

Analisis Komparatif: Pengaruh antara *Buy Now, Paylater* dengan Kredit Perbankan terhadap Perilaku Konsumen di Era Digital

Meldy Maulidya¹, Tri Febrianti², Yohani Ebiantari^{3*}, Aulia Herdiani⁴
¹²³⁴Universitas Negeri Malang

*yohani.ebiantari.2104226@students.um.ac.id

Abstrak

Kemajuan teknologi dan penggunaan internet berkontribusi pada perkembangan metode pembayaran, yang semula pembayaran tunai beralih menjadi pembayaran digital. Perkembangan metode pembayaran tersebut dianggap lebih menarik bagi konsumen karena memberikan kemudahan untuk memenuhi kebutuhannya. Salah satu contoh metode pembayaran digital yang sedang populer saat ini adalah *buy now, paylater*. Metode tersebut memiliki sistem yang hampir sama dengan kredit perbankan, yang mana memungkinkan konsumen membeli produk atau jasa tanpa harus membayar tunai. Penelitian ini bertujuan untuk membandingkan pengaruh antara *buy now, paylater* dengan kredit perbankan terhadap perilaku konsumen di era digital dengan menggunakan pendekatan penelitian studi literatur. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa perbedaan pengaruh antara *buy now, paylater* dengan kredit perbankan terhadap perilaku konsumen di era digital terletak pada pengalaman penggunaannya dalam menggunakan metode pembayaran tersebut, dimana pada para pengguna *buy now, paylater* akan melakukan banyak kegiatan konsumsi karena didukung kemudahan yang diberikan. Akan tetapi, pengguna kartu kredit perbankan yang memiliki pengalaman tinggi dalam menggunakan kartu kredit perbankan akan meminimalisir konsumsinya karena mereka perlu mempertimbangkan beberapa keputusan yang ada.

Kata Kunci: pembayaran, kredit, *paylater*, digital, bank.

Abstract

Technological advances and the use of the internet contributed to the development of payment methods, which initially cash payments turned into digital payments. The development of these payment methods is considered more attractive to consumers because it provides convenience to meet their needs. One example of a digital payment method that is currently popular is buy now, paylater. The method has a system that is almost the same as banking credit, which allows consumers to buy products or services without having to pay cash. The study aimed to compare the influence between buy now, paylater and banking credit on consumer behavior in the digital age using a literature study research approach. Based on the results of the study, it can be concluded that the difference in influence between buy now, paylater and banking credit on consumer behavior in the digital era lies in the user experience in using this payment method, where for buy now users, paylater will carry out many consumption activities because it is supported by the convenience provided. . However, banking credit card users who have high experience in using banking credit cards will minimize their consumption because they need to consider several existing decisions.

Keywords: payment, credit, *paylater*, digital, bank.

PENDAHULUAN

Adanya perkembangan teknologi telah memberikan pengaruh yang sangat besar pada dunia saat ini, tak terkecuali dengan sistem ekonomi di dalamnya. Dunia semakin dipermudah dengan kemajuan teknologi yang ada. Sistem ekonomi yang banyak terpengaruh dari adanya perkembangan teknologi ini ialah bidang *financial* dalam hal perilaku konsumen dalam memanfaatkan *financial* yang mereka miliki. Kemajuan teknologi memberikan kemudahan bagi para konsumen dalam memanfaatkan uangnya terlebih untuk melakukan perbelanjaan. Perubahan sistem yang awalnya membayar secara tunai beralih menjadi sistem berbasis kredit dan pemanfaatan aplikasi berbasis digital sangat memanjakan konsumen karena kemudahan dalam mengaksesnya. Sistem kredit perbankan sudah ada sebelum perkembangan teknologi yang sangat marak. Berbeda dengan *paylater* yang ada pada akhir akhir ini sesuai dengan perkembangan

zaman. Akan tetapi, dengan kemajuan teknologi yang ada penggunaan kredit perbankan semakin menurun meskipun eksistensinya masih ada sebab masyarakat lebih memilih menggunakan *paylater* yang sistemnya dinilai lebih mudah dibandingkan dengan kredit perbankan.

Dengan adanya kemajuan teknologi dalam bidang *financial* maka semakin memudahkan para konsumen, terlebih dalam membeli barang konsumen tidak harus membayar secara langsung pada saat transaksi, namun para konsumen dapat membeli barang terlebih dahulu baru melakukan pembayaran di kemudian hari sesuai dengan kesepakatan baik menggunakan *paylater* maupun menggunakan kredit perbankan. Baik kartu kredit maupun *paylater* merupakan bagian dari masyarakat modern. Meskipun kredit tidak sepopuler dengan *paylater*, para pihak jasa yang menawarkan jasa kredit sangat menggiurkan bagi para konsumen. Banyak kemudahan seperti pemberian potongan yang ditawarkan oleh pihak terkait sehingga para konsumen merasa tergiur dengan adanya kartu kredit perbankan.

Adanya *paylater* merupakan salah satu dampak adanya *fintech* yang berkembang saat ini. Dengan berkembangnya *paylater* merubah perilaku konsumen karena kemudahan kemudahannya. Ketika masyarakat dapat dengan bijak memanfaatkan kemajuan teknologi yang ada dalam mengatur keuangannya, maka perilaku konsumen tersebut akan baik. Namun, apabila dengan dimudahkannya teknologi, masyarakat tidak dapat mengontrol keuangannya maka akan terjadi pemborosan dan juga adanya hutang yang menumpuk. Maka dengan hal ini maka masyarakat harus lebih bisa mengontrol keuangannya agar tidak terjadi hal yang sedemikian rupa akibat kemudahan bertransaksi.

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis bermaksud untuk melakukan penelitian lebih lanjut mengenai pengaruh *buy now paylater* dengan kredit perbankan dengan judul Analisis Komparatif: Pengaruh *Buy Now Paylater* dengan Kredit Perbankan terhadap Perilaku Konsumen di Era Digital.

KAJIAN PUSTAKA

Buy Now, Paylater

Buy now, paylater adalah sistem pembayaran yang memungkinkan konsumen untuk membeli dan menerima barang dan jasa dengan segera, tetapi membayar pembelian tersebut sesuai dengan jadwal yang telah disepakati. Sistem ini memiliki inovasi yang kurang, khususnya mengenai bagaimana produk beroperasi dan lebih banyak lagi dalam mekanisme pengirimannya. Selain itu, dalam strukturnya masih memungkinkan untuk menghindari peraturan yang berlaku bagi produk-produk yang serupa (Gerrans, Baur, & Slater, 2021). Sementara itu, menurut Johnson, Rodwell, dan Hendry (2021), skema *buy now, paylater* menawarkan beberapa bentuk, tetapi dalam bentuknya yang paling sederhana adalah perjanjian antara konsumen dan pemberi pinjaman untuk pemberian kredit kepada konsumen yang dapat digunakan membeli barang atau jasa, dimana hutang dapat dilunasi kemudian oleh konsumen.

Peng dan Muki (2022) berpendapat bahwa *buy now, paylater* dapat didefinisikan sebagai pengaturan antara konsumen, pemodal dan pedagang, dimana konsumen membeli dan menerima barang atau jasa dari pedagang; pemodal membayar pedagang untuk pembelian konsumen; dan konsumen akan membayar kembali pemodal untuk pembelian mereka dari waktu ke waktu. Pembayaran sistem ini dibagi menjadi dua jenis, yaitu jangka pendek (jatuh tempo saat *checkout*) dan jangka panjang. Produk *buy now, paylater* jangka pendek biasanya bebas bunga, sementara produk *buy now, paylater* jangka panjang dapat mengenakan bunga. Meskipun *buy now, paylater* awalnya digunakan terutama untuk pembelian *online*, namun saat ini telah diperluas untuk pembelian di toko-toko dan telah menjadi pilihan pembayaran yang semakin populer untuk

membeli elektronik, pakaian, barang-barang *fashion*, *furniture*, dan peralatan (Alcazar & Bradford, 2021).

Kredit

Kredit berasal dari bahasa Latin "kredo" yang berarti "saya percaya", sehingga kredit menandakan kepercayaan atau kepercayaan yang diambil alih orang lain. Dalam ekonomi, kredit memiliki arti yang sama, yaitu percaya pada solvabilitas seseorang atau melakukan pembayaran kepada seseorang untuk menerimanya kembali setelah beberapa waktu atau meminjamkan uang dan menerima deposito. Dengan kata lain, pengertian kredit dapat dijelaskan sebagai suatu perjanjian kontraktual, dimana seorang individu mendapatkan sesuatu yang bernilai saat ini serta berkenan untuk melunasi sejumlah uang kepada kreditor pada waktu yang telah ditentukan (Elijah, 2018). Hal itu senada dengan yang diungkapkan oleh Iwata (2021) bahwa dalam ekonomi komoditas, mendapatkan komoditas tertentu perlu membayar uang. Namun, pengiriman uang tidak perlu terjadi bersamaan dengan menerima komoditas. Komoditas ini juga dapat diterima terlebih dahulu dan dibayar dengan uang tunai setelah periode tertentu. Janji untuk "membayar nanti" adalah tagihan pertukaran, yang merupakan dasar dari uang kredit. Jika tagihan membatalkan satu sama lain, maka uang yang tepat tidak lagi diperlukan.

Sementara itu, Hossain (2018) berpendapat bahwa kredit adalah salah satu tugas bank yang paling penting dan serius. Kredit berarti kemampuan bank untuk memberikan pinjaman kepada orang atau pihak lain, dimana pihak peminjam berjanji untuk membayar kembali pinjaman di masa depan dengan manfaatnya yang umumnya dikenal sebagai bunga dan bagian tersebut memastikan bahwa mereka memenuhi syarat untuk mendapatkan keuntungan dari bank. Penciptaan kredit merupakan salah satu produk yang paling penting dan menantang dari setiap bank komersial. Kredit dibagi menjadi dua bentuk yaitu dalam bentuk jangka panjang atau jangka pendek. Tidak peduli *volume* dan periode kredit tersebut, sumber utama kredit bank adalah deposito publik. Deposito publik semacam itu dalam bentuk deposito kreatif dengan cara penciptaan kredit untuk menghasilkan pendapatan sebagai bunga. Proses keseluruhan adalah aset penting dari bank komersial yang tidak hanya melipatgandakan pendapatan masing-masing bank, tetapi juga berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi. Namun, dalam keadaan tertentu, aset tersebut mungkin tidak berkinerja dalam menghasilkan pendapatan dan membayar pada waktunya seperti yang diharapkan, yang dikenal sebagai risiko kredit (Poudel, 2018).

Pembayaran Digital

Pembayaran digital atau *e-payment* didefinisikan sebagai proses transfer sejumlah uang elektronik dari satu individu ke individu lain dengan memanfaatkan web, sehingga proses transfer tersebut dilakukan secara antarmuka pengguna (Bhatt & Prajapati, 2018). Pembayaran digital berfungsi sebagai platform digital yang memfasilitasi interaksi langsung antara beberapa jenis pelanggan yang berafiliasi dengan penjual. Platform pembayaran digital dapat diskalakan dengan biaya pengembangan yang tinggi dan biaya marjinal yang rendah (Yucha et al., 2020). Teknologi ini dianggap merevolusi sektor keuangan dengan menghadirkan fitur-fitur menarik seperti keramahan pengguna, kenyamanan, dan pengiriman pembayaran yang cepat, dibandingkan dengan sistem pembayaran manual atau tradisional (Chaveesuk, Khalid & Chaiyasoonthorn, 2021). Pembayaran digital melibatkan transaksi yang diprakarsai oleh beberapa klien atau individu, yang mencakup transaksi orang-ke-orang, pembayaran bisnis individu, dan transaksi bisnis-ke-bisnis (Al-Okaily et al., 2020).

Sementara itu, Ferguson et al. (2019) berpendapat bahwa pembayaran digital mengacu pada transaksi keuangan yang dilakukan dengan menggunakan metode pembayaran elektronik. Dalam transaksi sistem pembayaran digital, penerima dan pengirim uang sama-sama menggunakan metode elektronik untuk melakukan transaksi. Teknologi dalam pembayaran digital merevolusi sektor keuangan dengan memulai fitur-fitur menarik, termasuk pengiriman solusi pembayaran yang cepat, nyaman, dan responsif dibandingkan dengan sistem pembayaran manual. Menurut Tarantang, Awwaliyah, Astuti, dan Munawaroh (2019), metode pembayaran digital memfasilitasi pembayaran atas pembelian suatu barang atau jasa dengan menggunakan koneksi atau jaringan internet. Dengan memanfaatkan internet dalam proses pembayaran, pelanggan tidak perlu memberikan data pembayaran kepada penjual secara langsung. Akan tetapi, pelanggan hanya perlu mengirimkan data untuk proses pembayaran melalui internet, sehingga tidak terdapat interaksi secara tatap muka antara penjual dengan beli.

METODE PENELITIAN

Penelitian yang berjudul “Analisis Komparatif: Pengaruh antara *Buy Now Paylater* dengan Kredit Perbankan terhadap Perilaku Konsumen di Era Digital”, menggunakan pendekatan kualitatif dengan tujuan agar dapat menggambarkan dengan jelas terkait komparasi yang akan dilakukan. Tahap pengumpulan data penelitian, menggunakan metode studi pustaka melalui tinjauan pustaka secara sistematis dengan mengambil data sekunder berupa jurnal ilmiah dan artikel yang berisi berbagai teori yang relevan dengan pokok bahasan yang diangkat. Teknik analisis yang dipakai bersifat komparatif dengan membandingkan pengaruh antara *buy now, paylater* dengan kredit perbankan terhadap perilaku konsumen di era digital.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengaruh *Buy Now, Paylater* terhadap Perilaku Konsumen di Era Digital

Kini perkembangan teknologi yang pesat sedang dialami oleh hampir seluruh negara di dunia, sehingga banyak teknologi yang dapat mempermudah aktivitas atau pekerjaan seseorang. Teknologi tersebut juga berkembang dalam hal melakukan pembayaran atau transaksi, baik antara individu-individu, bisnis-individu, dan bisnis-bisnis, yang mana proses pembayaran dapat dilakukan dengan memanfaatkan media elektronik ataupun internet yang biasa disebut dengan pembayaran digital. Salah satu contoh mekanisme yang ada dalam pembayaran digital saat ini adalah *buy now, paylater*, yang mana banyak digunakan pada *e-commerce*. Dengan menggunakan mekanisme *buy now, paylater* yang ada dalam suatu aplikasi, maka seseorang dapat memenuhi kebutuhan hidupnya sekarang, tetapi membayar biaya kebutuhan tersebut sesuai dengan jadwal yang telah disepakati.

Mekanisme pembayaran yang dikenal oleh masyarakat global sebelum adanya mekanisme *buy now, paylater* adalah kartu kredit, yang mana kartu kredit merupakan salah satu metode pembayaran yang memudahkan masyarakat untuk memenuhi kebutuhannya atau membayar suatu barang tertentu dengan pembayaran kemudian. Hal tersebut berarti bahwa *buy now, paylater* memiliki kesamaan dengan kartu kredit dikarenakan mekanismenya menawarkan hal yang sama. Namun, mekanisme *buy now, paylater* memiliki lebih banyak kemudahan apabila dibandingkan dengan kartu kredit, contohnya seperti kemudahan dalam membuat akun, layanan dapat diakses tanpa batas ruang dan waktu, dapat mengajukan limit saldo, dan lain sebagainya. Kemudahan tersebut tentunya akan memberikan pengaruh bagi perilaku konsumen dalam memenuhi kebutuhan hidupnya. Dalam beberapa tahun terakhir, mekanisme *buy now, paylater* digunakan oleh banyak *e-commerce* sebagai metode pembayaran. Selain itu, mekanisme tersebut

juga telah berkembang hingga digunakan oleh aplikasi-aplikasi transportasi, akomodasi, dompet digital, dan lain sebagainya.

Semakin banyaknya masyarakat yang mengenali dan menggunakan mekanisme *buy now, paylater* akan mengakibatkan dorongan untuk terus membeli barang atau jasa yang menurutnya menarik, terlepas dari tujuan barang tersebut untuk kebutuhan atau gaya hidup. Keadaan tersebut dikenal sebagai *impulse buying*, yang berarti sebuah perbuatan atau perilaku yang dilakukan oleh individu, dimana melakukan pembelian suatu barang atau jasa tanpa direncanakan atau spontan. Perilaku *impulse buying* ini berbeda dengan keputusan pembelian bertahap sebab individu yang mempunyai perilaku *impulse buying* tidak mempertimbangkan latar belakang atas pembeliannya. Faktor penyebab perilaku *impulse buying* dapat berasal dari diri sendiri ataupun faktor lainnya (Sari, 2020).

Penelitian yang berkaitan dengan pengaruh dari penggunaan *buy now, paylater* telah banyak dilakukan di Indonesia, salah satunya adalah penelitian yang dilakukan oleh Rahmatika Sari (2020), yang mana Rahmatika Sari meneliti pengaruh penggunaan *buy now, paylater* terhadap perilaku *impulse buying*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan teknologi *buy now, paylater* termasuk dalam kelompok sangat baik, yakni bermakna bahwa *buy now, paylater* menjadi metode pembayaran baru dalam pembayaran digital yang dimanfaatkan dengan sangat baik oleh masyarakat, terutama konsumen *e-commerce* di Indonesia. Akan tetapi, perbuatan *impulse buying* dari konsumen *buy now, paylater* di Indonesia termasuk kelompok cukup tinggi. Hal tersebut bermakna bahwa konsumen *buy now, paylater* cenderung berbuat *impulse buying* dalam pembelian secara *online* di *e-commerce*.

Selain itu, terdapat penelitian yang berkaitan dengan pengaruh penggunaan *buy now, paylater* terhadap perilaku konsumsi Islam yang diteliti oleh Damayanti dan Canggih (2021). Penelitian tersebut dilakukan terhadap perilaku konsumsi Islam generasi milenial di Kota Surabaya, yang mana hasil penelitian menunjukkan bahwa semakin besar tingkat kemudahan yang didapatkan oleh pengguna *buy now, paylater*, maka akan semakin besar pula perilaku konsumsinya. Begitu pula sebaliknya, semakin kecil tingkat kemudahan yang didapatkan oleh pengguna *buy now, paylater*, maka akan semakin kecil pula perilaku konsumsinya. Hasil penelitian tersebut didukung dengan penelitian terdahulu, yang mana mengungkapkan bahwa penjualan dan pembelian secara kredit akan berguna bagi masyarakat untuk mendapatkan sesuatu yang bernilai pada saat tidak mempunyai uang serta untuk pembayarannya pun dapat dilakukan sesuai dengan waktu dan tanggal jatuh tempo (Ilham, 2020).

Pengaruh Kredit Perbankan terhadap Perilaku Konsumen di Era Digital

Keberadaan kartu kredit tidak terlepas dari adanya perkembangan teknologi yang berkembang di dunia. Salah satu faktor adanya kartu kredit adalah perkembangan ekonomi menjadi *cashless society*. Dampak dari hal tersebut yaitu kebiasaan masyarakat terlebih masyarakat perkotaan dari yang biasanya bertransaksi langsung beralih menggunakan kartu kredit. Berdasarkan hal tersebut orang menganggap bahwa apabila menggunakan kartu kredit dalam membelanjakan sesuatu, maka dapat menghemat waktu dan mendapatkan banyak keuntungan, misalnya memperoleh potongan dan poin di dalam kartu kreditnya apabila membayar tepat waktu.

Penggunaan kartu kredit yang sangat memudahkan masyarakat akan membuat masyarakat bersikap konsumtif sebab dengan adanya kartu kredit masyarakat dapat membeli terlebih dahulu barang yang mereka mau yang kemudian dibayarkan sesuai waktu yang telah ditentukan. Perilaku konsumtif ini akan berbahaya apabila masyarakat tidak dapat mengontrol

diri sendiri, misalnya saja membeli barang yang seharusnya tidak dibeli. Sebab dalam hal ini perilaku konsumtif masyarakat Indonesia lebih dipengaruhi oleh trend (gaya hidup) bukan kebutuhan.

Penggunaan kartu kredit dipengaruhi oleh gaya hidup konsumen. Masyarakat pada umumnya lebih mementingkan gengsi tanpa memikirkan resiko yang ditimbulkan apabila tidak dapat membayar tagihan-tagihan pada kartu kredit. Apabila masyarakat tidak dapat membayar tagihan-tagihan yang ada maka akan dikenakan bunga sehingga dirasa dapat merugikan konsumen tersebut. Berdasarkan uraian diatas yang menyebutkan bahwa konsumsi masyarakat bukan berdasarkan pada kebutuhan namun berdasarkan trend maka dengan adanya kartu kredit maka akan membuat perilaku konsumtif yang tinggi. Namun, jika masyarakat memiliki pengalaman akan penggunaan kartu kredit yang ada, pengalaman tersebut akan meminimalisir adanya perilaku konsumtif yang tinggi apabila dibandingkan dengan masyarakat yang memiliki pengalaman yang rendah. Maka dengan begitu diperoleh bahwa, tingginya pengalaman masyarakat menggunakan kartu kredit perilaku konsumtif yang dapat ditimbulkan dari penggunaan tersebut akan semakin rendah karena mempertimbangkan beberapa keputusan yang ada. Selain itu masyarakat seharusnya lebih memikirkan tentang keuangan pribadinya untuk membeli barang atau menuruti gaya hidup sehingga kartu kredit digunakan berdasarkan pendapatan yang ada bukan hanya menuruti gengsi belaka.

Pada beberapa kasus, perilaku konsumen terhadap penggunaan kartu kredit menimbulkan sebuah perkara sebab konsumen tidak dapat membayar tepat waktu karena kelalain dari konsumen lain atau dana yang digunakan untuk membayar kredit tersebut tidak cukup. Hal tersebut dikarenakan konsumen memiliki perilaku konsumtif yang tinggi tanpa memikirkan berapa pendapatan yang mereka dapatkan. Alhasil banyak dari pengguna kartu kredit yang mendapatkan perlakuan tidak sopan dari penagih kartu kredit sehingga untuk waktu mendatang para pengguna kartu kredit mencabut kartu kreditnya. Selain itu, proses pengajuan kartu kredit sendiri terbilang rumit, banyak permasalahan dihadapi antara lain , *offline*, syarat yang diajukan oleh pihak bank terlalu banyak, proses pengajuan lama, dan belum ada fasilitas yang memungkinkan nasabah bertanya langsung. Dengan banyaknya persyaratan yang harus dilakukan oleh nasabah maka nasabah terkadang memilih tidak menggunakan kartu kredit sebagai alat pembayaran yang mereka gunakan.

Perbandingan Pengaruh antara *Buy Now, Paylater* dengan Kredit Perbankan terhadap Perilaku Konsumen di Era Digital

Sebagaimana yang telah diuraikan sebelumnya, bahwa keduanya memiliki mekanisme yang hampir serupa. Keduanya menawarkan sistem yang memudahkan konsumen untuk membeli maupun menerima barang, tetapi dapat melunasi tanggungannya di kemudian hari. Perbedaan terletak pada pemanfaatan teknologi sebagai sarannya. *Buy now, paylater* memberikan pelayanan untuk transaksi pembelian secara *online*, sedangkan kredit perbankan dapat digunakan untuk transaksi *online* maupun *offline*. Perbedaan juga terletak pada penyedia layanannya, *buy now, paylater* disediakan dan dikelola oleh *e-commerce* tertentu, sedangkan kartu kredit oleh bank tertentu.

Hasil analisis komparatif menunjukkan bahwa terdapat beberapa persamaan dan perbedaan pengaruh antara *buy now, paylater* dengan kredit perbankan terhadap perilaku konsumen di era digital. Pada dasarnya perilaku konsumen dalam menentukan keputusan untuk membeli dipengaruhi oleh faktor lingkungan dan faktor individual (Mulyana, 2019). Faktor

lingkungan terdiri dari kelas sosial, nilai-nilai norma dan peranan sosial, keluarga, kelompok referensi, budaya, sub budaya, faktor-faktor situasional dan variabel bauran pemasaran.

Salah satu faktor lingkungan yang berpengaruh pada keputusan pembelian oleh konsumen adalah variabel bauran pemasaran. Mulyana (2019) menjelaskan bahwa salah satu faktor penting yang berpengaruh pada keputusan konsumen untuk membeli adalah variabel bauran pemasaran yang berhubungan dengan variabel harga, distribusi, dan promosi produk. Jika hal ini didukung oleh kemudahan konsumen dalam melakukan transaksi dengan menggunakan sistem *buy now*, *paylater* atau kartu kredit perbankan maka akan berakibat pada perilaku konsumen yang konsumtif.

Disamping itu, faktor dari dalam individu yang mempengaruhi keputusan untuk membeli barang diantaranya, kepribadian, motif, pembelajaran, sikap keyakinan, persepsi, pengalaan, konsep diri, dan gaya hidup. Salah satu faktor yang cukup mempengaruhi keputusan konsumen adalah gaya hidup. Aktivitas, minat dan ukuran tentang sesuatu yang dipikirkan seseorang itulah yang disebut gaya hidup. Apabila seorang konsumen tidak dapat mengendalikan keinginannya untuk mendapatkan sesuatu maka akan menyebabkan terjadinya perilaku yang konsumtif jika dipermudah dengan menggunakan metode pembayaran kartu kredit maupun *buy now*, *paylater* bahkan hal ini dapat menyebabkan *impulse buying*.

Impulse buying didefinisikan sebagai perilaku seseorang yang mengalami dorongan untuk segera membeli produk yang tidak direncanakan sebelumnya (Iyer, 2020). Faktor yang menyebabkan terjadinya *impulse buying* berasal dari faktor eksternal maupun internal diri masing-masing. *Impulse buying* yang dilakukan terus-menerus akan berakibat pada pemborosan intelektual dalam mengkonsumsi suatu produk. Disamping itu, perilaku *impulse buying* ini dapat menyebabkan penyesalan di kemudian hari sehingga dapat menimbulkan ketidakpuasan bagi konsumen.

Selain itu, terdapat juga perbedaan pengaruh antara *buy now*, *paylater* dengan kredit perbankan terhadap perilaku konsumen di era digital. Pada pengguna metode pembayaran *buy now*, *paylater* yang dalam penerapannya bergantung pada teknologi disambut dengan sangat baik oleh konsumen. Pengalaman berupa kemudahan yang diberikan kepada penggunanya membuat mereka melakukan banyak kegiatan konsumsi. Namun, hal ini berbeda dengan para pengguna kartu kredit perbankan. Konsumen yang memiliki pengalaman tinggi dalam penggunaan kartu kredit perbankan maka akan meminimalisir perilaku konsumtif karena konsumen perlu mempertimbangkan beberapa keputusan yang ada.

SIMPULAN

Perkembangan teknologi yang pesat terjadi hampir di seluruh dunia, sehingga banyak teknologi yang dapat mempermudah aktivitas atau pekerjaan seseorang. Teknologi tersebut juga berkembang dalam bertransaksi pada dunia bisnis, yang mana proses pembayaran dapat dilakukan dengan memanfaatkan media elektronik ataupun internet yang biasa disebut dengan pembayaran digital. Salah satu contoh mekanisme yang ada dalam pembayaran digital saat ini adalah *buy now*, *paylater*, yang mana banyak digunakan pada *e-commerce* di Indonesia. Kemudahan dalam menggunakan mekanisme *buy now*, *paylater* ini memberikan pengaruh bagi perilaku konsumen dalam memenuhi kebutuhan hidupnya. Semakin banyaknya masyarakat yang mengenali dan menggunakan mekanisme *buy now*, *paylater* akan mengakibatkan dorongan untuk terus membeli barang atau jasa yang menurutnya menarik, terlepas dari tujuan barang tersebut untuk kebutuhan atau gaya hidup, yang mana biasa dikenal sebagai *impulse buying*. Selain itu, semakin besar

tingkat kemudahan yang didapatkan oleh pengguna *buy now, paylater*, maka akan semakin besar juga perilaku konsumsinya, begitu pula sebaliknya.

Sementara itu, kredit merupakan kemampuan bank untuk memberikan pinjaman kepada orang atau pihak lain, dimana pihak peminjam berjanji untuk membayar kembali pinjaman di masa depan dengan manfaatnya yang umumnya dikenal sebagai bunga dan bagian tersebut memastikan bahwa mereka memenuhi syarat untuk mendapatkan keuntungan dari bank. Salah satu faktor adanya kartu kredit adalah perkembangan ekonomi menjadi *cashless society*. Kemudahan dalam menggunakan kartu kredit akan membuat masyarakat bersikap konsumtif sebab dengan adanya kartu kredit masyarakat dapat membeli terlebih dahulu barang yang mereka mau yang kemudian dibayarkan sesuai waktu yang telah ditentukan. Penggunaan kartu kredit dipengaruhi oleh gaya hidup konsumen, yang lebih mementingkan gengsi tanpa memikirkan resiko yang ditimbulkan apabila tidak dapat membayar tagihan-tagihan pada kartu kredit. Selain itu, pengalaman masyarakat juga berpengaruh terhadap penggunaan kartu kredit. Masyarakat dengan pengalaman menggunakan kartu kredit akan lebih meminimalisir perilaku konsumtif dibandingkan dengan masyarakat yang berpengalaman rendah.

Berdasarkan analisis komparatif dapat disimpulkan bahwa terdapat beberapa persamaan dan perbedaan pengaruh antara *buy now, paylater* dengan kredit perbankan terhadap perilaku konsumen di era digital. Persamaan pengaruh terletak pada kemudahan konsumen dalam menggunakan metode pembayaran kartu kredit maupun *buy now, paylater* yang menyebabkan terjadinya perilaku konsumtif apabila seorang konsumen tidak dapat mengendalikan keinginannya untuk mendapatkan sesuatu bahkan hal ini juga dapat menyebabkan terjadinya *impulse buying*. Di samping itu, perbedaan pengaruh antara *buy now, paylater* dengan kredit perbankan dapat dilihat pada sisi pengalaman penggunanya, dimana pada para pengguna *buy now, paylater* akan melakukan banyak kegiatan konsumsi karena adanya kemudahan yang diberikan. Akan tetapi, hal ini tidak berlaku bagi para pengguna kartu kredit perbankan. Pengguna yang memiliki pengalaman tinggi dalam menggunakan kartu kredit perbankan, akan meminimalisir perilaku konsumtif karena mereka perlu mempertimbangkan beberapa keputusan yang ada.

DAFTAR PUSTAKA

- Adirineko, G. P. (2021). Minat dan Penggunaan Fintech PayLater Pekerja Urban Pelanggan Traveloka dan GoJek Sebelum dan Selama Pandemi Covid-19 di DKI Jakarta. *Journal of Management and Business Review*, 18 (2), 228-243. 25 Mei 2022. Diakses dari <https://www.e-journal.unair.ac.id/JD/article/view/25790>
- Alcazar, J. & Bradford, T. (2021). The Appeal and Proliferation of Buy Now, Pay Later: Consumer and Merchant Perspectives. *Federal Reserve Bank of Kansas City*. 24 Mei 2022. Diakses dari <https://www.kansascityfed.org>
- Al-Okaily, M., Lutfi, A., Alsaad, A., Taamneh, A., & Alsyouf, A. (2020). The Determinants of Digital Payment Systems' Acceptance Under Cultural Orientation Differences: The Case of Uncertainty Avoidance. *Technology in Society*, 63, 101367. 24 Mei 2022. Diakses dari <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2020.101367>
- Arifudin, O, J, Y, Tanjung, R, dan Rusmana, F. (2021). Pengaruh Kelas Sosial, Pengalaman dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Penggunaan Kartu Kredit. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi dan Akuntansi)*, 5(1), 286-298. Diakses dari <https://doi.org/10.31955/mea.vol5.iss1.pp286-298>

- Arrasyid, Panjaitan, Yulistiyanti. (2021). Aplikasi Pengajuan Kartu Kredit pada Bank Rakyat Indonesia Berbasis Java. 5(1), 252-256. Diakses dari <http://proceeding.unindra.ac.id/index.php/semnasristek/article/view/4900>
- Bhatt, V., & Prajapati, F. (2018). An Empirical study on Consumer's Securitization and faith on online payment in Gujarat. *International Journal of Reviews and Research in Social Sciences*, 6 (3), 123-128. 24 Mei 2022. Diakses dari <https://www.researchgate.net>
- Chaveesuk, S., Khalid B., & Chaiyasoonthorn, W. (2021). Digital Payment System Innovations: A marketing Perspective on Intention and Actual Use in the Retail Sector. *Innovative Marketing*, 17(3), 109-123. 24 Mei 2022. Diakses dari [https://doi.org/10.21511/im.17\(3\)2021.09](https://doi.org/10.21511/im.17(3)2021.09)
- Damayanti, F. D. W., & Canggih, Clarashinta. (2021). Pengaruh Penggunaan Pembayaran ShopeePay Later Terhadap Perilaku Konsumsi Islam Generasi Milenial Di Surabaya. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(03), 1880-1888. 25 Mei 2022. Diakses dari <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v7i3.2872>
- Elijah, Sunday. (2018). An empirical analysis of the impact of bank credit on the manufacturing sector output in Nigeria (1986-2016). *Journal of Economics Library*, 5 (4), 371-382. 24 Mei 2022. Diakses dari <http://www.kspjournals.org/index.php/JEL/article/view/1771>
- Ferguson, K. K., Soutter, L., & Neubert, M. (2019). Digital Payments in Africa – how demand, technology, and regulation disrupt digital payment systems. *International Journal of Teaching and Case Studies*, 10(4), 319. 24 Mei 2022. Diakses dari <https://doi.org/10.1504/ijtcs.2019.103771>
- Gerrans, P., Baur, D.G., & Slater, S. L. (2021). Fintech and Responsibility: Buy-now-pay-later Arrangements. *Australian Journal of Management*, 00 (0), 1-29. 24 Mei 2022. Diakses dari journals.sagepub.com
- Hendarsyah, Decky. (2020). Analisis Perilaku Konsumen dan Keamanan Kartu Kredit Perbankan, 1, 85-96. 24 Mei 2022. Diakses dari <https://ejournal.stiesyariahbangkalis.ac.id/index.php/jps/article/view/204>
- Hossain, Faysal. (2018). Analysis of Credit Management of Rupali Bank Ltd. Dhaka: Daffodil International University. 24 Mei 2022. Diakses dari <http://dspace.daffodilvarsity.edu.bd:8080/handle/123456789/3151>
- Ilham, A. A. F. (2020). Kajian Penelitian Tentang Hukum Jual Beli Kredit. *Jurnal Suhuf*, 32 (1), 50-58. 25 Mei 2022. Diakses dari <https://journals.ums.ac.id/index.php/suhuf/article/view/11035>
- Iwata, Yoshihisa. (2021). Even Inconvertible Money is Credit Money: Theories of Credit Money in Japanese Marxian Economics from the Banknote Controversy to Modern Uno Theories. 24 Mei 2022. Diakses dari <https://repository.tku.ac.jp/dspace/bitstream/11150/11661/1/keizai311-07.pdf>
- Iyer, G. R., Blut, M., Xiao, S. H., & Grewal, D. (2020). Impulse buying: a meta-analytic review. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 48(3), 384-404. Diakses dari <https://link.springer.com/content/pdf/10.1007/s11747-019-00670-w.pdf>
- 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* 2021, 13, 1992. 24 Mei 2022. Diakses dari <https://www.mdpi.com/2071-1050/13/4/1992/htm>
- Khan, M. & Haque, S. (2020). Impact of Buy Now-Pay Later Mechanism Through Installment Payment Facility and Credit Card Usage on the Impulsive Purchase Decision of

- Consumers: Evidence From Dhaka City. *Southeast University Journal of Arts and Social Sciences*, 3 (1), 40-59. 25 Mei 2022. Diakses dari <https://www.seu.edu.bd/seujass/>
- Mulyana, M. (2019). Menganalisis Perilaku Konsumen. Diakses dari <https://osf.io/preprints/inarxiv/2wj34/>
- Noor, Zulkifli, Zulki. (2020). Model Perilaku Konsumen Kredit Syariah. *Jurna Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(02). 24 Mei 2022. Diakses dari <http://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jei/article/view/999/651>
- Novendra, Aulianisa. (2020). Konsep dan Perbandingan Buy Now Paylater dengan Kredit Perbankan di Indonesia. 2. Vol 9. 25 Mei 2022. Diakses dari <http://dx.doi.org/10.33331/rechtsvinding.v9i2.444>
- Peng, A. S. K., & Muki, T. C. (2022). Buy Now Pay Later in Singapore: Regulatory Gaps and Reform. 24 Mei 2022. Diakses dari <https://ssrn.com/abstrac=3819058>
- Poudel, S. R. (2018). Assessment of Credit Risk in Nepali Commercial Banks. *Journal of Applied and Advanced Research*, 3 (3), 65-72. 24 Mei 2022. Diakses dari scholar.archive.org
- Putri, N, dan Andarini, S. (2022). Pengaruh Self Control dan Financial Attitude terhadap Financial Management Behavior Pengguna Layanan Buy Now Paylater. *Jurnal Ekonomi dan Akuntansi Manajemen*, 21(1), 60-74. Diakses dari doi:10.19184/jeam.v21i1.30594
- Sari, Rahmatika. (2020). Pengaruh Penggunaan Paylater Terhadap Perilaku Impulse Buying Pengguna E-Commerce di Indonesia. *Jurnal Riset dan Investasi*, 7 (1), 44-57. 25 Mei 2022. Diakses dari <https://jurnal.polban.ac.id/ojs-3.1.2/an/article/view/2058/1999>
- Tarantang, J., Awwaliyah, A., Astutui, M., & Munawaroh, M. (2019). Perkembangan Sistem Pembayaran Digital Pada Era Revolusi Industri 4.0 di Indonesia. *Jurnal Al-Qardh*, 4, 60-75. 24 Mei 2022. Diakses dari <https://e-journal.iain-palangkaraya.ac.id/index.php/qardh/article/view/1442>
- Yucha et al. (2020). Digital Payment System Analysis of Buying Decision in Indonesia. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 7 (10), 323-328. 24 Mei 2022. Diakses dari <https://www.koreascience.or.kr/article/JAKO202029062616446.page>