

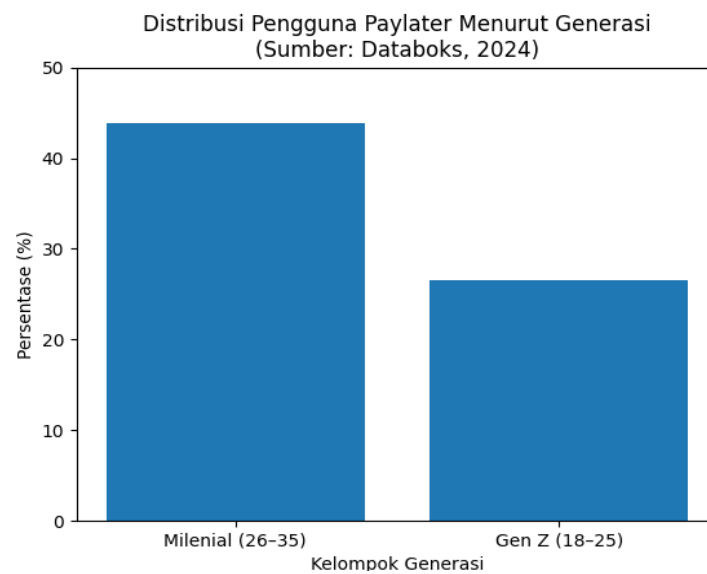
BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Zaman sekarang sudah memasuki era digital yang terus kembang, transformasi teknologi dan media komunikasi telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk cara generasi muda mengakses dan mengelola layanan keuangan. Salah satu inovasi finansial yang mengalami pertumbuhan pesat adalah layanan *Buy Now PayLater* (BNPL) atau lebih dikenal sebagai *paylater*. Layanan ini memungkinkan konsumen untuk melakukan pembelian secara instan tanpa pembayaran langsung, dengan opsi untuk melunasi secara penuh atau mencicil dalam periode tertentu. Kepraktisan dan kemudahan akses inilah yang menjadikan layanan *paylater* menarik bagi masyarakat, khususnya kalangan Generasi Z.

Pertumbuhan penetrasi internet, berkembangnya *e-commerce*, dan masifnya penggunaan *platform* digital telah mendorong peningkatan popularitas layanan *paylater* di Indonesia. Studi yang dilakukan oleh (Databoks, 2024) mengungkapkan bahwa mayoritas pengguna layanan *Paylater* berasal dari kalangan generasi milenial (26-35 tahun) sebesar 43,9%, dan generasi Z (18-25 tahun) sebesar 26,5%.



Gambar 1.1 Distribusi Pengguna Paylater Menurut Generasi

Sumber Databoks, 2024

Salah satu pendorong utama penggunaan layanan ini adalah rendahnya kepemilikan kartu kredit di Indonesia, sehingga *paylater* hadir sebagai alternatif yang praktis dan mudah digunakan layaknya fasilitas kredit. Data (*cdn*, 2022) juga menunjukkan bahwa 88% dari Generasi Z belum memiliki kartu kredit, sehingga *paylater* menjadi instrumen utama dalam pembiayaan konsumsi digital mereka. Produk yang paling sering dibeli melalui skema *paylater* antara lain *smartphone*, *fashion*, pulsa, barang-barang elektronik, dan kebutuhan gaya hidup lainnya, mencerminkan pola konsumsi yang khas dari Generasi Z. Tren penggunaan *paylater* menunjukkan peningkatan dari tahun ke tahun. Sebanyak 5,45 juta (akhir 2023). konsumen telah menggunakan layanan ini untuk belanja daring dalam setahun terakhir, naik dari 69,4% pada tahun sebelumnya (*cdn*, 2022) Kondisi ini menandakan bahwa *paylater* bukan sekadar alat pembayaran, tetapi telah menjadi bagian dari budaya konsumsi digital yang membentuk pola pengeluaran generasi muda. Di Kota Banjarmasin, sebagai salah satu pusat pertumbuhan ekonomi digital

di Kalimantan Selatan, fenomena penggunaan *paylater* semakin terlihat melalui integrasi layanan tersebut dalam berbagai *platform e-commerce* yang menawarkan diskon, *cashback*, serta promosi konsumtif lainnya saat menggunakan *paylater*. Namun, di balik kemudahan tersebut, muncul fenomena sosial yang turut memperkuat perilaku konsumtif, yaitu *haul culture*.

Haul culture fenomena ini merujuk pada kebiasaan menampilkan hasil belanja dalam jumlah besar melalui konten visual di media sosial seperti TikTok, Instagram, dan YouTube (Syayidatina & Candra Febrilyantri, 2024.) Fenomena ini dapat mendorong individu melakukan pembelian yang tidak direncanakan untuk mengikuti tren yang sedang berkembang. Selain itu, *haul culture* juga berkaitan dengan *flex culture*, yaitu kecenderungan memamerkan barang atau gaya hidup tertentu guna memperoleh pengakuan sosial. Kedua fenomena tersebut berpotensi meningkatkan perilaku konsumtif dan mendorong penggunaan layanan *paylater* di kalangan Generasi Z. tren tersebut mengalami peningkatan signifikan sejak masa pascapandemi, ditandai dengan banyaknya *influencer* yang memperlihatkan barang belanjaan berupa pakaian, produk kecantikan, makanan, hingga akomodasi perjalanan. Konten semacam ini tidak hanya bersifat informatif, tetapi juga membentuk persepsi sosial bahwa konsumsi berlebihan merupakan indikator eksistensi diri di dunia digital.

Hal lain seperti *Fear of Missing Out* (FOMO) juga dikenal sebagai salah satu pemicu utama perilaku pembelian impulsif di kalangan Generasi Z (Hidayat et al., 2024). Keinginan untuk tidak tertinggal tren membuat individu terdorong untuk terus mengikuti pola konsumsi yang sedang populer. Dalam perspektif Islam,

fenomena *haul culture*, *flex culture*, dan FOMO berpotensi mendorong perilaku *israf* (berlebihan) dan *tabzir* (mubazir). yang tidak sejalan dengan prinsip konsumsi yang mengutamakan keseimbangan dan pengelolaan harta secara bijaksana.

Allah swt secara tegas mengingatkan dalam QS. Al-Isra' (17): 26-27:

وَأَتِ ذَا الْقُرْبَىٰ حَقَّهُ وَالْمِسْكِينَ وَابْنَ السَّبِيلِ وَلَا تُبَذِّرْ تَبْذِيرًا⁽²⁶⁾

إِنَّ الْمُبَذِّرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيْطَانِ ۖ وَكَانَ الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ كَفُورًا⁽²⁷⁾

"Dan berikanlah kepada keluarga-keluarga yang dekat akan haknya, kepada orang miskin dan orang yang dalam perjalanan, dan janganlah kamu menghambur-hamburkan (hartamu) secara boros. Sesungguhnya orang-orang yang pemboros itu adalah saudara-saudara setan dan setan itu sangat ingkar kepada Tuhannya." (QS. Al-Isra'/17: 26-27)

Menurut M. Quraish Shihab dalam *Tafsir Al-Misbah*, ayat ini melarang perilaku boros dalam mengelola harta, yaitu membelanjakan harta untuk hal-hal yang tidak perlu dan tidak bermanfaat, sehingga pelakunya disebut sebagai "saudara setan" karena ketidak bijaksanaannya dalam menggunakan. Dengan demikian, mengonsumsi sesuatu di luar batas kebutuhan riil hanya demi kepuasan semu di media sosial dapat dipandang sebagai bentuk destruksi finansial yang dilarang agama.

Berbagai fenomena tersebut pada akhirnya bermuara pada persoalan yang lebih mendasar, yaitu perilaku keuangan Generasi Z dalam mengelola konsumsi dan kewajiban finansialnya. Kemudahan akses *paylater* yang disertai pengaruh media sosial berpotensi mendorong individu melakukan pengeluaran yang melebihi kemampuan finansialnya. Padahal, perilaku keuangan yang sehat merupakan fondasi penting untuk menjaga stabilitas ekonomi individu.

Dalam perspektif Ekonomi Islam, pengelolaan keuangan yang bijaksana sangat dianjurkan agar seseorang dapat menggunakan harta secara seimbang dan terhindar dari perilaku konsumtif yang berlebihan. Allah SWT berfirman dalam QS. Al-Isra' ayat 29:

وَلَا تَجْعَلْ يَدَكَ مَغْلُولَةً إِلَىٰ عُنُقِكَ وَلَا تَبْسُطْهَا كُلَّ الْبَسْطِ فَتَقْعَدَ مَلُومًا مَّحْسُورًا

"Dan janganlah engkau jadikan tanganmu terbelenggu pada lehermu (pelit) dan jangan (pula) engkau terlalu mengulurkannya (terlalu boros) karena nanti kamu menjadi tercela dan menyesal." (QS. Al-Isra'/17: 29)

Ayat tersebut menegaskan pentingnya prinsip keseimbangan dalam mengelola harta, yaitu tidak bersikap kikir dan tidak pula berlebihan dalam membelanjakan uang. Dalam konteks penggunaan *paylater*, prinsip ini menjadi sangat relevan karena kemudahan akses pembiayaan dapat mendorong seseorang melakukan konsumsi di luar kemampuan finansialnya apabila tidak disertai perencanaan yang matang. Akibatnya, pengguna berpotensi mengalami kesulitan dalam memenuhi kewajiban pembayaran serta menghadapi masalah keuangan di kemudian hari.

Sejalan dengan penelitian (Lusardi & Mitchell, 2014) menunjukkan bahwa individu yang kurang memiliki literasi dan pengetahuan tentang pengelolaan keuangan lebih rentan terhadap masalah keuangan jangka panjang. Kondisi ini semakin diperburuk oleh rendahnya literasi keuangan di kalangan Generasi Z. Berdasarkan data Otoritas Jasa Keuangan (OJK, 2022) tingkat literasi keuangan hanya mencapai 49,68%, dengan Generasi Z kelompok yang paling rentan.

Rendahnya literasi keuangan, tingginya intensitas penggunaan *paylater*, serta kuatnya pengaruh media sosial menunjukkan bahwa Generasi Z menghadapi

berbagai tantangan dalam mengelola keuangan secara bijaksana. Kondisi ini menjadi penting untuk dikaji, khususnya di Kota Banjarmasin yang menunjukkan perkembangan aktivitas ekonomi digital yang cukup pesat. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk menganalisis tren penggunaan layanan *paylater*, pola penggunaannya, serta risikonya terhadap perilaku keuangan Generasi Z di Kota Banjarmasin dalam perspektif Ekonomi Islam.

Melalui pendekatan kualitatif yang mendalam, penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran komprehensif mengenai relasi antara kemudahan kredit digital, tekanan media sosial, dan pembentukan perilaku keuangan Generasi Z di Banjarmasin. Temuan penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi kontribusi ilmiah dalam penguatan literasi keuangan digital, serta menjadi masukan praktis bagi pengembangan regulasi dan edukasi *paylater* yang lebih bertanggung jawab.

B. Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini:

1. Bagaimana tren penggunaan layanan *paylater* di kalangan Generasi Z di Kota Banjarmasin?
2. Apa faktor penyebab tren penggunaan *paylater* di kalangan Generasi Z di Kota Banjarmasin?
3. Bagaimana risiko penggunaan layanan *paylater* terhadap perilaku keuangan Generasi Z di Kota Banjarmasin?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini untuk:

1. Menganalisis tren penggunaan layanan *paylater* di kalangan Generasi Z di Kota Banjarmasin.
2. Mengetahui faktor Penyebab Tren penggunaan *Paylater* di Kalangan Generasi Z di kota Banjarmasin
3. Menganalisis risiko penggunaan layanan *paylater* terhadap perilaku keuangan Generasi Z di Kota Banjarmasin.

D. Signifikansi Penelitian

Secara akademis, penelitian ini berpotensi meningkatkan kesadaran kritis dan literasi keuangan digital. Temuan tentang pola penggunaan, risiko terhadap kesehatan keuangan, dan faktor-faktor yang memengaruhi keputusan dapat menjadi bahan refleksi dan pembelajaran bagi generasi muda untuk mengevaluasi kebiasaan keuangan mereka secara lebih objektif. Selain itu, penelitian ini dapat mendorong peningkatan kapasitas pengambilan keputusan finansial yang lebih rasional dan bertanggung jawab, serta mengembangkan keterampilan pengelolaan utang yang sehat di tengah kemudahan akses kredit digital.

Dari sisi praktis, penelitian ini memberikan *insight* berbasis *evidence* tentang kebutuhan, perilaku, dan pain points konsumen di pasar sekunder seperti Banjarmasin. Temuan tentang preferensi platform, motivasi penggunaan, kesadaran risiko, dan harapan konsumen dapat menjadi acuan strategis dalam pengembangan fitur *paylater* yang lebih responsif, edukatif, inklusif, dan bertanggung jawab. Bagi

pemerintah daerah Kota Banjarmasin, penelitian ini memberikan data dan analisis empiris tentang transformasi ekonomi digital dan pola konsumsi generasi muda di wilayah tersebut.

E. Definisi Operasional

1. Paylater

Layanan *paylater* atau *Buy Now Pay Later* (BNPL), Dalam penelitian ini, dipahami sebagai salah satu bentuk inovasi keuangan digital yang memungkinkan konsumen melakukan pembelian barang secara langsung tanpa harus membayar saat itu juga. Pembayaran ditangguhkan ke waktu tertentu, baik secara sekaligus di akhir periode maupun dalam bentuk cicilan (Rasyid, 2024). *Paylater* yang dimaksud dalam penelitian ini adalah *paylater* yang tersedia di *e-commerce*.

2. Generasi Z

Generasi Z dalam penelitian ini adalah kelompok individu yang lahir sekitar tahun 1997–2012, yang saat ini berada pada rentang usia muda. Generasi ini dikenal sebagai *digital natives* karena tumbuh dalam era internet dan teknologi finansial modern. Kedekatan Generasi Z dengan media sosial, *e-commerce*, dan layanan *fintech* menjadikan mereka kelompok yang paling adaptif sekaligus rentan terhadap penggunaan kredit digital seperti *paylater*. dalam penelitian ini, Generasi Z dibatasi pada usia 18–25 tahun yang berdomisili di Kota Banjarmasin.

3. Perilaku Keuangan

perilaku keuangan dalam penelitian ini didefinisikan sebagai cara individu mengelola sumber daya finansialnya, termasuk (1) perencanaan dan penganggaran,

(2) kebiasaan menabung dan berinvestasi, (3) pengelolaan utang, (4) kontrol terhadap pengeluaran konsumtif, serta (5) respons terhadap risiko finansial. Perilaku ini diamati dalam konteks penggunaan layanan *paylater*. Perilaku keuangan mencerminkan kemampuan individu untuk bertindak secara rasional dalam keputusan ekonomi sehari-hari. Dalam konteks Generasi Z, perilaku keuangan sangat dipengaruhi oleh kemudahan akses layanan digital seperti *paylater*, yang dapat mendorong keputusan konsumsi impulsif apabila tidak diimbangi dengan literasi dan perencanaan keuangan yang baik (Lusardi & Mitchell, 2014; Santika, 2025)

F. Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan pemahaman dan analisis tentang tren *paylater*: analisis perilaku keuangan Generasi Z di Kota Banjarmasin penelitian ini disusun dengan sistematika yang terstruktur.

Bab I menyajikan landasan pemikiran yang menjadi latar belakang dilaksanakannya penelitian, serta menguraikan urgensi topik yang diangkat. Di dalamnya termuat perumusan masalah yang menjadi pusat perhatian penelitian, tujuan yang hendak dicapai, serta manfaat penelitian dari sisi teoritis dan praktis. Bab ini juga menyertakan definisi operasional guna memperjelas ruang lingkup penelitian, dan dilengkapi dengan sistematika penulisan skripsi untuk memberikan gambaran umum isi setiap bab.

Bab II memuat telaah teoritis yang relevan untuk mendukung pemahaman terhadap isu yang diteliti, dengan merujuk pada literatur seperti buku akademik,

teori yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan Social Learning Theory yang dikemukakan oleh Bandura (1977) untuk menjelaskan tren penggunaan *paylater* (rumusan masalah pertama), Untuk mengetahui fakto tren penggunaan *paylater* (rumusan masalah kedua), penelitian ini menggunakan teori hedonic dan utilitarian consumption dari Hirschman dan Holbrook (1982), yang diperkuat oleh Prospect Theory Kahneman dan Tversky (1979) mengenai kecenderungan individu menekankan manfaat jangka pendek, serta konsep maqashid al-syariah (dharuriyat, hajiyyat, tahsiniyyat) Adapun untuk menjelaskan risiko penggunaan *paylater* terhadap perilaku keuangan (rumusan masalah ketiga), penelitian ini menggunakan *Locus of Control Theory* yang dikembangkan oleh Rotter (1966) sebagai teori utama, yang diperkuat oleh teori literasi keuangan dari (Lusardi dan Mitchell 2014).

Bab III menjelaskan pendekatan dan jenis penelitian yang digunakan, dengan fokus pada metode kualitatif. Penelitian dilakukan di kota Banjarmasin dengan subjek dan objek yang relevan dengan fenomena yang dikaji. Teknik pengumpulan data meliputi wawancara mendalam. Data yang diperoleh kemudian dianalisis secara deskriptif kualitatif, dengan menerapkan teknik triangulasi sebagai upaya untuk memastikan validitas dan reliabilitas data.

Bab IV memaparkan hasil analisis data lapangan serta pembahasan terhadap temuan-temuan penelitian. Fokus utama berada pada penggunaan layanan *paylater*, termasuk proses, pola penggunaan, serta *mekanisme* yang diterapkan oleh pihak penyedia. Analisis diarahkan pada pemahaman mengenai bagaimana tren penggunaan *paylater* menjawab kebutuhan konsumsi secara instan di kalangan

Generasi Z, sekaligus menelaah potensi risiko berupa ketergantungan dan utang konsumtif yang dapat muncul dari fenomena ini.

Bab V menyimpulkan temuan-temuan utama dari penelitian dan merumuskan saran yang ditujukan kepada para pemangku kepentingan, termasuk lembaga keuangan, regulator, dan pemerintah. Selain itu, disampaikan pula implikasi teoritis dan praktis dari hasil studi ini. diharapkan bahwa pendekatan sistematis yang digunakan dalam penelitian ini dapat memberikan pemahaman yang lebih menyeluruh mengenai dinamika penggunaan *paylater* di kalangan generasi muda, terutama dalam kaitannya dengan gaya hidup instan dan potensi bahaya utang konsumtif.