dampak terhadap kesejahteraan pengguna yang menunjukkan hasil beragam (Federal Reserve Bank of Richmond, 2025). Sebagian penelitian menyatakan bahwa BNPL dapat meningkatkan akses pembiayaan dan inklusi keuangan melalui peningkatan kepercayaan pengguna (Prasetyani et al., 2024), sedangkan penelitian lain menunjukkan adanya peningkatan perilaku konsumtif, penggunaan kredit yang berlebihan, hingga kecenderungan pembelian impulsif dan overkonsumsi pada Generasi Z (Lia & Natswa, 2023). Perbedaan hasil tersebut mengindikasikan bahwa hubungan antara transparansi informasi, karakteristik desain layanan BNPL, dan dampak perilaku konsumen masih belum dipahami secara komprehensif, khususnya dalam konteks Indonesia.

Berdasarkan kondisi tersebut, terdapat beberapa *research gap* yang belum banyak dijawab oleh penelitian sebelumnya. Pertama, efektivitas kewajiban keterbukaan informasi (*mandatory disclosure*) sebagaimana diatur dalam POJK Nomor 32 Tahun 2025 belum banyak diuji secara empiris, terutama dalam meningkatkan pemahaman konsumen dengan tingkat *literasi* keuangan yang berbeda-beda, sementara studi terdahulu mengenai keterbukaan informasi lebih banyak difokuskan pada konteks *peer-to-peer lending* dibandingkan dengan BNPL secara spesifik (Rahadiyan & Mentari, 2021). Kedua, berbagai karakteristik desain BNPL seperti *instant approval*, promosi *PayLater* tanpa bunga, dan proses persetujuan yang sederhana diduga memengaruhi persepsi biaya serta mendorong pembelian impulsif (Lia & Natswa, 2023). Mekanisme tersebut masih jarang dikaji dalam konteks sosial dan budaya Indonesia, termasuk dari perspektif nilai keagamaan seperti prinsip *maslahah*, *wasathiyah*, *israf*, dan *tabdzir* dalam ekonomi Islam (Putra dkk., 2025). Ketiga, penelitian domestik masih lebih banyak mengukur niat menggunakan BNPL dibandingkan mengevaluasi konsekuensi penggunaan, seperti utang tersembunyi (*hidden indebtedness*), tekanan psikologis, maupun dampak sosial terhadap kelompok masyarakat rentan, sebagaimana tampak dari kajian hukum yang menyoroti risiko *wanprestasi* konsumen *PayLater* akibat minimnya pemahaman atas konsekuensi finansial (Pradewi, 2025).

Untuk menjelaskan kesenjangan tersebut, penelitian ini menggunakan Teori Asimetri Informasi (Akerlof, 1970) sebagai landasan utama yang menjelaskan bahwa penyedia layanan memiliki informasi yang lebih lengkap dibandingkan dengan konsumen, sehingga berpotensi menimbulkan keputusan yang tidak optimal apabila informasi tidak dipahami secara memadai. Selanjutnya, *Technology Readiness and Acceptance Model* (TRAM) digunakan untuk menjelaskan faktor-faktor yang memengaruhi penerimaan teknologi BNPL oleh konsumen, sesuai dengan kerangka integratif yang menggabungkan konstruk kesiapan teknologi ke dalam model penerimaan teknologi klasik (Lin, Shih, & Sher, 2007). Perspektif tersebut dipadukan dengan teori *Behavioral Economics* dan *Choice Architecture* yang menjelaskan bagaimana fitur-fitur seperti *framing*, *present bias*, *partitioned pricing*, dan *instant approval* dapat memengaruhi persepsi biaya serta mendorong perilaku konsumsi impulsif. Selain itu, teori *Consumer Protection* dan *Plain Language Disclosure* digunakan untuk mengevaluasi efektivitas kebijakan transparansi informasi yang diterapkan regulator. Integrasi berbagai teori tersebut memungkinkan penelitian ini untuk menjelaskan hubungan antara transparansi regulasi, desain layanan digital, dan perilaku konsumen secara lebih komprehensif.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis efektivitas pengungkapan informasi BNPL yang diwajibkan oleh OJK dalam meningkatkan pemahaman konsumen, mengkaji pengaruh karakteristik desain layanan BNPL terhadap persepsi risiko dan perilaku konsumtif, serta mengidentifikasi dampak psikososial dan struktural penggunaan BNPL pada kelompok masyarakat rentan di Indonesia. Kebaruan (*novelty*) penelitian ini

terletak pada *integrasi Technology Readiness and Acceptance Model (TRAM)* dengan *Behavioral Economics* dan Teori Asimetri Informasi dalam mengevaluasi efektivitas transparansi regulasi BNPL pasca diberlakukannya POJK Nomor 32 Tahun 2025. Berbeda dengan penelitian sebelumnya yang umumnya hanya berfokus pada niat menggunakan layanan BNPL (Nurfaiza & Prayitno, 2023), penelitian ini menguji secara empiris hubungan antara transparansi informasi, desain perilaku layanan digital, tingkat pemahaman konsumen, serta dampaknya terhadap perilaku konsumsi dan risiko utang tersembunyi pada kelompok rentan. Temuan penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan *literatur* mengenai perlindungan konsumen keuangan digital sekaligus menjadi masukan bagi regulator dalam memperkuat kebijakan BNPL yang mendukung inklusi keuangan secara berkelanjutan dan sejalan dengan pencapaian *Sustainable Development Goals (SDGs)*.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kepustakaan (*library research*) melalui pendekatan *narrative literature review*. Pendekatan ini dipilih karena penelitian bertujuan membangun argumentasi analitis dan konseptual mengenai hubungan antara transparansi regulasi, desain perilaku layanan *Buy Now, Pay Later (BNPL)* atau *PayLater*, dan dampak sosial penggunaannya terhadap kelompok masyarakat rentan di Indonesia (Sugiyono, 2022). Berbeda dengan *Systematic Literature Review (SLR)* yang bertujuan melakukan identifikasi, seleksi, dan sintesis *literatur* secara komprehensif berdasarkan protokol yang telah ditentukan, penelitian ini menekankan interpretasi dan sintesis naratif terhadap berbagai *literatur* yang relevan dengan fokus penelitian.

Penelusuran *literatur* dilakukan secara sistematis melalui *Google Scholar*, *Scopus*, *ScienceDirect*, dan Garuda dengan menggunakan kombinasi kata kunci dalam bahasa Indonesia dan bahasa Inggris, yaitu “*Buy Now Pay Later*”, “*BNPL*”, “*PayLater*”, “*regulation transparency*”, “*consumer protection*”, “*behavioral design*”, “*behavioral economics*”, “*vulnerable consumers*”, “*financial vulnerability*”, dan “*Indonesia*”. Kata kunci tersebut dikombinasikan menggunakan operator Boolean “AND” dan “OR” untuk memperoleh sumber yang relevan dengan fokus penelitian.

Literatur yang digunakan mencakup publikasi dalam rentang tahun 2019-2026. Selain artikel jurnal ilmiah, penelitian ini juga memanfaatkan dokumen regulasi, laporan resmi lembaga negara, dan laporan institusi yang relevan dengan perkembangan layanan BNPL, perlindungan konsumen, dan perilaku penggunaan layanan kredit digital. Pemilihan sumber dilakukan berdasarkan relevansi substantif dengan fokus penelitian, kualitas dan kredibilitas sumber, serta kontribusinya terhadap pembahasan mengenai regulasi, desain perilaku, perilaku konsumen, dan dampak sosial BNPL.

Kriteria pemilihan *literatur* meliputi: (1) sumber yang membahas BNPL, PayLater, kredit digital, atau layanan pembiayaan digital yang relevan; (2) penelitian yang membahas aspek regulasi, transparansi informasi, desain perilaku, perilaku konsumen, perlindungan konsumen, atau dampak sosial dan ekonomi penggunaan BNPL; (3) *literatur* yang relevan dengan konteks Indonesia atau dapat digunakan sebagai pembanding internasional; dan (4) publikasi akademik atau dokumen kelembagaan yang memiliki sumber dan informasi yang dapat diverifikasi. *Literatur* yang tidak memiliki relevansi substantif dengan fokus penelitian, artikel duplikat, serta sumber yang tidak memiliki dasar akademik atau kelembagaan yang jelas tidak digunakan dalam analisis (Guttman-Kenney et al., 2023).

Analisis data dilakukan menggunakan analisis isi (*content analysis*) melalui pengodean tematik (*thematic coding*). Analisis dilakukan dengan mengidentifikasi, mengelompokkan, dan membandingkan temuan berdasarkan tiga tema utama, yaitu: (1) transparansi dan efektivitas

regulasi BNPL; (2) desain perilaku layanan BNPL dan pengaruhnya terhadap keputusan konsumen; serta (3) dampak sosial dan ekonomi penggunaan BNPL terhadap kelompok masyarakat rentan. Temuan dari berbagai sumber kemudian dibandingkan dan ditriangulasi, khususnya antara penelitian dalam konteks Indonesia, penelitian empiris internasional, dokumen regulasi, dan laporan kelembagaan. Hasil analisis disusun dalam bentuk sintesis naratif-analitis untuk menjelaskan keterkaitan antara kerangka regulasi, desain perilaku layanan BNPL, perilaku konsumen, dan dampak sosial penggunaannya terhadap kelompok masyarakat rentan di Indonesia (Moleong, 2021).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Efektivitas Transparansi Informasi dalam Regulasi PayLater terhadap Kesadaran dan Pemahaman Konsumen di Indonesia

Perkembangan layanan *PayLater* di Indonesia menunjukkan perubahan signifikan dalam sistem transaksi serta pembiayaan digital masyarakat. Akses yang mudah, proses persetujuan yang cepat, dan integrasi layanan dengan *platform e-commerce* membuat *PayLater* semakin populer di kalangan berbagai segmen, khususnya generasi muda dan penduduk perkotaan (Otoritas Jasa Keuangan, 2024). Seiring dengan pertumbuhan tersebut, pemerintah melalui Otoritas Jasa Keuangan (OJK) berupaya memperkuat perlindungan konsumen dengan menerbitkan Peraturan OJK Nomor 32 Tahun 2025 yang mengatur transparansi informasi dalam layanan pembiayaan digital, termasuk *PayLater*. Upaya transparansi ini bertujuan agar konsumen dapat memahami sepenuhnya konsekuensi penggunaan layanan sebelum melakukan transaksi (Hidayat, 2022). Namun, efektivitas keterbukaan informasi tersebut masih menjadi persoalan mengingat terdapat kesenjangan antara transparansi formal yang disediakan oleh penyedia layanan dengan tingkat pemahaman masyarakat terhadap informasi keuangan digital.

Prinsip transparansi informasi, kejelasan akad, serta keterbukaan dalam transaksi utang-piutang pada layanan *PayLater* pada dasarnya sejalan dengan ajaran Islam dalam aktivitas muamalah. Islam menekankan bahwa setiap transaksi yang mengandung unsur utang harus dilakukan secara jelas, terbuka, dan dipahami oleh para pihak agar tidak menimbulkan perselisihan maupun kerugian di kemudian hari. Hal tersebut sebagaimana dijelaskan dalam firman Allah SWT pada QS. Al-Baqarah ayat 282:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا تَدَايَنْتُمْ بِدَيْنٍ إِلَى أَجَلٍ مُّسَمًّى فَاكْتُبُوهُ وَلْيَكْتُب بَيْنَكُمْ كَاتِبٌ بِالْعَدْلِ وَلَا يَأْبَ كَاتِبٌ أَنْ يَكْتُبَ كَمَا عَلَّمَهُ اللَّهُ فَلْيَكْتُبْ وَلْيُمْلِلِ الَّذِي عَلَيْهِ الْحَقُّ وَلْيَتَّقِ اللَّهَ رَبَّهُ وَلَا يَخْشَ مِنْهُ شَيْئًا فَإِنْ كَانَ الَّذِي عَلَيْهِ الْحَقُّ سَفِيهًا أَوْ ضَعِيفًا أَوْ لَا يَسْطِيعُ أَنْ يُمِلَّ هُوَ فَلْيُمْلِلْ وَلِيُّهُ بِالْعَدْلِ وَاسْتَشْهِدُوا شَهِيدَيْنِ مِنْ رَجَالِكُمْ فَإِنْ لَمْ يَكُونَا رَجُلَيْنِ فَرَجُلٌ وَامْرَأَتَيْنِ مِمَّنْ تَرْضَوْنَ مِنَ الشُّهَدَاءِ أَنْ تَضِلَّ إِحْدَاهُمَا فَتُذَكِّرَ إِحْدَاهُمَا الْأُخْرَى وَلَا يَأْبَ الشُّهَدَاءُ إِذَا مَا دُعُوا وَلَا تَسْمُوا أَنْ تَكْتُبُوهُ صَغِيرًا أَوْ كَبِيرًا إِلَى أَجَلِهِ ذَلِكُمْ أَقْسَطُ عِنْدَ اللَّهِ وَأَقْوَمُ لِلشَّهَادَةِ وَأَدْنَىٰ أَلَّا تَرْتَابُوا إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً حَاضِرَةً تُدِيرُونَهَا بَيْنَكُمْ فَلَيْسَ عَلَيْكُمْ جُنَاحٌ أَلَّا تَكْتُبُوهَا وَأَشْهِدُوا إِذَا تَبَايَعْتُمْ وَلَا يُضَارَّ كَاتِبٌ وَلَا شَهِيدٌ ۚ وَإِنْ تَفَعَّلُوا فَإِنَّهُ فُسُوقٌ بِكُمْ وَاتَّقُوا اللَّهَ وَيَعْلَمُ اللَّهُ وَاللَّهُ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيمٌ ﴿٢٨٢﴾

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman, apabila kamu berutang piutang untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kamu mencatatnya. Hendaklah seorang pencatat di antara kamu menuliskannya dengan benar. Janganlah pencatat menolak untuk menuliskannya sebagaimana Allah telah mengajar-kan kepadanya. Hendaklah dia mencatat-nya dan orang yang berutang itu mendiktekan-nya. Hendaklah dia bertakwa kepada Allah, Tuhannya, dan janganlah dia menguranginya sedikit pun. Jika yang berutang itu orang yang kurang akal-nya, lemah (keadaannya), atau tidak mampu mendiktekan sendiri, hendaklah walinya mendiktekan-nya dengan benar. Mintalah kesaksian dua orang saksi laki-laki di antara

kamu. Jika tidak ada (saksi) dua orang laki-laki, (boleh) seorang laki-laki dan dua orang perempuan di antara orang-orang yang kamu sukai dari para saksi (yang ada) sehingga jika salah seorang (saksi perempuan) lupa, yang lain mengingatkannya. Janganlah saksi-saksi itu menolak apabila dipanggil. Janganlah kamu bosan mencatatnya sampai batas waktunya, baik (utang itu) kecil maupun besar. Yang demikian itu lebih adil di sisi Allah, lebih dapat menguatkan kesaksian, dan lebih mendekatkan kamu pada ketidakraguan, kecuali jika hal itu merupakan perniagaan tunai yang kamu jalankan di antara kamu. Maka, tidak ada dosa bagi kamu jika kamu tidak mencatatnya. Ambillah saksi apabila kamu berjual beli dan janganlah pencatat mempersulit (atau dipersulit), begitu juga saksi. Jika kamu melakukan (yang demikian), sesungguhnya hal itu suatu kefasikan padamu. Bertakwalah kepada Allah, Allah memberikan pengajaran kepadamu dan Allah Maha Mengetahui segala sesuatu.” (QS. Al-Baqarah:282).

Ayat di atas tidak semata memerintahkan pencatatan (*kitabah*) transaksi utang-piutang secara formal, tetapi menempatkan kewajiban tersebut dalam kerangka menjaga hak kedua belah pihak agar tidak ada yang dizalimi, sebuah prinsip yang secara substantif identik dengan tujuan regulasi keterbukaan informasi finansial modern, yakni mencegah information asymmetry yang merugikan pihak yang lebih lemah posisinya.

Dengan demikian, prinsip syariah dalam ayat tersebut sesungguhnya memberi basis normatif yang memperkuat, bukan sekadar mendekorasi, argumen ekonomi Akerlof: keduanya secara *konvergen* menuntut agar transparansi diukur dari daya paham penerima informasi, bukan dari kepatuhan prosedural pemberi informasi. Ayat tersebut menjelaskan pentingnya kejelasan, keterbukaan, dan pencatatan dalam transaksi utang piutang agar hak dan kewajiban setiap pihak dapat dipahami secara benar. Dalam konteks pelayanan *PayLater*, ayat tersebut berkaitan dengan kewajiban penyedia layanan untuk memberikan informasi yang transparan mengenai bunga, biaya administrasi, tenor cicilan, denda keterlambatan, serta risiko pembayaran. Prinsip tersebut menunjukkan bahwa Islam menekankan pentingnya transaksi yang dilakukan secara jelas dan tidak merugikan salah satu pihak, sehingga konsumen dapat memahami konsekuensi penggunaan layanan sebelum melakukan transaksi.

Dalam praktiknya, regulasi yang mewajibkan transparansi informasi belum mampu secara maksimal meningkatkan kesadaran masyarakat. Banyak penyedia layanan *PayLater* memang sudah menulis syarat dan ketentuan penggunaannya secara jelas melalui aplikasi atau situs web, tetapi informasi tersebut biasanya ditampilkan dalam bentuk teks yang panjang, menggunakan istilah-istilah teknis, dan dalam format yang sulit dipahami oleh sebagian masyarakat (Rachmawati, 2023). Kondisi ini menjadikan perolehan informasi lebih terasa seperti proses administratif formal dibandingkan dengan upaya membantu pengguna untuk benar-benar memahaminya. Kondisi tersebut menjadikan pengaksesan informasi lebih terasa seperti prosedur administratif formal daripada upaya pemberian pemahaman yang bermakna bagi pengguna.

Konsumen kerap menyetujui ketentuan penggunaan secara langsung tanpa membaca dengan cermat karena terdorong oleh kemudahan transaksi serta kebutuhan konsumsi yang mendesak. Akibatnya, banyak pengguna tidak mengetahui secara pasti besarnya bunga efektif, akumulasi denda yang muncul, serta dampak keterlambatan pembayaran terhadap kondisi keuangan mereka di masa mendatang. Menurut (Anggorowati., 2025), penggunaan *PayLater* yang tidak disertai pemahaman finansial yang memadai dapat mendorong perilaku konsumtif dan meningkatkan risiko kesulitan pengelolaan keuangan pribadi. Hal ini sangat penting dalam penyampaian informasi berupa transparansi dan kejujuran sebagaimana dijelaskan dalam ajaran Islam. Sebagaimana hadist Rasulullah yang menegaskan pentingnya kejujuran dan keterbukaan dalam bertransaksi “*Barang siapa yang menipu kami, maka ia tidak termasuk*

golongan kami” (HR.Muslim No.101/146). Hadist tersebut menjelaskan bahwa segala bentuk penyampaian informasi yang tidak jujur atau menyesatkan dalam transaksi tidak dibenarkan dalam Islam. Hal ini berkaitan dengan praktik pemasaran *PayLater* yang lebih menonjolkan keuntungan dibandingkan risiko penggunaan sehingga konsumen kurang memahami konsekuensi finansial yang mungkin terjadi.

Efektivitas regulasi transparansi juga bergantung pada kemampuan pemerintah dalam melakukan pengawasan dan penegakkan aturan secara tepat. Dalam penerapan sebenarnya, masih terdapat perbedaan dalam kualitas penyampaian informasi oleh berbagai penyedia layanan *PayLater*. Beberapa perusahaan sudah menyajikan informasi secara sederhana dan mudah dipahami oleh pengguna awam, tetapi ada pula perusahaan lain yang masih menggunakan format yang terlalu rumit dan tidak ramah bagi pengguna pada umumnya, sehingga hal tersebut menunjukkan bahan regulasi yang ada belum mampu menciptakan standar komunikasi informasi secara efektif (Hidayat, 2022). Oleh karena itu, pengawasan dari Otoritas Jasa Keuangan tidak hanya perlu diarahkan pada keberadaan informasi secara formal, tetapi juga pada sejauh mana informasi tersebut dapat dipahami secara nyata oleh konsumen dari berbagai latar belakang sosial dan pendidikan.

Dalam perspektif perlindungan konsumen, transparansi informasi seharusnya tidak hanya dipandang sebagai kewajiban administratif dalam pencantuman syarat dan ketentuan layanan, tetapi juga sebagai upaya membangun literasi keuangan masyarakat secara menyeluruh (Pamoro, 2022). Penyedia layanan *PayLater* seharusnya menyajikan informasi yang mudah dipahami, menggunakan visualisasi yang sederhana dan jelas, serta menawarkan edukasi digital yang lebih menarik dan interaktif agar masyarakat dapat memahami risiko dan tanggung jawab yang melekat pada penggunaan layanan pembiayaan digital. Oleh karena itu, diperlukan penguatan regulasi, peningkatan kualitas literasi dan pendidikan keuangan digital, serta pengawasan yang lebih optimal terhadap praktik layanan *PayLater* agar keterbukaan informasi tidak hanya bersifat formalitas administratif, tetapi juga mampu meningkatkan kesadaran finansial masyarakat secara nyata (Ningsih, 2024). Edukasi keuangan perlu dilaksanakan secara berkesinambungan melalui kerja sama antara pemerintah, lembaga pendidikan, dan sektor keuangan agar pemahaman masyarakat terhadap dunia keuangan digital dapat meningkat secara merata. Peningkatan pemahaman tersebut pada akhirnya diharapkan dapat mendukung terciptanya kesetaraan akses informasi keuangan sekaligus berkontribusi dalam mengurangi kesenjangan sosial dan ekonomi di tengah perkembangan ekonomi digital yang semakin pesat (Sari & Nugroho, 2023).

Selain itu, efektivitas kejelasan informasi dalam regulasi *PayLater* dipengaruhi oleh rendahnya pemahaman keuangan digital di kalangan masyarakat. Banyak pengguna memanfaatkan layanan *PayLater* karena kemudahan akses serta tawaran menarik tanpa benar-benar memahami secara mendalam mengenai bunga, denda keterlambatan, dan juga risiko utang konsumtif yang dapat berdampak pada keadaan keuangan mereka di waktu yang akan datang. Dalam praktiknya, sebagian besar pengguna langsung menyetujui syarat dan ketentuan layanan tanpa membaca informasi dengan seksama akibat dari proses transaksi digital yang cepat dan praktis. Oleh karena itu, kejelasan informasi yang secara resmi telah disediakan oleh penyedia layanan belum sepenuhnya mampu meningkatkan kesadaran finansial masyarakat (Nugraha et al., 2022). Di sisi lainnya, gaya hidup yang konsumtif pada zaman digital turut mempengaruhi rendahnya tingkat pemahaman konsumen mengenai risiko yang muncul dari penggunaan *PayLater*. Beragam promosi seperti cicilan mudah, *cashback*, dan diskon membuat masyarakat, khususnya kalangan muda, lebih memusatkan perhatian pada keuntungan jangka pendek daripada mempertimbangkan implikasi pembayaran di masa depan (Pratama & Lestari, 2022). Sering kali, informasi tentang bunga dan denda tidak mendapatkan

perhatian yang cukup walaupun telah disampaikan oleh penyedia layanan. Ini menunjukkan bahwa efektivitas regulasi mengenai transparansi informasi tidak hanya tergantung pada penyedia layanan, tetapi juga pada kesiapan masyarakat untuk memahami informasi finansial digital dengan bijak.

Dalam pandangan Islam, pemanfaatan utang dan pola konsumsi harus dilakukan dengan seimbang dan tidak berlebihan agar tidak menyebabkan kesulitan ekonomi di kemudian hari. Seperti yang tertuang dalam firman Allah SWT dalam QS. Al-Isra ayat 27 :

إِنَّ الْمُبَذِّرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيَاطِينِ

Artinya: “Sesungguhnya orang-orang yang boros itu adalah saudara setan.” (QS. Al-Isra: 27).

Ayat ini mengisyaratkan bahwa pola konsumtif yang berlebihan tidak dianjurkan dalam Islam karena dapat memiliki konsekuensi negatif bagi keadaan ekonomi individu. Dalam hal PayLater, prinsip ini berkaitan dengan perlunya kesadaran masyarakat dalam menggunakan layanan pembiayaan digital sesuai dengan kemampuan finansial mereka. Oleh karena itu, untuk meningkatkan efektivitas transparansi informasi, dibutuhkan dukungan melalui pendidikan literasi keuangan digital yang berkelanjutan agar masyarakat dapat lebih memahami risiko dan tanggung jawab dalam penggunaan layanan PayLater (Setiawan et al., 2024).

Kebiasaan Berbelanja Generasi Milenial dan Gen Z di Layanan PayLater dalam Pandangan SDGs

Perkembangan teknologi digital telah memberikan pengaruh besar terhadap perubahan pola konsumsi masyarakat, terutama pada Generasi Milenial dan Generasi Z. Kedua generasi ini sangat akrab dengan penggunaan internet, media sosial, serta sistem transaksi daring karena tumbuh di tengah perkembangan teknologi yang serba cepat. Salah satu inovasi keuangan digital yang berkembang pesat saat ini adalah layanan *PayLater* atau *Buy Now Pay Later* (BNPL), yaitu sistem pembayaran yang memungkinkan seseorang membeli barang terlebih dahulu dan membayarnya di waktu berikutnya. Kehadiran berbagai layanan seperti *Shopee PayLater*, *GoPayLater*, *Kredivo*, dan *Traveloka PayLater* menjadikan proses transaksi lebih praktis sehingga banyak diminati kalangan generasi muda.

Untuk menganalisis fenomena ini secara tidak sekadar deskriptif, bagian ini menggunakan tiga target SDGs sebagai kerangka evaluatif yang menstrukturkan pembahasan, yaitu SDG 8.10 (memperluas akses layanan perbankan, asuransi, dan keuangan bagi semua), SDG 12.8 (memastikan masyarakat memiliki informasi dan kesadaran yang relevan untuk pembangunan berkelanjutan dan gaya hidup selaras alam), serta SDG 1.4 (menjamin akses setara terhadap sumber daya ekonomi dan layanan keuangan dasar, khususnya bagi kelompok miskin dan rentan). Ketiga target ini digunakan bukan sebagai penutup normatif, melainkan sebagai kriteria untuk menilai apakah setiap pola perilaku konsumsi BNPL yang ditemukan bersifat *SDG aligned* (mendukung pencapaian target) atau *SDG misaligned* (berlawanan dengan target). Namun demikian, kriteria SDGs semata hanya menjawab apa konsekuensi suatu pola perilaku terhadap tujuan pembangunan; ia tidak menjelaskan mengapa generasi muda secara sistematis mengambil keputusan finansial yang berlawanan dengan kepentingan jangka panjangnya sendiri. Untuk itu, setiap pola di bawah ini juga dibaca melalui lensa *behavioral economics*, yang menjelaskan mekanisme kognitif di balik penyimpangan tersebut dari asumsi rasionalitas ekonomi konvensional (Thaler, 2015).

- Pola pertama,

Akses cepat terhadap kredit dan inklusi keuangan (evaluasi terhadap SDG 8.10 dan SDG 1.4). Generasi Z lebih memilih *PayLater* dibanding kartu kredit konvensional karena persyaratannya jauh lebih sederhana (Ayuningtyas et al., 2024). Dari sudut SDG

8.10 dan 1.4, capaian ini pada dasarnya positif: BNPL memperluas partisipasi kelompok yang sebelumnya *unbanked* atau *underbanked*, termasuk mahasiswa dan pekerja informal tanpa slip gaji, ke dalam sistem keuangan formal. Namun, evaluasi terhadap target ini tidak bisa berhenti pada aspek akses semata. SDG 1.4 secara eksplisit menuntut agar akses tersebut disertai kepemilikan (*ownership*) dan kendali (*control*) atas sumber daya ekonomi, bukan sekadar keterhubungan administratif ke produk finansial.

Ketika pengguna *PayLater* merasa memiliki "kemampuan finansial lebih besar dibandingkan kondisi sebenarnya" akibat fasilitas cicilan (Veronica & Indrawan, 2024), fenomena ini dapat dijelaskan melalui konsep *pain of paying* dari *Prelec* dan *Loewenstein* (1998), karena momen menerima barang terpisah secara temporal dari momen membayar, hambatan psikologis alami yang biasanya membatasi pengeluaran menjadi melemah, sehingga persepsi kapasitas finansial terdistorsi dari kondisi riilnya. Yang terjadi kemudian adalah inklusi yang bersifat semu, seseorang tercatat "terinklusi" secara statistik, tetapi tanpa kendali riil atas keputusan keuangannya karena mekanisme kognitif yang mendasari keputusannya sendiri sudah menyimpang dari penilaian rasional. Dengan demikian, indikator kuantitatif SDG 8.10 (jumlah rekening/akun aktif) dapat terpenuhi bersamaan dengan kegagalan substantif SDG 1.4 sebuah kesenjangan capaian antartarget yang jarang diungkap kajian BNPL sebelumnya karena umumnya hanya mengutip satu SDG sebagai label, bukan menelusuri interaksi antartarget sekaligus mekanisme perilaku yang menghubungkannya.

- Pola kedua,

FOMO, budaya *flexing*, dan pergeseran pola konsumsi (evaluasi terhadap SDG 12,8). Fenomena *Fear of Missing Out* dan budaya *flexing* di media sosial mendorong generasi muda mengikuti tren konsumsi agar tetap dianggap relevan secara sosial (Murdani et al., 2024), sementara strategi pemasaran agresif berupa *cashback*, cicilan tanpa uang muka, dan peningkatan limit pinjaman bagi pengguna aktif semakin memperkuat pola ini (Pratama et al., 2025). Secara teoretis, FOMO dalam konteks ini bekerja melalui present bias dan *hyperbolic discounting* (Thaler & Shefrin, 1981): individu secara sistematis memberi bobot berlebih pada kepuasan sosial instan (diakui sebagai relevan, tidak tertinggal tren) dibandingkan dengan konsekuensi finansial yang baru muncul di masa depan, sekalipun secara rasional mereka menyadari risikonya. Peningkatan limit pinjaman otomatis bagi pengguna aktif memperkuat bias ini melalui mekanisme *anchoring* (Kahneman & Tversky, 1974): limit yang lebih tinggi menjadi acuan baru atas "kemampuan belanja yang wajar", meski limit tersebut ditentukan oleh algoritma penyedia layanan, bukan oleh kapasitas finansial riil pengguna.

Diuji terhadap SDG 12.8 yang menuntut kesadaran masyarakat atas konsekuensi gaya hidup mereka terhadap pembangunan berkelanjutan. Pola ini menunjukkan kegagalan ganda. Pertama, pergeseran dari "membeli sesuai kemampuan" menjadi "membeli berdasarkan kemudahan akses kredit" merupakan indikator langsung dari melemahnya kesadaran konsekuensi finansial jangka panjang akibat present bias, yang merupakan inti dari target 12,8. Kedua, desain pemasaran yang secara aktif mendorong pengabaian kesadaran ini melalui promosi berulang dan *anchoring* limit otomatis menunjukkan bahwa kegagalan tersebut bukan semata persoalan bias individu, melainkan turut diproduksi secara struktural oleh *choice architecture* (Thaler & Sunstein, 2008) yang dirancang oleh penyedia layanan untuk memanfaatkan bias tersebut. Sebuah dimensi yang tidak tertangkap bila SDG 12,8

hanya dikutip sebagai jargon "konsumsi bertanggung jawab" tanpa ditelusuri mekanisme kegagalannya secara konkret.

- Pola ketiga,

Tekanan psikologis dan interaksi antartujuan SDGs. Ketika tagihan menumpuk dan sulit dibayar, pengguna *PayLater* kerap mengalami kecemasan, stres, dan tekanan finansial, bahkan terpaksa mengambil pinjaman baru untuk menutup tagihan lama sehingga terjebak dalam siklus utang digital (Putri & Mahendra, 2025). Pola berulang ini dapat dijelaskan melalui konsep mental *accounting* (Thaler, 1999): pengguna cenderung memperlakukan setiap *platform PayLater* sebagai kategori anggaran yang terpisah satu sama lain, sehingga akumulasi kewajiban lintas platform tidak pernah dikalkulasi sebagai satu kesatuan risiko sampai seluruh tagihan jatuh tempo secara bersamaan, bukan karena pengguna tidak mampu berhitung, melainkan karena arsitektur kognitif dalam memproses "utang" tersebut secara keliru memisahkannya menjadi kotak-kotak independen.

Dampak ini menunjukkan bahwa evaluasi BNPL tidak cukup dibatasi pada SDG 8 dan 12 semata; secara analitis, pola ini juga bersinggungan dengan SDG 3 (*Good Health and Well-Being*), khususnya target kesehatan mental. Titik ini penting secara metodologis: ia menunjukkan bahwa dampak negatif BNPL bersifat lintas-tujuan (*cross-goal*), di mana kegagalan pada SDG 12,8 (kesadaran konsumsi, akibat present bias dan *anchoring*) berpotensi memicu kegagalan berantai pada SDG 8,10/1,4 (kestabilan ekonomi rumah tangga, akibat mental *accounting* yang menyamarkan akumulasi utang) dan pada gilirannya pada SDG 3 (kesejahteraan psikologis) sebuah rantai interaksi yang justru menegaskan perlunya SDGs dibaca sebagai sistem indikator yang saling terkait, dengan *behavioral economics* sebagai mekanisme penghubung antar simpulnya, bukan daftar tujuan yang berdiri sendiri-sendiri dan dipilih satu dua secara selektif untuk kepentingan ilustrasi. Dalam Islam, konsep konsumsi yang baik dijelaskan dalam QS. Al-A'raf ayat 31:

﴿لِيَنبِيَّ أَدَمَ خُذُوا زِينَتَكُمْ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوا وَاشْرَبُوا وَلَا تُسْرِفُوا إِنَّهُ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِينَ﴾

Artinya: "Dan makan dan minumlah, tetapi jangan berlebihan. Sungguh, Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan."

Menariknya, prinsip *israf* (pemborosan) dalam ayat ini secara substantif konvergen dengan target SDG 12.8 sekaligus dengan diagnosis *behavioral economics* di atas: ketiganya yaitu nilai agama, target pembangunan berkelanjutan, dan teori perilaku. Hal ini sama-sama menuntut kesadaran atas batas kebutuhan riil sebagai prasyarat keberlanjutan, hanya berbeda dalam bahasa yang digunakan untuk merumuskannya: SDG 12.8 dalam bahasa pembangunan berkelanjutan, Al-Qur'an dalam bahasa etika individual, dan *behavioral economics* dalam bahasa mekanisme kognitif (*present bias*, *anchoring*, *mental accounting*). Konvergensi tiga kerangka ini memperkuat argumen bahwa kegagalan mencapai SDG 12.8 dalam konteks BNPL bukan semata-mata persoalan *literasi* teknis, melainkan juga persoalan nilai yang sudah lama dikenal dalam tradisi etika konsumsi Islam dan kini dapat dijelaskan secara lebih presisi melalui teori perilaku kontemporer. Hal senada ditegaskan Rasulullah SAW dalam hadis riwayat Bukhari: "Sebaik-baik kalian adalah yang paling baik dalam membayar utang." Prinsip ini relevan dengan indikator SDG 1, 4, dan 8,10 di atas: akses terhadap utang (dalam hal ini BNPL) hanya bernilai positif terhadap kesejahteraan bila disertai kapasitas dan tanggung jawab pelunasan, bukan sekadar kemudahan memperolehnya (Mahanani et al., 2024).

BNPL sebagai instrumen dengan *trajektori* ganda terhadap SDGs. Dibaca melalui kerangka tiga target SDGs yang diperkuat dengan penjelasan *behavioral economics* di atas, layanan *PayLater* pada Generasi Milenial dan Gen Z Indonesia menunjukkan *trayektori* ganda

(*dual trajectory*) terhadap pencapaian SDGs, bukan sekadar berdampak positif atau negatif secara tunggal sebagaimana sering disimpulkan penelitian terdahulu. Pada dimensi akses (SDG 8, 10), BNPL berkontribusi positif dan terukur. Namun pada dimensi kesadaran konsumsi (SDG 12.8) dan kendali ekonomi substantif (SDG 1.4), tren yang teramati justru berlawanan arah, didorong oleh mekanisme *pain of paying reduction*, *present bias*, *anchoring*, dan mental *accounting* yang bekerja secara berurutan dengan potensi efek rambatan ke SDG 3. Implikasinya, kebijakan yang menasar BNPL sebagai instrumen inklusi keuangan (murni mendorong SDG 8.10) tanpa disertai mekanisme penguatan SDG 12.8 dan 1.4 secara simultan, misalnya melalui pembatasan kenaikan limit otomatis berbasis *anchoring*, *notifikasi proaktif* estimasi beban cicilan lintas platform untuk melawan mental *accounting*, dan integrasi edukasi kesadaran konsumsi berbasis pemahaman bias kognitif ke dalam antarmuka aplikasi ini berisiko memperbaiki satu indikator SDGs sembari memperburuk indikator lainnya. Generasi muda perlu mulai membiasakan diri menentukan prioritas kebutuhan, mengurangi kebiasaan belanja impulsif, serta meningkatkan budaya menabung dan berinvestasi, agar penggunaan layanan PayLater dapat menjadi sarana inklusi keuangan digital yang benar-benar selaras dengan ketiga target SDGs tersebut secara bersamaan, bukan hanya salah satunya (Bahasoan et al., 2025).

Dampak yang Disebabkan oleh Buy Now Pay Later (BNPL) terhadap Kelompok Rentan di Indonesia

Pertumbuhan yang cepat dari layanan *Buy Now Pay Later* (BNPL) memberikan dampak besar bagi kelompok rentan di Indonesia, dan untuk memahami mengapa dampak tersebut terjadi, bukan hanya bahwa dampak itu terjadi, diperlukan penjelasan mekanistik yang bertumpu pada *behavioral economics*. Proses transaksi digital pada BNPL secara signifikan mengurangi *pain of paying* (rasa sakit psikologis saat mengeluarkan uang), sebagaimana dikonseptualisasikan *Prelec* dan *Loewenstein* (1998): ketika momen menerima barang dipisahkan secara temporal dari momen membayar, otak memproses keduanya sebagai dua peristiwa yang tidak berkaitan, sehingga hambatan psikologis alami terhadap pengeluaran melemah. Mekanisme inilah yang mendasari temuan Brennncke (2023) bahwa desain digital BNPL bersifat manipulatif melalui dark pattern, bukan sekadar antarmuka yang "membujuk", melainkan arsitektur pilihan (*choice architecture*, Thaler & Sunstein, 2008) yang secara sengaja dirancang untuk mengeksploitasi titik lemah kognitif ini demi memaksimalkan konversi transaksi. Penelitian global Powell et al. (2023) mengonfirmasi bahwa risiko tekanan finansial pada anak muda pengguna BNPL meningkat bukan semata karena literasi keuangan rendah, melainkan karena skema pembayaran tertunda tersebut secara struktural menekan sinyal peringatan psikologis yang biasanya mencegah pengeluaran berlebih.

Lonjakan transaksi BNPL di perbankan (Rp24 triliun per Juli 2025, meningkat 57%) yang diiringi kenaikan wanprestasi hingga lebih dari 2% (Indonesia Stock Exchange, 2025) perlu dibaca sebagai konsekuensi agregat dari mekanisme individual di atas, bukan sekadar angka makro yang berdiri sendiri. Ketika *pain of paying* melemah pada level jutaan pengguna secara bersamaan, hasilnya adalah pertumbuhan volume transaksi yang secara sistematis tidak diimbangi kapasitas bayar riil, kondisi yang bertentangan dengan SDG 8.10 (perluasan akses keuangan yang inklusif) karena pertumbuhan yang terjadi bersifat ekstraktif terhadap kelompok berliterasi rendah, bukan memberdayakan mereka (Indonesia Stock Exchange, 2025). Estimasi kenaikan beban utang rumah tangga usia 20–29 tahun sebesar 30% serta fenomena *snowball debt* (Bahasoan et al., 2025) merupakan manifestasi lanjutan dari mental *accounting* (Thaler, 1999): pengguna memperlakukan setiap platform BNPL sebagai kategori

anggaran terpisah, sehingga akumulasi kewajiban lintas-platform tidak pernah dikalkulasi sebagai satu kesatuan risiko sampai jatuh tempo tiba secara bersamaan.

Praktik penagihan yang dianggap intimidatif serta penyalahgunaan data pribadi konsumen (Martadikusuma, 2025) menunjukkan sisi lain dari persoalan ini: kegagalan mekanisme kognitif konsumen di hulu (saat melakukan transaksi) berkelindan dengan kegagalan perlindungan hukum di hilir (saat penagihan), sehingga OJK berulang kali mengeluarkan peringatan publik terkait risiko jeratan utang BNPL. Pemakaian BNPL juga secara konsisten memicu present bias dan *hyperbolic discounting* (Thaler & Shefrin, 1981; Kahneman, 2011), kecenderungan memberi bobot berlebih pada kepuasan instan dibanding konsekuensi masa depan, yang berinteraksi dengan tekanan sosial FOMO di kalangan Gen Z. Pada perempuan dan individu berpendapatan rendah, interaksi bias ini memperdalam persepsi mereka sebagai "debitur rentan" yang berpotensi memperkuat ketidaksetaraan gender dan kelas (Threadgold et al., 2024), karena kerentanan kognitif *universal* (present bias) bertemu dengan kerentanan struktural (akses ekonomi terbatas), menghasilkan dampak yang tidak proporsional pada kelompok yang sudah termarginalkan.

Debt substitution, pola pengguna terus membuka transaksi baru untuk menutup cicilan lama, merupakan konsekuensi langsung dari kegagalan mental *accounting* yang disebutkan di atas: karena setiap platform BNPL diperlakukan sebagai kategori anggaran independen, membuka pinjaman baru terasa seperti "menyelesaikan masalah" alih-alih "memindahkan masalah", padahal secara agregat justru memperbesar risiko gagal bayar (Bahasoan & Qamariah, 2023). Pada mahasiswa dengan literasi keuangan rendah, akumulasi tekanan ini menimbulkan masalah konsentrasi dan tekanan emosional (Rachmawati & Muslichah, 2023) yang pada gilirannya memicu konflik keluarga saat anggota rumah tangga harus memperebutkan prioritas pendapatan terbatas antara kebutuhan sehari-hari dan pelunasan utang digital (Fitriyah & Anwar, 2023), sebuah rantai dampak yang bergerak dari level kognitif-individual ke level relasional-sosial.

Kondisi ini pada akhirnya menggambarkan inklusi keuangan semu: akses terhadap layanan keuangan yang meluas (memenuhi indikator kuantitatif SDG 8.10) tanpa disertai pengetahuan dan perlindungan memadai (gagal memenuhi SDG 1.4 tentang kendali riil atas sumber daya ekonomi), karena rendahnya pemahaman finansial menjadi penyebab utama masyarakat tidak menyadari risiko penggunaan *PayLater* berlebihan (Rahmawati, 2024). Daya beli yang tampak meningkat sesungguhnya bersifat ilusif karena bersumber dari utang, bukan peningkatan pendapatan riil, pola yang secara konsisten ditemukan pada pertumbuhan kredit digital di berbagai negara, yang cenderung memindahkan risiko ekonomi kepada rumah tangga berpenghasilan rendah.

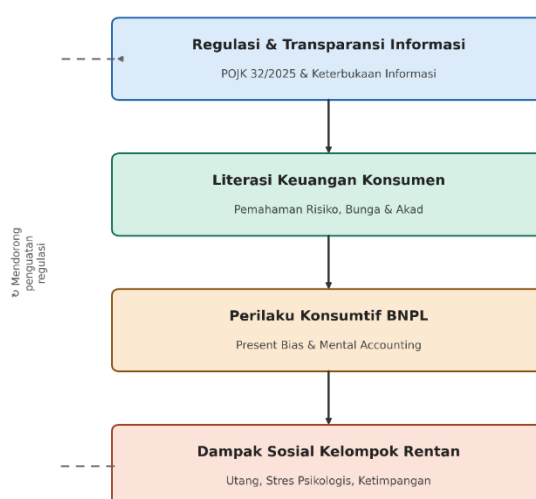
Implikasi Kebijakan (OJK). Karena akar persoalan bersifat kognitif struktural, bukan semata ketiadaan aturan, penguatan regulasi perlu menyasar titik intervensi yang secara spesifik memutus mekanisme *pain of paying reduction* dan mental *accounting* yang telah diuraikan di atas. Secara konkret: (1) mewajibkan tampilan estimasi total beban cicilan lintas-platform pada titik transaksi (*point-of-sale disclosure*), memanfaatkan integrasi data SLIK yang sudah dirintis OJK (2025) untuk mendeteksi *debt substitution* secara *real-time* sebelum transaksi baru disetujui, bukan hanya sebagai pelaporan pasca-transaksi; (2) menetapkan batas kenaikan limit otomatis berbasis riwayat pembayaran, bukan semata frekuensi transaksi, untuk mencegah eskalasi limit yang memanfaatkan present bias pengguna aktif; (3) mewajibkan periode jeda (*cooling-off*) minimal pada transaksi di atas nilai tertentu sebagai mekanisme debiasing struktural.

Bagi penyedia layanan BNPL. Tanggung jawab tidak boleh berhenti pada kepatuhan terhadap kewajiban pengungkapan formal. Penyedia layanan perlu mengalihkan desain

antarmuka dari yang saat ini memanfaatkan bias kognitif (dark pattern sebagaimana didokumentasikan Brennncke, 2023) menuju *choice architecture* yang secara aktif memitigasinya, misalnya notifikasi proaktif berbasis simulasi ("jika Anda melewati pembayaran ini akan dikenakan denda") pada momen sebelum konfirmasi pembelian, alih-alih hanya menampilkan syarat dan ketentuan yang jarang dibaca. Praktik penagihan juga perlu direformasi untuk menghilangkan akses tidak sah terhadap kontak pribadi, sejalan dengan prinsip perlindungan data yang telah beberapa kali menjadi sorotan OJK (Martadikusuma, 2025).

Bagi konsumen dan lembaga pendidikan. Program *literasi* keuangan yang selama ini bersifat informatif satu arah (menjelaskan bunga dan denda secara tekstual) perlu direvisi untuk secara eksplisit melatih kesadaran atas bias kognitif itu sendiri, misalnya melalui simulasi interaktif yang memperlihatkan bagaimana mental accounting menyesatkan persepsi utang lintas platform, sehingga edukasi menysasar akar mekanisme perilaku dan bukan sekadar menambah volume informasi yang berisiko memperparah *cognitive overload* yang sudah menjadi persoalan pada aspek transparansi formal. Penguatan literasi keuangan pada remaja dan pengguna muda melalui program sekolah, kampus, dan platform digital tetap penting, namun efektivitasnya bergantung pada sejauh mana materi tersebut dirancang berbasis pemahaman bias psikologis, bukan sekadar transfer pengetahuan faktual.

Penelitian terdahulu mengenai dampak sosial BNPL cenderung berhenti pada satu lapis penjelasan: penelitian korelasional global (Powell et al., 2023; Fauziah et al., 2023) mengaitkan literasi keuangan rendah dengan risiko finansial tanpa menjelaskan mekanisme psikologis penghubungnya; kajian konseptual-hukum (Brennncke, 2023) mengidentifikasi dark pattern namun tidak menautkannya secara eksplisit ke instrumen regulasi konkret yang dapat memutusnya; sementara kajian konstruksi sosial (Threadgold et al., 2024) menjelaskan dimensi gender dan kelas tanpa kerangka teori perilaku yang menjelaskan mengapa kerentanan tersebut termanifestasi secara kognitif. Pembahasan di atas menawarkan kontribusi berupa rantai penjelasan berlapis yang menghubungkan mekanisme kognitif *spesifik* (*pain of paying*, *mental accounting*, *present bias*) dengan titik intervensi regulasi yang presisi pada tiap mekanisme tersebut, serta memperkaya kerangka ini dengan pembacaan bahwa prinsip pencatatan dan tanggung jawab utang dalam etika Islam sesungguhnya telah lama mengantisipasi persoalan bias kognitif yang baru dirumuskan secara formal oleh *behavioral economics* kontemporer.



Gambar 1. hubungan regulasi, literasi, perilaku konsumtif, dan dampak sosial BNPL

Tabel di atas cenderung mengkaji transparansi regulasi, perilaku konsumtif, dan dampak sosial sebagai domain yang terpisah, kajian yuridis-normatif (Irawati et al., 2024) berhenti pada kecukupan aturan, kajian perilaku (Guttman-Kenney et al., 2023) berhenti pada pola adopsi, dan kajian dampak sosial (Bahasoan et al., 2025) berhenti pada deskripsi kerentanan tanpa menautkannya kembali ke akar regulasi maupun mekanisme perilaku, padahal secara konseptual ketiganya membentuk satu rantai kausal siklis yaitu kegagalan transparansi substantif (bukan sekadar formal) mempertahankan asimetri informasi ala *Akerlof* (1970) sekalipun POJK 32/2025 telah mewajibkan pengungkapan di atas kertas (Rachmawati, 2023), kondisi mana membuka ruang bagi mekanisme *pain of paying* yang melemah (Prelec & Loewenstein, 1998), present bias dan *anchoring* yang diperkuat desain limit otomatis (Thaler & Shefrin, 1981; Kahneman & Tversky, 1974), serta mental accounting yang menyamarkan akumulasi utang lintas *platform* (Thaler, 1999) untuk mendominasi keputusan finansial, sehingga perilaku konsumtif yang terbentuk menghasilkan dampak sosial yang terkonsentrasi tidak proporsional pada kelompok dengan kerentanan struktural, *literasi* rendah, pendapatan rendah, posisi gender tertentu dan dampak sosial inilah yang kemudian mendorong regulator memperketat aturan lanjutan, namun siklus ini rawan terhenti tidak sempurna apabila regulasi baru kembali hanya menyasar transparansi formal tanpa menyentuh simpul kognitif yang menjadi penyebab sesungguhnya, sebuah pola yang menjelaskan mengapa persoalan BNPL di Indonesia tampak berulang sekalipun regulasi terus diperbarui.

Implikasinya, penguatan kebijakan perlu menyasar tiga aktor secara presisi pada simpul kausal masing-masing, bagi OJK, bergeser dari regulasi berbasis *disclosure* menuju regulasi berbasis *comprehension* dan *behavioral safeguard*, *layered disclosure* yang teruji dipahami kelompok literasi rendah, estimasi beban cicilan lintas *platform* memanfaatkan integrasi SLIK (OJK, 2025) untuk memutus mental *accounting*, pembatasan kenaikan limit otomatis berbasis rekam jejak pembayaran guna mencegah eksploitasi *anchoring*, serta periode *cooling off* pada nilai transaksi tertentu; bagi penyedia layanan BNPL, mengalihkan orientasi desain dari *choice architecture* yang mengeksploitasi bias menuju yang memitigasinya, disertai reformasi praktik penagihan untuk menghilangkan akses tidak sah terhadap data pribadi; dan bagi konsumen serta lembaga pendidikan, mereformasi program literasi keuangan dari model informatif satu arah menuju model yang melatih kesadaran atas bias kognitif itu sendiri melalui simulasi interaktif, agar intervensi menyasar simpul kognitif dalam rantai kausal dan bukan sekadar menambah volume informasi yang berisiko memperparah *cognitive overload* (Brenncke, 2023).

KESIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa persoalan BNPL di Indonesia bukan disebabkan oleh tiga faktor yang berdiri sendiri, kelemahan regulasi, perilaku konsumtif generasi muda, dan dampak sosial pada kelompok rentan, melainkan oleh satu rantai kausal siklis di mana kegagalan transparansi substantif (tercermin dari kesenjangan antara kewajiban pengungkapan formal POJK Nomor 32 Tahun 2025 dengan tingkat literasi finansial yang baru mencapai 65,43%) membuka ruang bagi mekanisme kognitif seperti *pain of paying reduction*, *present bias*, dan mental *accounting* untuk mendominasi keputusan finansial Generasi Milenial dan Gen Z (yang bersama-sama mencakup 48,27% dan 39,94% dari total debitur), sehingga perilaku konsumtif yang terbentuk membebankan dampak sosial secara tidak proporsional pada kelompok dengan kerentanan struktural, dan dampak sosial tersebut pada gilirannya mendorong regulasi lanjutan yang berisiko mengulang kegagalan yang sama apabila kembali hanya menyasar transparansi formal. Secara ilmiah, kontribusi utama penelitian ini terletak pada penyusunan model rantai kausal-siklis yang menghubungkan transparansi regulasi,

mekanisme *behavioral economics*, dan dampak sosial sebagai satu kesatuan analitis sebuah pendekatan yang belum ditemukan pada *literatur* BNPL terdahulu, yang umumnya mengkaji ketiga aspek tersebut secara paralel dan berdiri sendiri, sekaligus pada pembacaan bahwa prinsip transparansi dan tanggung jawab utang dalam etika Islam (QS. Al-Baqarah: 282; hadis riwayat Bukhari dan Muslim) secara substantif telah lama mengantisipasi persoalan bias kognitif yang baru dirumuskan secara formal oleh *behavioral economics kontemporer*, sehingga menawarkan kerangka analisis lintas disiplin bagi kajian keuangan digital di Indonesia.

Penelitian ini memiliki sejumlah keterbatasan yang perlu diakui. Pertama, sebagai penelitian kepustakaan (*library research*), seluruh analisis dan model rantai kausal yang diajukan bersifat konseptual-teoretis dan belum diuji secara empiris menggunakan data primer dari pengguna BNPL di Indonesia, sehingga kekuatan penjelasan mekanisme *behavioral economics* (*present bias*, *mental accounting*, *anchoring*) yang diajukan masih bersandar pada bukti dari konteks negara lain dan perlu divalidasi pada populasi Indonesia secara spesifik. Kedua, data kuantitatif yang dikutip (tingkat *literasi finansial*, *proporsi debitur* per generasi, angka *wanprestasi*) berasal dari sumber sekunder pada titik waktu tertentu dan dapat berubah seiring dinamika pasar serta regulasi yang terus berkembang, mengingat POJK Nomor 32 Tahun 2025 sendiri masih tergolong regulasi baru yang belum teruji efektivitas jangka panjangnya. Ketiga, penelitian ini tidak membedakan secara rinci karakteristik antarpemedia layanan BNPL (*Shopee PayLater*, *Kredivo*, *GoPayLater*, dan lainnya), padahal desain antarmuka dan kebijakan limit antarplatform kemungkinan bervariasi dan dapat menghasilkan tingkat eksploitasi bias kognitif yang berbeda-beda.

SARAN

Berdasarkan simpul-simpul kausal yang telah diidentifikasi, saran penelitian ini dirumuskan secara spesifik pada tiga aktor. Bagi Otoritas Jasa Keuangan, diperlukan pergeseran dari pendekatan regulasi berbasis pengungkapan formal menuju regulasi berbasis pemahaman dan mitigasi bias, melalui langkah konkret berupa kewajiban tampilan estimasi total beban cicilan lintas *platform* pada titik transaksi dengan memanfaatkan integrasi data SLIK yang telah dirintis sejak 2025 untuk mendeteksi *debt substitution* secara *real-time*, penetapan batas kenaikan limit otomatis berbasis rekam jejak pembayaran riil alih-alih frekuensi transaksi guna mencegah eksploitasi *anchoring*, serta pemberlakuan periode jeda (*cooling-off*) wajib pada transaksi di atas nilai nominal tertentu sebagai mekanisme debiasing struktural. Bagi penyedia layanan BNPL, diperlukan pengalihan desain antarmuka dari *choice architecture* yang mengeksploitasi bias kognitif menuju yang memitigasinya, secara konkret melalui notifikasi simulasi proaktif estimasi denda dan akumulasi bunga sebelum konfirmasi pembelian, transparansi algoritmik mengenai dasar penentuan limit pinjaman, serta penghentian praktik penagihan yang mengakses kontak pribadi tanpa persetujuan eksplisit, langkah-langkah yang sejalan dengan prinsip keterbukaan dan keadilan (*'adl*) dalam muamalah Islam. Bagi pemerintah, institusi pendidikan, dan industri perbankan, program literasi keuangan digital perlu direformasi dari model informatif satu arah menjadi simulasi interaktif yang secara eksplisit melatih kesadaran atas *mental accounting* dan *present bias*, dengan sasaran prioritas pada kelompok berkerentanan struktural tertinggi, mahasiswa, pekerja informal, dan perempuan kepala rumah tangga, agar pertumbuhan *fintech* di Indonesia dapat selaras dengan SDG 1, SDG 8, dan SDG 10 secara bersamaan, bukan hanya salah satunya.

Mengingat keterbatasan yang telah diuraikan, penelitian selanjutnya disarankan menempuh tiga arah. Pertama, penelitian empiris berbasis survei atau eksperimen perilaku (*behavioral experiment*) diperlukan untuk menguji secara langsung apakah mekanisme *present*

bias, anchoring, dan *mental accounting* benar-benar termanifestasi pada pengguna BNPL Indonesia sebagaimana diteorikan dalam model konseptual ini, sekaligus mengukur efektivitas intervensi seperti *layered disclosure* atau simulasi peringatan proaktif secara terkontrol. Kedua, penelitian *longitudinal* terhadap kohort pengguna BNPL diperlukan untuk menelusuri lintasan akumulasi utang dari waktu ke waktu, guna menguji validitas empiris konsep *debt substitution* dan *snowball debt* yang dalam penelitian ini masih diargumentasikan secara konseptual berdasarkan data sekunder. Ketiga, penelitian komparatif antarpenyedia layanan BNPL diperlukan untuk memetakan variasi desain antarmuka dan kebijakan limit yang berpotensi menghasilkan tingkat eksploitasi bias kognitif yang berbeda, sekaligus mengevaluasi efektivitas POJK Nomor 32 Tahun 2025 secara empiris setelah regulasi tersebut berjalan cukup lama untuk menghasilkan data implementasi yang memadai.

DAFTAR PUSTAKA

- Aalders, R. (2022). *Buy now pay later: Redefining indebted users as responsible consumers*. *Information, Communication & Society*, 26(6), 941–956. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2022.2161830>
- Abed, S. S., & Alkadi, R. S. (2024). *Sustainable development through fintech: Understanding the adoption of Buy Now Pay Later (BNPL) applications by Generation Z in Saudi Arabia*. *Sustainability*, 16(15), 6368. <https://doi.org/10.3390/su16156368>
- Anggorowati, L. (2025). Exploring the Impact of PayLater Payments on Consumer Behavior and Public Financial Management: A Systematic Literature Review. *Dinamika: Jurnal Manajemen Sosial Ekonomi*, 5(1), 326–331. <https://doi.org/10.51903/qz1ztp52>
- Akerlof, G. A. (1970). The market for "lemons": Quality uncertainty and the market mechanism. *The Quarterly Journal of Economics*, 84(3), 488–500. <https://doi.org/10.2307/1879431>
- Ayuningtyas Hapsari, N. P., Widyastuti, U., & Aditya, S. (2024). Minat Penggunaan Ulang PayLater Pada Generasi Z dan Milenial. *Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Keuangan*, 5(1), 45–58. <https://doi.org/10.21009/JBMK.051.04>
- Bahasoan, A., Qamariah, N., Ekonomi, F., Bisnis, D., & Barat, U. (2025). Buy Now, Pay Later Culture: Economic Analysis of The Paylater Phenomenon Among Gen Z. *International Journal of Finance and Business Management*, 3(3), 1–12. <https://doi.org/10.59890/ijfbm.v3i3.55>
- Brenncke, M. (2023). A Theory of Exploitation for Consumer Law: Online Choice Architectures, Dark Patterns, and Autonomy Violations. *Journal of Consumer Policy*, 47, 127–164. <https://doi.org/10.1007/s10603-023-09554-7>
- Chaniago, M., & Suwaidi, A. (2024). Perilaku Konsumtif Dalam Perspektif Ekonomi Islam pada Pengguna PayLater. *Jurnal Ekonomi Syariah Kontemporer*, 6(1), 88–101. <https://doi.org/10.37680/jesk.v6i1.4412>
- Consumer Financial Protection Bureau. (2023). *Consumer use of Buy Now, Pay Later: Insights from the CFPB Making Ends Meet Survey*. https://files.consumerfinance.gov/f/documents/cfpb_consumer-use-of-buy-now-pay-later_2023-03.pdf
- Cook, J., Davies, K., Farrugia, D., Threadgold, S., Coffey, J., Senior, K., Haro, A., & Shannon, B. (2023). Buy now pay later services as a way to pay: Credit consumption and the depoliticization of debt. *Consumption Markets & Culture*, 26(4), 245–257. <https://doi.org/10.1080/10253866.2022.2075652>
- Fauziah, S. N., Prayitno, P., Wahyono, H., & Inayati, R. (2023). The Effect of Financial Literacy and Self-Control on Consumptive Behavior With Paylater as a Mediating Variable. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 11(1), 66–78. <https://doi.org/10.26905/jmdk.v11i1.10209>
- Fitriyah, N., & Anwar, M. (2023). Pengaruh Financial Distress dan Penggunaan Paylater Terhadap Kesejahteraan Keluarga Muda. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 9(1), 88–102. <https://doi.org/10.20473/jebis.v9i1.46032>

- Guttman-Kenney, B., Firth, C., & Gathergood, J. (2023). Buy now, pay later (BNPL)... on your credit card. *Journal of Behavioral and Experimental Finance*, 37, 100788. <https://doi.org/10.1016/j.jbef.2023.100788>
- Hidayat, R. (2022). Inklusi Keuangan dan Risiko Digital Lending di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia*, 12(2), 89–104. [https://doi.org/10.21927/jesi.2022.12\(2\)](https://doi.org/10.21927/jesi.2022.12(2))
- Indonesia Stock Exchange. (2024). *Utang Paylater Naik Hampir 90 Persen, Capai Rp7,88 Triliun di Agustus 2024*. Retrieved 13 Mei 2026, from <https://www.idxchannel.com/banking/utang-paylater-naik-hampir-90-persen-capai-rp788-triliun-di-agustus-2024/2>
- Kumar, A., Salo, J., & Bezawada, R. (2024). The effects of buy now, pay later (BNPL) on customers' online purchase behavior. *Journal of Retailing*. <https://doi.org/10.1016/j.jretai.2024.09.004>
- Loomis, J., & Cockayne, D. (2025). A feminist approach to fintech: Exploring 'buy now, pay later' technologies and consumer fintech. *Journal of Cultural Economy*, 18(1), 1–17. <https://doi.org/10.1080/17530350.2024.2323692>
- Mahanani, S., Putri, D. A., & Kurniawan, F. (2024). Penggunaan PayLater dan Risiko Finansial Generasi Z dalam Perspektif Ekonomi Syariah. *Jurnal Muamalah dan Keuangan Islam*, 8(2), 97–110. <https://doi.org/10.24235/jmki.v8i2.18876>
- Mappadang, A., Hendryadi, H., Yoewono, H., Elizabeth, E., & Fitriawati, R. (2025). The God locus of financial control, impulsive use of buy-now-pay-later service, and subjective financial well-being among accounting students. *Cogent Social Sciences*, 11(1). <https://doi.org/10.1080/23311886.2025.2474192>
- Martadikusuma, A. D. (2025). Perlindungan Hukum Bagi Konsumen dalam Transaksi Buy Now Pay Later (BNPL) di Indonesia: Tinjauan Regulasi dan Praktik Bisnis. *Al-Zayn: Jurnal Ilmu Sosial & Hukum*, 3(2), 489–504. <https://doi.org/10.61104/alz.v3i2.1062>
- Mukhtar, B., Ahmad Tamrin, S. N. B., Shad, M. K., Lai, F. W., & Jalil, N. A. (2023). A proposed framework for assessing BNPL (Buy Now, Pay Later) adoption and its impact on consumers' buying behavior. *KnE Social Sciences*, 8(20). <https://doi.org/10.18502/kss.v8i20.14639>
- Murdani, K., Widhiantara, I. K., & Armedio, I. P. D. P. (2024). Dampak Shopee PayLater terhadap gaya hidup hedonisme Generasi Z. *Jurnal Ilmiah Satyagraha*, 7(1), 142–155. <https://doi.org/10.47532/jis.v7i1.988>
- Nandanc, R. (2024). Literasi Keuangan Digital Pada Pengguna Layanan Buy Now Pay Later di Indonesia. *Journal of Digital Finance and Banking*, 4(1), 33–47. <https://doi.org/10.55927/jdfb.v4i1.7721>
- Nugraha, A., Pratama, R., & Wijayanti, D. (2022). Financial Technology Development and Financial Inclusion in Indonesia. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 9(3), 317–326. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2022.vol9.no3.0317>
- Nugraha, D., Setiawan, B., Nathan, R. J., & Fekete-Farkas, M. (2022). Fintech Adoption Drivers for Innovation for SMEs in Indonesia. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 8(4), 208. <https://doi.org/10.3390/joitmc8040208>
- OECD. (2023). *Supporting informed and safe use of short-term online credit and Buy Now Pay Later through digital financial literacy*. OECD/INFE. <https://www.oecd.org/finance/financial-education/supporting-informed-and-safe-use-of-short-term-online-credit-and-buy-now-pay-later-through-digital-financial-literacy.htm>
- Otoritas Jasa Keuangan. (2025). *Peraturan OJK Nomor 32 Tahun 2025 tentang Penyelenggaraan Beli Sekarang Bayar Nanti (Buy Now Pay Later/BNPL)*. Retrieved 13 Mei 2026, from <https://www.ojk.go.id/id/regulasi/Pages/POJK-32-Tahun-2025-Penyelenggaraan-Beli-Sekarang-Bayar-Nanti-BNPL.aspx>
- Otoritas Jasa Keuangan (2024). *Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) 2024*. Retrieved 13 Mei 2026, from [https://ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/publikasi/Pages/Survei-Nasional-Literasi-dan-Inklusi-Kuangan-\(SNLIK\)-2024.aspx](https://ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/publikasi/Pages/Survei-Nasional-Literasi-dan-Inklusi-Kuangan-(SNLIK)-2024.aspx)
- Pamoro, G. J. (2022). The Principle of Balance E-Contracts in Paylater Features in E-Commerce. *Notaire*, 5(3), 377–394. <https://doi.org/10.20473/ntr.v5i3.39755>

- Powell, R., Stewart, C., & Swart, J. (2023). Buy Now, Pay Later: Implications for Consumer Financial Wellbeing. *Journal of Consumer Affairs*, 57(2), 765–789. <https://doi.org/10.1111/joca.12500>
- Pratama, R. A., Siregar, M. H., & Nugroho, Y. A. (2025). Strategi pemasaran agresif platform fintech dan pergeseran budaya konsumsi masyarakat modern. *Jurnal Strategi Pemasaran Digital*, 4(1), 77–92. <https://doi.org/10.9744/jspd.v4i1.7431>
- Quispe-Torreblanca, E. G., Stewart, N., Gathergood, J., & Loewenstein, G. (2019). The red, the black, and the plastic: Paying down credit card debt for hotels not sofas. *Management Science*, 65(11), 5392–5410. <https://doi.org/10.1287/mnsc.2018.3195>
- Saputra, E., & Ramadhani, F. (2024). Kepuasan jangka pendek (instant gratification) dan dampaknya terhadap kualitas pengelolaan keuangan pribadi pengguna PayLater. *Jurnal Riset Keuangan Modern*, 9(3), 233–247. <https://doi.org/10.33087/jrkm.v9i3.4410>