

BAB I

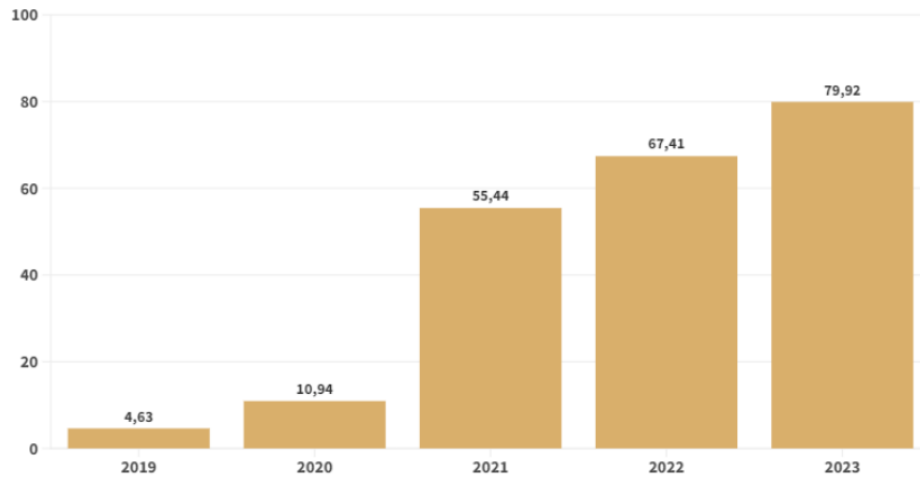
PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Pada era digital satu dekade terakhir, segala aktivitas masyarakat tidak terlepas dari penggunaan teknologi. Hampir semua peluang kini dapat diakses kapan saja dan di mana saja dengan dukungan teknologi digital. Teknologi terus mengalami perkembangan tidak terkecuali dalam sektor keuangan. Seiring berkembangnya teknologi informasi dan meningkatnya kebutuhan masyarakat akan layanan keuangan yang cepat, praktis, dan efisien, pergeseran dari bank konvensional ke layanan perbankan digital menjadi fenomena yang semakin menonjol. Pergeseran perilaku konsumen dipengaruhi oleh kemudahan layanan aplikasi mobile dan internet banking. Masyarakat lebih tertarik dengan transaksi digital dibandingkan transaksi tatap muka di kantor cabang. Di tengah meningkatnya ketertarikan terhadap layanan serba otomatis, lembaga perbankan perlu melakukan inovasi dan transformasi digital untuk keunggulan yang berkelanjutan. Digitalisasi perbankan dapat memungkinkan bank untuk meminimalisir biaya operasi dan memperluas jangkauan layanan tanpa mengurangi banyak kantor fisik. Dengan demikian, peralihan dari bank konvensional ke bank digital adalah dampak dari kemajuan teknologi dan adaptasi industri perbankan terhadap tuntutan efisiensi dan gaya hidup masyarakat. *Financial technology (fintech)* hadir dan berkembang membawa efek kemajuan di infrastruktur keuangan dan bisa digunakan oleh banyak orang. (Pratama & Anas,

2024) menjelaskan bahwa perkembangan fintech yang didukung oleh teknologi digital berperan penting dalam meningkatkan efektivitas transaksi keuangan, sehingga memberikan kemudahan bagi pengguna dalam melakukan aktivitas pembayaran sehari-hari.

Layanan *Buy Now Pay Later* (BNPL) adalah metode pembayaran kredit jangka pendek yang memungkinkan konsumen untuk membeli barang atau jasa dan mencicil pembayarannya dalam beberapa kali angsuran. (Juita *et al.*, 2024) menyatakan bahwa layanan BNPL mendorong pembelian impulsif karena sistem pembayaran yang ditangguhkan menurunkan hambatan psikologis konsumen dalam mengambil keputusan konsumsi, sehingga persepsi terhadap beban biaya menjadi lebih ringan dan pertimbangan rasional cenderung berkurang. Pembiayaan layanan BNPL yang melonjak 17 kali lipat dalam 5 tahun terakhir menunjukkan pertumbuhan pesat popularitas layanan pinjaman ini di tengah masyarakat Indonesia (Lubis, 2025). Dikutip dari CNBC Indonesia (2021), platform BNPL sedang ramai di kalangan anak muda, namun ancaman terbesar adalah gagal bayar utang. Penggunaan BNPL selama masih dalam batas wajar dan dengan penuh tanggung jawab sebenarnya dapat membantu meringankan beban masyarakat, terutama mereka yang benar-benar harus memenuhi kebutuhannya namun kondisi ekonomi berkata lain. Berikut data pertumbuhan pengguna BNPL di Indonesia:



Sumber: OJK, 2023

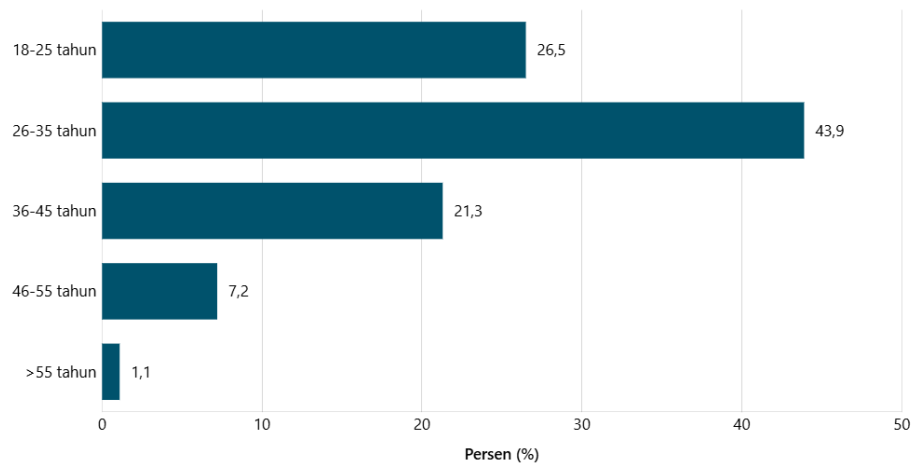
Gambar I. 1 Grafik Pertumbuhan pengguna BNPL di Indonesia

Grafik peningkatan pengguna digital dari tahun 2019 hingga 2023

menunjukkan adanya transformasi signifikan dalam perilaku pembayaran masyarakat Indonesia menuju sistem non-tunai. Pertumbuhan ini dipengaruhi oleh percepatan digitalisasi yang terjadi selama masa pandemi, yang mendorong masyarakat beralih ke metode pembayaran digital karena dianggap lebih praktis, efisien, dan minim kontak fisik. Dominasi penggunaan teknologi digital oleh generasi muda, disertai intensifikasi promosi dan kemudahan integrasi layanan pada platform *e-commerce*, semakin mempercepat peningkatan tersebut. Sejalan dengan meningkatnya kepercayaan terhadap keamanan layanan fintech serta dukungan regulatif pemerintah dalam mewujudkan *cashless society*, keseluruhan faktor ini berkontribusi terhadap pertumbuhan transaksi digital yang konsisten dan signifikan. Saat ini OJK mencatat utang BNPL perbankan mencapai Rp24,33 triliun per Agustus 2025, tumbuh 32,35 % yoy, dengan 29,33 juta pengguna (Irawati *et al.*, 2025).

Pertumbuhan layanan *Buy Now Pay Later* (BNPL) menunjukkan peningkatan yang signifikan di kalangan generasi muda, khususnya Generasi Milenial dan

Generasi Z, yang dikenal sebagai kelompok dengan tingkat adopsi teknologi paling tinggi. Generasi Milenial, yang berada pada rentang usia sekitar 27–42 tahun (kelahiran 1981–1996), serta Generasi Z yang berusia sekitar 12–26 tahun (kelahiran 1997–2012), merupakan masyarakat yang tumbuh dalam ekosistem digital sehingga memiliki preferensi kuat terhadap layanan keuangan yang cepat, fleksibel, dan mudah diakses. Tingginya keterlibatan kedua generasi ini dalam aktivitas belanja daring, ditambah dengan kemudahan proses verifikasi, minimnya persyaratan administrasi, serta integrasi BNPL dengan berbagai platform *e-commerce*, menjadikan layanan tersebut semakin diminati. Berikut data usia pengguna layanan BNPL tahun 2023.



Sumber: Katadata (2023)

Gambar I. 2 Grafik Jumlah Pengguna BNPL di Indonesia menurut Kelompok Usia

Grafik distribusi usia menunjukkan bahwa layanan BNPL paling banyak digunakan oleh kelompok usia 26–35 tahun, yang didominasi oleh milenial dan berada pada fase awal karier sehingga lebih membutuhkan fleksibilitas pembayaran serta memiliki kemampuan adaptasi tinggi terhadap teknologi digital. Pengguna terbesar kedua berasal dari kelompok usia 18–25 tahun (Gen Z), yang dikenal intens

menggunakan platform digital dan cenderung tertarik pada kemudahan transaksi instan. Sebaliknya, proporsi penggunaan menurun pada kelompok usia 36 tahun ke atas, yang umumnya lebih berhati-hati dalam mengambil keputusan finansial dan kurang familiar dengan layanan keuangan digital. Hal ini menunjukkan bahwa popularitas BNPL sangat dipengaruhi oleh faktor usia, dengan dominasi kuat pada kelompok generasi muda.

Generasi Z merupakan kelompok yang tumbuh bersamaan dengan perkembangan teknologi digital sehingga memiliki kedekatan yang tinggi dengan penggunaan internet dan media sosial. Dalam kehidupan sehari-hari, media sosial dimanfaatkan tidak hanya sebagai sarana komunikasi, tetapi juga sebagai sumber utama dalam memperoleh informasi dan membentuk pola interaksi sosial. Pertumbuhan BNPL diikuti dengan meningkatnya risiko yang berkaitan dengan perilaku finansial yang tidak sehat. Mekanisme menunda pembayaran yang dianggap mudah sering menimbulkan kebiasaan impulsif. Juita *et al.*, (2023) menjelaskan bahwa kemudahan proses pendaftaran serta persetujuan pembayaran yang cepat pada layanan BNPL membuat konsumen lebih mudah menggunakan layanan tersebut, sehingga keputusan pembelian sering kali dilakukan tanpa pertimbangan finansial yang matang.

Meningkatnya penggunaan layanan BNPL di kalangan mahasiswa merupakan fenomena yang tidak dapat dilepaskan dari perubahan preferensi konsumsi generasi muda yang semakin berorientasi pada kemudahan dan kepuasan instan. Kemudahan transaksi dan fleksibilitas pembayaran pada layanan BNPL mendorong konsumen melakukan pembelian impulsif karena persepsi biaya yang

terasa lebih ringan dan tidak langsung (Juita *et al.*, 2023). Kondisi ini menjadi semakin kompleks ketika mahasiswa, sebagai kelompok dengan literasi keuangan yang relatif belum matang, terpapar secara intens terhadap lingkungan digital yang sarat promosi dan normalisasi konsumsi berbasis kredit. Fenomena tersebut menegaskan bahwa BNPL tidak lagi sekadar instrumen pembayaran alternatif, melainkan telah bertransformasi menjadi bagian dari gaya hidup konsumtif mahasiswa.

Layanan BNPL telah memicu perubahan pola konsumsi di kalangan mahasiswa, dimana pembelian tidak lagi didasarkan pada kebutuhan mendesak, tetapi sering dipengaruhi oleh dorongan impulsif dan persepsi kemudahan akses kredit. Menurut Budiman *et al.*, (2023), layanan BNPL memberikan kemudahan dalam sistem pembayaran kredit sehingga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Konsumen cenderung lebih mudah melakukan pembelian ketika tersedia opsi pembayaran tunda karena keterbatasan dana tidak lagi menjadi hambatan utama dalam proses transaksi. (Xu, 2025) Tekanan sosial digital yang muncul melalui interaksi intensif di media sosial, seperti rekomendasi teman sebaya dan paparan konten konsumsi secara berulang, terbukti meningkatkan kecenderungan pembelian impulsif. Lingkungan sosial digital mendorong individu untuk menyesuaikan diri dengan kelompoknya, sehingga keputusan pembelian sering kali dilakukan tanpa perencanaan yang matang. Mahasiswa cenderung meningkatkan frekuensi belanja dan memilih produk yang berada di luar kemampuan finansial jangka pendek mereka. Seiring berjalannya waktu, pola konsumsi yang terbentuk dari kebiasaan menunda pembayaran ini dapat

berkembang menjadi ketergantungan, karena mahasiswa semakin mengandalkan BNPL untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari maupun gaya hidup.

Secara psikologis, perilaku ketergantungan terhadap layanan BNPL dipengaruhi oleh aspek emosional yang membentuk kecenderungan individu dalam mengambil keputusan keuangan. Ketergantungan layanan BNPL muncul ketika konsumen terus menggunakan fasilitas pembayaran tunda secara berulang, mengandalkan BNPL untuk berbagai pembelian, dan mengalami kesulitan menahan diri dari pembelian impulsif, sehingga penggunaan layanan tersebut menjadi bagian rutin dari pola konsumsi sehari-hari (Ayu *et al.*, 2021). Meningkatnya penggunaan BNPL di kalangan generasi Z dan milenial khususnya mahasiswa tidak hanya kebutuhan daya beli, tetapi karena faktor sosial dan psikologis yang berkembang dalam lingkungan digital. Banyak yang menggunakan BNPL karena dorongan untuk manfaat dan kepuasan secara instan tanpa harus mengeluarkan biaya awal.

Permasalahan utama yang muncul dari fenomena tersebut adalah meningkatnya kecenderungan ketergantungan penggunaan BNPL yang berpotensi memicu risiko finansial jangka panjang. Menurut Budiman *et al.*, (2023), kemudahan dan fleksibilitas yang ditawarkan layanan BNPL mendorong konsumen untuk semakin sering menggunakan skema pembayaran kredit dalam bertransaksi. Penggunaan yang berulang tersebut berpotensi menumbuhkan ketergantungan terhadap layanan BNPL, karena konsumen cenderung mengandalkan fasilitas pembayaran tunda sebagai solusi utama ketika menghadapi keterbatasan dana saat melakukan pembelian. Ketergantungan ini tidak hanya dipicu oleh faktor ekonomi,

tetapi juga oleh faktor psikologis dan sosial yang membentuk pola pengambilan keputusan mahasiswa. Oleh karena itu, memahami faktor-faktor yang melatarbelakangi ketergantungan BNPL menjadi penting untuk mencegah dampak negatif yang lebih luas terhadap stabilitas keuangan individu di masa depan.

Mahasiswa lebih memikirkan keinginan saat ini, seperti mengikuti tren, memenuhi gaya hidup, dan cenderung mengabaikan risiko finansial yang mungkin muncul di kemudian hari. Kondisi ini menunjukkan kecenderungan untuk mengutamakan kepuasan jangka pendek dibanding konsekuensi jangka panjang atau yang sering disebut dengan *present bias*. Tingkat kepercayaan mahasiswa terhadap penyedia layanan *fintech* sangat berpengaruh terhadap keputusan untuk menggunakan BNPL secara berulang. Alasan penting dalam memilih metode pembayaran yaitu dengan mempertimbangkan keamanan data, transparansi biaya, fitur layanan, dan reputasi platform. Selain itu, melalui media sosial, tren belanja online, serta pengaruh sosial turut mendorong mahasiswa merasa perlu mengikuti pola konsumsi kelompoknya. Kondisi tersebut sering disebut dengan *digital peer pressure* yang pada akhirnya mampu meningkatkan frekuensi penggunaan BNPL. Tingginya tingkat kepercayaan terhadap platform *fintech* atau sering disebut dengan *fintech trustworthiness* membuat pengguna merasa aman dan nyaman dalam bertransaksi, sehingga tidak menyadari potensi risiko dari penggunaan BNPL yang berulang. Kombinasi dari ketiga faktor tersebut menciptakan kondisi yang membuat generasi muda semakin rentan mengalami ketergantungan dalam penggunaan layanan BNPL.

Perkembangan layanan keuangan digital membawa perubahan besar dalam cara seseorang mengambil keputusan saat berbelanja. Fitur pembayaran yang cepat, cicilan ringan, hingga promo potongan harga sering kali membuat keputusan finansial terasa lebih sederhana dan instan. Dalam situasi seperti ini, muncul dorongan psikologis yang membuat seseorang cenderung lebih memprioritaskan kepuasan saat ini dibandingkan mempertimbangkan dampak jangka panjang, yang dikenal sebagai *present bias*. *Present Bias* atau kecenderungan untuk lebih mengutamakan kepuasan saat ini dibandingkan konsekuensi jangka panjang menjadi pemicu utama perilaku penggunaan BNPL. Individu dengan tingkat *present bias* yang tinggi cenderung mengutamakan kepuasan jangka pendek dan mengabaikan dampak keuangan jangka panjang dalam pengambilan keputusan (Maji & Prasad, 2025). Menurut Budiman *et al.*, (2023), *present bias* merupakan kecenderungan individu untuk lebih memprioritaskan manfaat yang dapat dirasakan secara langsung dibandingkan dengan konsekuensi yang akan muncul di masa depan. Dalam konteks penggunaan BNPL, *present bias* mendorong konsumen untuk fokus pada kemudahan memperoleh barang saat ini, sementara beban pembayaran di kemudian hari sering kali diabaikan atau dianggap kurang penting. *Present Bias* terjadi saat individu menunda tindakan yang menguntungkan jangka panjang dan memilih aktivitas yang memberikan kepuasan instan. Individu yang mengalami *present bias* cenderung memprioritaskan manfaat langsung berupa kepemilikan barang, sementara risiko keuangan di masa depan dianggap tidak terlalu signifikan. Pola ini mendorong perilaku pembelian impulsif yang berulang sehingga memperbesar potensi terjadinya ketergantungan. Fenomena saat ini dalam

konteks BNPL pengguna memilih kenyamanan meski harus menanggung cicilan dan biaya tambahan di masa mendatang.

Penggunaan media sosial yang intens juga menghadirkan tekanan sosial baru. Konten mengenai tren belanja, gaya hidup orang lain, dan rekomendasi digital sering mempengaruhi keputusan seseorang agar terlihat tidak tertinggal, dan fenomena ini sering disebut *digital peer pressure*. *Digital peer pressure* juga berperan dalam mendorong penggunaan BNPL. Tekanan sosial di lingkungan digital melalui media sosial menciptakan kebutuhan untuk mengikuti tren konsumsi yang sedang berkembang. Menurut Xu, (2025), *digital peer pressure* merupakan tekanan sosial yang terbentuk melalui interaksi dengan teman sebaya di lingkungan digital, di mana paparan perilaku dan rekomendasi konsumsi secara berulang mendorong individu untuk menyesuaikan keputusan pembelian agar selaras dengan kelompok sosialnya. Kondisi ini membuat individu lebih mudah terdorong untuk melakukan pembelian, meskipun kemampuan finansial sebenarnya tidak mendukung, sehingga penggunaan BNPL menjadi sarana untuk memenuhi ekspektasi sosial tersebut.

Tingkat keyakinan pengguna terhadap keamanan, transparansi, dan keandalan layanan keuangan digital atau *fintech trustworthiness* turut memperkuat keputusan seseorang untuk terus menggunakan layanan tersebut. Menurut Devlin *et al.*, (2025), *fintech trustworthiness* menggambarkan tingkat keyakinan pengguna terhadap layanan keuangan berbasis teknologi yang muncul dari pengalaman penggunaan sistem yang aman, transparan, dan dapat diandalkan. Kepercayaan ini terbentuk melalui persepsi terhadap kualitas informasi, perlindungan data,

kejelasan mekanisme pembayaran, serta konsistensi layanan yang diberikan oleh penyedia *fintech*. Dalam konteks perilaku konsumen, tingkat kepercayaan yang tinggi mendorong pengguna untuk merasa aman ketika bertransaksi dan meminimalkan persepsi risiko, sehingga meningkatkan niat dan frekuensi penggunaan layanan BNPL.

Berdasarkan uraian diatas, menunjukan bahwa *present bias*, *digital peer pressure*, dan *fintech trustworthiness* memiliki hubungan yang berpengaruh terhadap ketergantungan seseorang dalam menggunakan layanan BNPL. Maka penulis tertarik untuk meneliti *present bias*, *digital peer pressure*, dan *fintech trustworthiness*, sehingga peneliti mengambil judul penelitian “**Pengaruh *Present Bias*, *Digital Peer Pressure*, dan *Fintech Trustworthiness* Terhadap Ketergantungan Penggunaan Layanan *Buy Now Pay Later* pada Mahasiswa di Kebumen**”.

1.2. Rumusan Masalah

Penelitian ini mengacu pada sejauh mana pengaruh *present bias*, *digital peer pressure*, dan *fintech trustworthiness* terhadap ketergantungan mahasiswa terhadap layanan *Buy Now Pay Later* (BNPL). Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka permasalahan yang dapat diteliti dan dirumuskan dalam bentuk pertanyaan sebagai berikut:

1. Apakah *Present Bias* berpengaruh terhadap ketergantungan penggunaan layanan BNPL pada Mahasiswa?
2. Apakah *Digital Peer Pressure* berpengaruh terhadap ketergantungan penggunaan layanan BNPL pada Mahasiswa?

3. Apakah *Fintech Trustworthiness* berpengaruh terhadap ketergantungan penggunaan layanan BNPL pada Mahasiswa?

1.3. Batasan Masalah

Berdasarkan ruang lingkup penelitian pada fokus yang telah ditetapkan, peneliti perlu menjelaskan ruang lingkup kajian yang digunakan. Oleh karena itu, batasan penelitian dirumuskan sebagai berikut:

1. Penelitian ini memiliki batasan responden yaitu mahasiswa aktif S1 di wilayah kabupaten Kebumen.
2. Penelitian ini memiliki batasan variabel terikat penelitian berupa ketergantungan terhadap layanan BNPL bukan pinjaman online.
3. Penelitian ini memiliki batasan wilayah yaitu di Kabupaten Kebumen.

1.4. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang diuraikan, maka tujuan penelitiannya adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui *Present Bias* berpengaruh terhadap ketergantungan penggunaan layanan BNPL pada Mahasiswa
2. Untuk mengetahui *Digital Peer Pressure* berpengaruh terhadap ketergantungan penggunaan layanan BNPL pada Mahasiswa
3. Untuk mengetahui *Fintech Trustworthiness* berpengaruh terhadap ketergantungan penggunaan layanan BNPL pada Mahasiswa

1.5. Manfaat Penelitian

Dengan penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

- a. Bagi Universitas Putra Bangsa Kebumen, diharapkan penelitian ini dapat memperkaya bahan kepustakaan dan mampu memberikan kontribusi pada pengembangan ilmu.
- b. Bagi Peneliti, diharapkan dapat menambah pengetahuan peneliti mengenai pentingnya peran faktor psikologis dan faktor sosial dalam pengambilan keputusan keuangan.
- c. Bagi Peneliti selanjutnya, diharapkan dapat menjadi sumber rujukan atau acuan tambahan informasi serupa ketika melakukan penelitian terkait serta dikembangkan lebih lanjut.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Mahasiswa, diharapkan dapat meningkatkan kesadaran mahasiswa terhadap faktor-faktor psikologis dan sosial yang mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa, serta membantu dalam mengambil keputusan keuangan di era digital.
- b. Bagi perusahaan penyedia layanan BNPL, penelitian ini dapat digunakan oleh perusahaan untuk merancang strategi pemasaran dan edukasi keuangan yang lebih bertanggung jawab.