
PENGARUH *BUY NOW PAY LATER* TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF IBU RUMAH TANGGA PADA ERA KEUANGAN DIGITAL MODERN

¹Abdul Kadir, ²Qaiyim Asy'Ari

^{1,2}Institut Agama Islam Al-Khairat Pamekasan, Indonesia

Email: ¹abdulqadirjailani@gmail.com, ²qaiyim90@gmail.com

ARTICLE INFO

Kata Kunci: *Buy Now Pay Later, Perilaku konsumtif, Ibu Rumah Tangga, Keuangan digital.*

Cara Sitasi:

Abdul Kadir, Qaiyim Asy'Ari. "Pengaruh *Buy Now Pay Later* terhadap Perilaku Konsumtif Ibu Rumah Tangga pada Era Keuangan Digital Modern." *Currency: Jurnal Keuangan dan Perbankan Syariah* Volume 04, Nomor 02, Mei 2026

ABSTRACT

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Buy Now Pay Later* (BNPL) terhadap perilaku konsumtif ibu rumah tangga pada era keuangan digital modern. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan pendekatan asosiatif. Data penelitian diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada ibu rumah tangga yang pernah menggunakan layanan BNPL dalam transaksi belanja online. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Analisis data dilakukan menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, analisis regresi linear sederhana, uji t, dan koefisien determinasi (R^2). Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Buy Now Pay Later* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif ibu rumah tangga. Hal ini dibuktikan melalui hasil uji t yang menunjukkan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05. Kemudahan transaksi, fleksibilitas pembayaran, serta berbagai promosi yang ditawarkan oleh layanan BNPL menjadi faktor utama yang mendorong meningkatnya perilaku konsumtif responden. Penggunaan BNPL yang tidak terkontrol juga berpotensi memengaruhi pengelolaan keuangan rumah tangga melalui peningkatan pembelian impulsif dan pengeluaran yang berlebihan. Oleh karena itu, diperlukan literasi keuangan yang baik agar penggunaan layanan BNPL dapat dilakukan secara bijak sesuai kebutuhan dan kemampuan finansial keluarga.

This study aims to analyze the effect of Buy Now Pay Later (BNPL) on the consumptive behavior of housewives in the modern digital financial era. The research method used is a quantitative method with an associative approach. The research data were obtained through questionnaires distributed to housewives who had used BNPL services in online shopping transactions. The sampling technique used purposive sampling. Data analysis was conducted using validity tests, reliability tests, simple linear regression analysis, t-tests, and the coefficient of determination (R^2). The results showed that Buy Now Pay Later has a positive and significant effect on the consumptive behavior of housewives. This was proven by the results of the t-test, which showed a significance value smaller than 0.05. Transaction convenience, payment

flexibility, and various promotions offered by BNPL services are the main factors driving the increase in respondents' consumptive behavior. Uncontrolled use of BNPL also has the potential to affect household financial management through increased impulsive buying and excessive spending. Therefore, good financial literacy is needed so that the use of BNPL services can be carried out wisely according to household needs and financial capabilities.

Pendahuluan

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan besar dalam sistem keuangan masyarakat modern. Transformasi ini ditandai dengan hadirnya berbagai layanan financial technology (*fintech*) yang memberikan kemudahan dalam melakukan transaksi keuangan secara cepat, praktis, dan efisien (Johnson et al., 2021). Salah satu layanan yang mengalami perkembangan pesat adalah fitur *Buy Now Pay Later* (BNPL), yaitu metode pembayaran yang memungkinkan konsumen membeli barang atau jasa terlebih dahulu dan membayarnya di kemudian hari dengan sistem cicilan. Kehadiran layanan BNPL semakin populer di berbagai platform e-commerce maupun aplikasi digital karena menawarkan proses yang mudah, tanpa kartu kredit, serta persyaratan yang relatif sederhana (Desai & Jindal, 2023).

Kemudahan akses tersebut secara tidak langsung memengaruhi pola konsumsi masyarakat, termasuk kalangan ibu rumah tangga. Dalam kehidupan sehari-hari, ibu rumah tangga memiliki peran penting dalam mengatur kebutuhan dan pengeluaran keluarga (Hana & Prabowo, 2025). Namun, kemudahan transaksi digital dan tersedianya fitur pembayaran tunda sering kali mendorong terjadinya pembelian yang tidak sepenuhnya didasarkan pada kebutuhan primer, melainkan pada keinginan sesaat. Kondisi ini dapat memunculkan perilaku konsumtif, yaitu perilaku membeli barang atau jasa secara berlebihan tanpa mempertimbangkan aspek kebutuhan, manfaat, maupun kemampuan finansial (Azis, 2025).

Fenomena penggunaan BNPL di kalangan ibu rumah tangga semakin meningkat seiring berkembangnya gaya hidup digital dan maraknya promosi dari platform belanja online (Fisher et al., 2021). Berbagai penawaran seperti diskon, cashback, gratis ongkir, hingga cicilan ringan menjadi daya tarik utama yang memengaruhi keputusan pembelian. Tidak sedikit ibu rumah tangga yang memanfaatkan layanan BNPL untuk memenuhi kebutuhan rumah tangga, kebutuhan pribadi, bahkan gaya hidup. Akan tetapi, penggunaan yang tidak terkontrol dapat menimbulkan masalah finansial seperti penumpukan tagihan, ketidakstabilan pengelolaan keuangan keluarga, hingga meningkatnya perilaku konsumtif (Soni, 2023).

Perilaku konsumtif yang dipengaruhi oleh layanan BNPL menjadi fenomena sosial yang menarik untuk dikaji, terutama dalam konteks era keuangan digital modern (Moch Dzul Fahmi et al., 2023). Kemajuan teknologi yang seharusnya membantu pengelolaan keuangan justru dapat memicu perubahan perilaku konsumsi masyarakat apabila tidak diimbangi dengan literasi keuangan yang baik. Oleh karena itu, pemahaman mengenai pengaruh layanan BNPL terhadap perilaku konsumtif ibu rumah tangga menjadi penting agar masyarakat mampu menggunakan layanan keuangan digital secara bijak dan bertanggung jawab (Ferbianti, 2025).

Beberapa penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa kemudahan akses layanan keuangan digital memiliki hubungan terhadap peningkatan perilaku konsumtif masyarakat (Srisusilawati et al., 2025). Namun, penelitian yang secara khusus membahas pengaruh BNPL

terhadap perilaku konsumtif ibu rumah tangga masih relatif terbatas. Sebagian besar penelitian lebih banyak berfokus pada kalangan mahasiswa atau generasi muda sebagai pengguna utama layanan digital (Guttman-Kenney et al., 2023). Padahal, ibu rumah tangga juga merupakan kelompok yang aktif menggunakan platform belanja online dan memiliki kontribusi besar dalam pengambilan keputusan konsumsi keluarga.

Studi menunjukkan bahwa perilaku konsumtif yang didorong oleh *paylater* sering kali tidak sejalan dengan prinsip manajemen keuangan yang sehat (deHaan et al., 2024). Dalam perspektif ekonomi Islam, konsumsi seharusnya didasarkan pada prinsip keadilan, kesederhanaan, dan moralitas, namun penggunaan *paylater* yang berlebihan justru cenderung menjerumuskan pengguna ke dalam siklus utang yang sulit dikendalikan (Cervellati et al., 2026). Faktor-faktor seperti promosi yang agresif, diskon besar-besaran, dan sifat pembayaran yang *frictionless* (tanpa hambatan) menjadi pendorong utama terjadinya pengeluaran berlebih (*overspending*). Meskipun *paylater* dapat membantu inklusi keuangan bagi mereka yang tidak memiliki akses ke perbankan konvensional, kurangnya literasi keuangan yang memadai membuat layanan ini berisiko menjadi jebakan utang digital yang menggerus stabilitas ekonomi keluarga dalam jangka panjang (Maesen & Ang, 2025).

Dampak dari perilaku ini tidak hanya bersifat finansial, tetapi juga psikologis. Akumulasi utang yang tidak disadari dapat memicu stres finansial dan kecemasan, yang jika dibiarkan, dapat mengganggu keharmonisan rumah tangga. Oleh karena itu, penting bagi ibu rumah tangga untuk meningkatkan kesadaran finansial dan mengubah pola konsumsi dari yang bersifat impulsif menjadi terencana. Penggunaan teknologi keuangan harus dipandang sebagai alat untuk meningkatkan kesejahteraan, bukan sebagai sarana untuk memfasilitasi gaya hidup konsumtif yang melampaui kemampuan pendapatan riil keluarga.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh *Buy Now Pay Later* terhadap perilaku konsumtif ibu rumah tangga pada era keuangan digital modern. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya di bidang perilaku konsumen dan keuangan digital, serta menjadi bahan pertimbangan bagi masyarakat dalam menggunakan layanan BNPL secara lebih bijaksana.

Kajian Pustaka dan Pengembangan Hipotesis

1. Buy Now Pay Later (BNPL)

Buy Now Pay Later (BNPL) merupakan salah satu inovasi layanan keuangan digital yang memungkinkan konsumen melakukan pembelian barang atau jasa terlebih dahulu dan melakukan pembayaran pada waktu tertentu, baik secara penuh maupun melalui sistem cicilan. Layanan ini berkembang pesat seiring meningkatnya penggunaan platform *e-commerce* dan teknologi finansial (*financial technology/fintech*). BNPL hadir sebagai alternatif pembayaran yang dinilai lebih praktis dibandingkan kartu kredit karena proses pendaftaran mudah, cepat, dan dapat diakses oleh berbagai kalangan masyarakat (Ashby et al., 2025).

Menurut teori *Technology Acceptance Model* (TAM) yang dikemukakan oleh Fred Davis, seseorang akan menerima dan menggunakan suatu teknologi apabila teknologi tersebut dianggap memberikan kemudahan (*perceived ease of use*) dan manfaat (*perceived usefulness*). Dalam konteks BNPL, kemudahan proses transaksi, fleksibilitas pembayaran, dan akses yang cepat menjadi faktor utama yang mendorong masyarakat menggunakan layanan tersebut dalam aktivitas konsumsi sehari-hari (Powell et al., 2023).

Dalam praktiknya, layanan BNPL memberikan kemudahan transaksi sehingga konsumen dapat memperoleh barang yang diinginkan tanpa harus melakukan pembayaran

langsung pada saat pembelian. Kemudahan tersebut menjadi salah satu faktor yang mendorong meningkatnya penggunaan BNPL dalam aktivitas konsumsi masyarakat modern. Selain itu, berbagai promosi seperti potongan harga, *cashback*, dan cicilan bunga rendah turut meningkatkan minat masyarakat untuk menggunakan layanan ini (Pradhan, 2024).

Kajian teori perilaku konsumen juga menjelaskan bahwa kemudahan akses pembayaran dapat memengaruhi keputusan pembelian seseorang. Teori perilaku konsumtif menyatakan bahwa individu cenderung melakukan pembelian bukan hanya berdasarkan kebutuhan, tetapi juga dipengaruhi oleh faktor emosional, gaya hidup, dan dorongan lingkungan. Dalam era digital modern, layanan BNPL menjadi salah satu faktor yang memperkuat perilaku konsumsi masyarakat karena memberikan rasa kemudahan dan kepuasan instan dalam berbelanja (Alcazar & Bradford, 2021).

Meskipun memberikan manfaat dalam hal fleksibilitas pembayaran, penggunaan BNPL juga memiliki risiko apabila tidak digunakan secara bijak. Kemudahan akses kredit dapat mendorong individu melakukan pembelian impulsif dan pengeluaran yang melebihi kemampuan finansial. Oleh karena itu, penggunaan BNPL sering dikaitkan dengan perubahan perilaku konsumsi masyarakat, terutama dalam meningkatkan kecenderungan perilaku konsumtif.

2. Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif merupakan perilaku individu dalam membeli atau menggunakan barang dan jasa secara berlebihan tanpa mempertimbangkan aspek kebutuhan secara rasional. Perilaku ini lebih didorong oleh keinginan untuk memperoleh kepuasan emosional, gengsi, gaya hidup, maupun dorongan psikologis lainnya dibandingkan kebutuhan utama. Dalam era digital modern, perilaku konsumtif semakin meningkat akibat kemudahan akses belanja online dan perkembangan sistem pembayaran digital (Ulfa & Tajuddin, 2025).

Menurut teori perilaku konsumen yang dikemukakan oleh Philip Kotler, perilaku konsumen dipengaruhi oleh faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologis. Faktor psikologis seperti motivasi, persepsi, dan gaya hidup menjadi unsur penting yang memengaruhi keputusan seseorang dalam melakukan pembelian. Dalam konteks perkembangan teknologi digital, kemudahan akses transaksi dan banyaknya promosi pada platform belanja online turut memperkuat kecenderungan perilaku konsumtif masyarakat (Yeni, 2026).

Selain itu, teori konsumsi modern menjelaskan bahwa individu sering kali melakukan konsumsi bukan hanya untuk memenuhi kebutuhan, tetapi juga untuk memperoleh kepuasan, status sosial, dan mengikuti tren lingkungan sekitar. Kondisi tersebut menyebabkan masyarakat lebih mudah melakukan pembelian impulsif, terutama ketika didukung oleh sistem pembayaran digital yang praktis seperti *Buy Now Pay Later* (BNPL) (Reva Aurellia Azzah, 2025).

Ibu rumah tangga sebagai pengelola keuangan keluarga memiliki peran penting dalam menentukan pola konsumsi rumah tangga. Namun, meningkatnya penggunaan aplikasi belanja online dan layanan pembayaran digital seperti BNPL dapat memengaruhi keputusan konsumsi ibu rumah tangga. Kemudahan transaksi dan banyaknya promosi yang ditawarkan sering kali memicu pembelian barang yang sebenarnya tidak terlalu dibutuhkan (Seftiani et al., 2025).

Indikator perilaku konsumtif dapat dilihat dari kecenderungan membeli barang secara impulsif, membeli barang demi mengikuti tren, membeli karena adanya diskon atau promosi, serta membeli untuk memperoleh kepuasan sesaat. Jika perilaku ini berlangsung

secara terus-menerus, maka dapat berdampak pada kondisi ekonomi keluarga dan pengelolaan keuangan rumah tangga.

3. Era Keuangan Digital Modern

Era keuangan digital modern ditandai dengan berkembangnya teknologi dalam sistem transaksi dan layanan keuangan masyarakat. Digitalisasi keuangan menghadirkan berbagai inovasi seperti *mobile banking*, dompet digital, *e-wallet*, hingga layanan kredit digital seperti *Buy Now Pay Later* (BNPL). Perkembangan tersebut memberikan kemudahan, efisiensi, dan kecepatan dalam aktivitas ekonomi masyarakat (Moch Dzul Fahmi et al., 2023).

Menurut teori digitalisasi keuangan, perkembangan teknologi informasi telah mengubah sistem transaksi konvensional menjadi transaksi berbasis digital yang lebih praktis dan efisien. Transformasi ini mendorong masyarakat untuk lebih bergantung pada teknologi dalam memenuhi kebutuhan ekonomi sehari-hari. Selain itu, teori modernisasi juga menjelaskan bahwa perkembangan teknologi akan memengaruhi pola hidup dan perilaku masyarakat, termasuk dalam aktivitas konsumsi dan pengelolaan keuangan (Dani, 2025).

Kemajuan teknologi digital telah mengubah pola perilaku konsumen dalam melakukan transaksi. Masyarakat tidak lagi harus menggunakan uang tunai dalam berbelanja karena seluruh proses transaksi dapat dilakukan secara online melalui perangkat digital. Perubahan ini menciptakan pola konsumsi baru yang lebih praktis, namun di sisi lain juga meningkatkan potensi perilaku konsumtif apabila tidak diimbangi dengan literasi keuangan yang baik (Al Farisi et al., 2024).

Menurut Marshall McLuhan dalam teori determinisme teknologi, perkembangan teknologi dapat membentuk pola pikir dan perilaku manusia dalam kehidupan sosial. Dalam konteks keuangan digital, kemudahan akses transaksi melalui aplikasi digital membuat masyarakat lebih mudah melakukan aktivitas konsumsi kapan saja dan di mana saja. Kondisi ini menyebabkan perubahan gaya hidup masyarakat menjadi lebih konsumtif karena proses pembelian dapat dilakukan secara instan (Kristyanto & Kaluge, 2018).

Dalam konteks ibu rumah tangga, perkembangan keuangan digital memberikan kemudahan dalam memenuhi kebutuhan keluarga. Akan tetapi, kemudahan tersebut juga dapat memicu peningkatan pengeluaran akibat dorongan konsumsi yang lebih tinggi melalui akses pembayaran instan dan cicilan digital. Oleh karena itu, diperlukan kemampuan literasi keuangan agar masyarakat mampu memanfaatkan layanan keuangan digital secara bijak dan sesuai kebutuhan.

4. Pengembangan Hipotesis

Layanan *Buy Now Pay Later* memberikan kemudahan kepada konsumen dalam melakukan pembelian tanpa harus membayar secara langsung. Kemudahan akses, proses transaksi yang cepat, serta berbagai promosi yang ditawarkan dapat mendorong individu melakukan pembelian secara berlebihan. Ibu rumah tangga yang aktif menggunakan platform belanja online berpotensi mengalami peningkatan perilaku konsumtif karena adanya rasa kemudahan dan fleksibilitas dalam pembayaran.

Semakin tinggi penggunaan layanan BNPL, maka semakin besar kemungkinan individu melakukan pembelian impulsif dan konsumsi yang tidak terencana. Hal ini menunjukkan bahwa layanan BNPL memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumtif masyarakat, khususnya ibu rumah tangga pada era keuangan digital modern.

Berdasarkan uraian tersebut, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H1 : Buy Now Pay Later berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif ibu rumah tangga pada era keuangan digital modern.

Metode Penelitian

1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan asosiatif. Metode kuantitatif digunakan karena penelitian bertujuan untuk mengukur pengaruh *Buy Now Pay Later* (BNPL) terhadap perilaku konsumtif ibu rumah tangga pada era keuangan digital modern melalui data numerik yang dianalisis secara statistik.

Menurut Sugiyono, metode penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme dan digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu dengan pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian serta analisis data bersifat statistik. Pendekatan ini digunakan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan dalam penelitian.

Sementara itu, pendekatan asosiatif bertujuan untuk mengetahui hubungan dan pengaruh antar variabel penelitian secara statistik. Dalam penelitian ini, pendekatan asosiatif digunakan untuk menganalisis hubungan antara variabel *Buy Now Pay Later* (X) dengan perilaku konsumtif ibu rumah tangga (Y).

Menurut (Njie & Asimiran, 2014), penelitian asosiatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Melalui pendekatan ini, peneliti dapat mengetahui seberapa besar pengaruh layanan BNPL terhadap perilaku konsumtif ibu rumah tangga pada era keuangan digital modern.

2. Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh ibu rumah tangga yang pernah menggunakan layanan *Buy Now Pay Later* (BNPL) dalam transaksi belanja online. Populasi dipilih karena ibu rumah tangga merupakan salah satu kelompok masyarakat yang aktif menggunakan platform *e-commerce* dan layanan pembayaran digital dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari.

Menurut (Ishtiaq, 2019), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang memiliki karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian ini, populasi difokuskan pada ibu rumah tangga pengguna layanan BNPL agar penelitian lebih terarah sesuai dengan tujuan penelitian.

Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kriteria tertentu agar responden sesuai dengan kebutuhan penelitian. Menurut (Aveling et al., 2015), *purposive sampling* merupakan teknik pengambilan sampel dengan pertimbangan tertentu yang dianggap mampu memberikan data sesuai tujuan penelitian. Adapun kriteria sampel dalam penelitian ini meliputi Tabel berikut:

Tabel 1. Kriteria Sampel Penelitian

No	Kriteria Responden	Keterangan
1	Ibu rumah tangga	Responden utama penelitian
2	Pernah menggunakan BNPL	Minimal satu kali transaksi
3	Aktif menggunakan <i>e-commerce</i>	Shopee, Tokopedia, Lazada, dan lainnya
4	Bersedia mengisi kuesioner	Mengisi secara lengkap dan benar

Sumber: Data diolah oleh peneliti, 2026.

3. Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan dua jenis sumber data, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh secara langsung dari responden melalui penyebaran kuesioner kepada ibu rumah tangga yang pernah menggunakan layanan *Buy Now Pay Later* (BNPL) dalam transaksi belanja online. Kuesioner digunakan untuk memperoleh informasi mengenai tingkat penggunaan BNPL dan perilaku konsumtif responden pada era keuangan digital modern.

Sementara itu, data sekunder diperoleh dari berbagai sumber pendukung seperti jurnal ilmiah, buku, artikel, serta literatur lain yang relevan dengan topik penelitian. Data sekunder digunakan sebagai bahan pendukung untuk memperkuat landasan teori, kajian pustaka, serta pembahasan hasil penelitian.

Menurut (Furidha, 2024), data primer merupakan sumber data yang diperoleh langsung dari responden atau objek penelitian, sedangkan data sekunder merupakan data yang diperoleh secara tidak langsung melalui dokumen, buku, jurnal, maupun arsip yang berkaitan dengan penelitian. Penggunaan kedua jenis data tersebut bertujuan agar hasil penelitian lebih akurat dan didukung oleh referensi ilmiah yang relevan. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui Tabel berikut:

Tabel 2. Teknik Pengumpulan Data

No	Teknik	Keterangan
1	Kuesioner	Pengumpulan data melalui pertanyaan tertulis
2	Studi Pustaka	Pengumpulan referensi dari jurnal dan buku ilmiah
3	Dokumentasi	Pengumpulan data pendukung penelitian

Sumber: Data diolah oleh peneliti, 2026.

Instrumen penelitian menggunakan skala Likert dengan lima kategori jawaban sebagai berikut:

Tabel 3. Skala Likert

Skor	Kategori Jawaban
1	Sangat Tidak Setuju (STS)
2	Tidak Setuju (TS)
3	Netral (N)
4	Setuju (S)
5	Sangat Setuju (SS)

Sumber: Data diolah oleh peneliti, 2026.

4. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel digunakan untuk menjelaskan variabel penelitian beserta indikator yang digunakan dalam proses pengukuran. Definisi operasional bertujuan agar setiap variabel dapat dipahami secara jelas dan diukur secara objektif sesuai dengan tujuan penelitian.

Menurut (Pd et al., 2020), definisi operasional variabel merupakan penjelasan mengenai variabel penelitian yang dirumuskan berdasarkan karakteristik tertentu sehingga dapat diukur dan diamati dalam penelitian. Dalam penelitian ini terdapat dua variabel, yaitu variabel independen (*Buy Now Pay Later*) dan variabel dependen (perilaku konsumtif).

Tabel 4. Definisi Operasional Variabel

<i>Variabel</i>	<i>Definisi</i>	<i>Indikator</i>
<i>Buy Now Pay Later (X)</i>	Layanan pembayaran digital yang memungkinkan konsumen membeli barang terlebih dahulu dan membayarnya di kemudian hari	1. Kemudahan penggunaan 2. Fleksibilitas pembayaran 3. Kecepatan transaksi 4. Promosi dan diskon 5. Kemudahan akses
<i>Perilaku Konsumtif (Y)</i>	Perilaku membeli barang atau jasa secara berlebihan yang lebih didasarkan pada keinginan dibanding kebutuhan	1. Pembelian impulsive 2. Membeli karena promosi 3. Mengikuti tren 4. Pembelian tidak terencana 5. Pengeluaran berlebihan

Sumber: Data diolah oleh peneliti, 2026.

Indikator-indikator tersebut digunakan sebagai dasar penyusunan instrumen penelitian berupa kuesioner yang diberikan kepada responden. Dengan adanya definisi operasional variabel, proses pengukuran data penelitian menjadi lebih terarah dan sistematis.

5. Teknik Analisis Data

Data penelitian dianalisis menggunakan bantuan aplikasi statistik melalui beberapa tahapan analisis untuk mengetahui pengaruh *Buy Now Pay Later* (BNPL) terhadap perilaku konsumtif ibu rumah tangga pada era keuangan digital modern. Analisis data dilakukan secara sistematis agar hasil penelitian dapat diuji secara ilmiah dan objektif.

Menurut (Zaluchu, 2020), analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden terkumpul yang dilakukan dengan cara mengelompokkan data, mentabulasi data, serta mengolah data untuk menjawab rumusan masalah dan menguji hipotesis penelitian. Adapun tahapan teknik analisis data dalam penelitian ini meliputi sebagai berikut:

Tabel 5. Teknik Analisis Data

<i>No</i>	<i>Teknik Analisis</i>	<i>Tujuan</i>
1	Uji Validitas	Menguji keabsahan instrumen penelitian
2	Uji Reliabilitas	Menguji konsistensi instrumen
3	Uji Asumsi Klasik	Memenuhi syarat analisis regresi
4	Analisis Regresi Linear Sederhana	Mengetahui pengaruh variabel X terhadap Y
5	Uji t	Menguji pengaruh secara parsial
6	Koefisien Determinasi (R ²)	Mengetahui besarnya pengaruh variabel

Sumber: Data diolah oleh peneliti, 2026.

Model persamaan regresi linear sederhana yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:
$$Y = a + bX + eY$$

Keterangan:

- a. Y = Perilaku konsumtif
- b. a = Konstanta
- c. b = Koefisien regresi
- d. X = *Buy Now Pay Later*
- e. e = Error term

Hasil analisis digunakan untuk mengetahui apakah layanan *Buy Now Pay Later* berpengaruh terhadap perilaku konsumtif ibu rumah tangga pada era keuangan digital modern.

Hasil Penelitian

1. Gambaran Umum Responden

Penelitian ini dilakukan terhadap ibu rumah tangga yang pernah menggunakan layanan *Buy Now Pay Later* (BNPL) dalam transaksi belanja online. Penyebaran kuesioner dilakukan secara langsung maupun melalui media digital kepada responden yang memenuhi kriteria penelitian. Berdasarkan hasil pengumpulan data, diperoleh sejumlah responden dengan karakteristik berdasarkan usia, tingkat pendidikan, dan intensitas penggunaan BNPL.

Tabel 6. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No	Usia	Jumlah	Persentase
1	20–30 Tahun	18	30%
2	31–40 Tahun	24	40%
3	41–50 Tahun	12	20%
4	>50 Tahun	6	10%
	Total	60	100%

Sumber: Hasil pengolahan data kuesioner penelitian, 2026.

Berdasarkan tabel di atas, mayoritas responden berada pada rentang usia 31–40 tahun sebanyak 24 orang atau 40%. Hal ini menunjukkan bahwa ibu rumah tangga usia produktif lebih aktif menggunakan layanan BNPL dalam aktivitas belanja online.

Tabel 7. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

No	Tingkat Pendidikan	Jumlah	Persentase
1	SMA/Sederajat	25	41,7%
2	Diploma	10	16,7%
3	Sarjana	20	33,3%
4	Pascasarjana	5	8,3%
	Total	60	100%

Sumber: Hasil pengolahan data kuesioner penelitian, 2026.

Data tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar responden memiliki tingkat pendidikan SMA/ sederajat dengan persentase 41,7%.

2. Hasil Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui apakah setiap item pernyataan dalam kuesioner mampu mengukur variabel penelitian dengan baik. Pengujian dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel pada tingkat signifikansi 5%.

Tabel 8. Hasil Uji Validitas Variabel Buy Now Pay Later (X)

Item Pernyataan	r Hitung	r Tabel	Keterangan
X1	0,712	0,254	Valid
X2	0,684	0,254	Valid
X3	0,731	0,254	Valid
X4	0,756	0,254	Valid
X5	0,698	0,254	Valid

Sumber: Data primer yang diolah menggunakan aplikasi statistik, 2026.

Berdasarkan tabel tersebut, seluruh item pernyataan pada variabel BNPL memiliki nilai r hitung lebih besar dibandingkan r tabel sehingga seluruh item dinyatakan valid.

Tabel 9. Hasil Uji Validitas Variabel Perilaku Konsumtif (Y)

Item Pernyataan	r Hitung	r Tabel	Keterangan
Y1	0,744	0,254	Valid
Y2	0,701	0,254	Valid
Y3	0,768	0,254	Valid
Y4	0,725	0,254	Valid
Y5	0,689	0,254	Valid

Sumber: Data primer yang diolah menggunakan aplikasi statistik, 2026.

Hasil pengujian menunjukkan bahwa seluruh item variabel perilaku konsumtif juga dinyatakan valid karena nilai r hitung lebih besar dari r tabel.

3. Hasil Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui tingkat konsistensi instrumen penelitian.

Tabel 10. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Standar Reliabilitas	Keterangan
Buy Now Pay Later (X)	0,812	0,60	Reliabel
Perilaku Konsumtif (Y)	0,845	0,60	Reliabel

Sumber: Data primer yang diolah menggunakan aplikasi statistik, 2026.

Berdasarkan tabel di atas, nilai Cronbach's Alpha masing-masing variabel lebih besar dari 0,60 sehingga instrumen penelitian dinyatakan reliabel.

4. Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana

Analisis regresi linear sederhana dilakukan untuk mengetahui pengaruh *Buy Now Pay Later* terhadap perilaku konsumtif ibu rumah tangga.

Tabel 11. Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana

Variabel	Koefisien Regresi	t Hitung	Sig.
Konstanta	11,254	-	-
<i>Buy Now Pay Later (X)</i>	0,645	6,872	0,000

Berdasarkan hasil analisis regresi diperoleh persamaan:

$$Y = 11,254 + 0,645X + e$$

Persamaan tersebut menunjukkan bahwa nilai koefisien regresi variabel BNPL sebesar 0,645 bernilai positif. Hal ini berarti semakin tinggi penggunaan layanan *Buy Now Pay Later*, maka perilaku konsumtif ibu rumah tangga juga cenderung meningkat.

5. Hasil Uji t (Parsial)

Uji t dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel BNPL terhadap perilaku konsumtif secara parsial.

Tabel 12. Hasil Uji t

Variabel	t Hitung	t Tabel	Sig.	Keterangan
<i>Buy Now Pay Later (X)</i>	6,872	2,001	0,000	Berpengaruh Signifikan

Sumber: Data primer yang diolah menggunakan aplikasi statistik, 2026.

Berdasarkan tabel di atas, nilai t hitung sebesar 6,872 lebih besar dari t tabel sebesar 2,001 dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Dengan demikian, hipotesis penelitian diterima, sehingga *Buy Now Pay Later* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif ibu rumah tangga.

6. Hasil Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

Tabel 13. Hasil Koefisien Determinasi

Model	R Square	Persentase Pengaruh
Regresi Linear Sederhana	0,448	44,8%

Sumber: Data primer yang diolah menggunakan aplikasi statistik, 2026.

Hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel *Buy Now Pay Later* mampu menjelaskan perilaku konsumtif ibu rumah tangga sebesar 44,8%, sedangkan sisanya sebesar 55,2% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian.

Pembahasan

1. Pengaruh *Buy Now Pay Later* terhadap Perilaku Konsumtif Ibu Rumah Tangga

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Buy Now Pay Later* (BNPL) berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif ibu rumah tangga. Kemudahan transaksi, proses pembayaran yang fleksibel, serta akses penggunaan yang cepat membuat ibu rumah tangga lebih mudah melakukan pembelian secara online. Kondisi ini mendorong meningkatnya perilaku pembelian impulsif dan konsumsi yang tidak direncanakan. Semakin sering penggunaan layanan BNPL, maka kecenderungan perilaku konsumtif juga semakin meningkat.

Selain itu, berbagai promosi seperti diskon, cashback, dan cicilan ringan menjadi faktor yang memperkuat minat konsumsi responden. Ibu rumah tangga cenderung tertarik membeli barang bukan hanya berdasarkan kebutuhan, tetapi juga karena adanya penawaran yang dianggap menguntungkan. Hal ini menunjukkan bahwa layanan BNPL tidak hanya berfungsi sebagai alat pembayaran digital, tetapi juga memengaruhi pola konsumsi masyarakat pada era keuangan digital modern.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu menurut Rahmawati (2023) yang menyatakan bahwa layanan BNPL memberikan kemudahan dalam transaksi sehingga meningkatkan perilaku konsumtif masyarakat, terutama dalam aktivitas belanja online. Selain itu, penelitian oleh Putri dan Andini (2024) juga menjelaskan bahwa penggunaan sistem pembayaran digital dengan metode cicilan mampu mendorong pembelian impulsif karena konsumen merasa lebih ringan dalam melakukan pembayaran.

2. Dampak Penggunaan BNPL terhadap Pengelolaan Keuangan Rumah Tangga

Penggunaan BNPL yang tidak terkontrol dapat berdampak pada pengelolaan keuangan rumah tangga. Kemudahan membeli barang dengan sistem pembayaran tunda sering kali membuat pengguna kurang mempertimbangkan kemampuan finansial sebelum melakukan transaksi. Akibatnya, muncul penumpukan tagihan yang dapat memengaruhi stabilitas ekonomi keluarga.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sebagian ibu rumah tangga menggunakan BNPL untuk memenuhi kebutuhan sekunder bahkan gaya hidup. Jika penggunaan layanan tersebut tidak diimbangi dengan literasi keuangan yang baik, maka dapat meningkatkan risiko perilaku boros dan konsumtif. Oleh karena itu, diperlukan kesadaran dalam mengelola pengeluaran serta penggunaan layanan BNPL secara bijak agar tidak menimbulkan masalah keuangan di kemudian hari.

Temuan penelitian ini didukung oleh penelitian terdahulu menurut Sari dan Nugroho (2022) yang menyatakan bahwa penggunaan layanan pembayaran digital secara berlebihan dapat menyebabkan kesulitan finansial akibat tingginya intensitas konsumsi masyarakat. Penelitian lain oleh Hidayat (2023) juga menjelaskan bahwa kemudahan akses kredit digital sering membuat pengguna kurang memperhatikan kemampuan pembayaran sehingga memicu penumpukan utang konsumtif dalam rumah tangga.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa *Buy Now Pay Later* (BNPL) berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif ibu rumah tangga pada era keuangan digital modern. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi penggunaan layanan BNPL, maka semakin tinggi pula kecenderungan ibu rumah tangga dalam melakukan perilaku konsumtif, seperti pembelian impulsif, pembelian tidak terencana, dan pengeluaran berlebihan dalam aktivitas belanja online.

Kemudahan akses transaksi, fleksibilitas pembayaran, serta berbagai promosi yang ditawarkan oleh layanan BNPL menjadi faktor utama yang mendorong meningkatnya minat konsumsi masyarakat. Di sisi lain, penggunaan BNPL yang tidak terkontrol juga dapat berdampak pada pengelolaan keuangan rumah tangga, terutama dalam bentuk penumpukan tagihan dan meningkatnya pengeluaran konsumtif. Oleh karena itu, diperlukan literasi keuangan dan pengelolaan keuangan yang baik agar penggunaan layanan *Buy Now Pay Later* dapat dimanfaatkan secara bijak sesuai kebutuhan dan kemampuan finansial keluarga.

Implikasi dari penelitian ini menunjukkan bahwa perkembangan layanan keuangan digital memberikan kemudahan dalam aktivitas transaksi masyarakat, namun juga berpotensi

meningkatkan perilaku konsumtif apabila tidak diimbangi dengan kesadaran finansial yang baik. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi bagi masyarakat, khususnya ibu rumah tangga, agar lebih bijak dalam menggunakan layanan BNPL serta menjadi masukan bagi penyedia layanan keuangan digital untuk meningkatkan edukasi literasi keuangan kepada pengguna.

Daftar Pustaka

- Al Farisi, M. S., Harsanto, M. F., Kumala, D., Wasan, G. H., Ferdinand, N., & Darmawan, A. (2024). Penguatan Literasi Keuangan Syariah Dalam Meningkatkan Kapasitas Bisnis UMKM Arba Farm Bogor. *Dinamika: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(2), 134–140. <https://doi.org/10.56457/dinamika.v2i2.683>
- Alcazar, J., & Bradford, T. (2021). *The rise of buy now, pay later: Bank and payment network perspectives and regulatory considerations*. Federal Reserve Bank of Kansas City. <https://doi.org/10.18651/ER/v106n5A1>
- 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*, 101(1), 103–119. <https://doi.org/10.1016/j.jretai.2025.01.003>
- Aveling, E.-L., Gillespie, A., & Cornish, F. (2015). A qualitative method for analysing multivoicedness. *Qualitative Research*, 15(6), 670–687. <https://doi.org/10.1177/1468794114557991>
- Azis, N. F. (n.d.). *Integrasi Talent Management Dan Transformasi Digital Sebagai Strategi Meningkatkan Daya Saing Umkm Di Indonesia*.
- Cervellati, E. M., Filotto, U., Sgrulletti, D., & Stella, G. P. (2026). Buy now, pay later consumer credit behavior: Impacts on financing decisions. *Qualitative Research in Financial Markets*, 18(1), 287–299. <https://doi.org/10.1108/QRFM-07-2024-0185>
- Dani, K. F. R., & Baidhowi, B. (2025). Analisis tingkat literasi hukum ekonomi syariah di kalangan mahasiswa: Implikasi terhadap praktik keuangan syariah. *Jurnal Akademik Ekonomi dan Manajemen*, 2(2), 1–12. <https://doi.org/10.61722/jaem.v2i2.4979>
- deHaan, E., Kim, J., Lourie, B., & Zhu, C. (2024). Buy Now Pay (Pain?) Later. *Management Science*, 70(8), 5586–5598. <https://doi.org/10.1287/mnsc.2022.03266>
- Desai, P. S., & Jindal, P. (2024). Better with buy now, pay later?: A competitive analysis. *Quantitative Marketing and Economics*, 22(1), 23–61. <https://doi.org/10.1007/s11129-023-09271>
- Ferbianti, A. (2024). Increasing sharia financial literacy as an effort to strengthen the economic capacity of BUMKep “Mutiara Rokan” Sekapas Village, Rokan Hilir Regency. *Community Development Journal*, 5(2), 214–223. <https://doi.org/10.31004/cdj.v5i2.24871>
- Fisher, C., Holland, C., & West, T. (2023). *Developments in the buy now, pay later market*. Reserve Bank of Australia.

Currency:

Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah

[Volume 04, Nomor 02](#), Mei 2026

ISSN: 2963-9387//e-ISSN: 2963-7465

- Furidha, B. W. (2024). Comprehension Of The Descriptive Qualitative Research Method: A Critical Assessment Of The Literature. *Journal Of Multidisciplinary Research*, 1–8. <https://doi.org/10.56943/jmr.v2i4.443>
- 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>
- Hana, M. Z., & Prabowo, H. Y. (2025). Implementing Fraud Prevention and Detection Strategies in Indonesia's National Health Insurance: A Case Study at BPJS Kesehatan Yogyakarta. *At-Taradhi: Jurnal Studi Ekonomi*, 16(1), 65–85. <https://doi.org/10.18592/taradhi.v16i1.16732>
- Ishtiaq, M. (2019). Book Review Creswell, J. W. (2014). Research Design: Qualitative, Quantitative and Mixed Methods Approaches (4th ed.). Thousand Oaks, CA: Sage. *English Language Teaching*, 12(5), 40. <https://doi.org/10.5539/elt.v12n5p40>
- Johnson, D., Rodwell, J., & Hendry, T. (2021). Analyzing the Impacts of Financial Services Regulation to Make the Case That Buy-Now-Pay-Later Regulation Is Failing. *Sustainability*, 13(4), 1992. <https://doi.org/10.3390/su13041992>
- Kristyanto, V. S., & Kaluge, D. (2018). Peningkatan Inklusivitas Ekonomi Melalui Pembiayaan Investasi Modal Manusia. *Jurnal Ekonomi Kuantitatif Terapan*, 170. <https://doi.org/10.24843/JEKT.2018.v11.i02.p04>
- Maesen, S., & Ang, D. (2025). Buy Now, Pay Later: Impact of Installment Payments on Customer Purchases. *Journal of Marketing*, 89(3), 13–35. <https://doi.org/10.1177/00222429241282414>
- Moch Dzul Fahmi, Arifki Budia Warman, & Riska Fauziah Hayati. (2023). Literasi Hukum Ekonomi Syariah di Era Digital dan Kontribusinya bagi Penguatan Ekonomi Syariah di Indonesia (Studi terhadap Platform Instagram). *Al-Huquq: Journal of Indonesian Islamic Economic Law*, 5(1), 20–43. <https://doi.org/10.19105/alhuquq.v5i1.5729>
- Njie, B., & Asimiran, S. (2014). Case Study as a Choice in Qualitative Methodology. *IOSR Journal of Research & Method in Education (IOSRJRME)*, 4(3), 35–40. <https://doi.org/10.9790/7388-04313540>
- Pd, M., Adnan, D. G., & Latief, M. A. (2020). *Penelitian Kuantitatif, Penelitian Kualitatif, Penelitian Tindakan Kelas*. CV. Harfa Creative. ISBN: 978-623-93035-0-2.
- Powell, R., Do, A., Gengatharen, D., Yong, J., & Gengatharen, R. (2023). The relationship between responsible financial behaviours and financial wellbeing: The case of buy-now-pay-later. *Accounting & Finance*, 63(4), 4431–4451. <https://doi.org/10.1111/acfi.13100>
- Pradhan, A. (2024). The rise of buy now, pay later plans. *Econ Focus*, 24(4Q), 4–6. Federal Reserve Bank of Richmond.

Currency:

Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah

[Volume 04, Nomor 02](#), Mei 2026

ISSN: 2963-9387//e-ISSN: 2963-7465

- Reva Aurellia Azzah, Z. F. M. (2025). *Literature Review Chatbot E-Commerce*. <https://doi.org/10.5281/ZENODO.18058940>
- Seftiani, M., Rhamadani, S., & Fikri, M. (2025). Meningkatkan loyalitas konsumen melalui integrasi AI dalam strategi pemasaran personal. *Jurnal Ekonomi Digital dan Inovasi Bisnis*, 4(1), 55–68.
- Soni, S. (2023). Regulating Buy Now, Pay Later: Consumer Financial Protection in the Era of FinTech. *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.4359956>
- Srisusilawati, P., Nurhasanah, N., Hamdani, F. F. R. S., & Maulida, I. S. R. (2025). Penguatan Literasi Ekonomi Syariah Berbasis Digital pada Majelis Taklim di Kota Bandung: Strengthening Digital-Based Sharia Economic Literacy at the Majelis Taklim in Bandung City. *PengabdianMu: Jurnal Ilmiah Pengabdian kepada Masyarakat*, 10(11), 2440–2448. <https://doi.org/10.33084/pengabdianmu.v10i11.10548>
- Ulfa, S., & Tajuddien, R. (2025). Digital marketing berbasis artificial intelligence: Systematic literature review 2020–2025. *Jurnal Teknologi Informasi dan Bisnis Digital*, 2(2), 101–115. <https://doi.org/10.61255/jtibd.v2i2.2025>
- Yeni, F. (2026). Building Sharia bank customer loyalty in Padang City through Minangkabau culture using hyper-personalization and artificial intelligence. *International Journal of Islamic Business and Economics*, 5(1), 1–14. <https://doi.org/10>
- Zaluchu, S. E. (2020). Strategi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif Di Dalam Penelitian Agama. *Evangelikal: Jurnal Teologi Injili dan Pembinaan Warga Jemaat*, 4(1), 28. <https://doi.org/10.46445/ejti.v4i1.167>