

Perilaku Konsumtif Pengguna Buy Now Pay Later pada Gen Z dalam Perspektif Hadis Nabi Saw.

Arina Masrurah¹, Abd. Bashir Fatmal², La Ode Ismail Ahmad³

¹⁻³ Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, Indonesia

Correspondence Email: abdbashirfatmal@gmail.com

Abstract: *The growth of Buy Now Pay Later (BNPL) has transformed how young consumers connect purchasing decisions with their ability to pay. Easy activation, integration with e-commerce, promotions, and deferred payment can provide liquidity benefits, yet these features may also obscure cost perception and encourage consumption beyond actual needs. This study analyzes consumptive behavior among Generation Z BNPL users from the perspective of Prophetic hadith and formulates an ethical framework for BNPL use in the digital financial ecosystem. It employs qualitative library research and a thematic (mawḍūʿī) approach to hadiths concerning wealth management, debt, responsibility, wastefulness, transactional honesty, and the prevention of harm. Studies on BNPL, consumer behavior, financial literacy, regulation, and digital finance serve as secondary data. The findings show that consumptive BNPL use emerges from the interaction of deferred payment, reduced pain of paying, impulse buying, digital promotion, weak self-control, and fragmented repayment obligations. Prophetic traditions do not treat debt as categorically prohibited, but attach serious moral weight to repayment intention, capacity to fulfill obligations, protection of dependents, and avoidance of wasting wealth. Accordingly, the prophetic critique should not target BNPL technology itself, but excessive consumption, unplanned debt, manipulative persuasive design, and harmful collection practices. The study proposes a Prophetic Responsible BNPL framework consisting of genuine need assessment, repayment capacity, cost transparency, impulse control, debt limits, and provider accountability. This framework shifts the discussion from a binary halal–haram judgment toward responsible financial conduct and consumer protection.*

Keywords: *Buy Now Pay Later; Generation Z; consumptive behavior; hadith; digital debt*

Abstrak: *Pertumbuhan Buy Now Pay Later (BNPL) mengubah cara generasi muda menghubungkan keputusan membeli dengan kemampuan membayar. Kemudahan aktivasi, integrasi dengan perdagangan elektronik, promosi, serta penundaan beban*

How to cite

Masrurah, A., Fatmal, A. B., Ahmad, L. O. I. (2026). Perilaku Konsumtif Pengguna Buy Now Pay Later pada Gen Z dalam Perspektif Hadis Nabi. *Jurnal Hadis Indonesia*, 1(1), 98–115.

Copyright

Copyright (c) 2026 (Author)



This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International

pembayaran memberi manfaat likuiditas, tetapi sekaligus dapat mengaburkan persepsi biaya dan mendorong konsumsi yang melampaui kebutuhan. Penelitian ini bertujuan menganalisis perilaku konsumtif pengguna BNPL pada Generasi Z dalam perspektif hadis Nabi serta merumuskan kerangka etika penggunaan BNPL yang relevan dengan ekosistem keuangan digital. Penelitian menggunakan metode kepustakaan kualitatif dengan pendekatan tematik (*mawdū'ī*) terhadap hadis mengenai pengelolaan harta, utang, tanggung jawab, larangan pemborosan, kejujuran transaksi, dan pencegahan mudarat. Literatur BNPL, perilaku konsumen, literasi keuangan, regulasi, dan studi keuangan digital digunakan sebagai data sekunder. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perilaku konsumtif dalam penggunaan BNPL terbentuk melalui kombinasi deferred payment, berkurangnya pain of paying, pembelian impulsif, promosi digital, lemahnya kontrol diri, dan fragmentasi kewajiban pembayaran. Hadis tidak menempatkan utang sebagai sesuatu yang terlarang secara mutlak, tetapi memberi bobot moral yang serius pada niat membayar, kemampuan memenuhi kewajiban, perlindungan nafkah, serta larangan menyia-nyiaakan harta. Karena itu, kritik profetik tidak diarahkan pada teknologi BNPL semata, melainkan pada pola konsumsi berlebihan, utang tanpa perencanaan, desain persuasi yang manipulatif, dan praktik penagihan yang merugikan. Penelitian menawarkan kerangka Prophetic Responsible BNPL yang mencakup kebutuhan nyata, kemampuan membayar, transparansi biaya, kontrol impuls, pembatasan utang, dan tanggung jawab penyelenggara.

Kata Kunci: Buy Now Pay Later; Generasi Z; perilaku konsumtif; hadis; utang digital

PENDAHULUAN

Buy Now Pay Later (BNPL) telah berkembang dari fitur pembayaran tambahan menjadi salah satu bentuk kredit digital yang semakin dekat dengan konsumsi sehari-hari. Di Indonesia, data Otoritas Jasa Keuangan menunjukkan bahwa per April 2026 outstanding BNPL perbankan mencapai Rp29,3 triliun dengan 31,76 juta rekening, tumbuh 37,29 persen secara tahunan.¹ Angka tersebut penting bukan hanya karena menunjukkan ekspansi produk kredit, tetapi karena BNPL hadir pada titik yang sangat dekat dengan keputusan belanja: saat pengguna memilih barang, menerima promosi, dan menyelesaikan transaksi. Regulasi terbaru melalui POJK Nomor 32 Tahun 2025 menunjukkan bahwa perkembangan BNPL telah diperlakukan sebagai isu tata kelola, manajemen risiko, dan perlindungan konsumen, bukan lagi sekadar inovasi pembayaran.² Situasi ini menjadikan perilaku pengguna, khususnya Generasi Z, sebagai isu akademik yang mendesak.

BNPL pada dasarnya dapat memiliki fungsi rasional. Pengguna dapat menyebarkan arus kas, menghadapi kebutuhan mendesak, atau mengatur pembayaran ketika terdapat ketidaksesuaian waktu antara pendapatan dan

¹Otoritas Jasa Keuangan, "May 2026 Board of Commissioners Meeting: Financial Services Sector Stability Maintained Amid Increasing Pressures on Global Economic Performance," *Otoritas Jasa Keuangan*, 2026.

²Otoritas Jasa Keuangan, *Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 32 Tahun 2025 tentang Penyelenggaraan Beli Sekarang Bayar Nanti (Buy Now Pay Later/BNPL)*, <https://ojk.go.id/id/regulasi/Pages/POJK-32-Tahun-2025-Penyelenggaraan-Beli-Sekarang-Bayar-Nanti-BNPL.aspx>.

pengeluaran. OECD bahkan mengakui bahwa kredit jangka pendek dan BNPL dapat membantu konsumen menghadapi kekurangan pendapatan sementara, tetapi juga menimbulkan risiko over-indebtedness, pembelian impulsif, dan normalisasi akumulasi utang apabila digunakan tanpa literasi digital-finansial yang memadai.³ Karena itu, penelitian ini tidak berangkat dari asumsi bahwa setiap penggunaan BNPL adalah perilaku konsumtif. Perbedaan antara penggunaan produktif, penggunaan untuk kebutuhan yang dapat dipertanggungjawabkan, dan penggunaan berlebihan diperlukan agar kritik etis tidak berubah menjadi generalisasi terhadap semua pengguna muda.

Penelitian ekonomi mengenai BNPL menunjukkan bahwa karakter produk ini memang dapat mengubah perilaku pengeluaran. Guttman-Kenney, Firth, dan Gathergood menemukan keterkaitan penggunaan BNPL dengan konsumen yang lebih muda dan kelompok yang lebih rentan secara finansial, termasuk fenomena pemindahan kewajiban BNPL ke kartu kredit.⁴ Di Maggio, Williams, dan Katz juga menunjukkan bahwa penggunaan BNPL berkaitan dengan perubahan pola pengeluaran dan karakteristik pengguna yang perlu diperhatikan dalam analisis kredit konsumen.⁵ Studi yang lebih baru menemukan bahwa sebagian pengguna memilih BNPL karena preferensi kenyamanan, tetapi kelompok yang mengalami keterbatasan likuiditas dan akses kredit lebih sering menggunakannya karena kebutuhan; pada kelompok dengan skor kredit rendah, risiko overextension menjadi lebih jelas.⁶ Bukti-bukti tersebut mengharuskan analisis yang membedakan kenyamanan, kebutuhan, dan konsumsi berlebihan.

Dari sisi perilaku belanja, dampak BNPL juga bukan sekadar dugaan normatif. Studi pada *Journal of Retailing* menunjukkan bahwa adopsi BNPL meningkatkan pengeluaran daring sekitar 6,42 persen, dengan efek yang lebih kuat pada konsumen muda, berpendapatan rendah, sensitif promosi, dan pembelian barang bernilai relatif kecil.⁷ Dari perspektif pedagang, penelitian di *Journal of Financial Economics* bahkan menunjukkan bahwa penyediaan BNPL dapat meningkatkan penjualan secara substansial karena memadukan penjualan dengan pembiayaan dan memperluas

³OECD, "Supporting Informed and Safe Use of Short-Term Online Credit and Buy Now Pay Later through Digital Financial Literacy," *OECD Business and Finance Policy Papers*, no. 85 (2025), <https://doi.org/10.1787/37d47be4-en>.

⁴Benedict Guttman-Kenney, Christopher Firth, and John Gathergood, "Buy Now, Pay Later (BNPL) ...On Your Credit Card," *Journal of Behavioral and Experimental Finance* 37 (2023): 100788, <https://doi.org/10.1016/j.jbef.2023.100788>.

⁵Marco Di Maggio, Emily Williams, and Justin Katz, "Buy Now, Pay Later Credit: User Characteristics and Effects on Spending Patterns," *NBER Working Paper Series*, no. 30508 (2022), <https://doi.org/10.3386/w30508>.

⁶Jeff Larrimore, Alicia Lloro, Zofsha Merchant, and Anna Tranfaglia, "Payment Preference or Necessity: Who Uses BNPL and Why," *Journal of Consumer Affairs* 59, no. 3 (2025): e70024, <https://doi.org/10.1111/joca.70024>.

⁷Ashish Kumar, Jari Salo, and Ram Bezawada, "The Effects of Buy Now, Pay Later (BNPL) on Customers' Online Purchase Behavior," *Journal of Retailing* 100, no. 4 (2024): 602–617, <https://doi.org/10.1016/j.jretai.2024.09.004>.

kemampuan membeli konsumen.⁸ Temuan ini menjelaskan adanya kepentingan ekonomi yang kuat untuk terus mendorong adopsi BNPL. Persoalannya ialah ketika keberhasilan komersial diukur dari peningkatan transaksi tanpa mempertimbangkan kualitas keputusan konsumen dan kemampuan mereka memenuhi kewajiban setelah transaksi selesai.

Kajian hadis dapat memberikan dimensi yang belum cukup terakomodasi dalam literatur perilaku keuangan. Hadis tidak hanya berbicara tentang keabsahan akad, tetapi juga membentuk karakter pengguna harta: tidak menyia-nyiakan kekayaan, berhati-hati terhadap utang, menunaikan hak orang lain, menjaga nafkah, bersikap jujur, dan menghindari mudarat. Tantangannya adalah bagaimana prinsip-prinsip tersebut dibaca secara kontekstual terhadap sistem pembayaran digital yang tidak dikenal pada masa Nabi. Ilmu ma'ānī al-ḥadīth menuntut integrasi antara teks, konteks, tujuan normatif, dan realitas sosial agar hadis tidak digunakan secara literal terlepas dari perubahan medium transaksi.⁹ Berdasarkan persoalan tersebut, penelitian ini menganalisis mekanisme terbentuknya perilaku konsumtif pengguna BNPL pada Gen Z, merekonstruksi prinsip hadis yang relevan, dan merumuskan etika profetik bagi pengguna serta penyelenggara BNPL.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kepustakaan kualitatif dengan pendekatan tematik (mawḍū'i) terhadap hadis-hadis yang berkaitan dengan penggunaan harta, utang, tanggung jawab finansial, pengendalian keinginan, kejujuran dalam transaksi, serta pencegahan mudarat. Sumber primer hadis ditelusuri pada kitab-kitab induk, terutama Ṣaḥīḥ al-Bukhārī, Ṣaḥīḥ Muslim, Sunan al-Tirmidhī, Sunan Abī Dāwud, dan Sunan Ibn Mājah. Hadis dipilih bukan berdasarkan kemiripan istilah dengan BNPL, melainkan berdasarkan relevansi prinsip normatifnya terhadap keputusan konsumsi dan kewajiban pembayaran. Pembacaan dilakukan melalui analisis makna tekstual, hubungan antarhadis, konteks sosial, dan tujuan etikanya, kemudian direkontekstualisasikan pada karakter transaksi digital. Pendekatan ini mencegah penggunaan hadis sebagai legitimasi instan atas produk keuangan yang struktur akad dan regulasinya jauh lebih kompleks daripada transaksi pada masa klasik.

Data sekunder diperoleh dari artikel ilmiah tentang BNPL, perilaku konsumen, impulse buying, pain of paying, self-control, literasi keuangan, financial well-being, serta regulasi konsumen digital. Analisis dilakukan dalam empat tahap. Pertama, penelitian memetakan karakter BNPL dan bukti empiris mengenai perubahan pengeluaran. Kedua, faktor psikologis dan sosial yang membentuk konsumsi berlebihan diidentifikasi, terutama penundaan pembayaran, promosi, kontrol diri,

⁸ Tobias Berg, Valentin Burg, Jan Keil, and Manju Puri, "The Economics of 'Buy Now, Pay Later': A Merchant's Perspective," *Journal of Financial Economics* 171 (2025): 104093, <https://doi.org/10.1016/j.jfineco.2025.104093>.

⁹ Abd. Bashir Fatmal, La Ode Ismail Ahmad, and Erwin Hafid, "Epistemologi dan Kegunaan Ilmu Ma'ani Al-Hadits dalam Memahami Makna dan Konteks Sabda Nabi Saw.," *IQHAS: Indonesian Journal of Qur'an and Hadith Studies* 1, no. 1 (2026): 62–78, <https://journal.saorajahadisinstitute.org/index.php/iqhas/article/view/2>.

dan normalisasi utang. Ketiga, hadis-hadis yang relevan disintesis menjadi prinsip pengelolaan harta, tanggung jawab utang, perlindungan nafkah, kejujuran, dan lā ḍarar. Keempat, kedua rumpun data tersebut diintegrasikan untuk membangun kerangka etika. Pendekatan lintas disiplin diperlukan karena perilaku konsumtif digital tidak dapat dijelaskan hanya sebagai persoalan moral individual; desain platform, insentif pedagang, literasi, dan tata kelola penyelenggara ikut menentukan kualitas keputusan pengguna.

HASIL DAN PEMBAHASAN

BNPL, Generasi Z, dan Transformasi Perilaku Konsumsi Digital

BNPL mengubah struktur psikologis transaksi dengan memisahkan waktu memperoleh barang dari waktu merasakan biaya secara penuh. Pada pembayaran tunai, kehilangan uang terjadi bersamaan dengan penerimaan barang. Pada BNPL, pengalaman mendapatkan manfaat hadir sekarang, sedangkan biaya dipindahkan ke masa depan dan sering dipecah menjadi cicilan kecil. Pengguna dengan demikian dapat menilai harga bukan sebagai total kewajiban, melainkan sebagai nominal cicilan yang tampak lebih ringan. Penelitian kualitatif tentang pengguna BNPL di Inggris menunjukkan bahwa pengalaman pengguna tidak seragam: ada yang melihatnya sebagai alat pengelolaan uang, ada pula yang terjebak pada relasi psikologis antara kesenangan konsumsi, kontrol, dan beban utang.¹⁰ Studi lain tentang determinan psikologis BNPL juga menunjukkan dominannya sikap positif terhadap kenyamanan produk, tetapi diikuti beragam motif dan persepsi risiko yang menuntut pembacaan lebih mendalam daripada kategori “boros” versus “hemat”.¹¹

Kontrol diri menjadi variabel kunci karena BNPL mengurangi hambatan yang biasanya muncul ketika konsumen harus membayar penuh. Schomburgk dan Hoffmann menunjukkan bahwa mindfulness dapat menurunkan penggunaan BNPL melalui peningkatan financial self-control dan penurunan kecenderungan impulse buying; penggunaan BNPL yang lebih tinggi juga berkaitan dengan stres pengelolaan uang saat ini dan menurunnya rasa aman finansial di masa depan.¹² Pada Gen Z, dinamika tersebut berinteraksi dengan ekosistem digital yang intens. Studi terhadap Gen Z di Arab Saudi menemukan bahwa performance expectancy, effort expectancy, pengaruh sosial, dan kualitas sistem berhubungan dengan keberlanjutan penggunaan aplikasi BNPL.¹³ Artinya, penerimaan BNPL tidak semata-mata lahir dari lemahnya

¹⁰Ruffin Relja, Philippa Ward, Richard Cook, and Anita Lifan Zhao, “Credit Dom(me)s, BNPL Switches and Debt Subs: Experiences of Pain and Pleasure,” *Journal of Business Research* 194 (2025): 115380, <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2025.115380>.

¹¹Ruffin Relja, Philippa Ward, and Anita Lifan Zhao, “Understanding the Psychological Determinants of Buy-Now-Pay-Later (BNPL) in the UK: A User Perspective,” *International Journal of Bank Marketing* 42, no. 1 (2024): 7–37, <https://doi.org/10.1108/IJBM-07-2022-0324>.

¹²Lachlan Schomburgk and Arvid Hoffmann, “How Mindfulness Reduces BNPL Usage and How That Relates to Overall Well-Being,” *European Journal of Marketing* 57, no. 2 (2023): 325–359, <https://doi.org/10.1108/EJM-11-2021-0923>.

¹³Salma S. Abed and Rotana S. Alkadi, “Sustainable Development through Fintech: Understanding the Adoption of Buy Now Pay Later (BNPL) Applications by Generation Z in Saudi Arabia,” *Sustainability* 16, no. 15 (2024): 6368, <https://doi.org/10.3390/su16156368>.

disiplin keuangan, tetapi juga dari desain layanan yang mudah, cepat, sosial, dan tertanam dalam kebiasaan digital generasi muda.

Eksperimen di Indonesia memperlihatkan bahwa metode pembayaran dan jenis produk dapat berinteraksi dengan pembelian impulsif dan pain of payment. Bakar, Fauziyah, dan Rahmat menemukan bahwa pay later pada produk fesyen menghasilkan tingkat impulsivitas dan penyesalan pembayaran yang menonjol dibanding beberapa kombinasi pembayaran lainnya, meskipun efek metode pembayaran tidak selalu sederhana pada seluruh kategori produk.¹⁴ Pada mahasiswa, financial parenting dan financial self-efficacy juga memiliki hubungan dengan niat menggunakan BNPL, sementara intensitas media sosial dapat berperan dalam membentuk kecenderungan penggunaan.¹⁵ Temuan ini relevan karena perilaku konsumtif Gen Z berlangsung dalam lingkungan di mana kebutuhan, identitas, rekomendasi algoritmik, diskon, endorsement, dan akses kredit berada di layar yang sama. Keputusan membeli karenanya dapat terjadi sebelum refleksi finansial sempat bekerja secara memadai.

Studi pengguna BNPL Indonesia menunjukkan konsistensi penting pada peran self-control. Juita dan kolega menemukan bahwa literasi keuangan digital dan kontrol diri memengaruhi pembelian impulsif pengguna BNPL, dengan pengaruh kontrol diri yang lebih kuat dalam model mereka.¹⁶ Penelitian Harjanti dan kolega juga menempatkan perilaku pengelolaan keuangan, gaya hidup, dan kontrol diri sebagai faktor penting dalam impulsive buying pengguna BNPL.¹⁷ Sementara itu, penelitian terhadap pengguna BNPL Indonesia menunjukkan bahwa perilaku keuangan dan self-control berkontribusi positif pada financial well-being, sedangkan pengetahuan keuangan menjadi lebih bermakna ketika diterjemahkan ke perilaku nyata.¹⁸ Ketiga temuan tersebut menegaskan bahwa informasi finansial saja tidak cukup. Seseorang dapat mengetahui risiko cicilan, tetapi tetap melakukan transaksi ketika dorongan emosional, promosi, dan kenyamanan pembayaran lebih kuat daripada pengetahuan yang dimiliki.

¹⁴Resekiani Mas Bakar, Nurul Fauziyah, and Abdul Rahmat, "Do Consumers Perceive Impulsive Buying and Pain of Payment? E-Commerce Transactions Using Pay Later, E-Wallet, and Cash-On-Delivery," *Gadjah Mada International Journal of Business* 27, no. 1 (2025): 31–59, <https://doi.org/10.22146/gamaijb.81568>.

¹⁵Siti Aisjah, "Intention to Use Buy-Now-Pay-Later Payment System among University Students: A Combination of Financial Parenting, Financial Self-Efficacy, and Social Media Intensity," *Cogent Social Sciences* 10, no. 1 (2024): 2306705, <https://doi.org/10.1080/23311886.2024.2306705>.

¹⁶Verni Juita, Vera Pujani, Rida Rahim, and Rita Rahayu, "Understanding Impulsive Buying Behaviour among Buy Now Pay Later (BNPL) Users and Its Implication for Overconsumption and the Environment," *Management Analysis Journal* 12, no. 4 (2023): 433–440, <https://doi.org/10.15294/maj.v12i4.75816>.

¹⁷Dhyah Harjanti, Pricilla Angelina Nur, Noerchoidah, and Wilma Laura Sahetapy, "Pengaruh Financial Management Behavior, Lifestyle, dan Self-Control terhadap Impulsive Buying Pengguna Buy Now Pay Later," *Majalah Ekonomi* 30, no. 1 (2025): 90–101, <https://doi.org/10.36456/majeko.vol31.no1.a10212>.

¹⁸Cella Nur Intantri and Fitri Santi, "Financial Well-Being: Indications on Buy Now Pay Later Users in Indonesia," *Jurnal Doktor Manajemen (JDM)* 8, no. 2 (2025): 127–139, <https://doi.org/10.22441/jdm.v8i2.34205>.

Pada konteks Gen Z secara khusus, literatur terbaru memperlihatkan hubungan yang kompleks antara literasi, gaya hidup, dan penggunaan PayLater. Kerangka konseptual Anggraini, Wardhani, dan Farhani menempatkan impulsive buying sebagai jalur yang dapat menghubungkan penggunaan PayLater dengan penurunan financial well-being, sementara literasi keuangan diposisikan sebagai faktor protektif.¹⁹ Septania dan Gosal menunjukkan bahwa pengajaran keuangan orang tua berkontribusi pada literasi dan sikap finansial pengguna BNPL Gen Z.²⁰ Studi di Indonesia lainnya menemukan literasi keuangan berpengaruh negatif terhadap penggunaan BNPL, tetapi gaya hidup konsumtif dapat melemahkan pengaruh protektif tersebut.²¹ Hasil ini penting: perilaku konsumtif tidak selalu muncul karena seseorang tidak tahu, tetapi dapat terjadi ketika budaya konsumsi dan insentif digital mengalahkan kapasitas pengetahuan untuk membentuk tindakan.

Perilaku pengelolaan keuangan juga terkait dengan sikap terhadap risiko. Retnaningrum dan Sundari menemukan bahwa literasi, sikap finansial, dan perceived risk berhubungan dengan financial management behavior pengguna BNPL dari kelompok Gen Z dan milenial.²² Pada konteks lintas negara, Waliszewski, Solarz, dan Kubiczek menunjukkan bahwa penggunaan BNPL dipengaruhi oleh sikap terhadap pengelolaan uang dan karakter sosiodemografis.²³ Penelitian Kshatri kembali menegaskan pentingnya kesadaran finansial dalam pola penggunaan BNPL.²⁴ Sementara studi mahasiswa Indonesia pada 2026 menemukan impulse buying sebagai pendorong utama niat menggunakan BNPL dibanding beberapa variabel sosialisasi finansial yang diuji.²⁵ Dengan demikian, konsumtivisme BNPL sebaiknya dipahami

¹⁹Asterina Anggraini, Annisa Wardhani, and Nuraeni Hadiati Farhani, "Integrating Financial Literacy into Gen Z's Paylater Consumption and Financial Well-Being: A Conceptual Paper," *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)* 10, no. 2 (2026), <https://doi.org/10.29040/ijebar.v10i2.19925>.

²⁰Tamara Septania and Gladys Greselda Gosal, "The Mediating Role of Financial Literacy and Financial Risk Tolerance in Parental Financial Teaching on Financial Attitudes of Buy Now Pay Later Users in Generation Z in Indonesia," *JMBI UNSRAT* 12, no. 1 (2025): 64–76, <https://doi.org/10.35794/jmbi.v12i1.60391>.

²¹Rizqi Khoirunisa, Ahmad Mustofa, Bimo Setyawan, and Lely Indah Kurnia, "Financial Literacy vs Buy Now Pay Later: Apakah Gaya Hidup Konsumtif Gen Z Memperkuat atau Memperlemah?," *Media Mahardhika* 23, no. 3 (2025), <https://doi.org/10.29062/mahardika.v23i3.1313>.

²²Kartika Retnaningrum and Siti Sundari, "The Effect of Financial Literacy, Financial Attitude, and Perceived Risk on Financial Management Behavior in Using Buy Now Pay Later (BNPL)," *Jurnal Ilmu Akuntansi dan Bisnis Syariah (AKSY)* 7, no. 2 (2025): 234–249, <https://doi.org/10.15575/aksy.v7i2.45602>.

²³Krzysztof Waliszewski, Małgorzata Solarz, and Jakub Kubiczek, "Factors Influencing the Use of Buy Now Pay Later (BNPL) Payments," *Contemporary Economics* 18, no. 4 (2024): 444–457, <https://doi.org/10.5709/ce.1897-9254.548>.

²⁴Devarsh Utkarsh Kshatri, "Financial Literacy and Buy Now Pay Later (BNPL): The Effect of Financial Awareness on Spending Habits," *International Journal of Social Science Research and Review* 8, no. 11 (2025): 141–150, <https://doi.org/10.47814/ijssrr.v8i11.2990>.

²⁵Dewi Khornida Marheni, Felix Fajar Natanael Panjaitan, and Yulfiswandi Yulfiswandi, "Impulsive Buying Behavior as the Main Driver of College Students' Intention to Use Buy Now, Pay Later (BNPL) Services," *Journal of Management: Small and Medium Enterprises (SMEs)* 19, no. 2 (2026): 837–855, <https://doi.org/10.35508/jom.v19i2.24842>.

sebagai interaksi antara disposisi individu, struktur pembayaran, dan lingkungan digital, bukan kesalahan tunggal satu generasi.

Temuan pada masyarakat Muslim Indonesia juga memperlihatkan bahwa kepercayaan, pengaruh sosial, persepsi risiko, dan literasi finansial berperan dalam niat menggunakan BNPL.²⁶ Fakta bahwa pengguna Muslim tetap mengadopsi BNPL menunjukkan bahwa identitas religius tidak otomatis bekerja sebagai pengendali perilaku finansial. Nilai keagamaan memerlukan proses translasi menjadi kebiasaan konkret: membuat anggaran, membaca biaya, menilai kebutuhan, mengukur kemampuan membayar, dan menolak promosi yang tidak sesuai prioritas. Di sinilah perspektif hadis menjadi penting. Hadis tidak cukup dihadirkan sebagai larangan abstrak terhadap “hidup boros”, tetapi perlu diterjemahkan menjadi prinsip keputusan yang bekerja pada momen sebelum transaksi dilakukan.

Deferred Payment, Pain of Paying, dan Pembelian Impulsif

Teori perilaku pembayaran membantu menjelaskan mengapa BNPL memiliki daya dorong konsumsi yang kuat. Soman menunjukkan bahwa mekanisme pembayaran memengaruhi kemampuan konsumen mengingat pengeluaran dan merasakan dampak aversif pembayaran; pembayaran yang tertunda dapat melemahkan hubungan antara pengeluaran sebelumnya dan keputusan berikutnya.²⁷ Prelec dan Simester sebelumnya menunjukkan adanya credit-card effect pada willingness to pay, yaitu kesediaan membayar yang dapat meningkat ketika pembayaran dipisahkan dari pengalaman menyerahkan uang tunai.²⁸ Raghubir dan Srivastava mengembangkan gagasan payment coupling: semakin lemah hubungan psikologis antara konsumsi dan pembayaran, semakin mudah bentuk pembayaran diperlakukan seperti “monopoly money” dan mendorong pengeluaran lebih tinggi.²⁹ BNPL memperpanjang logika ini karena bukan hanya bentuk pembayaran yang berubah, tetapi waktu biaya juga dipindahkan.

Pain of paying bukan argumentasi bahwa uang tunai selalu lebih baik, melainkan mekanisme psikologis yang memberi friksi pada keputusan. Thomas, Desai, dan Seenivasan menunjukkan bahwa pembayaran non-tunai yang relatif kurang “menyakitkan” dapat melemahkan pengendalian terhadap pembelian

²⁶Sry Lestari and Ismail Pulungan, “Kemudahan atau Kehati-hatian? Analisis Penggunaan Layanan Buy Now Pay Later (BNPL) di Kalangan Masyarakat Muslim Indonesia,” *PESHUM: Jurnal Pendidikan, Sosial dan Humaniora* 5, no. 4 (2026): 11109–11124, <https://doi.org/10.56799/peshum.v5i4.18883>.

²⁷Dilip Soman, “Effects of Payment Mechanism on Spending Behavior: The Role of Rehearsal and Immediacy of Payments,” *Journal of Consumer Research* 27, no. 4 (2001): 460–474, <https://doi.org/10.1086/319621>.

²⁸Drazen Prelec and Duncan Simester, “Always Leave Home Without It: A Further Investigation of the Credit-Card Effect on Willingness to Pay,” *Marketing Letters* 12, no. 1 (2001): 5–12, <https://doi.org/10.1023/A:1008196717017>.

²⁹Priya Raghubir and Joydeep Srivastava, “Monopoly Money: The Effect of Payment Coupling and Form on Spending Behavior,” *Journal of Experimental Psychology: Applied* 14, no. 3 (2008): 213–225, <https://doi.org/10.1037/1076-898X.14.3.213>.

impulsif tertentu.³⁰ Pada BNPL, friksi itu dapat semakin tipis ketika tombol pembayaran menyatu dengan checkout, persetujuan berlangsung cepat, dan nominal cicilan tampil lebih menonjol daripada total kewajiban. Kondisi tersebut membantu menjelaskan mengapa barang dengan harga kecil sekalipun dapat menjadi sumber masalah: satu cicilan terlihat ringan, tetapi beberapa cicilan dari transaksi yang berbeda membentuk kewajiban agregat yang sulit dirasakan pada saat keputusan awal.

Literatur impulse buying menunjukkan bahwa pembelian impulsif memiliki dimensi kognitif dan afektif. Verplanken dan Herabadi menjelaskan kecenderungan impulse buying sebagai kombinasi kurangnya perencanaan atau deliberasi dengan pengalaman emosional seperti kesenangan, dorongan, kehilangan kontrol, dan penyesalan.³¹ Beatty dan Ferrell menempatkan impulse buying sebagai proses yang dipengaruhi situasi, waktu, uang, dan dorongan membeli yang muncul di lingkungan ritel.³² Rook dan Fisher menunjukkan bahwa norma juga memengaruhi apakah dorongan impulsif diterjemahkan menjadi tindakan.³³ Ketika “bayar nanti” dinormalisasi di media sosial dan checkout, norma tentang kewajaran berutang untuk konsumsi kecil ikut berubah. Utang tidak lagi selalu dipersepsi sebagai keputusan finansial besar, tetapi sebagai fitur rutin belanja.

Masalah berikutnya adalah kegagalan self-regulation. Baumeister menjelaskan bahwa perilaku konsumen impulsif dapat berkaitan dengan kegagalan pengendalian diri ketika keinginan jangka pendek mengalahkan tujuan jangka panjang.³⁴ Vohs dan Faber menunjukkan bahwa berkurangnya sumber daya regulasi diri meningkatkan dorongan dan pengeluaran impulsif.³⁵ Kacen dan Lee menambahkan bahwa budaya memengaruhi ekspresi impulse buying sehingga perilaku tersebut tidak dapat dilepaskan dari norma sosial dan lingkungan konsumsi.³⁶ Bagi Gen Z, keadaan lelah, FOMO, promosi terbatas waktu, live shopping, dan rekomendasi personal dapat menciptakan rangkaian tekanan mikro yang membuat keputusan BNPL terjadi pada

³⁰Manoj Thomas, Kalpesh Kaushik Desai, and Satheeshkumar Seenivasan, “How Credit Card Payments Increase Unhealthy Food Purchases: Visceral Regulation of Vices,” *Journal of Consumer Research* 38, no. 1 (2011): 126–139, <https://doi.org/10.1086/657331>.

³¹Bas Verplanken and Astrid G. Herabadi, “Individual Differences in Impulse Buying Tendency: Feeling and No Thinking,” *European Journal of Personality* 15, suppl. 1 (2001): S71–S83, <https://doi.org/10.1002/per.423>.

³²Sharon E. Beatty and M. Elizabeth Ferrell, “Impulse Buying: Modeling Its Precursors,” *Journal of Retailing* 74, no. 2 (1998): 169–191, [https://doi.org/10.1016/S0022-4359\(99\)80092-X](https://doi.org/10.1016/S0022-4359(99)80092-X).

³³Dennis W. Rook and Robert J. Fisher, “Normative Influences on Impulsive Buying Behavior,” *Journal of Consumer Research* 22, no. 3 (1995): 305–313, <https://doi.org/10.1086/209452>.

³⁴Roy F. Baumeister, “Yielding to Temptation: Self-Control Failure, Impulsive Purchasing, and Consumer Behavior,” *Journal of Consumer Research* 28, no. 4 (2002): 670–676, <https://doi.org/10.1086/338209>.

³⁵Kathleen D. Vohs and Ronald J. Faber, “Spent Resources: Self-Regulatory Resource Availability Affects Impulse Buying,” *Journal of Consumer Research* 33, no. 4 (2007): 537–547, <https://doi.org/10.1086/510228>.

³⁶Jacqueline J. Kacen and Julie Anne Lee, “The Influence of Culture on Consumer Impulsive Buying Behavior,” *Journal of Consumer Psychology* 12, no. 2 (2002): 163–176, https://doi.org/10.1207/S15327663JCP1202_08.

saat kapasitas refleksi sedang rendah. Karena itu, etika penggunaan BNPL harus membangun friksi yang disengaja, bukan hanya menyediakan informasi pada halaman syarat dan ketentuan.

Hubungan antara kontrol diri dan kesejahteraan finansial memiliki dukungan empiris yang lebih luas. Strömbäck dan kolega menemukan bahwa self-control berkaitan dengan perilaku finansial yang lebih baik, kecenderungan menabung, kecemasan finansial yang lebih rendah, dan rasa aman terhadap masa depan.³⁷ Meta-analisis Fernandes, Lynch, dan Netemeyer menunjukkan bahwa literasi dan pendidikan keuangan memiliki hubungan dengan perilaku finansial, tetapi efek pendidikan dapat berkurang seiring waktu dan harus disertai intervensi yang dekat dengan momen keputusan.³⁸ Lusardi dan Mitchell juga menegaskan bahwa literasi keuangan memiliki konsekuensi ekonomi nyata dalam kualitas keputusan rumah tangga.³⁹ Lebih spesifik, Gathergood menemukan bahwa rendahnya self-control dan literasi finansial berhubungan dengan over-indebtedness, dengan peran self-control yang dalam banyak spesifikasi bahkan lebih kuat.⁴⁰

Hadis Nabi tentang Harta, Utang, dan Tanggung Jawab Finansial

Konstruksi etika hadis dimulai dari cara Islam memandang harta. Harta bukan sesuatu yang tercela, tetapi amanah yang cara memperoleh, menggunakan, dan mempertanggungjawabkannya memiliki dimensi moral. Dalam *Ṣaḥīḥ al-Bukhārī* dan *Ṣaḥīḥ Muslim* terdapat hadis bahwa Allah membenci *qīla wa qāla*, banyak meminta, dan *idā'at al-māl* atau menyia-nyiakan harta. Frasa *idā'at al-māl* tidak identik dengan setiap pembelian non-esensial, sebab kebutuhan manusia mencakup ruang kenyamanan dan preferensi. Kritiknya terletak pada penggunaan harta tanpa maslahat yang sepadan, pengeluaran yang mengabaikan kewajiban, atau tindakan yang merusak stabilitas finansial. Dalam konteks BNPL, pertanyaan etik pertama bukan “bolehkah membeli dengan cicilan?”, melainkan “apakah transaksi ini merupakan penggunaan harta yang dapat dipertanggungjawabkan setelah seluruh kewajiban dan konsekuensinya dihitung?”.

Hadis tentang utang memberi lapisan kehati-hatian yang lebih kuat. Nabi berdoa, “*Allāhumma innī a'ūdhu bika min al-ma'thami wa al-maghrām*” (Ya Allah, aku berlindung kepada-Mu dari dosa dan lilitan utang). Ketika ditanya mengapa sering berlindung dari utang, beliau menjelaskan bahwa seseorang yang terbebani utang dapat terdorong berbicara dusta dan mengingkari janji (*Ṣaḥīḥ al-Bukhārī*). Pesan hadis ini tidak menyatakan utang haram secara mutlak; Nabi dan para sahabat mengenal

³⁷Camilla Strömbäck, Thérèse Lind, Kenny Skagerlund, Daniel Västfjäll, and Gustav Tinghög, “Does Self-Control Predict Financial Behavior and Financial Well-Being?,” *Journal of Behavioral and Experimental Finance* 14 (2017): 30–38, <https://doi.org/10.1016/j.jbef.2017.04.002>.

³⁸Daniel Fernandes, John G. Lynch Jr., and Richard G. Netemeyer, “Financial Literacy, Financial Education, and Downstream Financial Behaviors,” *Management Science* 60, no. 8 (2014): 1861–1883, <https://doi.org/10.1287/mnsc.2013.1849>.

³⁹Annamaria Lusardi and Olivia S. Mitchell, “The Economic Importance of Financial Literacy: Theory and Evidence,” *Journal of Economic Literature* 52, no. 1 (2014): 5–44, <https://doi.org/10.1257/jel.52.1.5>.

⁴⁰John Gathergood, “Self-Control, Financial Literacy and Consumer Over-Indebtedness,” *Journal of Economic Psychology* 33, no. 3 (2012): 590–602, <https://doi.org/10.1016/j.joep.2011.11.006>.

transaksi kredit. Yang ditekankan ialah risiko moral ketika kewajiban melebihi kapasitas dan mulai mengganggu integritas. BNPL menjadi problematis ketika pengguna menambah transaksi baru untuk mempertahankan gaya hidup, menutup cicilan dengan utang lain, menyembunyikan kewajiban dari keluarga, atau berjanji membayar tanpa perencanaan realistis.

Hadis lain menyatakan, “Man akhadha amwāla al-nāsi yurīdu adā’ahā addā Allāhu ‘anhu, wa man akhadhahā yurīdu itlāfahā atlafahu Allāh” — siapa mengambil harta manusia dengan niat mengembalikannya, Allah akan menolong pelunasannya; siapa mengambilnya dengan maksud merusaknya, Allah akan membinasakannya (Ṣaḥīḥ al-Bukhārī). Niat membayar dalam hadis ini tidak boleh direduksi menjadi optimisme subjektif. Dalam transaksi modern, niat yang bertanggung jawab harus ditunjukkan melalui kapasitas bayar, anggaran, pendapatan yang dapat diperkirakan, dan pembatasan jumlah cicilan. Seseorang yang menekan tombol BNPL sambil mengetahui bahwa cicilan hanya mungkin dibayar jika memperoleh utang baru telah memasuki wilayah moral yang berbeda dari pengguna yang memiliki sumber pembayaran jelas.

Tanggung jawab finansial juga berkaitan dengan hak orang yang menjadi tanggungan. Hadis “Kafā bi al-mar’i ithman an yuḍayyi’a man yaqūt” — cukuplah seseorang berdosa jika ia menelantarkan orang yang menjadi tanggungannya — menempatkan nafkah sebagai prioritas moral. Prinsip ini berarti kemampuan membayar BNPL tidak boleh diukur dari ada atau tidaknya limit kredit, tetapi dari sisa kapasitas setelah kebutuhan pokok dan kewajiban keluarga dipenuhi. Pengguna yang mempunyai limit Rp5 juta tidak otomatis memiliki kemampuan membelanjakan Rp5 juta. Limit adalah keputusan penyedia kredit berdasarkan model risiko; kemampuan etik merupakan keputusan pengguna berdasarkan keseluruhan tanggung jawab hidupnya.

Hadis “lā ḍarar wa lā ḍirār” memberi prinsip yang menjangkau kedua sisi transaksi. Pengguna tidak boleh menciptakan mudarat bagi diri melalui utang berlebihan, tetapi penyelenggara dan pedagang juga tidak boleh memanfaatkan kerentanan perilaku untuk mengejar transaksi. Prinsip akuntabilitas berbasis hadis dalam kajian tata kelola menempatkan amānah, mas’ūliyyah, kejujuran, dan lā ḍarar sebagai standar yang menuntut transparansi serta evaluasi dampak, bukan hanya kepatuhan administratif.⁴¹ Dalam konteks BNPL, transparansi berarti biaya total mudah terlihat, konsekuensi keterlambatan jelas, penagihan proporsional, dan pemasaran tidak menyamarkan kredit sebagai “uang tambahan”. Perspektif ini memperluas etika dari tanggung jawab pengguna menuju tanggung jawab desain sistem.

Rekontekstualisasi Hadis terhadap Persuasi Digital dan Normalisasi Utang

Hadis perlu direkontekstualisasikan karena perilaku konsumsi digital dibentuk oleh teknologi persuasi yang berbeda dari pasar fisik klasik. Live shopping, countdown timer, gratis ongkir bersyarat, voucher terbatas, notifikasi personal, dan

⁴¹Abd. Bashir Fatmal and Nadhilah Amaliah Liwan, “Good Corporate Governance dalam Perspektif Hadis: Telaah terhadap Prinsip Akuntabilitas ESG,” *Indonesian Journal of Dirasah Islamiah* 1, no. 1 (2026): 51–65, <https://journal.saorajahadisinstitute.org/index.php/ijdi/article/view/13>.

BNPL pada tahap checkout menciptakan rangkaian persuasi yang dapat mempersempit waktu deliberasi. Kajian tentang batas etis persuasi live shopping dalam perspektif hadis menunjukkan bahwa persuasi bisnis perlu dibatasi oleh kejujuran, kerelaan yang substantif, perlindungan dari manipulasi, serta kepentingan konsumen digital.⁴² Prinsip tersebut sangat relevan untuk BNPL: persetujuan formal terhadap syarat layanan tidak selalu berarti keputusan telah terbentuk dalam kondisi informasi dan deliberasi yang memadai. Persuasi yang sengaja mengeksploitasi FOMO atau menyamakan biaya dapat merusak kualitas kerelaan.

Pengendalian konsumsi juga menuntut kemampuan mengelola emosi. Kajian hadis tentang ghadab di Jurnal Hadis Indonesia menunjukkan bahwa nilai profetik dapat direkonstruksi sebagai mekanisme pengelolaan emosi, bukan hanya larangan terhadap ekspresi tertentu.⁴³ Meskipun ghadab berbeda dari impulse buying, metodologinya memberi pelajaran penting: etika hadis bekerja dengan mengatur jeda antara dorongan dan tindakan. Pada BNPL, jeda profetik dapat diwujudkan melalui cooling-off pribadi sebelum pembelian, daftar kebutuhan, larangan membuat keputusan ketika sedang emosional, dan evaluasi total cicilan. Tujuannya bukan menghapus keinginan, tetapi mengembalikan kemampuan akal dan tanggung jawab sebelum tindakan finansial menjadi mengikat.

Lingkungan digital juga membutuhkan pendekatan perlindungan, terutama karena generasi muda tumbuh dalam ruang yang didesain untuk mempertahankan perhatian dan meningkatkan engagement. Studi Saoraja mengenai perlindungan anak di ruang digital menekankan integrasi tanggung jawab keluarga, literasi, pembatasan protektif, dan akuntabilitas platform.⁴⁴ Prinsip yang sama dapat diperluas secara proporsional kepada konsumen muda dewasa: tanggung jawab individual tetap utama, tetapi platform tidak boleh menggunakan dalih “pengguna sudah dewasa” untuk mengabaikan desain yang mendorong keputusan berisiko. Regulasi usia, pendapatan, batas pembiayaan, pengungkapan risiko, dan intervensi just-in-time merupakan bentuk perlindungan yang dapat memperkuat, bukan menggantikan, otonomi pengguna.

Dengan demikian, hadis tentang utang tidak semestinya digunakan untuk menakut-nakuti setiap pengguna BNPL, sebagaimana teknologi BNPL tidak semestinya dinormalisasi sebagai fasilitas belanja tanpa konsekuensi. Jalan tengah profetik mengakui kegunaan kredit tetapi menolak hilangnya kesadaran atas kewajiban. Pengguna harus mengetahui bahwa transaksi yang tampak kecil

⁴²Darsul S. Puyu, Ambo Asse, Abd. Bashir Fatmal, Zuhri Abu Nawas, and Amrullah Harun, “Batas Etis Persuasi Live Shopping dalam Perspektif Hadis dan Perlindungan Konsumen Digital,” *Jurnal Hadis Indonesia* 1, no. 1 (2026): 55–79, <https://journal.saorajahadisinstitute.org/index.php/jhi/article/view/17>.

⁴³Asa Afiif Bahri, Risna Mosiba, Abustani Ilyas, Muhammad Yahya, Abd. Bashir Fatmal, and Muhammad Rafi’iy Rahim, “Rekonstruksi Konseptual Ghadab dalam Hadis Nabi Saw. sebagai Pengelolaan Emosi,” *Jurnal Hadis Indonesia* 1, no. 1 (2026): 39–54, <https://journal.saorajahadisinstitute.org/index.php/jhi/article/view/16>.

⁴⁴Arifuddin Ahmad, Zulfahmi Alwi, La Ode Ismail Ahmad, Muhammad Ali, Abd. Bashir Fatmal, and Muhammad Jufri, “Pelindungan Anak di Ruang Digital dalam Perspektif Hadis: Integrasi Pengasuhan dan Kebijakan Media Sosial,” *Jurnal Hadis Indonesia* 1, no. 1 (2026): 20–38, <https://journal.saorajahadisinstitute.org/index.php/jhi/article/view/15>.

merupakan utang yang harus dibayar, sementara penyelenggara harus mengakui bahwa peningkatan conversion rate bukan satu-satunya indikator keberhasilan. Ketika model bisnis memperoleh keuntungan dari peningkatan transaksi, ia memiliki tanggung jawab lebih besar untuk memastikan bahwa arsitektur pilihan tidak mendorong overconsumption pada kelompok yang paling rentan.

Kerangka Prophetic Responsible BNPL bagi Gen Z

Sintesis temuan menghasilkan kerangka Prophetic Responsible BNPL dengan enam prinsip. Pertama, prinsip *hājah* atau kebutuhan yang dapat dipertanggungjawabkan. Pengguna perlu membedakan kebutuhan, keinginan terencana, dan impulse purchase. Pembelian non-pokok tidak otomatis salah, tetapi harus masuk dalam anggaran yang nyata. Kedua, *qudrah ‘alā al-wafā’* atau kemampuan memenuhi kewajiban. Ukurannya bukan limit yang tersedia, melainkan pendapatan bersih setelah kebutuhan pokok, dana darurat, dan kewajiban lain. Ketiga, *idrāk al-kulfah* atau kesadaran biaya total. Sebelum menyetujui transaksi, pengguna harus melihat harga tunai, total pembayaran, biaya layanan, denda, jatuh tempo, dan total seluruh cicilan BNPL lintas platform.

Keempat, prinsip *ḍabt al-raghbah* atau kontrol atas dorongan konsumsi. Praktiknya dapat berupa aturan 24 jam untuk barang non-esensial, mematikan notifikasi promosi, menghapus kartu atau BNPL sebagai default checkout, menetapkan batas transaksi bulanan, dan tidak menggunakan BNPL ketika keputusan dipicu FOMO. Kelima, prinsip *‘adam al-tadāyun li al-istihlāk al-mutakarrir*, yaitu mencegah pembentukan siklus utang konsumtif berulang. BNPL sebaiknya tidak digunakan untuk menutup kewajiban BNPL lain dan tidak menjadi alat mempertahankan gaya hidup yang tidak sesuai pendapatan. Keenam, prinsip *amānah al-muqaddim* atau akuntabilitas penyelenggara: biaya, risiko, limit, penilaian kelayakan, pemasaran, dan penagihan harus dirancang untuk mencegah mudarat yang dapat diperkirakan.

Kerangka ini juga menuntut perubahan cara literasi keuangan disampaikan kepada Gen Z. Edukasi yang hanya menjelaskan definisi bunga, cicilan, dan skor kredit sering datang terlalu jauh dari momen pembelian. Literasi perlu bersifat just-in-time: sebelum aktivasi BNPL, ketika total kewajiban meningkat, ketika beberapa jatuh tempo berdekatan, dan sebelum pengguna menerima kenaikan limit. Aplikasi dapat menampilkan rasio cicilan terhadap pendapatan, total kewajiban lintas transaksi, simulasi keterlambatan, serta peringatan ketika pola belanja memburuk. Pengguna tetap memegang keputusan akhir, tetapi keputusan itu dibuat dalam lingkungan informasi yang tidak menyembunyikan konsekuensi.

Bagi keluarga dan lembaga pendidikan, pendidikan finansial profetik sebaiknya menghubungkan nilai dengan kebiasaan. Nasihat “jangan boros” perlu diterjemahkan menjadi latihan anggaran, penghitungan cicilan, prioritas kebutuhan, dan evaluasi iklan. Kampus dapat memasukkan utang digital ke program literasi keuangan mahasiswa; masjid dan komunitas dapat membahas hadis utang dengan bahasa yang tidak menghakimi; regulator dapat mendorong affordability assessment dan pembatasan pemasaran agresif; penyelenggara dapat mengembangkan desain yang memberi friksi sehat. Dengan cara ini, hadis tidak berhenti sebagai kutipan

moral setelah masalah terjadi, tetapi bekerja sebagai kerangka pencegahan sebelum utang terbentuk.

Kontribusi utama perspektif hadis terletak pada penggabungan antara agency dan accountability. Pengguna tidak dibebaskan dari tanggung jawab hanya karena algoritma persuasif, tetapi perusahaan juga tidak dibebaskan dari tanggung jawab hanya karena pengguna menekan tombol “setuju”. Keduanya terikat oleh amanah dan larangan mudarat. Kerangka ini juga menghindari stigmatisasi Gen Z. Sebagian pengguna BNPL memiliki strategi pembayaran yang tertib dan menggunakan kredit secara rasional; sebagian lain menghadapi tekanan ekonomi nyata. Kritik akademik perlu diarahkan pada perilaku dan struktur risiko, bukan pada stereotip generasi. Pendekatan semacam ini membuat hadis relevan sebagai etika finansial yang menjaga martabat manusia sekaligus disiplin terhadap kewajiban.

KESIMPULAN

Perilaku konsumtif pengguna BNPL pada Gen Z tidak dapat dijelaskan hanya oleh satu faktor. Ia terbentuk dari interaksi antara struktur deferred payment, rendahnya pain of paying, pembelian impulsif, promosi digital, pengaruh sosial, self-control, literasi keuangan, dan kemampuan ekonomi. BNPL dapat berfungsi sebagai alat pengelolaan likuiditas, tetapi kemudahan tersebut berubah menjadi risiko ketika cicilan kecil mengaburkan total kewajiban, konsumsi menjadi berulang, dan utang digunakan untuk mempertahankan gaya hidup yang tidak sesuai kapasitas. Perspektif hadis menegaskan bahwa persoalan utamanya bukan teknologi pembayaran secara otomatis, melainkan kualitas penggunaan harta dan tanggung jawab terhadap kewajiban. Hadis tentang idā’at al-māl, bahaya utang, niat melunasi, perlindungan nafkah, kejujuran, dan lā ḍarar membentuk etika yang menolak pemborosan sekaligus mengakui fungsi kredit yang bertanggung jawab.

Penelitian ini merumuskan Prophetic Responsible BNPL melalui enam prinsip: kebutuhan yang dapat dipertanggungjawabkan, kemampuan membayar, kesadaran biaya total, kontrol impuls, pencegahan siklus utang konsumtif, dan akuntabilitas penyelenggara. Implikasinya, intervensi terhadap risiko BNPL tidak cukup berupa literasi finansial umum atau seruan moral kepada Gen Z. Pengguna membutuhkan alat pengendalian konkret, sementara penyelenggara dan regulator harus menciptakan arsitektur pilihan yang transparan, proporsional, dan tidak mengeksploitasi kerentanan perilaku. Studi lanjutan diperlukan untuk menguji kerangka tersebut secara empiris pada kelompok Gen Z Muslim di berbagai wilayah Indonesia, termasuk hubungan antara religiositas, self-control, financial well-being, frekuensi penggunaan BNPL, dan karakter desain platform. Dengan demikian, kajian hadis dapat berkontribusi pada diskursus keuangan digital bukan sebagai penilaian biner semata, tetapi sebagai sumber etika perilaku dan perlindungan konsumen

DAFTAR PUSTAKA

- Abed, Salma S., and Rotana S. Alkadi. “Sustainable Development through Fintech: Understanding the Adoption of Buy Now Pay Later (BNPL) Applications by Generation Z in Saudi Arabia.” *Sustainability* 16, no. 15 (2024): 6368. <https://doi.org/10.3390/su16156368>.
- Ahmad, Arifuddin, Zulfahmi Alwi, La Ode Ismail Ahmad, Muhammad Ali, Abd. Bashir

- Fatmal, and Muhammad Jufri. "Pelindungan Anak di Ruang Digital dalam Perspektif Hadis: Integrasi Pengasuhan dan Kebijakan Media Sosial." *Jurnal Hadis Indonesia* 1, no. 1 (2026): 20–38. <https://journal.saorajahadisinstitute.org/index.php/jhi/article/view/15>.
- Aisjah, Siti. "Intention to Use Buy-Now-Pay-Later Payment System among University Students: A Combination of Financial Parenting, Financial Self-Efficacy, and Social Media Intensity." *Cogent Social Sciences* 10, no. 1 (2024): 2306705. <https://doi.org/10.1080/23311886.2024.2306705>.
- Anggraini, Asterina, Annisa Wardhani, and Nuraeni Hadiati Farhani. "Integrating Financial Literacy into Gen Z's Paylater Consumption and Financial Well-Being: A Conceptual Paper." *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAAR)* 10, no. 2 (2026). <https://doi.org/10.29040/ijebar.v10i2.19925>.
- Bahri, Asa Afiif, Risna Mosiba, Abustani Ilyas, Muhammad Yahya, Abd. Bashir Fatmal, and Muhammad Rafi'iy Rahim. "Rekonstruksi Konseptual Ghadab dalam Hadis Nabi Saw. sebagai Pengelolaan Emosi." *Jurnal Hadis Indonesia* 1, no. 1 (2026): 39–54. <https://journal.saorajahadisinstitute.org/index.php/jhi/article/view/16>.
- Bakar, Resekiani Mas, Nurul Fauziyah, and Abdul Rahmat. "Do Consumers Perceive Impulsive Buying and Pain of Payment? E-Commerce Transactions Using Pay Later, E-Wallet, and Cash-On-Delivery." *Gadjah Mada International Journal of Business* 27, no. 1 (2025): 31–59. <https://doi.org/10.22146/gamaijb.81568>.
- Baumeister, Roy F. "Yielding to Temptation: Self-Control Failure, Impulsive Purchasing, and Consumer Behavior." *Journal of Consumer Research* 28, no. 4 (2002): 670–676. <https://doi.org/10.1086/338209>.
- Beatty, Sharon E., and M. Elizabeth Ferrell. "Impulse Buying: Modeling Its Precursors." *Journal of Retailing* 74, no. 2 (1998): 169–191. [https://doi.org/10.1016/S0022-4359\(99\)80092-X](https://doi.org/10.1016/S0022-4359(99)80092-X).
- Berg, Tobias, Valentin Burg, Jan Keil, and Manju Puri. "The Economics of 'Buy Now, Pay Later': A Merchant's Perspective." *Journal of Financial Economics* 171 (2025): 104093. <https://doi.org/10.1016/j.jfineco.2025.104093>.
- Di Maggio, Marco, Emily Williams, and Justin Katz. "Buy Now, Pay Later Credit: User Characteristics and Effects on Spending Patterns." *NBER Working Paper Series* no. 30508 (2022). <https://doi.org/10.3386/w30508>.
- Fatmal, Abd. Bashir, La Ode Ismail Ahmad, and Erwin Hafid. "Epistemologi dan Kegunaan Ilmu Ma'ani Al-Hadits dalam Memahami Makna dan Konteks Sabda Nabi Saw." *IQHAS: Indonesian Journal of Qur'an and Hadith Studies* 1, no. 1 (2026): 62–78. <https://journal.saorajahadisinstitute.org/index.php/iqhas/article/view/2>.
- Fatmal, Abd. Bashir, and Nadhilah Amaliah Liwan. "Good Corporate Governance dalam Perspektif Hadis: Telaah terhadap Prinsip Akuntabilitas ESG." *Indonesian Journal of Dirasah Islamiah* 1, no. 1 (2026): 51–65. <https://journal.saorajahadisinstitute.org/index.php/ijdi/article/view/13>.
- Fernandes, Daniel, John G. Lynch Jr., and Richard G. Netemeyer. "Financial Literacy, Financial Education, and Downstream Financial Behaviors." *Management Science* 60, no. 8 (2014): 1861–1883. <https://doi.org/10.1287/mnsc.2013.1849>.

- Gathergood, John. "Self-Control, Financial Literacy and Consumer Over-Indebtedness." *Journal of Economic Psychology* 33, no. 3 (2012): 590–602. <https://doi.org/10.1016/j.joep.2011.11.006>.
- Guttman-Kenney, Benedict, Christopher Firth, and John Gathergood. "Buy Now, Pay Later (BNPL) ...On Your Credit Card." *Journal of Behavioral and Experimental Finance* 37 (2023): 100788. <https://doi.org/10.1016/j.jbef.2023.100788>.
- Harjanti, Dhyah, Pricilla Angelina Nur, Noerchoidah, and Wilma Laura Sahetapy. "Pengaruh Financial Management Behavior, Lifestyle, dan Self-Control terhadap Impulsive Buying Pengguna Buy Now Pay Later." *Majalah Ekonomi* 30, no. 1 (2025): 90–101. <https://doi.org/10.36456/majeko.vol31.no1.a10212>.
- Intantri, Cella Nur, and Fitri Santi. "Financial Well-Being: Indications on Buy Now Pay Later Users in Indonesia." *Jurnal Doktor Manajemen (JDM)* 8, no. 2 (2025): 127–139. <https://doi.org/10.22441/jdm.v8i2.34205>.
- Juita, Verni, Vera Pujani, Rida Rahim, and Rita Rahayu. "Understanding Impulsive Buying Behaviour among Buy Now Pay Later (BNPL) Users and Its Implication for Overconsumption and the Environment." *Management Analysis Journal* 12, no. 4 (2023): 433–440. <https://doi.org/10.15294/maj.v12i4.75816>.
- Kacen, Jacqueline J., and Julie Anne Lee. "The Influence of Culture on Consumer Impulsive Buying Behavior." *Journal of Consumer Psychology* 12, no. 2 (2002): 163–176. https://doi.org/10.1207/S15327663JCP1202_08.
- Khoirunisa, Rizqi, Ahmad Mustofa, Bimo Setyawan, and Lely Indah Kurnia. "Financial Literacy vs Buy Now Pay Later: Apakah Gaya Hidup Konsumtif Gen Z Memperkuat atau Memperlemah?" *Media Mahardhika* 23, no. 3 (2025). <https://doi.org/10.29062/mahardhika.v23i3.1313>.
- Kshatri, Devarsh Utkarsh. "Financial Literacy and Buy Now Pay Later (BNPL): The Effect of Financial Awareness on Spending Habits." *International Journal of Social Science Research and Review* 8, no. 11 (2025): 141–150. <https://doi.org/10.47814/ijssrr.v8i11.2990>.
- Kumar, Ashish, Jari Salo, and Ram Bezawada. "The Effects of Buy Now, Pay Later (BNPL) on Customers' Online Purchase Behavior." *Journal of Retailing* 100, no. 4 (2024): 602–617. <https://doi.org/10.1016/j.jretai.2024.09.004>.
- Larrimore, Jeff, Alicia Lloro, Zofsha Merchant, and Anna Tranfaglia. "Payment Preference or Necessity: Who Uses BNPL and Why." *Journal of Consumer Affairs* 59, no. 3 (2025): e70024. <https://doi.org/10.1111/joca.70024>.
- Lestari, Sry, and Ismail Pulungan. "Kemudahan atau Kehati-hatian? Analisis Penggunaan Layanan Buy Now Pay Later (BNPL) di Kalangan Masyarakat Muslim Indonesia." *PESHUM: Jurnal Pendidikan, Sosial dan Humaniora* 5, no. 4 (2026): 11109–11124. <https://doi.org/10.56799/peshum.v5i4.18883>.
- Lusardi, Annamaria, and Olivia S. Mitchell. "The Economic Importance of Financial Literacy: Theory and Evidence." *Journal of Economic Literature* 52, no. 1 (2014): 5–44. <https://doi.org/10.1257/jel.52.1.5>.
- Marheni, Dewi Khornida, Felix Fajar Natanael Panjaitan, and Yulfiswandi Yulfiswandi. "Impulsive Buying Behavior as the Main Driver of College Students'

- Intention to Use Buy Now, Pay Later (BNPL) Services.” *Journal of Management: Small and Medium Enterprises (SMEs)* 19, no. 2 (2026): 837–855. <https://doi.org/10.35508/jom.v19i2.24842>.
- OECD. “Supporting Informed and Safe Use of Short-Term Online Credit and Buy Now Pay Later through Digital Financial Literacy.” *OECD Business and Finance Policy Papers* no. 85 (2025). <https://doi.org/10.1787/37d47be4-en>.
- Otoritas Jasa Keuangan. *Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 32 Tahun 2025 tentang Penyelenggaraan Beli Sekarang Bayar Nanti (Buy Now Pay Later/BNPL)*. <https://ojk.go.id/id/regulasi/Pages/POJK-32-Tahun-2025-Penyelenggaraan-Beli-Sekarang-Bayar-Nanti-BNPL.aspx>.
- Otoritas Jasa Keuangan. “May 2026 Board of Commissioners Meeting: Financial Services Sector Stability Maintained Amid Increasing Pressures on Global Economic Performance.” *Otoritas Jasa Keuangan* 2026. https://iru.ojk.go.id/iru/WebSite/ArticleList/View/1014_May_2026_Board_of_Commissioners_Meeting%3A_Financial_Services_Sector_Stability_Maintained_Amid_Increasing_Pressures_on_Global_Economic_Performance.
- Prelec, Drazen, and Duncan Simester. “Always Leave Home Without It: A Further Investigation of the Credit-Card Effect on Willingness to Pay.” *Marketing Letters* 12, no. 1 (2001): 5–12. <https://doi.org/10.1023/A:1008196717017>.
- Puyu, Darsul S., Ambo Asse, Abd. Bashir Fatmal, Zuhri Abu Nawas, and Amrullah Harun. “Batas Etis Persuasi Live Shopping dalam Perspektif Hadis dan Perlindungan Konsumen Digital.” *Jurnal Hadis Indonesia* 1, no. 1 (2026): 55–79. <https://journal.saorajahadisinstitute.org/index.php/jhi/article/view/17>.
- Raghubir, Priya, and Joydeep Srivastava. “Monopoly Money: The Effect of Payment Coupling and Form on Spending Behavior.” *Journal of Experimental Psychology: Applied* 14, no. 3 (2008): 213–225. <https://doi.org/10.1037/1076-898X.14.3.213>.
- Relja, Ruffin, Philippa Ward, and Anita Lifen Zhao. “Understanding the Psychological Determinants of Buy-Now-Pay-Later (BNPL) in the UK: A User Perspective.” *International Journal of Bank Marketing* 42, no. 1 (2024): 7–37. <https://doi.org/10.1108/IJBM-07-2022-0324>.
- Relja, Ruffin, Philippa Ward, Richard Cook, and Anita Lifen Zhao. “Credit Dom(me)s, BNPL Switches and Debt Subs: Experiences of Pain and Pleasure.” *Journal of Business Research* 194 (2025): 115380. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2025.115380>.
- Retnaningrum, Kartika, and Siti Sundari. “The Effect of Financial Literacy, Financial Attitude, and Perceived Risk on Financial Management Behavior in Using Buy Now Pay Later (BNPL).” *Jurnal Ilmu Akuntansi dan Bisnis Syariah (AKSY)* 7, no. 2 (2025): 234–249. <https://doi.org/10.15575/aksy.v7i2.45602>.
- Rook, Dennis W., and Robert J. Fisher. “Normative Influences on Impulsive Buying Behavior.” *Journal of Consumer Research* 22, no. 3 (1995): 305–313. <https://doi.org/10.1086/209452>.
- Schomburgk, Lachlan, and Arvid Hoffmann. “How Mindfulness Reduces BNPL Usage and How That Relates to Overall Well-Being.” *European Journal of Marketing* 57,

- no. 2 (2023): 325–359. <https://doi.org/10.1108/EJM-11-2021-0923>.
- Septania, Tamara, and Gladys Greselda Gosal. “The Mediating Role of Financial Literacy and Financial Risk Tolerance in Parental Financial Teaching on Financial Attitudes of Buy Now Pay Later Users in Generation Z in Indonesia.” *JMBI UNSRAT* 12, no. 1 (2025): 64–76. <https://doi.org/10.35794/jmbi.v12i1.60391>.
- Soman, Dilip. “Effects of Payment Mechanism on Spending Behavior: The Role of Rehearsal and Immediacy of Payments.” *Journal of Consumer Research* 27, no. 4 (2001): 460–474. <https://doi.org/10.1086/319621>.
- Strömbäck, Camilla, Thérèse Lind, Kenny Skagerlund, Daniel Västfjäll, and Gustav Tinghög. “Does Self-Control Predict Financial Behavior and Financial Well-Being?” *Journal of Behavioral and Experimental Finance* 14 (2017): 30–38. <https://doi.org/10.1016/j.jbef.2017.04.002>.
- Thomas, Manoj, Kalpesh Kaushik Desai, and Satheeshkumar Seenivasan. “How Credit Card Payments Increase Unhealthy Food Purchases: Visceral Regulation of Vices.” *Journal of Consumer Research* 38, no. 1 (2011): 126–139. <https://doi.org/10.1086/657331>.
- Verplanken, Bas, and Astrid G. Herabadi. “Individual Differences in Impulse Buying Tendency: Feeling and No Thinking.” *European Journal of Personality* 15, suppl. 1 (2001): S71–S83. <https://doi.org/10.1002/per.423>.
- Vohs, Kathleen D., and Ronald J. Faber. “Spent Resources: Self-Regulatory Resource Availability Affects Impulse Buying.” *Journal of Consumer Research* 33, no. 4 (2007): 537–547. <https://doi.org/10.1086/510228>.
- Waliszewski, Krzysztof, Małgorzata Solarz, and Jakub Kubiczek. “Factors Influencing the Use of Buy Now Pay Later (BNPL) Payments.” *Contemporary Economics* 18, no. 4 (2024): 444–457. <https://doi.org/10.5709/ce.1897-9254.548>.