

Tinjauan Pustaka Sistematis tentang Penggunaan Paylater sebagai Kredit Konsumen Digital dari Perspektif Mikroekonomi

Nurliana¹, Maghfirah Sari Azis², Muhammad Yamin³, Andi Tenri Ampa⁴

^{1,2,3,4} Pendidikan Ekonomi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Makassar, Indonesia

DOI: 10.15294/baej.v7i1.49551

Sejarah Artikel	Abstrak
Diterima: 19 Mei 2026 Disetujui: 11 Juni 2026 Dipublikasikan: 15 Juni 2026	Penelitian ini mengkaji penggunaan PayLater sebagai bentuk kredit konsumsi digital dalam perspektif mikroekonomi melalui pendekatan Systematic Literature Review (SLR). Kajian ini dilakukan menggunakan kerangka PRISMA untuk mengidentifikasi, menyaring, menilai, dan memilih literatur yang relevan. Data diperoleh dari Google Scholar dan terdiri atas 15 artikel ilmiah yang dipublikasikan pada periode 2021–2025 yang membahas PayLater atau Buy Now Pay Later (BNPL), perilaku konsumtif, pembelian impulsif, literasi keuangan, gaya hidup, dan risiko keuangan konsumen. Hasil kajian menunjukkan bahwa PayLater memengaruhi pengambilan keputusan konsumen melalui kemudahan pembayaran, fleksibilitas transaksi, dan mekanisme pembayaran yang ditunda. Dalam perspektif mikroekonomi, PayLater dapat mengurangi persepsi konsumen terhadap keterbatasan anggaran serta meningkatkan persepsi daya beli, sehingga mendorong peningkatan konsumsi, perilaku konsumtif, dan pembelian impulsif. Namun, pengaruh PayLater tidak bersifat seragam pada seluruh konsumen. Literasi keuangan, kontrol diri, tingkat pendapatan, gaya hidup, dan persepsi risiko diidentifikasi sebagai faktor penting yang dapat memperkuat maupun memperlemah pengaruhnya terhadap keputusan konsumsi. Kajian ini juga menunjukkan bahwa PayLater tidak hanya berfungsi sebagai fasilitas pembayaran digital, tetapi juga sebagai bentuk kredit konsumsi digital yang memengaruhi pola konsumsi, keputusan konsumsi antarwaktu, dan kesejahteraan keuangan konsumen. Penelitian ini berkontribusi dengan mengintegrasikan berbagai temuan empiris yang masih terfragmentasi serta menawarkan perspektif mikroekonomi yang lebih komprehensif mengenai peran kredit konsumsi digital dalam membentuk perilaku konsumen di era ekonomi digital.
Keywords: <i>PayLater; Buy Now Pay Later (BNPL); Digital Consumer Credit; Consumptive Behavior; Microeconomics</i>	Abstract <i>This study examines the use of PayLater as a form of digital consumer credit from a microeconomic perspective through a Systematic Literature Review (SLR). The review was conducted using the PRISMA framework to identify, screen, assess, and select relevant studies. Data were collected from Google Scholar and consisted of 15 scholarly articles published between 2021 and 2025 that discussed PayLater or Buy Now Pay Later (BNPL), consumptive behavior, impulsive buying, financial literacy, lifestyle, and consumer financial risk. The findings indicate that PayLater influences consumer decision-making through payment convenience, transaction flexibility, and deferred payment mechanisms. From a microeconomic perspective, PayLater may reduce consumers' perceived</i>

	<i>budget constraints and increase perceived purchasing power, thereby encouraging higher levels of consumption, consumptive behavior, and impulsive buying. However, the effects of PayLater are not uniform across consumers. Financial literacy, self-control, income level, lifestyle, and risk perception were identified as important factors that may strengthen or weaken its influence on consumption decisions. The review further demonstrates that PayLater functions not only as a digital payment facility but also as a form of digital consumer credit that affects consumption patterns, intertemporal consumption choices, and financial well-being. This study contributes to the literature by integrating fragmented empirical findings and providing a comprehensive microeconomic perspective on the role of digital consumer credit in shaping consumer behavior in the digital economy.</i> © 2026 Universitas Negeri Semarang
✉ Alamat Korespondensi: Jl. Sidodadi Timur Nomor 24 – Dr. Cipto Semarang, Indonesia, 50125 Email: nurliana@unm.ac.id	p-ISSN 2723-4495 e-ISSN 2723-4487

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi keuangan digital telah secara signifikan mengubah cara orang melakukan transaksi dan mengambil keputusan konsumsi. Transaksi konsumen, yang sebelumnya didominasi oleh pembayaran tunai atau kartu kredit, kini semakin beralih ke sistem pembayaran digital. Pergeseran ini didorong oleh keunggulan yang ditawarkan oleh aplikasi pembayaran digital, seperti kemudahan transaksi, kepraktisan, *cashback*, diskon, keamanan, kemudahan penggunaan, dan penerimaan yang lebih luas di berbagai merchant (Irradianty & Aditya, 2020). Salah satu bentuk inovasi pembayaran digital yang berkembang pesat adalah *PayLater*, yang juga dikenal sebagai *Buy Now, Pay Later* (BNPL). Layanan ini memungkinkan konsumen untuk membeli barang atau jasa terlebih dahulu dan melakukan pembayaran di kemudian hari, baik secara penuh maupun melalui angsuran. Meskipun *PayLater* memiliki fungsi yang serupa dengan kartu kredit, layanan ini menawarkan proses pendaftaran yang lebih mudah dibandingkan dengan kartu kredit konvensional (Wardana & Mukharomah, 2023).

Dari perspektif ekonomi, *PayLater* bukan sekadar metode pembayaran digital, tetapi juga dapat dipahami sebagai bentuk kredit konsumen digital. Melalui layanan ini, konsumen memperoleh akses terhadap konsumsi meskipun dana yang tersedia pada saat transaksi tidak mencukupi. *PayLater* dapat memengaruhi keputusan konsumsi individu, terutama dalam menentukan waktu pembelian, jenis barang yang dibeli, dan kemampuan konsumen dalam mengelola pengeluaran mereka (Sari, 2021). Dengan kata lain, *PayLater* berkontribusi terhadap perubahan pola konsumsi dengan memungkinkan konsumen menikmati barang atau jasa di masa kini sambil menanggung kewajiban pembayaran di masa depan (Husna, 2023).

Dari sudut pandang mikroekonomi, penggunaan *PayLater* sangat erat kaitannya dengan teori perilaku konsumen. Konsumen pada umumnya berusaha memaksimalkan kepuasan atau utilitas berdasarkan pendapatan dan batasan anggaran mereka (Reddyson dkk., 2022). Namun, kehadiran *PayLater* dapat mengubah cara konsumen memandang batasan anggaran mereka. Konsumen

tidak lagi hanya mempertimbangkan harga langsung barang, tetapi juga kemudahan cicilan, penundaan pembayaran, biaya layanan, promosi, dan keterjangkauan yang dirasakan. Akibatnya, suatu produk mungkin tampak lebih mudah dibeli, meskipun konsumen masih memiliki kewajiban pembayaran pada periode berikutnya.

PayLater juga terkait dengan konsep pilihan antarwaktu. Ketika konsumen menggunakan *PayLater*, mereka memperoleh manfaat konsumsi di masa kini, sementara beban pembayaran ditunda ke masa depan. Dalam kondisi tertentu, fasilitas ini dapat membantu konsumen memenuhi kebutuhan mendesak atau mengelola arus kas pribadi. Namun, jika digunakan secara irasional, *PayLater* dapat mendorong perilaku konsumtif, pembelian impulsif, dan tekanan finansial akibat akumulasi utang (Putri dkk., 2023). Oleh karena itu, penggunaan *PayLater* tidak hanya perlu dianalisis dari segi kemudahan transaksi, tetapi juga terkait dampaknya terhadap perilaku konsumsi dan kesejahteraan finansial konsumen.

Dalam transaksi *PayLater*, konsumen seringkali tidak langsung merasakan beban pembayaran pada saat pembelian. Sistem pembayaran ditunda, skema cicilan kecil, dan akses yang mudah dapat membuat konsumen menganggap barang atau jasa tersebut lebih terjangkau. Kondisi ini dapat memengaruhi keputusan konsumsi karena konsumen cenderung lebih fokus pada manfaat langsung yang diperoleh daripada kewajiban pembayaran di masa depan. Dari perspektif mikroekonomi, hal ini menunjukkan bahwa *PayLater* dapat mengubah persepsi konsumen terhadap harga, batasan anggaran, dan risiko pengeluaran. Tanpa pertimbangan rasional dan literasi keuangan yang memadai, penggunaan *PayLater* dapat menyebabkan pembelian impulsif, perilaku konsumtif, dan tekanan keuangan setelah transaksi (Darma Serang dkk., 2025).

Fenomena ini menunjukkan bahwa keputusan konsumen dalam menggunakan *PayLater* tidak selalu sepenuhnya rasional. Dalam banyak kasus, konsumen mungkin terdorong untuk membeli karena akses yang mudah, promosi, pengaruh sosial, gaya hidup, atau keinginan untuk memperoleh kepuasan instan. Hal ini sejalan dengan analisis mikroekonomi modern, yang tidak hanya memandang konsumen sebagai aktor ekonomi rasional, tetapi juga sebagai individu yang dipengaruhi oleh persepsi, preferensi, insentif, dan bias perilaku. Oleh karena itu, *PayLater* relevan untuk dikaji dari perspektif mikroekonomi karena secara langsung berkaitan dengan keputusan konsumsi, batasan anggaran, utilitas, biaya transaksi, dan risiko konsumsi berlebihan.

Selain faktor kemudahan dan promosi, literasi keuangan juga merupakan aspek penting dalam penggunaan *PayLater*. Konsumen dengan literasi keuangan yang baik cenderung lebih mampu mempertimbangkan kemampuan pembayaran, biaya layanan, risiko keterlambatan pembayaran, dan konsekuensi penggunaan kredit. Sebaliknya, konsumen dengan literasi keuangan rendah lebih rentan terhadap penggunaan *PayLater* yang berlebihan karena cenderung fokus pada manfaat konsumsi jangka pendek daripada risiko pembayaran di masa depan. Dengan demikian, literasi keuangan dapat berperan sebagai faktor pengendali dalam hubungan antara penggunaan *PayLater* dan perilaku konsumsi.

Berdasarkan pembahasan di atas, penelitian ini mengkaji penggunaan *PayLater* sebagai kredit konsumen digital dari perspektif mikroekonomi melalui metode *Systematic Literature Review* (SLR). Masalah utama yang dibahas dalam penelitian ini adalah: (1) bagaimana *PayLater* dapat dijelaskan sebagai bentuk

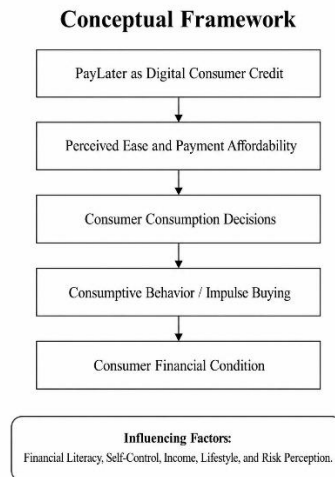
kredit konsumen digital; (2) bagaimana penggunaan PayLater memengaruhi perilaku konsumsi konsumen; dan (3) faktor apa saja yang dapat memperkuat atau mengendalikan pengaruh PayLater terhadap keputusan konsumsi. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mensintesis temuan penelitian sebelumnya terkait penggunaan PayLater, perilaku konsumsi, pembelian impulsif, literasi keuangan, dan kesejahteraan keuangan konsumen. Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi pada pengembangan studi mikroekonomi, khususnya dalam memahami perilaku konsumen di era ekonomi digital. Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih baik kepada konsumen mengenai penggunaan PayLater yang bertanggung jawab serta menjadi pertimbangan bagi penyedia layanan keuangan digital dan pembuat kebijakan dalam mempromosikan praktik kredit konsumen digital yang lebih bertanggung jawab.

Dari perspektif mikroekonomi, penggunaan *PayLater* erat kaitannya dengan teori perilaku konsumen. Konsumen umumnya diasumsikan membuat keputusan konsumsi untuk memaksimalkan kepuasan atau utilitas berdasarkan pendapatan, harga, preferensi, dan batasan anggaran (Albushairi dkk., 2018). Namun, dalam praktik konsumsi digital, keputusan konsumen tidak hanya dipengaruhi oleh harga dan pendapatan, tetapi juga oleh kemudahan transaksi, promosi, persepsi keterjangkauan, dan dorongan psikologis selama proses pembelian.

PayLater juga dapat dijelaskan melalui konsep pilihan antarwaktu, yang merujuk pada cara konsumen mengalokasikan konsumsi antara masa kini dan masa depan. Melalui skema pembayaran ditunda atau cicilan, konsumen memperoleh kepuasan dari konsumsi saat ini sambil menunda kewajiban pembayaran ke periode berikutnya. Jika digunakan secara rasional, PayLater dapat membantu konsumen mengelola kebutuhan konsumsi. Namun, jika digunakan tanpa mempertimbangkan kemampuan pembayaran, hal ini dapat menimbulkan risiko keuangan di masa depan. Perilaku konsumtif merujuk pada kecenderungan individu untuk mengonsumsi secara berlebihan dan memprioritaskan keinginan daripada kebutuhan (Saberina, 2021). Dalam konteks PayLater, perilaku ini dapat muncul karena pembayaran ditunda mengurangi hambatan pembayaran langsung dan membuat transaksi terasa lebih ringan. Selain itu, pembelian impulsif dapat terjadi ketika konsumen membuat keputusan pembelian spontan akibat diskon, promosi terbatas, tampilan produk, pengiriman gratis, atau metode pembayaran yang nyaman. Studi tentang BNPL menunjukkan bahwa pembayaran ditunda, persepsi keterjangkauan, dan isyarat urgensi terkait dengan peningkatan pembelian impulsif dan kesadaran yang lebih rendah terhadap beban pembayaran yang sebenarnya (Nusir dkk., 2026).

Literasi keuangan memainkan peran penting dalam penggunaan PayLater karena konsumen perlu memahami konsekuensi dari pembayaran yang ditangguhkan, biaya layanan, denda keterlambatan, dan risiko menumpuknya tagihan. Konsumen dengan literasi keuangan yang baik cenderung lebih mampu menilai apakah penggunaan PayLater sesuai dengan kapasitas keuangan mereka. Hubungan antara PayLater dan perilaku konsumsi juga dipengaruhi oleh pengendalian diri, pendapatan, gaya hidup, persepsi risiko, dan kesadaran keuangan. Oleh karena itu, dampak PayLater terhadap perilaku konsumsi mungkin berbeda-beda pada setiap individu (Hilwana dkk., 2025).

Berdasarkan literatur yang ditinjau, hubungan antara penggunaan PayLater, pengambilan keputusan konsumen, perilaku konsumsi, dan hasil keuangan dapat dirangkum dalam kerangka konseptual. Sebagaimana diilustrasikan pada Gambar 1, PayLater berfungsi sebagai bentuk kredit konsumen digital yang memengaruhi persepsi konsumen mengenai keterjangkauan dan kemudahan pembayaran, yang pada gilirannya memengaruhi keputusan konsumsi, perilaku konsumsi, dan kondisi keuangan.



Gambar 1. Kerangka Konseptual PayLater sebagai Kredit Konsumen Digital dan Pengaruhnya terhadap Perilaku Konsumen dari Perspektif Mikroekonomi

Gambar 1 menunjukkan bahwa dampak PayLater terhadap perilaku konsumen tidak hanya ditentukan oleh ketersediaan fasilitas kredit digital. Hubungan tersebut juga dipengaruhi oleh beberapa faktor moderasi, termasuk literasi keuangan, pengendalian diri, tingkat pendapatan, gaya hidup, dan persepsi risiko, yang dapat memperkuat atau melemahkan efek PayLater terhadap keputusan konsumsi dan hasil keuangan.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan *Systematic Literature Review* (SLR) dengan desain deskriptif kualitatif untuk mengkaji penggunaan *PayLater* sebagai bentuk kredit konsumen digital dari perspektif mikroekonomi. Metode SLR diadopsi untuk secara sistematis mengumpulkan, mengevaluasi, dan mensintesis bukti dari studi-studi sebelumnya, sehingga memberikan pemahaman komprehensif mengenai hubungan antara penggunaan PayLater, perilaku konsumsi, pembelian impulsif, literasi keuangan, gaya hidup, persepsi risiko, dan kesejahteraan keuangan konsumen (Kitchenham & Charters, 2007; Snyder, 2019).

Proses tinjauan ini dilakukan sesuai dengan pedoman *Preferred Reporting Items for Systematic Reviews and Meta-Analyses* (PRISMA) (Moher et al., 2015). Penerapan kerangka kerja PRISMA memastikan prosedur yang transparan, terstruktur, dan dapat direplikasi dalam mengidentifikasi, menyaring, mengevaluasi, dan memilih literatur yang relevan. Kerangka kerja ini juga meningkatkan ketelitian metodologis dan kualitas pelaporan proses tinjauan.

Literatur yang relevan diidentifikasi melalui Google Scholar dengan menggunakan kombinasi kata kunci yang terkait dengan topik penelitian, termasuk "PayLater," "Buy Now Pay Later (BNPL)," "kredit konsumen digital,"

“perilaku konsumtif,” “pembelian impulsif,” “literasi keuangan,” “perilaku konsumen,” dan “mikroekonomi.” Untuk menyempurnakan hasil pencarian dan meningkatkan relevansi, operator Boolean seperti AND dan OR diterapkan dalam berbagai kombinasi kata kunci.

Pencarian literatur difokuskan pada studi-studi yang membahas layanan PayLater atau BNPL, perilaku konsumsi, pembelian impulsif, literasi keuangan, gaya hidup, persepsi risiko, dan pengambilan keputusan konsumen. Proses seleksi melibatkan empat tahap: identifikasi, penyaringan, penilaian kelayakan, dan inklusi, mengikuti prosedur PRISMA. Studi yang memenuhi kriteria inklusi yang telah ditentukan dipertahankan untuk ditinjau lebih lanjut, sedangkan catatan duplikat, publikasi non-akademis, artikel teks lengkap yang tidak dapat diakses, dan studi yang tidak terkait dengan tujuan tinjauan ini dikecualikan.

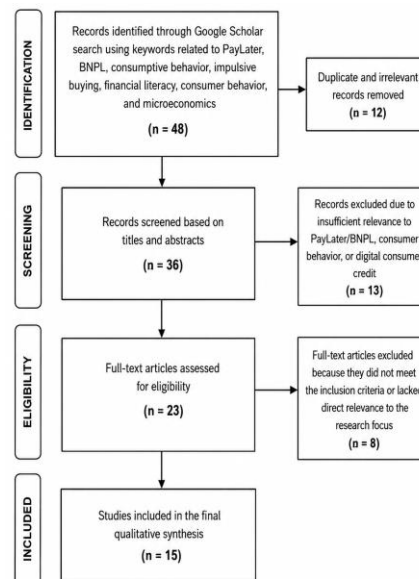


Figure 2. PRISMA Flow Diagram of the Literature Selection Process

Kriteria inklusi meliputi: (1) studi yang berfokus pada PayLater atau Buy Now Pay Later (BNPL); (2) penelitian yang mengkaji perilaku konsumsi, pembelian impulsif, literasi keuangan, gaya hidup, persepsi risiko, atau pengambilan keputusan konsumen; (3) artikel yang diterbitkan dalam jurnal ilmiah yang direview oleh rekan sejawat; (4) studi yang tersedia dalam format teks lengkap; dan (5) publikasi yang ditulis dalam bahasa Inggris atau Indonesia. Sebaliknya, studi duplikat, prosiding konferensi, dokumen non-ilmiah, publikasi teks lengkap yang tidak dapat diakses, dan studi yang tidak sejalan dengan ruang lingkup tinjauan ini dikecualikan.

Untuk memastikan kredibilitas dan relevansi literatur yang ditinjau, setiap artikel menjalani penilaian kualitas berdasarkan relevansi topik, kejelasan tujuan penelitian, ketelitian metodologis, dan kontribusi temuan terhadap pemahaman tentang PayLater sebagai bentuk kredit konsumen digital. Hanya studi yang memenuhi kriteria ini yang dimasukkan ke dalam tinjauan akhir.

Data yang diekstraksi dari studi terpilih disusun ke dalam matriks literatur yang berisi informasi mengenai penulis, tahun publikasi, judul artikel, fokus penelitian, dan temuan utama. Matriks ini memfasilitasi perbandingan sistematis antarstudi dan mendukung identifikasi pola berulang dalam literatur.

Data dianalisis menggunakan pendekatan sintesis naratif (Snyder, 2019). Teknik analitis ini dianggap tepat karena studi-studi yang dipilih bervariasi dalam hal desain penelitian, variabel, dan konteks, sehingga sintesis statistik tidak praktis. Proses sintesis melibatkan pengelompokan temuan ke dalam beberapa area tematik, yaitu: (1) PayLater sebagai kredit konsumen digital, (2) perilaku konsumtif dan pembelian impulsif, (3) literasi keuangan dan pengendalian diri, (4) gaya hidup dan determinan psikologis, serta (5) persepsi risiko dan konsekuensi keuangan. Selanjutnya, kesamaan, perbedaan, dan pola yang muncul di seluruh studi diteliti untuk mengembangkan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai penggunaan PayLater dari perspektif mikroekonomi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

Berdasarkan proses seleksi literatur, 15 artikel ilmiah diidentifikasi relevan dengan fokus penelitian mengenai PayLater sebagai kredit konsumen digital. Tabel 1 merangkum karakteristik dan temuan utama studi yang termasuk dalam tinjauan ini. Studi yang dipilih mengkaji berbagai aspek layanan *PayLater* dan *Buy Now Pay Later* (BNPL), termasuk dampaknya terhadap perilaku konsumsi, pembelian impulsif, literasi keuangan, gaya hidup, persepsi risiko, dan hasil keuangan konsumen.

Tabel 1. Ringkasan Studi Terpilih tentang Penggunaan PayLater/BNPL, Perilaku Konsumtif, dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi (2021–2025)

No.	Article	Main Findings
1	Sari, Rahmatika (2021). Pengaruh Penggunaan PayLater terhadap Perilaku Pembelian Impulsif di Kalangan Pengguna E-Commerce di Indonesia	Kemudahan penggunaan PayLater memengaruhi perilaku pembelian impulsif di kalangan pengguna e-commerce. Artikel ini relevan dalam menjelaskan PayLater sebagai faktor yang mendorong pembelian impulsif
2	Hilmi & Pratika (2021). Fitur PayLater: Pendorong Pembelian Impulsif untuk E-Commerce di Indonesia	Fitur PayLater dapat mendorong pembelian impulsif karena konsumen mendapatkan kemudahan dan fleksibilitas pembayaran dalam transaksi digital.
3	Rahima & Cahyadi (2022). Pengaruh Fitur Shopee PayLater terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Mataram	Penggunaan Shopee PayLater memiliki pengaruh yang kecil dan tidak signifikan terhadap perilaku konsumsi mahasiswa. Artikel ini berfungsi sebagai perbandingan karena tidak semua penelitian menemukan pengaruh yang kuat dari PayLater terhadap perilaku konsumsi.
4	Mahmud & Fatikhah (2023). Dapatkah Minat Menggunakan PayLater Memediasi Perilaku Pembelian Impulsif Online?	Rasionalitas harga, promosi penjualan, gaya hidup hedonis, dan minat menggunakan PayLater memengaruhi pembelian impulsif online. Minat menggunakan PayLater juga berperan sebagai variabel mediasi.
5	Juita, Pujani, Rahim, & Rahayu (2023). Memahami Perilaku Pembelian Impulsif di antara Pengguna Buy	Literasi keuangan digital, pengendalian diri, dan persepsi risiko terkait dengan perilaku pembelian impulsif di kalangan pengguna BNPL. Artikel ini relevan untuk

	Now Pay Later (BNPL) dan Implikasinya terhadap Konsumsi Berlebihan dan	menjelaskan literasi keuangan dan pengendalian diri sebagai faktor pengendali.
6	Leonita & Wulandari (2024). Pengaruh Fitur Shopee PayLater, Literasi Keuangan, dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif dalam Belanja Online di Shopee	Fitur Shopee PayLater, literasi keuangan, dan gaya hidup memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumsi belanja online. Artikel ini relevan dengan tema PayLater, literasi keuangan, gaya hidup, dan perilaku konsumsi.
7	Utomo, Hamka, Burhanuddin, Devi, & Munizu (2024). Pengaruh Literasi Keuangan, Penggunaan Shopee PayLater, dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa	Penggunaan Shopee PayLater dan gaya hidup memengaruhi perilaku konsumsi mahasiswa, sedangkan literasi keuangan tidak memiliki pengaruh yang signifikan dalam penelitian ini. Artikel ini menunjukkan bahwa peran literasi keuangan mungkin berbeda-beda di setiap penelitian.
8	Anggraeni, Zaakariah, Rizal, & Suwarna (2024). Pengaruh Penggunaan Fitur Shopee PayLater terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa di Kabupaten Kolaka	Penggunaan fitur Shopee PayLater memengaruhi perilaku konsumsi mahasiswa. Artikel ini memberikan bukti empiris lokal mengenai PayLater dan konsumsi berlebihan.
9	Girsang & Dewi (2025). Pengaruh Penggunaan Shopee PayLater, Literasi Keuangan, dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa	Penggunaan Shopee PayLater tidak memengaruhi perilaku konsumsi, sedangkan literasi keuangan mengurangi perilaku konsumsi dan gaya hidup meningkatkannya. Artikel ini penting sebagai perbandingan dan memperkuat peran gaya hidup dan literasi keuangan.
10	Bakar, Fauziyah, & Rahmat (2025). Apakah Konsumen Merasakan Pembelian Impulsif dan Rasa Sakit Pembayaran? Transaksi E-Commerce Menggunakan PayLater, Dompot Digital, dan Pembayaran di Tempat	PayLater dikaitkan dengan kecenderungan pembelian impulsif dan penyesalan pembayaran, terutama untuk produk tertentu. Artikel ini relevan untuk membahas konsep mikroekonomi seperti rasa sakit saat membayar dan keputusan konsumsi.
11	Juita, Pujani, et al. (2024). PayLater dikaitkan dengan kecenderungan pembelian impulsif dan penyesalan pembayaran, terutama untuk produk tertentu. Artikel ini relevan untuk membahas konsep mikroekonomi seperti rasa sakit saat membayar dan keputusan konsumsi.	Kumpulan data tersebut menunjukkan perbedaan perilaku pembelian impulsif antara pengguna BNPL dan non-pengguna. Artikel ini relevan sebagai data pendukung untuk menganalisis perilaku konsumen digital.
12	Kumar, Salo, & Bezawada (2024). Dampak Layanan "Beli Sekarang, Bayar Nanti" (BNPL) terhadap Perilaku Pembelian Online Konsumen	Penerapan BNPL meningkatkan pengeluaran online konsumen. Efek ini lebih kuat di kalangan konsumen muda, konsumen berpenghasilan rendah, konsumen yang sensitif terhadap promosi, dan pembelian produk bernilai rendah..
13	Maesen & Ang (2025). Beli	Pembayaran cicilan BNPL meningkatkan

	Sekarang, Bayar Nanti: Dampak Pembayaran Cicilan terhadap Pembelian Pelanggan	kemungkinan pembelian dan jumlah pembelian dengan mengurangi persepsi kendala keuangan dan persepsi biaya. Artikel ini sangat relevan dengan konsep kendala anggaran
14	Ashby, Sharifi, Yao, & Ang (2025). Pengaruh Mode Pembayaran Beli Sekarang, Bayar Nanti terhadap Keputusan Pengeluaran Konsumen	Menampilkan harga dalam bentuk cicilan membuat harga tampak lebih ringan dan dapat meningkatkan pengeluaran konsumen. Artikel ini relevan dengan pembahasan tentang persepsi harga dan keputusan konsumsi.
15	Kumar & Nayak (2024). Memahami Seluk-beluk Hutang Berisiko, Pembelian Impulsif, dan Persepsi Risiko dalam Penerapan Buy-Now-Pay-Later	Pembelian impulsif memediasi hubungan antara utang berisiko dan sikap terhadap BNPL. Persepsi risiko juga membantu menjelaskan niat konsumen untuk menggunakan BNPL. Artikel ini relevan untuk membahas risiko utang dan perilaku konsumsi digital.

Sumber: Diolah oleh para penulis berdasarkan literatur terpilih, 2026

Seperti yang ditunjukkan dalam Tabel 1, sebagian besar studi menunjukkan bahwa layanan PayLater dan Buy Now Pay Later (BNPL) secara positif terkait dengan perilaku konsumsi dan pembelian impulsif. Temuan tersebut menyarankan bahwa kemudahan, fleksibilitas, dan fitur pembayaran tertunda yang ditawarkan oleh PayLater mendorong konsumen untuk melakukan pembelian yang mungkin ditunda atau dihindari dengan metode pembayaran konvensional. Beberapa studi juga mengungkapkan bahwa PayLater memengaruhi pengeluaran konsumen dengan mengurangi batasan keuangan yang dirasakan dan beban pembayaran, sehingga meningkatkan niat pembelian dan tingkat pengeluaran.

Namun, studi-studi yang ditinjau juga menunjukkan bahwa hubungan antara penggunaan PayLater dan perilaku konsumsi tidak seragam di seluruh kelompok konsumen. Literasi keuangan, pengendalian diri, gaya hidup, tingkat pendapatan, dan persepsi risiko diidentifikasi sebagai faktor penting yang dapat memperkuat atau melemahkan dampak PayLater terhadap keputusan konsumsi. Selain itu, beberapa studi melaporkan efek yang tidak signifikan dari PayLater terhadap perilaku konsumsi, menunjukkan bahwa faktor individu dan kontekstual memainkan peran signifikan dalam membentuk respons konsumen terhadap fasilitas kredit konsumen digital.

Secara keseluruhan, temuan ini menunjukkan bahwa PayLater tidak hanya berfungsi sebagai alat pembayaran digital, tetapi juga sebagai bentuk kredit konsumen digital yang memengaruhi pengambilan keputusan konsumen, pola konsumsi, dan perilaku keuangan. Temuan ini mendukung relevansi mengkaji PayLater dari perspektif mikroekonomi, khususnya terkait pilihan konsumen, batasan anggaran, dan keputusan konsumsi antarwaktu.

B. Pembahasan

Berdasarkan Tabel 1, literatur yang ditinjau menunjukkan bahwa PayLater atau Buy Now, Pay Later (BNPL) erat kaitannya dengan perubahan perilaku

konsumsi konsumen, terutama terkait dengan perilaku konsumsi, pembelian impulsif, literasi keuangan, gaya hidup, persepsi risiko, dan tekanan keuangan. Beberapa studi menunjukkan bahwa PayLater mendorong pembelian impulsif dengan menawarkan kemudahan pembayaran, fleksibilitas transaksi, dan skema pembayaran ditunda. Hal ini didukung oleh Sari (2021), Hilmi dan Pratika (2021), serta Mahmud dan Fatikhah (2023), yang menemukan bahwa fitur PayLater, promosi penjualan, gaya hidup hedonis, dan minat dalam menggunakan PayLater berkontribusi terhadap perilaku pembelian impulsif secara online.

Temuan tersebut juga menunjukkan bahwa PayLater dapat memengaruhi perilaku konsumtif, meskipun hasilnya tidak sepenuhnya konsisten di seluruh studi. Leonita dan Wulandari (2024), Utomo dkk. (2024), dan Anggraeni dkk. (2024) menemukan bahwa Shopee PayLater terkait dengan perilaku konsumtif yang lebih tinggi, terutama bila dikombinasikan dengan faktor gaya hidup dan kebiasaan belanja online. Namun, Rahima dan Cahyadi (2022) serta Girsang dan Dewi (2025) melaporkan bahwa pengaruh Shopee PayLater terhadap perilaku konsumtif relatif lemah atau tidak signifikan. Perbedaan ini menunjukkan bahwa PayLater tidak secara otomatis memicu perilaku konsumtif, tetapi pengaruhnya bergantung pada karakteristik konsumen, gaya hidup, literasi keuangan, dan pengendalian diri.

Dari perspektif mikroekonomi, PayLater dapat dipahami sebagai kredit konsumen digital yang mengubah persepsi konsumen terhadap keterbatasan anggaran dan daya beli. Studi oleh Kumar, Salo, dan Bezawada (2024), Maesen dan Ang (2025), serta Ashby dkk. (2025) menunjukkan bahwa adopsi BNPL dapat meningkatkan pengeluaran online, kemungkinan pembelian, dan jumlah pembelian karena pembayaran berbasis cicilan mengurangi persepsi keterbatasan keuangan dan membuat harga tampak lebih terjangkau. Hal ini menunjukkan bahwa PayLater dapat memengaruhi keputusan konsumen dengan mengalihkan beban pembayaran dari masa kini ke masa depan, sehingga memengaruhi pilihan konsumsi antarwaktu.

Literasi keuangan, pengendalian diri, dan risiko yang dirasakan muncul sebagai faktor pengendali penting dalam penggunaan PayLater. Juita dkk. (2023) menemukan bahwa literasi keuangan digital, pengendalian diri, dan risiko yang dirasakan terkait dengan pembelian impulsif di kalangan pengguna BNPL, sementara Juita dkk. (2024) memberikan data pendukung yang menunjukkan perbedaan perilaku pembelian impulsif antara pengguna BNPL dan non-pengguna. Demikian pula, Kumar dan Nayak (2024) menekankan peran persepsi risiko dan utang berisiko dalam menjelaskan adopsi BNPL. Temuan ini menunjukkan bahwa konsumen dengan kesadaran keuangan dan pengendalian diri yang lebih kuat cenderung mempertimbangkan kemampuan pembayaran dan risiko utang sebelum menggunakan PayLater.

Secara keseluruhan, sintesis dari 15 artikel menunjukkan bahwa PayLater memiliki peran ganda dalam konsumsi digital. Di satu sisi, PayLater memberikan kemudahan, fleksibilitas, dan akses yang lebih luas terhadap konsumsi. Di sisi lain, PayLater dapat mendorong pembelian impulsif, perilaku konsumtif, dan tekanan finansial jika digunakan secara berlebihan. Bakar, Fauziyah, dan Rahmat (2025) lebih lanjut mendukung argumen ini dengan menunjukkan bahwa PayLater terkait dengan rasa sakit saat membayar dan penyesalan pembayaran, terutama untuk kategori produk tertentu. Oleh karena itu, PayLater tidak hanya

harus dipandang sebagai fasilitas pembayaran digital, tetapi juga sebagai bentuk kredit konsumen yang memengaruhi keputusan ekonomi individu, persepsi anggaran, dan kesejahteraan finansial dalam ekonomi digital.

KESIMPULAN

Berdasarkan sintesis 15 artikel ilmiah yang ditinjau dalam studi ini, PayLater dapat dipahami sebagai bentuk kredit konsumen digital yang memengaruhi perilaku konsumen dan keputusan konsumsi dari perspektif mikroekonomi. Studi-studi yang ditinjau secara konsisten menunjukkan bahwa PayLater memfasilitasi konsumsi melalui kemudahan pembayaran, fleksibilitas transaksi, dan mekanisme pembayaran tertunda, memungkinkan konsumen mengakses barang dan jasa sebelum melakukan pembayaran penuh.

Temuan lebih lanjut mengungkapkan bahwa PayLater dapat memengaruhi perilaku konsumsi dan pembelian impulsif dengan mengurangi batasan anggaran yang dirasakan konsumen dan meningkatkan daya beli yang dirasakan. Namun, hubungan antara penggunaan PayLater dan perilaku konsumsi tidak sepenuhnya konsisten di antara studi-studi tersebut. Beberapa artikel melaporkan efek positif yang signifikan, sementara yang lain menemukan hubungan yang relatif lemah atau tidak signifikan. Perbedaan ini menunjukkan bahwa dampak PayLater bergantung pada faktor individu dan konteks.

Sintesis ini juga menunjukkan bahwa literasi keuangan, pengendalian diri, tingkat pendapatan, gaya hidup, dan persepsi risiko memainkan peran penting dalam membentuk respons konsumen terhadap layanan PayLater. Faktor-faktor ini dapat memperkuat atau melemahkan pengaruh PayLater terhadap keputusan konsumsi dan hasil keuangan. Oleh karena itu, PayLater tidak hanya harus dipandang sebagai fasilitas pembayaran digital, tetapi juga sebagai bentuk kredit konsumen yang memengaruhi pola konsumsi, pilihan konsumsi antarwaktu, dan kesejahteraan keuangan.

Studi ini berkontribusi pada literatur dengan mengintegrasikan temuan empiris yang terfragmentasi dan memberikan perspektif mikroekonomi yang komprehensif mengenai PayLater sebagai kredit konsumen digital. Berkaitan dengan pertanyaan penelitian, temuan-temuan tersebut menegaskan bahwa PayLater berfungsi sebagai kredit konsumen digital, memengaruhi perilaku konsumsi melalui berbagai mekanisme ekonomi dan psikologis, serta dimoderasi oleh literasi keuangan, pengendalian diri, gaya hidup, pendapatan, dan persepsi risiko.

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan. Pertama, tinjauan ini didasarkan pada 15 artikel terpilih yang diperoleh dari Google Scholar, yang mungkin tidak sepenuhnya mewakili keseluruhan literatur mengenai PayLater dan BNPL. Kedua, studi yang ditinjau menggunakan desain penelitian, konteks, dan variabel yang berbeda, yang dapat membatasi perbandingan temuan. Penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas cakupan sumber literatur dengan memasukkan basis data seperti Scopus, Web of Science, atau Dimensions, serta melakukan penyelidikan empiris menggunakan data survei atau wawancara untuk memberikan wawasan yang lebih mendalam mengenai perilaku konsumen dalam konteks kredit konsumen digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Albushairi, S. A., Huda, N., & Rifani, A. (2018). *Perilaku konsumen: Teori dan aplikasi pada riset pemasaran*. PT RajaGrafindo Persada.
- Anggraeni, D. K., Zakariah, M., Rizal, A., & Suwarna, A. P. (2024). Pengaruh penggunaan fitur Shopee PayLater terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di Kabupaten Kolaka. *Jurnal Ekonomi Bisnis Syariah*.
- 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*.
- Bakar, R. M., Fauziah, N., & Rahmat, A. (2025). Do consumers perceive impulsive buying and pain of payment? E-commerce transactions using PayLater, e-wallet, and cash-on-delivery. *Gadjah Mada International Journal of Business*.
- Darma Serang, A. E., Pamungkas, A. D., & Nirmala, T. (2025). *PayLater lifestyle: Financial solution or debt trap for the younger generation*. Nawala Education.
- Girsang, A. G., & Dewi, M. H. (2025). Pengaruh penggunaan Shopee PayLater, literasi keuangan dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. *E-Jurnal Ekonomi Pembangunan*.
- Hilmi, L. D., & Pratika, Y. (2021). PayLater feature: Impulsive buying driver for e-commerce in Indonesia. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)*.
- Hilwana, A., Widyastuti, U., & Noviarini, D. (2025). Pengaruh literasi keuangan dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif pengguna Shopee PayLater: Peran moderasi kontrol diri pada Generasi Z. **Jurnal Ekonomi dan Manajemen**.
- Husna, F. (2023). Get it fast, pay it later: Analysis of PayLater features as a support of the Generation Z lifestyle. *Eduksos: Jurnal Pendidikan Sosial dan Ekonomi*.
- Iriandy, A., & Aditya, B. R. (2020). Indonesian student perception in digital payment. *Jurnal Manajemen Bisnis*.
- Juita, V., Pujani, V., Rahim, R., & Rahayu, R. (2023). Understanding impulsive buying behaviour among Buy Now Pay Later (BNPL) users and its implication for overconsumption and the environment. *Management Analysis Journal*.
- Juita, V., Pujani, V., Rahim, R., & Rahayu, R. (2024). Dataset on online impulsive buying behavior of Buy Now Pay Later users and non-Buy Now Pay Later users in Indonesia using the Stimulus-Organism-Response model. *Data in Brief*.
- Kitchenham, B., & Charters, S. (2007). *Guidelines for performing systematic literature reviews in software engineering* (Version 2.3). EBSE Technical Report. Keele University and Durham University.
- Kumalasari, Y., & Aryani, A. (2024). A decade of research on intellectual capital in Indonesia: Systematic literature review* *Shirkah: Journal of Economics and Busine**.
- Kumar, A., Salo, J., & Bezawada, R. (2024). The effects of Buy Now, Pay Later (BNPL) on customers' online purchase behavior. *Journal of Retailing*.
- Kumar, S., & Nayak, J. K. (2024). Understanding the intricacies of risky indebtedness, impulse buying and perceived risk in Buy-Now-Pay-Later adoption. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*.
- Leonita, D., & Wulandari, S. (2024). Pengaruh fitur Shopee PayLater, literasi

- keuangan dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif berbelanja online di Shopee. *Jurnal Manajemen Terapan dan Keuangan*.
- Maesen, S., & Ang, D. (2025). Buy Now, Pay Later: Impact of installment payments on customer purchases. *Journal of Marketing*.
- Mahmud, A., & Fatikhah, N. (2023). Can interest in using PayLater mediate impulse buying behavior online? *Dinamika Pendidikan*.
- Miranda, A., & Nuryana, I. (2026). Dampak kesenjangan literasi keuangan dan locus of control terhadap perilaku konsumtif pengguna PayLater. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*.
- Moher, D., Shamseer, L., Clarke, M., Gherzi, D., Liberati, A., Petticrew, M., Shekelle, P., Stewart, L. A., & PRISMA-P Group. (2015). Preferred reporting items for systematic review and meta-analysis protocols (PRISMA-P) 2015 statement. *Systematic Reviews*, 4(1), 1. <https://doi.org/10.1186/2046-4053-4-1>
- Nusir, O. M., Che Wel, C. A., & Hamid, S. N. (2026). The psychology of BNPL: A systematic review of impulsive buying and post-purchase regret (2018–2025). *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*.
- Putri, C. I., Faustine, T. M., Wijayanti, S., & Manaf, P. A. (2023). Exploring the influence of perceived usefulness and value of PayLater/BNPL on satisfaction, impulsive buying, and post-purchase intention. *International Journal of Emerging Trends in Social Sciences*.
- Rahima, P., & Cahyadi, I. (2022). Pengaruh fitur Shopee PayLater terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Mataram. *Target: Jurnal Manajemen Bisnis*.
- Reddyson, Franky, Leonardy, Yeng, H., & Leonardo, V. (2022). Pengaruh fitur PayLater terhadap sifat belanja yang konsumtif pada remaja di Kota Batam. *Jurnal Ecodemica: Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis*.
- Saberina, S. (2021). *Perilaku konsumen*. Unibi Press.
- Sari, R. (2021). Pengaruh penggunaan PayLater terhadap perilaku impulse buying pengguna e-commerce di Indonesia. *Jurnal Riset Bisnis dan Investasi*.
- Snyder, H. (2019). Literature review as a research methodology: An overview and guidelines. *Journal of Business Research*, 104, 333–339. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.07.039>
- Utomo, S. B., Hamka, Burhanuddin, Yuliantina, D., & Munizu, M. (2024). Pengaruh literasi keuangan, penggunaan Shopee PayLater dan lifestyle terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. *Jurnal Ilmiah Edunomika*.
- Wardana, F. P., & Mukharomah, W. (2023). Pengaruh pemasaran digital dan e-commerce terhadap performance marketing dan keberlanjutan bisnis pada usaha oleh-oleh khas Kota Solo. *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis*.