

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perkembangan teknologi finansial (*fintech*) telah mengalami pertumbuhan pesat, baik secara global maupun nasional. Salah satu inovasi *fintech* yang menarik perhatian publik adalah layanan *Buy Now, Pay Later (BNPL)*. Dalam beberapa tahun terakhir, layanan BNPL mengalami pertumbuhan yang signifikan seiring dengan meningkatnya kebutuhan masyarakat akan metode pembayaran yang lebih fleksibel [1]. Layanan ini menawarkan kemudahan bagi masyarakat untuk melakukan pembelian secara instan tanpa harus membayar secara penuh di awal, melainkan dengan skema cicilan dalam jangka waktu tertentu [2].

Popularitas BNPL semakin meningkat sejalan dengan pertumbuhan *platform e-commerce*. Studi menunjukkan bahwa BNPL yang kini terintegrasi langsung dengan *e-commerce* dan berhasil meningkatkan penjualan sebesar 20% [3]. Layanan ini dianggap menawarkan kemudahan dan kecepatan dalam bertransaksi, serta memiliki proses pendaftaran yang mudah, cepat, dan minim persyaratan dibandingkan kredit konvensional [4]. Kemudahan tersebut menjadikan BNPL sebagai solusi pembayaran yang menarik, terutama bagi generasi muda yang aktif melakukan pembelian daring untuk memenuhi kebutuhan gaya hidup maupun kebutuhan mendesak tanpa perlu pembayaran di muka [4], [5].

Berdasarkan data Otoritas Jasa Keuangan (OJK), jumlah pengguna layanan BNPL tercatat mencapai 23,66 juta. Hingga Februari 2025, pertumbuhan angka pinjaman mengalami peningkatan sebesar 36,60% (YoY), dengan nominal transaksi mencapai 21,98 triliun [6]. Angka ini menunjukkan tingginya minat masyarakat terhadap layanan ini, sekaligus mengindikasikan pergeseran perilaku konsumen yang semakin bergantung pada pembayaran digital dan instan.

Namun, peningkatan pengguna layanan ini turut memicu munculnya beragam perspektif di tengah masyarakat, baik yang mendukung maupun yang mempertanyakan kebermanfaatannya [7]. Di satu sisi, banyak pengguna yang merasa terbantu dan melihat BNPL sebagai solusi finansial yang praktis karena memungkinkan memperoleh barang atau jasa secara langsung tanpa harus membayar penuh di awal [1]. Layanan ini dinilai memberikan kemudahan transaksi, meningkatkan fleksibilitas keuangan, dan membantu dalam pengelolaan anggaran [8].

Namun demikian, tidak semua individu memiliki persepsi dan pengalaman yang sama terhadap layanan BNPL. Sebagian pengguna merasa khawatir akan risiko meningkatnya perilaku konsumtif dan pengelolaan keuangan yang tidak sehat [9]. Beberapa kasus menunjukkan pengguna terjebak dalam utang akibat kurangnya pemahaman atas biaya tersembunyi atau bunga tinggi yang tidak dijelaskan secara transparan di awal transaksi [10]. Fenomena ini diperkuat dengan laporan dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK), yang menunjukkan adanya peningkatan tunggakan dari layanan *paylater* seiring bertambahnya jumlah pengguna [6]. Perbedaan pengalaman dan pandangan tersebut tidak hanya memengaruhi keputusan penggunaan layanan, tetapi juga berpotensi membentuk opini publik yang berdampak pada reputasi serta keberlanjutan penyedia layanan [10].

Oleh karena itu, memahami persepsi masyarakat terhadap BNPL menjadi penting. Selain karena persepsi tersebut memengaruhi perilaku penggunaan, hal tersebut juga bisa mencerminkan tingkat kepercayaan masyarakat terhadap sistem keuangan digital secara lebih luas [11]. Penilaian masyarakat terhadap manfaat dan risiko layanan BNPL dapat menjadi dasar penting bagi regulator dalam merumuskan kebijakan perlindungan konsumen dan pengawasan layanan keuangan berbasis digital [12].

Perbedaan pandangan di masyarakat juga menjadi indikasi bahwa persepsi masyarakat terhadap BNPL sangat beragam. Meskipun begitu, hingga saat ini penelitian mengenai persepsi, pengalaman, dan kepuasan pengguna terhadap layanan BNPL masih cukup terbatas, khususnya di Indonesia. Sebagian besar penelitian yang ada lebih berfokus pada aspek ekonomi, seperti perilaku konsumsi dan risiko utang [13].

Sementara itu, pemahaman lebih mendalam mengenai pengalaman dan persepsi pengguna masih jarang diangkat.

Salah satu pendekatan yang relevan dalam menggali persepsi masyarakat adalah dengan menganalisis opini publik yang dibagikan di media sosial, khususnya X [14]. *Platform* ini digunakan secara luas sebagai ruang diskusi publik dan menjadi tempat untuk mengekspresikan keluhan, kritik, maupun apresiasi terhadap berbagai isu, termasuk layanan keuangan digital [15]. X menyediakan aliran data *real-time* yang dapat merepresentasikan opini publik secara spontan, terbuka, dan cenderung fokus pada isu yang dibahas sehingga menyimpan potensi besar sebagai cerminan opini publik yang otentik [16].

Meskipun *platform* lain seperti TikTok dan Instagram juga memiliki fitur komentar yang dapat dianalisis secara teks, komentar pada *platform* tersebut umumnya memiliki keterbatasan dalam konteks opini. Komentar-komentar pada TikTok dan Instagram cenderung singkat, responsif terhadap konten visual, dan seringkali tidak mencerminkan opini yang mendalam atau argumentatif [17]. Selain itu, diskusi dalam kolom komentar pada kedua *platform* tersebut cenderung tidak berkembang secara berkelanjutan, sehingga kurang representatif untuk dianalisis [17]. Berdasarkan pertimbangan tersebut, analisis terhadap sentimen dan topik pembicaraan di *platform* X dapat menjadi pendekatan yang efektif untuk menggali persepsi masyarakat secara luas dan kontekstual.

Beberapa penelitian sebelumnya telah memanfaatkan pendekatan analisis sentimen untuk menggali persepsi publik terhadap layanan BNPL, seperti penelitian oleh Fajris & Imelda [18], serta Rizaldi & Aryanti [19] yang menggunakan pendekatan analisis sentimen untuk mengelompokkan opini publik. Namun, studi-studi tersebut masih terbatas pada klasifikasi sentimen (positif, netral, dan negatif), tanpa menggali alasan dibalik opini tersebut. Sementara itu, untuk memahami persepsi publik secara menyeluruh, diperlukan pendekatan yang tidak hanya mengungkap kecenderungan sentimen, tetapi juga menggali secara mendalam isu-isu utama yang menjadi perhatian masyarakat. Meskipun sentimen umum sudah teridentifikasi, penelitian-penelitian

sebelumnya belum memberikan gambaran utuh mengenai persepsi dan pengalaman pengguna terhadap layanan BNPL.

Kondisi ini menunjukkan adanya kesenjangan penelitian, khususnya dalam memahami secara menyeluruh cara pandang masyarakat dalam menilai, menerima, atau bahkan mengkritisi layanan BNPL dari sudut pandang perlindungan konsumen. Di satu sisi, layanan BNPL terus berkembang pesat, namun di sisi lain, pemahaman akan persepsi pengguna masih belum memadai. Ketimpangan ini berpotensi menyebabkan kebijakan yang kurang responsive terhadap kebutuhan dan kekhawatiran masyarakat. Oleh karena itu, penelitian yang mengintegrasikan analisis sentimen dan eksplorasi topik melalui media sosial sangat diperlukan untuk mengisi kekosongan tersebut, mengingat pesatnya pertumbuhan layanan BNPL yang belum diimbangi dengan penelitian yang cukup mengenai persepsi pengguna.

Dengan demikian, penelitian ini akan fokus pada eksplorasi opini publik terhadap layanan BNPL di media sosial X dengan menganalisis sentimen publik dan topik pembicaraan secara bersama. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang lebih komprehensif bagi regulator dalam merumuskan kebijakan dan pengawasan yang lebih adaptif, berbasis kebutuhan dan pengalaman nyata masyarakat.

1.2. Rumusan Masalah

Peningkatan jumlah pengguna layanan *Buy Now, Pay Later (BNPL)* di Indonesia menunjukkan antusiasme masyarakat terhadap metode pembayaran yang lebih praktis dan fleksibel. Namun, di balik pertumbuhan tersebut, muncul beragam persepsi di masyarakat, baik yang mendukung maupun mengkritisi layanan ini. Keberagaman persepsi tersebut belum sepenuhnya dipahami oleh regulator, sehingga berpotensi menimbulkan kesenjangan dalam perumusan kebijakan perlindungan konsumen dan pengawasan terhadap perkembangan layanan keuangan digital.

1.3. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan, terdapat beberapa pertanyaan penelitian yang perlu dijawab dalam penelitian ini, yaitu:

1. Bagaimana klasifikasi sentimen pengguna X terhadap layanan BNPL?
2. Apa saja topik yang paling sering dibahas oleh pengguna X terkait layanan BNPL?

1.4. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah dan pertanyaan penelitian, adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Mengklasifikasikan sentimen pengguna X terhadap layanan BNPL
2. Mengidentifikasi dan menganalisis topik utama yang dibahas pengguna X terkait layanan BNPL

1.5. Manfaat Penelitian

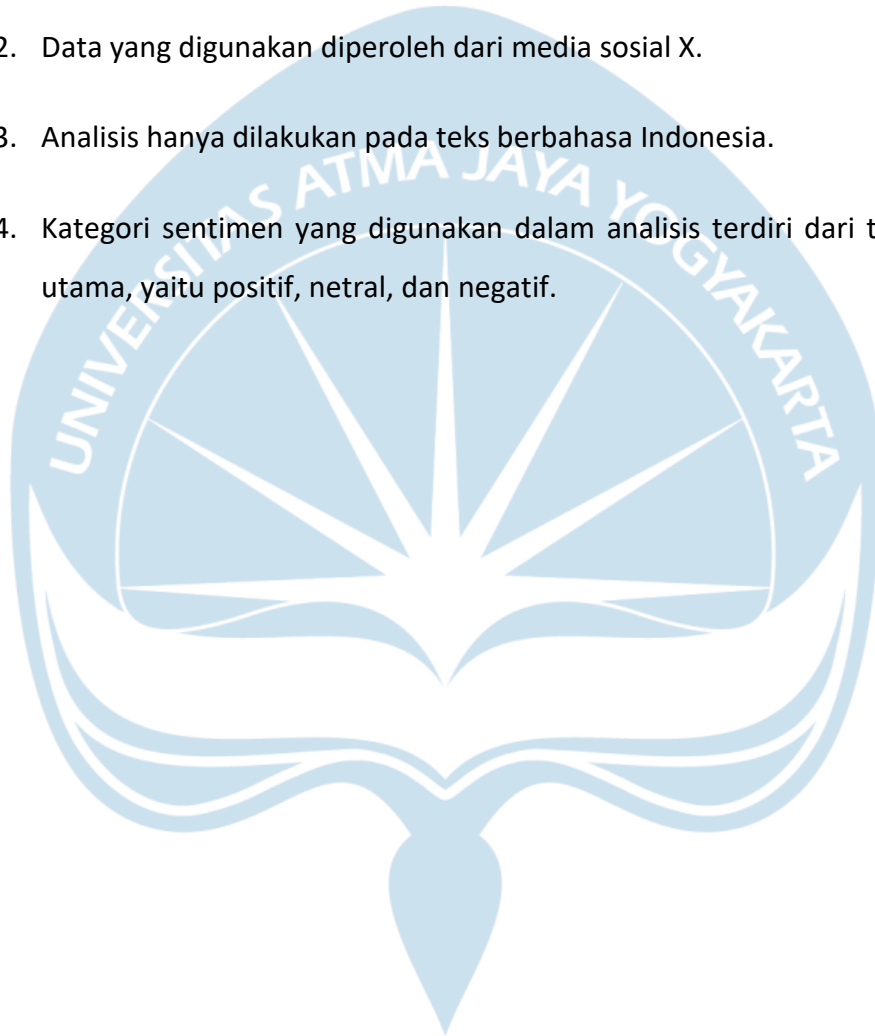
Adapun beberapa manfaat yang diharapkan dari penelitian ini meliputi:

1. Penelitian ini dapat meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap isu, manfaat, dan potensi risiko layanan BNPL melalui pemahaman kolektif dari pengguna lain.
2. Hasil penelitian dapat memberikan kontribusi informasi yang relevan bagi regulator keuangan, khususnya Otoritas Jasa Keuangan (OJK), dalam merumuskan strategi pengawasan serta kebijakan perlindungan konsumen yang adaptif dan responsive terhadap persepsi, kebutuhan, serta permasalahan yang dialami masyarakat terkait penggunaan layanan BNPL.

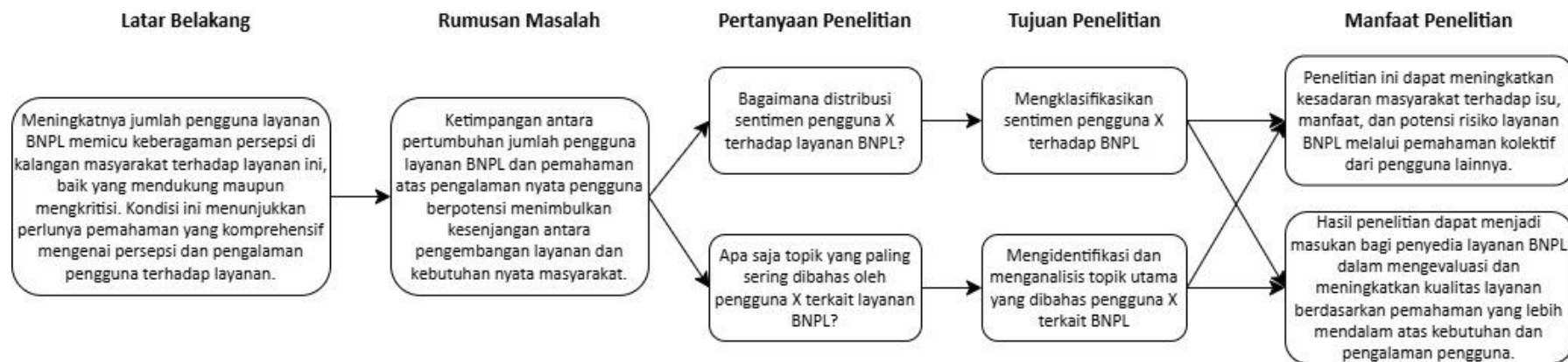
1.6. Batasan Masalah

Dalam penelitian ini terdapat beberapa batasan masalah yang diambil agar fokus penelitian tetap terjaga, yaitu:

1. Penelitian ini hanya berfokus pada layanan *Buy Now, Pay Later (BNPL)* secara umum, tanpa membandingkan antar penyedia layanan tertentu
2. Data yang digunakan diperoleh dari media sosial X.
3. Analisis hanya dilakukan pada teks berbahasa Indonesia.
4. Kategori sentimen yang digunakan dalam analisis terdiri dari tiga klasifikasi utama, yaitu positif, netral, dan negatif.



1.7. Bagan Keterkaitan



Gambar 1. 1 Bagan Keterkaitan