

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan yang signifikan dalam berbagai aspek kehidupan masyarakat, termasuk cara berkomunikasi, bekerja, berbelanja, hingga mengelola keuangan. Transformasi digital tersebut tidak hanya menghasilkan berbagai inovasi teknologi, tetapi juga membentuk gaya hidup masyarakat yang semakin mengutamakan kecepatan, kemudahan, dan kepraktisan dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari. Perubahan gaya hidup ini terlihat dari meningkatnya ketergantungan masyarakat terhadap layanan berbasis digital dalam berbagai aktivitas ekonomi. Salah satu inovasi yang berkembang pesat adalah *financial technology (fintech)* yang menawarkan berbagai kemudahan transaksi keuangan secara digital.

Salah satu inovasi *fintech* yang mengalami perkembangan pesat adalah layanan *Buy Now Pay Later (BNPL)* atau yang lebih dikenal dengan *PayLater*. Layanan ini memungkinkan konsumen untuk melakukan pembelian barang atau jasa tanpa harus membayar secara langsung pada saat transaksi, melainkan dapat ditunda atau dicicil dalam jangka waktu tertentu. Kemudahan yang ditawarkan oleh *PayLater* menjadikannya sebagai salah satu metode pembayaran yang semakin populer di kalangan masyarakat, khususnya generasi muda. Berdasarkan laporan Otoritas Jasa Keuangan (2023), penggunaan layanan *fintech* termasuk *PayLater* mengalami peningkatan yang signifikan seiring dengan meningkatnya penetrasi

internet dan penggunaan smartphone di Indonesia. Selain itu, Katadata Insight Center (2024) juga mencatat bahwa mayoritas pengguna *PayLater* berasal dari kelompok usia produktif, termasuk mahasiswa yang memiliki tingkat adaptasi teknologi yang tinggi.

Berdasarkan data Otoritas Jasa Keuangan (OJK), penggunaan layanan *Buy Now Pay Later* (BNPL) di Indonesia terus mengalami peningkatan. Hingga triwulan I tahun 2025, outstanding pembiayaan BNPL mencapai sekitar Rp22,9 triliun, meningkat sekitar 30% secara tahunan (year-on-year). Selain itu, jumlah akun pengguna layanan BNPL yang terdaftar telah mencapai sekitar 15,4 juta akun, yang menunjukkan bahwa layanan ini semakin diminati oleh masyarakat Indonesia, khususnya kelompok usia produktif yang akrab dengan teknologi digital.

Peningkatan jumlah pengguna tersebut menunjukkan bahwa *PayLater* telah menjadi salah satu metode pembayaran digital yang semakin diterima masyarakat. Kelompok mahasiswa sebagai bagian dari generasi muda termasuk pengguna yang aktif memanfaatkan layanan ini karena menawarkan kemudahan, fleksibilitas, dan kecepatan dalam bertransaksi. Kondisi tersebut menjadikan mahasiswa sebagai kelompok yang relevan untuk diteliti dalam kaitannya dengan perilaku konsumtif.

Perkembangan penggunaan layanan *Buy Now Pay Later* (BNPL) di Indonesia menunjukkan tren yang terus meningkat. Berdasarkan data Otoritas Jasa Keuangan (OJK), outstanding pembiayaan BNPL mengalami pertumbuhan dari tahun ke tahun seiring meningkatnya jumlah pengguna layanan keuangan digital. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa *PayLater* telah menjadi salah satu metode pembayaran yang banyak digunakan masyarakat, terutama oleh generasi muda

yang memiliki tingkat adaptasi teknologi tinggi. Mahasiswa termasuk kelompok yang cukup aktif memanfaatkan layanan ini karena dinilai praktis, cepat, dan mampu memenuhi kebutuhan konsumsi secara instan.

Fenomena meningkatnya penggunaan *PayLater* di Indonesia tidak terlepas dari perubahan gaya hidup masyarakat yang semakin mengedepankan kepraktisan, kecepatan, dan fleksibilitas dalam bertransaksi. Kemudahan dalam mengakses layanan keuangan digital membuat masyarakat cenderung lebih mudah dalam melakukan pembelian tanpa mempertimbangkan kondisi keuangan secara matang. Dalam hal ini, *PayLater* tidak hanya berfungsi sebagai alat pembayaran, tetapi juga telah menjadi bagian dari gaya hidup modern. Namun demikian, di balik kemudahan tersebut, terdapat potensi risiko yang cukup besar, terutama dalam mendorong munculnya perilaku konsumtif di kalangan masyarakat.

Perilaku konsumtif merupakan kecenderungan individu untuk melakukan pembelian barang atau jasa secara berlebihan yang tidak didasarkan pada kebutuhan rasional, melainkan lebih dipengaruhi oleh keinginan, emosi, serta tekanan sosial (Sumartono, 2002). Dalam konteks mahasiswa, perilaku konsumtif sering kali dipengaruhi oleh faktor gaya hidup, lingkungan pergaulan, promosi, serta kemudahan akses terhadap layanan keuangan digital. Kemudahan yang ditawarkan oleh *PayLater* memungkinkan mahasiswa untuk membeli barang atau jasa tanpa harus memiliki dana yang cukup pada saat itu, sehingga dapat menurunkan tingkat kontrol diri dalam berbelanja. Hal ini sejalan dengan teori perilaku konsumen yang menyatakan bahwa kemudahan akses terhadap sumber daya keuangan dapat meningkatkan kecenderungan konsumsi impulsif (Kotler & Keller, 2016).

Dalam menjelaskan fenomena penggunaan teknologi, *Technology Acceptance Model* (TAM) yang dikembangkan oleh Davis (1989) menjadi salah satu teori yang relevan. Model ini menyatakan bahwa penerimaan suatu teknologi dipengaruhi oleh dua faktor utama, yaitu *perceived usefulness* (manfaat yang dirasakan) dan *perceived ease of use* (kemudahan penggunaan). Dalam penelitian ini, variabel *perceived usefulness* dikembangkan menjadi pengalaman pengguna (*user experience*), yang mencakup aspek kepuasan, kenyamanan, serta kualitas layanan yang dirasakan selama penggunaan. Pengalaman pengguna yang positif akan mendorong individu untuk terus menggunakan layanan tersebut, sehingga meningkatkan intensitas penggunaan.

Menurut Parasuraman et al. (2005), pengalaman pengguna mencakup keseluruhan interaksi antara pengguna dengan sistem, termasuk persepsi terhadap kualitas layanan, kemudahan penggunaan, serta kepuasan yang diperoleh. Pengalaman yang positif, seperti proses transaksi yang cepat, sistem yang stabil, serta kemudahan dalam menyelesaikan kendala, akan meningkatkan kepercayaan pengguna terhadap layanan *PayLater*. Namun, intensitas penggunaan yang tinggi ini juga berpotensi mendorong terbentuknya kebiasaan konsumsi yang berlebihan, sehingga berkontribusi terhadap meningkatnya perilaku konsumtif.

Meskipun berbagai penelitian sebelumnya telah mengkaji penggunaan *PayLater*, sebagian besar penelitian masih berfokus pada minat penggunaan atau niat adopsi teknologi (Stevania et al., 2023; Wibasuri et al., 2022). Sementara itu, penelitian yang secara spesifik mengkaji pengaruh pengalaman pengguna dan kemudahan penggunaan terhadap perilaku konsumtif masih terbatas. Selain itu,

penelitian yang melakukan perbandingan antara kelompok mahasiswa dengan latar belakang pendidikan yang berbeda, khususnya antara mahasiswa berbasis pendidikan Islam dan umum, juga masih jarang dilakukan. Hal ini menunjukkan adanya research gap yang perlu dikaji lebih lanjut.

Dari sisi geografis, fenomena penggunaan *PayLater* tidak hanya terjadi di tingkat nasional, tetapi juga dapat diamati di berbagai daerah, termasuk di Kalimantan Selatan. Kota Banjarmasin sebagai pusat aktivitas ekonomi dan pendidikan menjadi salah satu wilayah yang menunjukkan peningkatan penggunaan layanan keuangan digital. Mahasiswa sebagai kelompok usia produktif dengan tingkat literasi digital yang tinggi menjadi salah satu pengguna utama layanan *PayLater*. Namun demikian, tingkat literasi keuangan yang belum merata menyebabkan penggunaan layanan tersebut tidak selalu diiringi dengan pengelolaan keuangan yang bijak.

Dalam perspektif ekonomi Islam, penggunaan *PayLater* juga menimbulkan persoalan tersendiri. Layanan *PayLater* yang umumnya mengandung bunga atau biaya tambahan berpotensi mengandung unsur riba yang dilarang dalam Islam. Selain itu, perilaku konsumtif yang berlebihan termasuk dalam kategori israf (pemborosan), yang dilarang sebagaimana dijelaskan dalam QS. Al-Isra' ayat 27. Islam mengajarkan prinsip keseimbangan (*wasathiyah*) dalam konsumsi serta mendorong individu untuk mengelola keuangan secara bijak dan bertanggung jawab. Oleh karena itu, fenomena penggunaan *PayLater* di kalangan mahasiswa menjadi penting untuk dikaji dalam perspektif ekonomi Islam.

Perbedaan latar belakang pendidikan antara mahasiswa Universitas Islam Negeri Antasari dan Universitas Lambung Mangkurat menjadi aspek penting dalam penelitian ini. Mahasiswa UIN Antasari dibekali dengan nilai-nilai keuangan syariah yang menekankan larangan riba dan pentingnya pengelolaan keuangan yang bijak, sedangkan mahasiswa ULM memiliki latar belakang pendidikan yang lebih umum dan cenderung lebih terbuka terhadap penggunaan layanan keuangan konvensional. Perbedaan ini memungkinkan adanya variasi dalam perilaku konsumtif meskipun menggunakan layanan *PayLater* yang sama.

Penelitian mengenai penggunaan layanan *PayLater* telah banyak dilakukan, terutama dalam konteks adopsi teknologi keuangan digital. Sebagian besar penelitian terdahulu berfokus pada faktor-faktor yang memengaruhi minat atau niat penggunaan *PayLater*, seperti kemudahan penggunaan, manfaat yang dirasakan, serta kepercayaan pengguna (Stevania et al., 2023; Wibasuri et al., 2022). Penelitian-penelitian tersebut umumnya menggunakan pendekatan *Technology Acceptance Model* (TAM) dengan menekankan pada aspek penerimaan teknologi, bukan pada dampak perilaku yang ditimbulkan setelah penggunaan.

Berdasarkan berbagai penelitian terdahulu, sebagian besar penelitian masih berfokus pada faktor-faktor yang memengaruhi minat penggunaan *PayLater*, seperti persepsi manfaat, kemudahan penggunaan, dan kepercayaan. Sementara itu, penelitian yang mengkaji pengaruh pengalaman pengguna terhadap perilaku konsumtif masih terbatas. Selain itu, penelitian yang membandingkan pengaruh penggunaan *PayLater* pada mahasiswa dengan latar belakang pendidikan yang berbeda, khususnya antara perguruan tinggi berbasis keislaman dan perguruan

tinggi umum, juga masih jarang dilakukan. Kondisi tersebut menunjukkan adanya *research gap* yang menjadi dasar dilakukannya penelitian ini.

Berdasarkan uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa terdapat kesenjangan penelitian (*research gap*) yaitu belum banyak penelitian yang secara simultan mengkaji pengaruh pengalaman pengguna dan kemudahan penggunaan *PayLater* terhadap perilaku konsumtif, serta membandingkannya antara mahasiswa dengan latar belakang pendidikan yang berbeda. Oleh karena itu, penelitian ini hadir untuk mengisi kesenjangan tersebut

Penelitian ini dilakukan pada mahasiswa Universitas Islam Negeri Antasari dan Universitas Lambung Mangkurat karena kedua perguruan tinggi memiliki karakteristik akademik yang berbeda. Mahasiswa UIN Antasari memperoleh pembelajaran mengenai ekonomi dan keuangan syariah yang membahas prinsip kehati-hatian dalam bertransaksi, larangan riba, serta pengelolaan keuangan sesuai prinsip syariah. Sementara itu, mahasiswa ULM berasal dari berbagai disiplin ilmu dengan karakteristik pembelajaran yang lebih beragam. Menurut Kotler dan Keller (2016), pendidikan merupakan salah satu faktor pribadi yang memengaruhi perilaku konsumen karena membentuk cara individu memahami informasi dan mengambil keputusan konsumsi. Selain itu, Lusardi dan Mitchell (2014) menjelaskan bahwa pengetahuan keuangan berperan penting dalam memengaruhi keputusan seseorang dalam menggunakan produk dan layanan keuangan. Oleh karena itu, perbedaan latar belakang pendidikan tersebut berpotensi memengaruhi cara mahasiswa memahami manfaat, risiko, dan penggunaan layanan *PayLater* sehingga menarik untuk dibandingkan dalam penelitian ini

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah pengalaman dan kemudahan penggunaan *PayLater* berpengaruh secara parsial terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Islam Negeri Antasari (UIN) dan Universitas Lambung Mangkurat (ULM)?
2. Apakah pengalaman dan kemudahan penggunaan *PayLater* berpengaruh secara simultan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Islam Negeri Antasari (UIN) dan Universitas Lambung Mangkurat (ULM)?

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk:

1. Untuk menganalisis pengalaman dan kemudahan penggunaan *PayLater* berpengaruh secara parsial terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Islam Negeri Antasari (UIN) dan Universitas Lambung Mangkurat (ULM).
2. Untuk menganalisis pengalaman dan kemudahan penggunaan *PayLater* berpengaruh secara simultan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Islam Negeri Antasari (UIN) dan Universitas Lambung Mangkurat (ULM).

D. Signifikansi Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa kontribusi penting yang di harapkan dapat memberikan manfaat, baik secara teoritis maupun praktis, bagi berbagai pihak yang terkait. Adapun signifikansi penelitian ini dijelaskan sebagai berikut:

1. Signifikansi Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan teori-teori perilaku konsumen dan teknologi keuangan digital (*financial technology*), khususnya dalam konteks penggunaan layanan *PayLater* di kalangan generasi muda. Dengan meneliti pengaruh pengalaman dan kemudahan penggunaan terhadap perilaku konsumtif, penelitian ini akan memperkaya referensi akademik mengenai faktor-faktor psikologis dan teknologis yang membentuk keputusan konsumsi. Selain itu, hasil penelitian ini juga dapat memperkuat teori *Technology Acceptance Model (TAM)* dan *consumer behavior theory* dalam konteks penggunaan layanan digital berbasis kredit di era modern.

Dalam konteks kajian ekonomi Islam, penelitian ini turut memberikan pemahaman tentang bagaimana nilai-nilai syariah berinteraksi dengan praktik keuangan modern di kalangan mahasiswa. Hal ini mendukung temuan Hafidh & Mulyani (2021) yang menyatakan bahwa meskipun mahasiswa memiliki pengetahuan mengenai prinsip keuangan syariah, praktik aktualnya sering kali dipengaruhi oleh kebutuhan dan kenyamanan.

2. Signifikansi Praktis

Secara praktis, hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai dasar pertimbangan bagi berbagai pihak, antara lain:

a. Lembaga Pendidikan Tinggi

Untuk mengembangkan kurikulum atau program literasi keuangan digital yang tidak hanya berfokus pada aspek teknis, tetapi juga menanamkan nilai-nilai kehati-hatian, etika, dan prinsip syariah dalam pengelolaan keuangan pribadi mahasiswa.

b. Regulator Keuangan

Seperti Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dan Bank Indonesia, hasil penelitian ini dapat menjadi acuan dalam merancang kebijakan perlindungan konsumen dan edukasi keuangan digital, terutama bagi segmen usia muda yang rentan terhadap perilaku konsumtif dan utang jangka pendek.

c. Penyedia Layanan *PayLater* dan *Fintech*

Untuk memahami segmentasi pasar mahasiswa dan merancang strategi pemasaran serta produk keuangan yang lebih bertanggung jawab dan inklusif.

d. Mahasiswa dan Masyarakat Umum

Sebagai bahan refleksi dan pertimbangan dalam menggunakan layanan keuangan berbasis digital agar lebih bijak dan sesuai dengan prinsip-prinsip keuangan sehat dan syariah.

E. Sistematika Penulisan

Penulisan skripsi ini disusun dalam lima bab yaitu: BAB I Pendahuluan yang berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, dan signifikansi penelitian, BAB II Landasan Teori yang berisi kajian teori, penelitian terdahulu, kerangka berpikir, dan hipotesis penelitian, BAB III Metode Penelitian yang berisi jenis dan pendekatan penelitian, lokasi penelitian, populasi dan sampel, serta teknik analisis data, BAB IV Hasil dan Pembahasan yang memuat hasil penelitian dan analisis data, BAB V Penutup yang berisi simpulan dan saran