

PayLater Antara Kemudahan Digital Ekonomi dan Jebakan Masyarakat yang Hidup di Era Society 5.0

Fajar Wahyudi Utomo^{1*}, Anggrahita Sri Nastiti¹, Hafizul Akbar¹, Tanaya Aurellia Arghani¹

¹ Universitas Negeri Jakarta Jl. R.Mangun Muka Raya, RT.11/RW.14, Rawamangun, Kec. Pulo Gadung, Kota Jakarta Timur, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 13220, Indonesia

*Alamat email penulis koresponden: fajarwahyudi@unj.ac.id

Abstrak

Perkembangan teknologi digital membawa perubahan besar dalam sistem ekonomi modern, termasuk munculnya layanan *Paylater* yang menawarkan kemudahan transaksi dengan konsep “beli sekarang, bayar nanti”. Fenomena ini menjadi simbol efisiensi finansial di era *Society 5.0*, di mana teknologi dan kebutuhan manusia saling terintegrasi. Namun, di balik kemudahan tersebut, terdapat potensi masalah berupa perilaku konsumtif, keterlambatan pembayaran, dan rendahnya literasi finansial di kalangan pengguna muda. Ketidaksiapan masyarakat dalam memahami konsekuensi sistem kredit digital menjadikan *Paylater* sebagai paradoks antara inovasi dan jebakan finansial.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana *Paylater* berperan sebagai kemudahan sekaligus risiko dalam sistem ekonomi digital. Metodologi yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan studi kepustakaan, memanfaatkan data sekunder dari laporan Otoritas Jasa Keuangan (OJK), Katadata *Insight Center*, dan publikasi akademik terkait perilaku keuangan masyarakat digital. Analisis dilakukan dengan meninjau aspek ekonomi, sosial, dan psikologis pengguna *Paylater* di Indonesia.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Paylater* mampu memperluas inklusi keuangan dan meningkatkan daya beli masyarakat, namun juga memperkuat budaya konsumtif serta meningkatkan risiko ketergantungan utang jangka pendek. Oleh karena itu, dibutuhkan peningkatan literasi finansial dan kesadaran digital agar inovasi ini tidak menjadi ancaman bagi kesejahteraan ekonomi masyarakat.

Kata Kunci: *Paylater*, ekonomi digital, literasi finansial, *Society 5.0*, perilaku konsumtif

Abstract

The development of digital technology has brought about significant changes in the modern economic system, including the emergence of Paylater services, which offer convenient transactions with a "buy now, pay later" concept. This phenomenon has become a symbol of financial efficiency in the Society 5.0 era, where technology and human needs are integrated. However, behind this convenience, there are potential problems such as consumer behavior, late payments, and low financial literacy among young users. The public's unpreparedness to understand the consequences of digital credit systems makes Paylater a paradox between innovation and a financial trap.

This study aims to analyze how Paylater acts as both a convenience and a risk in the digital economy. The methodology used is a qualitative literature study approach, utilizing secondary data from reports from the Financial Services Authority (OJK), the Katadata Insight Center, and academic publications related to the financial behavior of digital consumers. The analysis was conducted by examining the economic, social, and psychological aspects of Paylater users in Indonesia.

The results indicate that Paylater can expand financial inclusion and increase purchasing power, but it also reinforces a consumer culture and increases the risk of short-term debt dependence. Therefore, it is necessary to increase financial literacy and digital awareness so that this innovation does not become a threat to the economic welfare of society.

Keywords: *Paylater*, digital economy, financial literacy, *Society 5.0*, consumer behavior

1. PENDAHULUAN

Kehadiran teknologi telah menandai babak baru dalam peradaban ekonomi manusia. Perubahan ini tidak hanya menciptakan efisiensi dalam sistem produksi dan distribusi, tetapi juga mengubah cara masyarakat berinteraksi dengan uang dan konsumsi. Menurut laporan Google, Temasek, & Bain (2023), nilai ekonomi digital Indonesia mencapai US\$82 miliar pada tahun 2023 dan diproyeksikan menembus US\$109 miliar pada 2025, menjadikannya salah satu pasar digital paling dinamis di Asia Tenggara.

Perkembangan pesat ini melahirkan era ekonomi digital, di mana transaksi keuangan berlangsung secara daring dengan kecepatan dan kenyamanan yang belum pernah terjadi sebelumnya. Di tengah transformasi ini, muncul inovasi keuangan digital yang disebut *Paylater* layanan yang memungkinkan konsumen melakukan pembelian sekarang dan menunda pembayaran hingga waktu tertentu. Bagi sebagian besar masyarakat, *Paylater* hadir sebagai simbol kemudahan dan fleksibilitas di tengah gaya hidup serba instan.

Namun demikian, di balik kemudahan itu tersimpan tantangan baru. Fenomena meningkatnya penggunaan *Paylater* justru menimbulkan kekhawatiran akan perilaku konsumtif, rendahnya literasi finansial, serta munculnya ketergantungan terhadap utang digital. Data dari Katadata Insight Center (2023) menunjukkan bahwa 68% pengguna *Paylater* di Indonesia berasal dari kalangan milenial dan Gen Z, dengan hampir setengahnya mengalami keterlambatan pembayaran. Fakta ini menggambarkan ironi di balik kemajuan: teknologi yang diciptakan untuk mempermudah hidup manusia, justru dapat menjerat penggunanya dalam tekanan finansial yang berulang.

Konsep *Society 5.0*, sebagaimana dijelaskan oleh Klaus Schwab (2016), merupakan integrasi antara dunia fisik dan digital yang berpusat pada manusia. Dalam konteks ini, *Paylater* menjadi refleksi bagaimana masyarakat modern beradaptasi dengan kemajuan teknologi, sekaligus ujian terhadap kedewasaan finansial di tengah arus konsumsi digital yang masif.

Beberapa penelitian sebelumnya memang telah menyoroti dampak sosial dan ekonomi dari *financial technology*, namun sedikit yang meninjau *Paylater* sebagai fenomena sosial di era *Society 5.0*. Di sinilah letak kebaruan penelitian ini menghadirkan perspektif kritis terhadap *Paylater* bukan semata sebagai alat ekonomi, tetapi sebagai cerminan perilaku masyarakat yang terjebak antara kebutuhan dan keinginan.

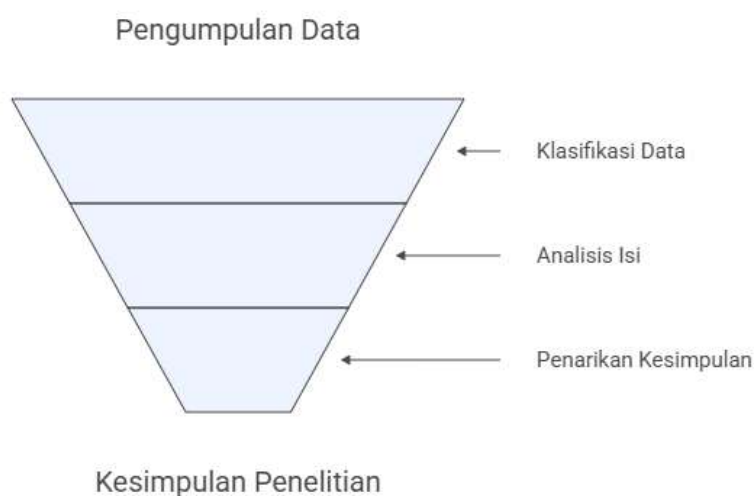
Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana *Paylater* dipandang sebagai kemudahan sekaligus jebakan bagi masyarakat di era *Society 5.0*. Melalui pendekatan kualitatif berbasis studi kepustakaan, penulis menelaah konsep, teori, serta dampak sosial-ekonomi dari layanan *Paylater*, dengan menekankan pentingnya keseimbangan antara inovasi teknologi dan literasi keuangan. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi dalam membangun kesadaran kritis masyarakat terhadap penggunaan layanan finansial digital secara bijak dan berkelanjutan.

2. METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang berbasis pada tinjauan pustaka. Pilihan ini diambil karena isu yang dibahas terkait dengan fenomena sosial-ekonomi serta perilaku masyarakat dalam dunia digital, yang memerlukan pemahaman yang mendalam melalui berbagai referensi literatur yang relevan.

Menurut Zed (2014), tinjauan pustaka adalah proses pengumpulan informasi dari beragam sumber seperti buku, jurnal ilmiah, laporan riset, berita online, dan publikasi resmi yang berkaitan dengan topik penelitian. Data yang digunakan dalam studi ini termasuk data sekunder, yaitu informasi yang sudah ada dan dikumpulkan oleh pihak lain.

Langkah-langkah penelitian adalah sebagai berikut:



Gambar 1: Langkah penelitian (Sumber: Napkin)

1. Pengumpulan Data
Peneliti mengumpulkan berbagai jenis literatur, termasuk jurnal akademik, artikel media, laporan riset dari lembaga keuangan digital, serta dokumen dari lembaga seperti Otoritas Jasa Keuangan (OJK), Katadata Insight Center, dan Bank Indonesia mengenai penggunaan layanan Paylater.
2. Klasifikasi dan Analisis Data
Data yang terkumpul diorganisasikan berdasarkan tema utama, yaitu: (1) konsep dan sejarah *Paylater*, (2) skema pembayaran *PayLater*, (3) jenis *Paylater*, (4) Studi kasus dan (5) dampak sosial-ekonomi dari *Paylater*.
3. Analisis Isi
Setelah data dikelompokkan, dilakukan analisis isi untuk memahami keterkaitan antara konsep kemudahan ekonomi digital dan jebakan finansial yang diakibatkan oleh *Paylater*, khususnya bagi generasi milenial dan Gen Z.
4. Penarikan Kesimpulan
Hasil analisis dijelaskan secara deskriptif-analitis untuk menjawab pertanyaan penelitian mengenai bagaimana *Paylater* menjadi kemudahan sekaligus jebakan bagi masyarakat di era *Society 5.0*.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. HASIL

Penelitian ini menghasilkan beberapa temuan yang menggambarkan cara kerja sistem *PayLater*/BNPL yang berperan sebagai sebuah kemudahan dan jebakan bagi masyarakat di era 5.0. Data yang diperoleh dari kajian literatur, laporan lembaga keuangan, dan hasil penelitian kurun waktu 10 tahun diklasifikasikan menjadi lima fokus utama, yaitu konsep dan sejarah *PayLater*, skema pembayarannya, jenis layanannya, dampak sosial ekonomi, dan studi kasus mengenai *PayLater*.

3.1.1 Kemudahan Ekonomi Digital Melalui *PayLater*

Berdasarkan hasil analisis dari sumber yang sudah diuji, *PayLater* dinilai menjadi salah satu inovasi pada sistem keuangan digital yang mampu meningkatkan aktivitas ekonomi dan efisiensi transaksi di dalam masyarakat.

Menurut Kumar, Salo, dan Bezawada (2024) dalam artikel “*The Effects of Buy Now, Pay Later (BNPL) on Customers’ Online Purchase Behavior*” yang terindeks Scopus, penerapan sistem BNPL meningkatkan pengeluaran rata-rata pembeli sebesar 6,42% dibandingkan metode pembayaran tradisional. Temuan ini menunjukkan bahwa adanya layanan *PayLater* berhasil mendorong peningkatan penjualan dan konsumsi di sektor *e-commerce*.

3.1.2 Jebakan Finansial dan Risiko Sosial dari *PayLater*

Walaupun memberikan kemudahan, hasil analisis kajian juga menunjukkan bahwa layanan *PayLater* memiliki potensi menjadi jebakan finansial masyarakat, terutama bagi masyarakat yang memiliki literasi keuangan yang rendah.

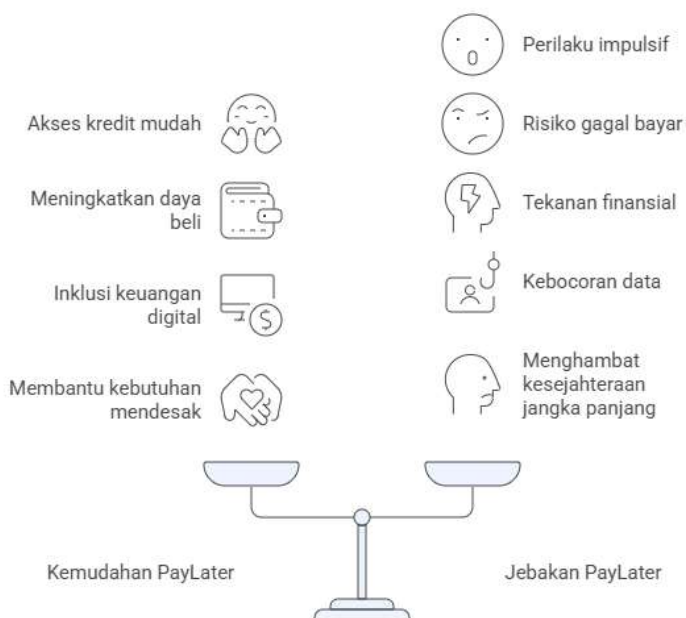
Menurut penelitian oleh Juita, Irwansyah, dan Putri (2024), hasil menunjukkan adanya korelasi positif antara penggunaan *PayLater* dan perilaku pembelian impulsif (*impulse buying*). Pengguna *PayLater* cenderung melakukan pembelian tanpa perencanaan akibat kemudahan transaksi dan promosi yang agresif dari penyedia layanan menimbulkan potensi gagal bayar dan penumpukan utang berujung pada meningkatnya tekanan finansial.

3.1.3 Interpretasi Hasil

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa layanan *PayLater* di era *society* 5.0 memiliki dua sisi yang saling bertolak belakang. Di satu sisi *PayLater* menjadi alat yang memberikan kemudahan dalam transaksi digital, memberikan manfaat perluasan akses keuangan an percepatan transaksi ekonomi.

Namun, di sisi lain, layanan ini juga menjadi jebakan masyarakat di era *society* 5.0 yang dapat berpotensi menurunkan kesejahteraan masyarakat akibat perilaku konsumtif dan ketidakmampuan mengelola utang.

PayLater: Kemudahan vs. Jebakan di Era Digital



Gambar 2: Hasil analisis (Sumber: Napkin)

Dengan demikian, penelitian ini memperkuat argumentasi bahwa *PayLater* di era *society 5.0* tidak sepenuhnya membawa kemudahan, karena dibalik kemudahan tersebut terdapat beberapa potensi bahaya bagi penggunanya.

3.2. PEMBAHASAN

3.2.1 Konsep Pembayaran *Paylater*

Di era *society 5.0* sesuai yang digambarkan oleh Mourtzis dkk. (2022) dan Akman & Erdirençelebi (2024) adalah sebagai pendekatan yang dirancang untuk menyelesaikan masalah sosial saat ini melalui penggabungan ruang siber dan ruang fisik dengan memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi canggih, dan bertujuan untuk menciptakan masyarakat super cerdas yang pada akhirnya memberikan kehidupan berkualitas tinggi dan nyaman bagi semua anggota masyarakat. Kemajuan yang ada ini telah memberikan pengaruh salah satunya dalam aspek ekonomi.

Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi telah memberikan perubahan pada sistem perdagangan dunia, dari sistem tradisional menjadi serba digital. Banyaknya pengguna teknologi sejalan dengan peningkatan jumlah *E-Commerce* di pasar. *E-commerce* (*Electronic Commerce*) didefinisikan sebagai proses pembelian, penjualan atau pertukaran produk, jasa, dan informasi melalui jaringan komputer (Sugeng. S, 2018). Dalam perspektif yang diklasifikasikan oleh Kalakota dan Whinston (1997), *E-Commerce* diartikan salah satunya dari perspektif *online* yakni dikaitkan dengan kapasitas jual beli produk dan informasi di internet dan jasa *online* lainnya.

Di dalam *E-Commerce* tersebut terdapat transaksi pembayaran produk dan/atau jasa. Seiring bertambahnya inovasi dari pelaku ekonomi, pembayaran yang mulanya masih menggunakan sistem sederhana seperti pembayaran via bank hingga saat ini sudah mulai muncul tren pembayaran *PayLater* atau (*Buy Now Pay Later*) BNPL. Sistem *Buy Now Pay Later* merupakan produk kredit *FinTech* yang tidak diatur, yang memungkinkan konsumen untuk menunda pembayaran tanpa bunga menjadi satu atau lebih (seringkali empat atau kurang) angsuran (Guttman-Kenney, Firth, dan Gathergood, 2022). Diartikan juga BNPL merupakan pembiayaan jangka pendek yang memungkinkan konsumen membeli barang sekarang dan membayar kemudian melalui cicilan tanpa bunga. Dalam perspektif ekonomi digital (Berg et al, 2024).

Dilansir dari laman exploding topics menurut data dari Juniper Research, pada tahun 2022 terdapat 360 Juta pengguna BNPL atau *PayLater* dari seluruh populasi dunia yang tercatat, yakni 7,99 miliar jiwa. Angka tersebut diprediksi akan terus meningkat hingga tahun 2027 mencapai 2 kali lipat yakni sekitar 900 juta pengguna layanan BNPL dari prediksi populasi dunia 8.37 miliar jiwa pada tahun tersebut. Kemudian dari laman yang sama menurut survei eMarketer disebutkan bahwa generasi yang paling banyak menggunakan layanan BNPL adalah generasi Z di urutan teratas dengan persentase 36,8% pada tahun 2021, 46,5% tahun 2023, dan sebesar 47,4% di tahun 2025, tingkat peningkatannya mencapai 10,6%. Disusul dengan Generasi Milenial, Generasi X, dan terakhir Generasi Baby Boomers sekitar 6,2% pada tahun 2021 dan 14% tahun 2025 dengan kenaikan sebesar 8,6%. Hal ini menunjukkan Generasi Z memiliki ketertarikan yang besar dalam menggunakan layanan BNPL.

Sedangkan di Indonesia, OJK (Otoritas Jasa Keuangan) telah mencatat kontrak pembiayaan *PayLater* di Indonesia mencapai 79,92 juta pada tahun 2023. Jumlah yang meningkat dari tahun 2019 yang hanya tercatat 4,63 juta kontrak. Kontrak yang meningkat dengan rata-rata setiap tahunnya 144,35% dan diprediksi akan terus bertumbuh seiring meningkatnya permintaan *PayLater*. Per Maret 2024, *outstanding* piutang pembiayaan *PayLater* di Indonesia mencapai Rp6,13 triliun, naik 23,9% secara tahunan. Peningkatan ini menunjukkan minat masyarakat terhadap *PayLater* cukup tinggi.

3.2.2 Skema Pembayaran *PayLater*

Menurut Giulio .C & Leonardo .G (2023) dalam laman *Bank for International Settlements* (BIS) yang menyatakan bahwa skema pembayaran *PayLater* memberikan penawaran kepada pembeli untuk membeli produk dengan cicilan tanpa bunga yang sebelumnya membayar penuh di muka. Skema di atas banyak digunakan oleh konsumen untuk pembelian *online* di *platform e-commerce*, namun BNPL/*PayLater* dapat diterapkan di toko fisik yang nantinya difasilitasi oleh penggunaan kode QR yang dapat dipindai.



Gambar 3: Skema Pembayaran *PayLater* (Sumber: Napkin)

Skema *PayLater* melibatkan 3 agen: pedagang, pembeli, dan platform BNPL/*PayLater*. Seperti pada gambar di atas, ketika pembeli memilih opsi pembayaran *PayLater* untuk membeli produk, *platform* akan menyetujui batas kredit. Setelah disetujui, *platform* akan membayar penuh produk yang dibeli kepada pedagang dan menanggung risiko kredit pembeli. Pembeli membayar cicilan pertama di muka kepada *platform*, sisa cicilan akan dicicil secara bertahap biasanya dalam kurun mingguan atau bulanan. Bentuk pembayaran yang paling umum adalah "bayar dalam empat", yaitu pembayaran dalam empat minggu, meskipun opsi dengan jangka waktu pembayaran yang lebih panjang juga tersedia (Di Maggio dkk., 2023).

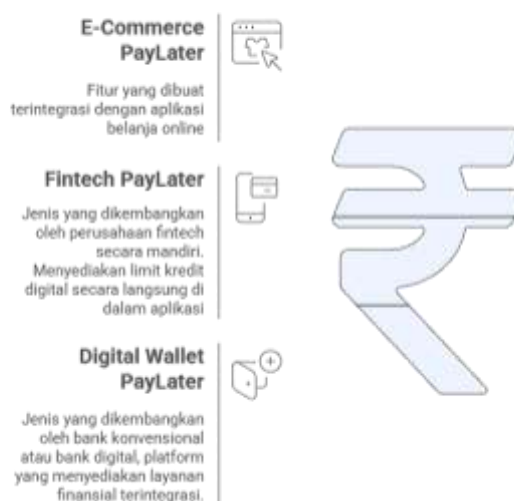
3.2.3 Jenis *Paylater*

Penggunaan layanan *PayLater* muncul sekitar tahun 2018, kemudian berkembang pesat saat pandemi covid 19. Layanan ini menjadi sangat populer selama pandemi karena menawarkan kemudahan pembayaran cicilan tanpa perlu kartu kredit (Sabilah dkk., 2023).

Saat ini banyak sekali platform *PayLater* yang sudah terkenal di publik. Ada sejumlah perusahaan BNPL yang dikatakan sudah populer. Menurut sumber data perusahaan yang telah dikurasi oleh Statista, terdapat lima perusahaan BNPL dunia yang diurutkan berdasarkan volume transaksinya, yang pertama ada Klarna (Swedia), *Afterpay* (Australia), *Affirm* (Amerika Serikat), *Zip* (Australia), dan *Sezzle* (Amerika Serikat).

Klarna dikategorikan termasuk perusahaan terbesar di antara perusahaan-perusahaan lainnya karena telah memiliki GMV (*Gross Merchandise Volume*) sebesar \$53 miliar atau setara dengan 837,4 triliun rupiah Indonesia. Menurut CFI (*Corporate Finance Institute*) GVM adalah jumlah total penjualan yang dilakukan perusahaan selama periode waktu tertentu, biasanya diukur setiap triwulan atau tahunan.

Ringkasan Jenis PayLater di Indonesia



Gambar 3: Jenis *PayLater* yang digunakan di Indonesia (Sumber: Napkin)

Di Indonesia, terdapat beberapa jenis atau variasi *PayLater*/BNPL, yaitu:

1. *PayLater* berbasis *E-Commerce*
Fitur yang dibuat terintegrasi dengan aplikasi belanja online. Difungsikan agar pembeli mendapatkan kemudahan melakukan transaksi di dalam marketplace tersebut.
Contoh: Shopee PayLater, Traveloka PayLater, Tokopedia PayLater, TikTok PayLater, Lazada PayLater, Blibli PayLater, dan Bukalapak Paylater
2. *PayLater* berbasis *Fintech*
Jenis yang dikembangkan oleh perusahaan fintech secara mandiri. Menyediakan limit kredit digital secara langsung di dalam aplikasi.
Contoh: Kredivo, Akulaku Paylater, Indodana, Home Credit, Atome. Cicil, OneSet *PayLater*, dan DanaRupiah
3. *PayLater* berbasis Dompot Digital (E-Wallet)
Jenis yang dikembangkan oleh bank konvensional atau bank digital, platform yang menyediakan layanan finansial terintegrasi.
Contoh: Gopay Later, Ovo PayLater, DANA PayLater, Shopee PayLater, Jenius PayLater, Livin PayLater, CIMB Niaga Digital Lounge, dan SeaMoney PayLater.

3.2.4 Dampak Sosial-Ekonomi dari *PayLater*

PayLater memberikan dampak sosial dan ekonomi yang beragam. Di satu sisi, *PayLater* memberikan kemudahan kepada pelaku ekonomi dalam pemenuhan kebutuhannya. Namun, di sisi lain, *PayLater* juga berpeluang meningkatkan perilaku pembelian secara impulsif. Adapun beberapa dampak dari penggunaan *PayLater* lainnya adalah:

1. Dampak Positif

- a. Meningkatkan pembelian dan penjualan
Menurut Kumar, Salo, dan Bezawada (2024) dalam artikelnya yang berjudul *'The effects of buy now, pay later (BNPL) on customers' online purchase behavior*, menemukan bahwa adopsi BNPL meningkatkan pengeluaran online rata-rata sebesar 6,42 % dibandingkan dengan pembayaran dengan metode tradisional.
- b. Fleksibilitas dana darurat
Dalam penelitian, banyak pengguna melaporkan bahwa *PayLater* sangat berguna untuk memenuhi kebutuhan mendesak karena sifatnya yang fleksibel. Membantu melayani pelaku ekonomi yang sebelumnya tidak mendapatkan akses dalam ekosistem ekonomi.
- c. Inklusifitas pembayaran
PayLater memberikan akses kredit yang mudah bagi pengguna yang tidak memiliki kartu kredit di perbankan konvensional.

2. Dampak Negatif

- a. Meningkatkan perilaku konsumtif atau *impulse buying*
Dalam penelitian sebelumnya banyak menunjukkan adanya hubungan atau korelasi yang kuat antara penggunaan *PayLater* dengan perilaku pembelian impulsif. Kumpulan data menunjukkan bahwa konsumen yang menggunakan layanan *Buy Now Pay Later* (BNPL) cenderung menunjukkan kecenderungan pembelian impulsif yang lebih kuat, didorong oleh kemudahan transaksi dan stimulus promosi (Juita dkk., 2024).
- b. Menghambat kesejahteraan keuangan jangka panjang
Penggunaan *PayLater* tanpa adanya dasar literasi keuangan dapat memicu turunnya kesejahteraan finansial, khususnya di kalangan muda. Akibat dari menurunnya kebiasaan menabung, meningkatnya stres secara finansial, dan peluang munculnya masalah kredit yang keberlanjutan.
- c. Risiko utang menumpuk dan gagal bayar
Penggunaan *PayLater* memberikan kemudahan dalam bertransaksi dalam skala kecil dalam jumlah banyak. Apabila tanggungan tersebut ditumpuk dalam waktu yang lama, nantinya akan menjadi beban utang yang besar (*debt stacking*).
- d. Banyaknya pengguna yang tertekan
Menurut OJK, utang *PayLater* masyarakat Indonesia mencapai 6,13 triliun rupiah dihitung Maret 2024. Hal ini menunjukkan bahwa pengguna mengalami kesulitan bayar dan merasa keberatan untuk mencicil tanggungan tersebut.
- e. Kebocoran data pribadi karena rendahnya regulasi perlindungan konsumen
Sistem *PayLater* memiliki hambatan dalam penentuan regulasi, seperti ketentuan pelaporan, transparansi biaya, mekanisme pengumpulan yang berbeda antar penyedia layanan. Hal ini sangat berdampak pada kebocoran data pengguna dan hambatan pada pengawasan oleh Otoritas Jasa Keuangan.

3.2.5 Studi Kasus: Ketergantungan Generasi Milenial dan Gen Z terhadap *Paylater*

Peningkatan penggunaan *Paylater* sangat signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Menurut laporan Katadata Insight Center (2023), sekitar 68% pengguna layanan *Paylater* di Indonesia berasal dari kalangan milenial dan Gen Z berusia antara 18 hingga 35 tahun. Generasi ini adalah kelompok paling aktif dalam penggunaan teknologi digital dan cenderung memiliki kebiasaan konsumsi yang cepat serta gaya hidup praktis.

Paylater adalah sebuah produk finansial digital yang memungkinkan pengguna untuk membeli barang atau jasa saat ini dan membayarnya nanti. Platform seperti Shopee Paylater, GoPayLater, dan Kredivo memberikan proses persetujuan yang cepat dan cicilan yang ringan, sehingga menarik perhatian generasi muda.

Namun, kemudahan ini juga dapat menciptakan ketergantungan. Menurut survei Jakpat (2024), 72% pengguna Paylater berada di bawah usia 30 tahun dan 46% dari mereka pernah mengalami keterlambatan dalam pembayaran. Beberapa penyebabnya adalah budaya konsumsi digital, rendahnya pemahaman literasi finansial, efek psikologis dari “Buy Now, Pay Later”, serta promosi yang agresif dari perusahaan fintech.

Akibatnya, banyak pengguna muda tersandung dalam utang konsumtif, menghadapi stres finansial, bahkan terdaftar dalam daftar hitam kredit (BI Checking). Kasus yang sering terlihat adalah mahasiswa atau pekerja muda yang menggunakan beberapa platform Paylater secara bersamaan untuk kebutuhan non-esensial, sehingga cicilan bulanan menjadi sulit untuk dikelola.

Untuk mengatasi isu ini, diperlukan langkah-langkah seperti:



Gambar 4: Langkah untuk mengatasi permasalahan dalam penggunaan *PayLater*

1. Edukasi dan literasi finansial digital yang menyeluruh.
2. Pengawasan dan regulasi yang ketat dari OJK terhadap pemasaran *Paylater*.
3. Penanaman kesadaran akan konsumsi yang sehat dan pengelolaan keuangan pribadi.
4. Pengembangan fitur pengingat batas cicilan dalam aplikasi *Paylater*.

4. KESIMPULAN

Paylater adalah sebuah inovasi dalam keuangan digital yang mencerminkan perkembangan teknologi di era *Society 5.0*. Layanan ini memberikan kemudahan dan fleksibilitas dalam transaksi, namun juga membawa risiko jebakan finansial, terutama bagi generasi milenial dan Gen Z.

Generasi muda yang cepat beradaptasi dengan kemajuan teknologi tetapi memiliki pemahaman yang rendah tentang keuangan sering kali terjebak dalam gaya hidup boros dan ketergantungan pada ekonomi digital. Oleh karena itu, perlu adanya kerja sama antara pemerintah, lembaga keuangan, institusi pendidikan, dan masyarakat untuk meningkatkan pemahaman mengenai keuangan digital.

Paylater seharusnya dianggap sebagai alat bantu finansial yang dapat meningkatkan efisiensi dan kesejahteraan, bukan sebagai pilihan untuk berbelanja secara berlebihan. Dengan pemanfaatan yang cermat, perkembangan teknologi bisa menjadi jalan menuju kemandirian finansial bagi masyarakat di era digital ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, I. N. (2025, October 14). *Buy now, cry Later rose Indonesia BNPL debt to USD \$1.8 billion*. Fintech News Indonesia. <https://fintechnews.id/107698/lending/indonesia-buy-now-pay-later-debt/>
- Anggorowati, L. S. (2025). Exploring The Impact Of Paylater Payments On Consumer Behavior And Public Financial Management: A Systematic Literature Review. *Deleted Journal*, 5(1), 326–331. <https://doi.org/10.51903/qq1ztp52>
- Ashby, R., Sharifi, S., Yao, J., & Ang, L. (2025). The influence of the buy-now-pay-later payment mode on consumer spending decisions. *Journal of Retailing*. <https://doi.org/10.1016/j.jretai.2025.01.003>
- Buy now, pay later: a cross-country analysis*. (n.d.). https://www.bis.org/publ/qtrpdf/r_qt2312e.htm
- 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>
- Howarth, J. (2024, January 25). 27 Buy Now, Pay Later Statistics (2024 & 2025). *Exploding Topics*. <https://explodingtopics.com/blog/bnpl-stats#top-2024-bnpl-stats>
- Juita, V., Pujani, V., Rahim, R., & Rahayu, R. (2024). Dataset on online impulsive buying behavior of buy now pay later users and non-buy now pay later users in Indonesia using the stimulus-organism-response model. *Data in Brief*, 54, 110500. <https://doi.org/10.1016/j.dib.2024.110500>
- Julianto, A. (2023, November 1). Populix Survey: Shopee Pay later becomes a widely used brand. *VOI - Waktunya Merevolusi Pemberitaan*. <https://voi.id/fr/amp/325296>
- Madhushani, S. J. L., Ranadewa, K. a. T. O., & Seneviratne, L. D. I. P. (2024). Society 5.0 For lean-driven sustainable construction: A conceptual framework. *FARU Journal*, 11(2), 34–43. <https://doi.org/10.4038/faruj.v11i2.321>
- Muslih, M., Redjeki, S., Firmansyah, G., & Larasati, A. (2025). Analisis Multi-Dimensi Dampak Ekonomi, Perilaku Konsumsi, dan Risiko Sosial Penggunaan Paylater di Indonesia. *Jurnal Impresi Indonesia*, 4(10), 3858–3866. <https://doi.org/10.58344/jii.v4i10.7083>
- Team, C. (2022, December 28). *Gross Merchandise Value (GMV)*. Corporate Finance Institute. <https://corporatefinanceinstitute.com/resources/valuation/gross-merchandise-value-gmv/?utm>
- View of Analisis Multi-Dimensi Dampak Ekonomi, Perilaku Konsumsi, dan Risiko Sosial Penggunaan Paylater di Indonesia*. (n.d.). <https://jii.rivierapublishing.id/index.php/jii/article/view/7083/1139>

- View of consumer in the Buy now, pay Later market – Opportunities and Threats.* (n.d.). <https://czasopisma.uni.lodz.pl/fipf/article/view/23892/23899>
- Yonatan, A. Z. (2025, October 28). Pengguna PayLater Indonesia Tumbuh 17 Kali Lipat dalam 5 Tahun Terakhir. *GoodStats*. <https://goodstats.id/article/pengguna-paylater-indonesia-tumbuh-17-kali-lipat-dalam-5-tahun-terakhir-355VL>
- Zhu, D. (2025). Research on Psychological Motivation of Buy-now-pay-later in Consumer Finance: Benefits and Risks for Consumer. *Scientific Journal of Economics and Management Research.*, 7(6), 207–213. <https://doi.org/10.54691/sab44988>
- Zein, A. Z., & Sartika, F. (2025). Financial Literacy, Consumptive Behavior, And Lifestyle On The Use Of Shopee Paylater With The Moderating Role Of Financial Behavior. In *Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics (IJJSE)* (Vol. 8, Issue 2).
- Tri Riztika, D., Afifah, N., & Bagus Purmono, B. (2025). Impact Of Buy Now Pay Later, Peer Influence, And User Interface On Impulsive Buying Behavior Mediated By Hedonic Shopping Value. *Jambura*, 8(1). <http://ejurnal.ung.ac.id/index.php/JIMB>
- Sujatmiko, & Kausar, A. (2025). Paylater Adoption as a Mediator Between Financial Literacy, Risk Perception, and Financial Behavior. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 13(3), 1743–1754. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v13i3.3248>