
ANALISIS PRAKTIK PENGGUNAAN SHOPEE PAYLATER DALAM TRANSAKSI JUAL BELI TERHADAP POLA PERILAKU KONSUMSI MASYARAKAT MUSLIM DI KECAMATAN PACET KABUPATEN MOJOKERTO

¹Putri Dwi Amalia, ²Sukamto, ³Abdillah Mundir

^{1,2,3}Ekonomi Syariah Universitas Yudharta Pasuruan

Email: ¹putridwiamaliaa22@gmail.com, ²sukamto@yudharta.ac.id,

³abdillahmundir@yudharta.ac.id

ARTICLE INFO

Kata Kunci: *Shopee PayLater; Perilaku Konsumsi; Mikro Ekonomi Islam.*

Cara Sitasi:

Penulis, Putri Dwi Amalia. "Analisis Praktik Penggunaan Shoppe PayLater Dalam Transaksi Jual Beli Terhadap Pola Perilaku Konsumsi Masyarakat Muslim Di Kecamatan Pacet Kabupaten Mojokerto."

Currency:
Jurnal Keuangan dan Perbankan Syariah
[Volume 04, Nomor 02](#) Mei 2026

ABSTRACT

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis praktik penggunaan *Shopee PayLater* terhadap pola perilaku konsumsi masyarakat Muslim di Kecamatan Pacet, Kabupaten Mojokerto, serta meninjau kesesuaiannya dengan prinsip mikro ekonomi Islam. Latar belakang penelitian ini didasarkan pada meningkatnya penggunaan layanan *Buy Now Pay Later (BNPL)* yang memberikan kemudahan transaksi, namun berpotensi mendorong perilaku konsumtif dan penggunaan utang konsumsi yang tidak terkontrol. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode penelitian lapangan (*field research*). Data diperoleh melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi terhadap masyarakat Muslim pengguna *Shopee PayLater* di Kecamatan Pacet Mojokerto. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan *Shopee PayLater* memengaruhi pola perilaku konsumsi masyarakat, terutama dalam peningkatan pembelian barang sekunder dan kebutuhan gaya hidup. Kemudahan akses, promosi, dan sistem pembayaran tertunda menjadi faktor utama yang mendorong penggunaan layanan tersebut. Selain itu, sebagian masyarakat belum memahami secara menyeluruh aspek akad, biaya tambahan, dan risiko utang dalam penggunaan *Shopee PayLater*. Dalam perspektif mikroekonomi Islam, praktik *Shopee PayLater* dinilai berpotensi mengandung unsur riba, mendorong perilaku israf, serta kurang mencerminkan prinsip kehati-hatian dalam konsumsi. Oleh karena itu, diperlukan peningkatan literasi keuangan syariah dan kesadaran masyarakat agar penggunaan layanan digital tetap sesuai dengan nilai-nilai ekonomi Islam.

This study aims to analyze the practice of using Shopee PayLater on the consumption behavior patterns of Muslim communities in Pacet District, Mojokerto Regency, and to examine its conformity with Islamic microeconomic principles. The background of this research is based on the increasing use of Buy Now Pay Later (BNPL) services, which provide transaction convenience but potentially encourage consumptive behavior and uncontrolled consumer debt. This study employed a qualitative approach using field research

methods. Data were collected through observation, interviews, and documentation involving Muslim communities who use Shopee PayLater in Pacet District, Mojokerto. The findings reveal that the use of Shopee PayLater influences people's consumption behavior patterns, particularly in increasing purchases of secondary goods and lifestyle-related needs. Ease of access, promotional offers, and deferred payment systems are the main factors encouraging the use of this service. In addition, some users do not fully understand the contract mechanism, additional charges, and debt risks associated with Shopee PayLater. From the perspective of Islamic microeconomics, the practice of Shopee PayLater is considered to potentially contain elements of riba (usury), encourage excessive consumption behavior (israf), and reflect a lack of prudence in consumption activities. Therefore, improving Islamic financial literacy and public awareness is necessary so that the use of digital financial services remains aligned with Islamic economic values.

Pendahuluan

Perkembangan teknologi informasi dan digitalisasi ekonomi telah membawa perubahan besar terhadap pola transaksi dan perilaku konsumsi masyarakat. Salah satu inovasi yang berkembang pesat adalah layanan *Buy Now Pay Later (PayLater)*, yaitu sistem pembayaran yang memungkinkan konsumen memperoleh barang terlebih dahulu dan melakukan pembayaran di kemudian hari melalui cicilan atau pembayaran tertunda. Kemudahan proses, akses yang cepat, serta integrasi dengan *platform e-commerce* menjadikan *PayLater* semakin diminati oleh masyarakat. Di Indonesia, *Shopee PayLater* menjadi salah satu layanan pembayaran digital yang mengalami pertumbuhan signifikan pada periode 2023–2024. Tingginya penggunaan layanan ini dipengaruhi oleh promosi yang agresif, kemudahan akses, serta rendahnya literasi keuangan masyarakat sehingga mendorong konsumsi tanpa perencanaan keuangan yang matang (Nurfitri et al., 2025).

Fenomena penggunaan *Shopee PayLater* juga terjadi di Kecamatan Pacet, Kabupaten Mojokerto. Masyarakat yang telah terbiasa menggunakan *platform e-commerce* memanfaatkan *Shopee PayLater* tidak hanya untuk kebutuhan mendesak, tetapi juga untuk memenuhi kebutuhan sekunder dan gaya hidup. Kondisi ini menunjukkan adanya perubahan pola konsumsi masyarakat dari yang berbasis pendapatan aktual menuju konsumsi berbasis kemudahan kredit jangka pendek. Dalam perspektif ekonomi konvensional, kemudahan pembayaran melalui *PayLater* dapat memengaruhi keputusan konsumsi karena konsumen merasa memiliki kemampuan membeli yang lebih besar dibanding kondisi keuangan sebenarnya. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa penggunaan *PayLater* dapat meningkatkan perilaku konsumtif dan pembelian impulsif (R. Sari, 2021).

Dalam perspektif mikroekonomi Islam, konsumsi tidak hanya bertujuan memenuhi kebutuhan individu, tetapi juga harus memperhatikan nilai moral, keseimbangan, dan kemaslahatan. Islam melarang perilaku konsumsi berlebihan (*israf*), menganjurkan kehati-hatian dalam berutang, serta menolak transaksi yang mengandung unsur riba, gharar, dan ketidakadilan. Beberapa kajian ekonomi Islam mengkritik praktik *PayLater* karena berpotensi mengandung unsur riba melalui bunga, biaya tambahan, dan denda keterlambatan yang tidak transparan (Rahmi et al., 2024). Selain itu, sebagian masyarakat belum memahami secara

menyeluruh mekanisme dan konsekuensi finansial dari penggunaan layanan tersebut. Fatwa DSN-MUI No. 116/DSN-MUI/IX/2017 juga menegaskan bahwa tambahan atas utang pokok dalam transaksi berbasis uang elektronik tidak sesuai dengan prinsip syariah (Mahmud Mahmud et al., 2025).

Dari sisi ekonomi rumah tangga, penggunaan *PayLater* yang tidak dikelola dengan baik dapat menyebabkan penumpukan cicilan, menurunkan kemampuan memenuhi kebutuhan pokok, serta meningkatkan risiko masalah keuangan keluarga. Dalam jangka panjang, kondisi tersebut dapat memengaruhi kesejahteraan ekonomi rumah tangga dan bertentangan dengan tujuan maqashid syariah, khususnya dalam menjaga harta (*hifdz al-mal*) (Anggorowati, 2025). Oleh karena itu, penelitian mengenai praktik *Shopee PayLater* terhadap pola perilaku konsumsi masyarakat Muslim di Kecamatan Pacet Mojokerto menjadi penting untuk mengetahui dampak penggunaan *PayLater* sekaligus menilai kesesuaiannya dengan prinsip mikroekonomi Islam.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perilaku konsumsi masyarakat Muslim di Kecamatan Pacet Mojokerto serta menganalisis praktik *Shopee PayLater* terhadap pola perilaku konsumsi masyarakat. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan kajian ekonomi Islam, khususnya terkait perilaku konsumsi dan layanan pembayaran digital. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman kepada masyarakat agar lebih bijak dalam menggunakan layanan *PayLater* dan menjadi bahan pertimbangan bagi pemerintah dalam meningkatkan literasi keuangan digital dan ekonomi syariah.

Kajian Pustakadan pengembangan hipotesis

1. Konsep Shoppe *PayLater*

Shopee PayLater merupakan salah satu inovasi layanan Financial Technology (FinTech) dalam sistem pembayaran digital yang menerapkan konsep *Buy Now Pay Later* (BNPL), yaitu konsumen dapat membeli barang terlebih dahulu dan melakukan pembayaran di kemudian hari, baik secara penuh maupun cicilan sesuai tenor yang dipilih (Lesilolo et al., 2024). Kehadiran layanan ini menjadi alternatif pembiayaan digital yang banyak diminati masyarakat karena proses aktivasi yang mudah, persyaratan sederhana, serta terintegrasi langsung dengan *platform e-commerce*.

Dalam mekanismenya, pengguna memilih metode pembayaran *Shopee PayLater* saat melakukan transaksi, kemudian sistem melakukan verifikasi data dan memberikan limit kredit tertentu kepada pengguna. Setelah transaksi berhasil, pihak penyedia layanan membayarkan terlebih dahulu nilai transaksi kepada penjual, sedangkan pengguna berkewajiban melunasi tagihan sesuai jangka waktu yang telah ditentukan (Anjani, 2024)

Kemudahan dan fleksibilitas yang ditawarkan *PayLater* memberikan dampak besar terhadap perubahan perilaku transaksi masyarakat modern. Sistem pembayaran digital ini membuat masyarakat lebih mudah memenuhi kebutuhan tanpa harus memiliki dana secara langsung pada saat transaksi dilakukan. Namun, dalam perspektif ekonomi Islam, praktik *PayLater* perlu dianalisis lebih lanjut karena berkaitan dengan akad, sistem pembayaran, dan potensi unsur riba dalam transaksi (Laili & Karimah, 2025).

Beberapa kajian menjelaskan bahwa layanan *PayLater* konvensional sering kali mengandung biaya tambahan, bunga, maupun denda keterlambatan yang berpotensi menimbulkan unsur riba dan gharar apabila akad tidak dijelaskan secara transparan kepada konsumen (Hayati et al., 2025). Oleh karena itu, transaksi pembiayaan seperti *PayLater* harus memenuhi prinsip kejelasan akad, keterbukaan informasi, serta bebas dari unsur eksploitasi agar sesuai dengan prinsip syariah. Dalam konsep ekonomi Islam, sistem

pembayaran tertunda dapat dibolehkan apabila menggunakan akad yang jelas seperti *murabahah* atau *bai' bi tsaman ajil* dengan penetapan harga yang transparan sejak awal transaksi (Maskanah, 2025).

2. Pola Perilaku Konsumsi Masyarakat Muslim

Perilaku konsumsi merupakan aktivitas individu atau kelompok dalam memilih, membeli, menggunakan, dan mengevaluasi barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan hidup. Dalam ekonomi konvensional, perilaku konsumsi dipengaruhi oleh faktor pendapatan, preferensi, motivasi, dan lingkungan social (Dante, 2021). Akan tetapi, dalam perspektif ekonomi Islam, konsumsi tidak hanya bertujuan memenuhi kebutuhan material, tetapi juga harus memperhatikan nilai moral dan spiritual. Islam mengajarkan bahwa konsumsi dilakukan secara proporsional sesuai kebutuhan dan kemampuan finansial, serta menghindari perilaku konsumtif yang berlebihan. Konsumen Muslim juga dituntut untuk memperhatikan aspek halal dan *thayyib* dalam setiap keputusan konsumsi (Naufalia, 2022).

Perilaku konsumsi masyarakat dipengaruhi oleh berbagai faktor internal maupun eksternal, seperti motivasi, gaya hidup, budaya, perkembangan teknologi, dan tingkat literasi keuangan. Dalam konteks masyarakat modern, penggunaan layanan *PayLater* menjadi salah satu faktor yang memengaruhi perubahan pola konsumsi karena memberikan kemudahan akses pembiayaan dalam transaksi digital (Ronald S. Badu, 2024). Kemudahan tersebut sering kali mendorong masyarakat melakukan pembelian secara impulsif tanpa mempertimbangkan kemampuan finansial jangka panjang. Selain itu, tingkat religiusitas juga berpengaruh terhadap pola konsumsi masyarakat Muslim karena nilai-nilai agama menjadi dasar dalam menentukan prioritas kebutuhan dan pengendalian diri dalam berbelanja (Elmunawaroh et al., 2023).

Dalam Islam, sikap terhadap utang konsumsi tidak hanya dipandang sebagai persoalan ekonomi, tetapi juga sebagai tanggung jawab moral dan spiritual. Islam membolehkan utang apabila digunakan untuk kebutuhan yang bermanfaat dan dilakukan tanpa unsur riba. Namun, penggunaan utang untuk memenuhi gaya hidup dan konsumsi berlebihan dapat menimbulkan dampak negatif terhadap kondisi finansial individu maupun keluarga. Oleh sebab itu, perilaku konsumsi masyarakat Muslim idealnya didasarkan pada pengendalian diri, literasi keuangan yang baik, dan kesadaran terhadap konsekuensi penggunaan utang konsumtif seperti *PayLater*.

3. Perilaku Konsumsi dalam Perspektif Ekonomi Islam

Dalam perspektif ekonomi Islam, konsumsi tidak hanya dipandang sebagai aktivitas ekonomi untuk memenuhi kebutuhan material, tetapi juga sebagai bagian dari ibadah yang bertujuan mencapai kemaslahatan (*maslahah*) dan kesejahteraan hidup dunia maupun akhirat (*falah*) (Bank et al., 2017). Konsumsi diarahkan agar mampu memenuhi kebutuhan secara layak tanpa menimbulkan mudarat bagi diri sendiri maupun masyarakat. Islam menekankan bahwa harta harus digunakan secara bertanggung jawab dan tidak dihaburkan untuk hal yang sia-sia. Prinsip tersebut ditegaskan dalam Al-Qur'an, sebagaimana firman Allah SWT dalam QS. Al-Isra ayat 26–27

وَأْتِ ذَا الْقُرْبَىٰ حَقَّهُ وَالْمِسْكِينَ وَابْنَ السَّبِيلِ وَلَا تُبَذِّرْ تَبْذِيرًا ﴿٢٦﴾
إِنَّ الْمُبَذِّرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيْطَانِ ۗ وَكَانَ الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ كَفُورًا ﴿٢٧﴾

Artinya: Berikanlah kepada kerabat dekat haknya, (juga kepada) orang miskin, dan orang yang dalam perjalanan. Janganlah kamu menghambur-hamburkan (hartamu) secara boros (26) Sesungguhnya para pemboros itu adalah saudara-saudara setan dan setan itu sangat ingkar kepada Tuhannya (27) (Al-Isrā' 17:26,27)

Ayat ini menegaskan bahwa konsumsi dan penggunaan harta harus diarahkan pada kemanfaatan dan kepedulian sosial, seperti membantu kerabat, fakir miskin, dan Ibnu Sabil. Larangan pemborosan menunjukkan bahwa konsumsi yang berlebihan dan sia-sia bertentangan dengan prinsip masalah, karena tidak membawa kebaikan dan dapat merusak tatanan moral serta sosial. Dengan mengelola konsumsi secara bijak dan sesuai syariah, harta menjadi sarana untuk meraih falah, yaitu keberkahan dan kebahagiaan hidup di dunia dan akhirat.

Perilaku konsumsi dalam Islam juga didasarkan pada prinsip wasathiyah, yaitu keseimbangan dan moderasi dalam penggunaan harta. Konsumen Muslim dianjurkan memenuhi kebutuhan secara proporsional sesuai kemampuan finansial dan menghindari pola hidup materialistik yang berlebihan (S. Fahmi et al., 2025). Prinsip wasathiyah menempatkan konsumsi sebagai aktivitas yang tidak hanya mempertimbangkan kepuasan pribadi, tetapi juga dampaknya terhadap kesejahteraan sosial dan moral masyarakat.

Selain itu, Islam melarang perilaku israf dan tabdzir dalam aktivitas konsumsi. Israf diartikan sebagai tindakan berlebihan dalam memenuhi kebutuhan, sedangkan tabdzir merupakan penggunaan harta secara sia-sia tanpa manfaat yang jelas (Lestari & Saidatina, 2025). Kedua perilaku tersebut bertentangan dengan prinsip keseimbangan dalam ekonomi Islam dan dapat menimbulkan dampak negatif terhadap stabilitas ekonomi individu maupun masyarakat. Dalam perkembangan ekonomi digital, kemudahan transaksi melalui layanan *PayLater* berpotensi mendorong perilaku konsumtif yang mengarah pada israf dan tabdzir apabila pengguna tidak mampu mengendalikan pengeluarannya. Oleh karena itu, nilai-nilai konsumsi Islami menjadi penting sebagai pedoman masyarakat Muslim dalam menghadapi perkembangan sistem pembayaran digital modern.

4. Prinsip Mikroekonomi Islam dalam Pembiayaan Konsumsi

Pembiayaan konsumsi dalam ekonomi Islam harus didasarkan pada prinsip keadilan, keterbukaan, dan perlindungan terhadap hak semua pihak yang terlibat dalam transaksi. Salah satu prinsip utama dalam pembiayaan syariah adalah kejelasan akad. Akad merupakan dasar dari setiap transaksi ekonomi karena menentukan hak, kewajiban, serta tanggung jawab antara pihak yang bertransaksi (SITI RAIHANUN & Andri Martiana, 2025). Dalam Islam, akad harus dilakukan secara jelas, transparan, dan bebas dari unsur penipuan maupun ketidakjelasan agar tidak menimbulkan perselisihan di kemudian hari. Prinsip ini ditegaskan dalam firman Allah SWT Qur'an surah Al-Maidah ayat 1:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَوْفُوا بِالْعُقُودِ ۗ أُحِلَّتْ لَكُمْ بَهِيمَةُ الْأَنْعَامِ إِلَّا مَا يُنْتَلَىٰ عَلَيْكُمْ غَيْرَ مُحِلِّي الصَّيْدِ وَأَنْتُمْ حُرْمٌ ۗ إِنَّ اللَّهَ يَحْكُمُ مَا يُرِيدُ ﴿١﴾

Artinya: "Hai orang-orang yang beriman, penuhilah aqad-aqad itu. diharamkan bagimu binatang ternak, kecuali yang akan dibacakan kepadamu. (yang demikian itu) dengan tidak menghalalkan berburu ketika kamu sedang mengerjakan haji. Sesungguhnya Allah menetapkan hukum-hukum menurut yang dikehendaki-Nya." (Q.S. Al-Maidah:1)

Ayat ini digunakan dalam jurnal sebagai landasan normatif bahwa akad dalam transaksi ekonomi harus dijalankan secara adil, transparan, dan bertanggung jawab, karena akad merupakan amanah yang tidak boleh merugikan salah satu pihak.

Selain kejelasan akad, ekonomi Islam juga menegaskan larangan riba dalam seluruh bentuk pembiayaan konsumsi. Riba dipahami sebagai tambahan atas utang pokok yang disyaratkan dalam transaksi pinjaman dan dianggap sebagai bentuk ketidakadilan ekonomi. (T. Fahmi, 2022). Islam mengharamkan riba karena dapat menimbulkan eksploitasi terhadap pihak yang berutang dan menyebabkan ketimpangan sosial dalam masyarakat. Larangan riba memiliki dasar kuat dalam Al-Qur'an. Allah SWT berfirman:

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ
مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ
فَأُولَئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ ﴿٢٧٥﴾

Artinya: Orang-orang yang memakan (bertransaksi dengan) riba tidak dapat berdiri, kecuali seperti orang yang berdiri sempoyongan karena kesurupan setan. Demikian itu terjadi karena mereka berkata bahwa jual beli itu sama dengan riba. Padahal, Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Siapa pun yang telah sampai kepadanya peringatan dari Tuhannya (menyangkut riba), lalu dia berhenti sehingga apa yang telah diperolehnya dahulu menjadi miliknya dan urusannya (terserah) kepada Allah. Siapa yang mengulangi (transaksi riba), mereka itulah penghuni neraka. Mereka kekal di dalamnya. (Al-Baqarah 2:275)

Ayat ini menegaskan bahwa transaksi yang mengandung riba tidak dibenarkan dalam Islam, sedangkan jual beli yang adil dan tanpa riba justru diperbolehkan dan dianjurkan. Larangan riba ini menjadi dasar utama dalam semua transaksi muamalah, termasuk pembiayaan konsumsi, sehingga setiap bentuk pembiayaan yang menyerupai utang dengan tambahan bunga harus dihindari dalam kerangka ekonomi Islam.

Prinsip lain yang menjadi tujuan utama dalam ekonomi Islam adalah perlindungan harta (*hifdz al-mal*). Dalam konsep maqashid syariah, harta dipandang sebagai amanah yang harus dijaga, diperoleh secara halal, dan digunakan untuk kemaslahatan (Dede Nurwahidah et al., 2024). Oleh karena itu, pembiayaan konsumsi harus dirancang secara adil dan tidak menimbulkan kerugian finansial yang berlebihan bagi individu maupun masyarakat. Dalam konteks penggunaan *PayLater*, prinsip perlindungan harta menjadi penting karena penggunaan utang konsumtif yang tidak terkendali dapat menyebabkan penumpukan cicilan, gangguan stabilitas ekonomi rumah tangga, serta berkurangnya kemampuan masyarakat dalam memenuhi kebutuhan pokok. Dengan demikian, masyarakat Muslim perlu berhati-hati dalam menggunakan fasilitas pembiayaan digital agar tetap sesuai dengan prinsip-prinsip ekonomi Islam.

5. Hubungan *Shopee PayLater* dengan Pola Perilaku Konsumsi

Kehadiran *Shopee PayLater* memberikan pengaruh besar terhadap perubahan pola perilaku konsumsi masyarakat modern. Sistem pembayaran tertunda membuat konsumen

merasa memiliki kemampuan membeli yang lebih besar sehingga mendorong peningkatan aktivitas konsumsi (Muslih et al., 2025). Kemudahan tersebut juga mengurangi hambatan psikologis dalam melakukan pembelian karena konsumen tidak perlu membayar secara langsung pada saat transaksi dilakukan. Akibatnya, keputusan konsumsi sering kali lebih dipengaruhi oleh kemudahan pembayaran dibandingkan pertimbangan kebutuhan yang sebenarnya.

Berbagai penelitian menunjukkan bahwa penggunaan *PayLater* berkaitan dengan meningkatnya perilaku konsumtif dan pembelian impulsif, terutama ketika disertai promosi diskon dan *cashback* dari *platform e-commerce*. Konsumen cenderung membeli barang di luar kebutuhan utama karena merasa pembayaran dapat dilakukan di kemudian hari. Kondisi ini menunjukkan bahwa mekanisme pembayaran digital dapat memengaruhi pola pengambilan keputusan konsumsi masyarakat dan mendorong munculnya gaya hidup konsumtif (Maulida, 2021).

Dalam perspektif ekonomi Islam, penggunaan *PayLater* memiliki implikasi terhadap nilai konsumsi Islami karena dapat memengaruhi prinsip moderasi, pengendalian diri, dan tanggung jawab finansial masyarakat Muslim. Penggunaan *PayLater* secara berlebihan berpotensi mendorong perilaku konsumsi yang tidak memperhatikan prioritas kebutuhan dan kemampuan finansial pengguna (Laili & Karimah, 2025). Islam mengajarkan bahwa konsumsi harus dilakukan secara seimbang dan tidak berlebihan agar terhindar dari perilaku israf dan tabdzir. Oleh karena itu, penggunaan *Shopee PayLater* harus disertai dengan pemahaman keuangan, pengendalian diri, serta kesadaran religius agar tidak bertentangan dengan prinsip konsumsi Islami dan tetap berada dalam batas kemaslahatan.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif-analitis untuk memahami secara mendalam praktik penggunaan *Shopee PayLater* terhadap pola perilaku konsumsi masyarakat Muslim di Kecamatan Pacet, Kabupaten Mojokerto. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian tidak berfokus pada pengukuran angka atau hubungan statistik, melainkan pada pemahaman fenomena sosial, pengalaman, serta pandangan masyarakat dalam menggunakan layanan *Shopee PayLater* berdasarkan perspektif ekonomi Islam.

Pendekatan kualitatif juga memungkinkan peneliti menafsirkan perilaku konsumsi masyarakat secara lebih komprehensif dengan mempertimbangkan nilai, norma, dan etika syariah yang berkembang dalam kehidupan sosial masyarakat Muslim (Jasuli, 2022). Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif-analitis karena tidak hanya menggambarkan fenomena penggunaan *Shopee PayLater*, tetapi juga menganalisis kesesuaiannya dengan prinsip-prinsip mikroekonomi Islam seperti keadilan akad, kehati-hatian dalam berutang, pengendalian konsumsi, serta perlindungan harta.

Kehadiran peneliti dalam penelitian ini bersifat non-partisipatif, yaitu sebagai pengamat yang secara langsung melakukan pengumpulan, analisis, dan penafsiran data di lapangan. Peneliti bertindak sebagai instrumen utama yang berinteraksi langsung dengan informan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Penelitian dilakukan di Kecamatan Pacet, Kabupaten Mojokerto, dengan subjek penelitian masyarakat Muslim pengguna *Shopee PayLater*. Lokasi tersebut dipilih karena penggunaan layanan *PayLater* cukup berkembang dalam aktivitas konsumsi masyarakat sehingga relevan dikaji dalam perspektif ekonomi Islam. Selain itu, kondisi sosial dan ekonomi masyarakat di wilayah tersebut dinilai mampu

memberikan gambaran empiris mengenai perubahan pola konsumsi akibat kemudahan transaksi digital.

Sumber data dalam penelitian ini terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh secara langsung melalui wawancara mendalam dengan masyarakat Muslim pengguna *Shopee PayLater*, observasi lapangan, dan pencatatan fenomena sosial yang berkaitan dengan perilaku konsumsi masyarakat (Arlina et al., 2023) Data primer digunakan untuk memperoleh pemahaman mengenai pengalaman, motivasi, dan sikap masyarakat dalam menggunakan *Shopee PayLater*. Sementara itu, data sekunder diperoleh dari berbagai sumber tertulis seperti buku, jurnal ilmiah, dokumen, dan referensi lain yang relevan dengan penelitian. Data sekunder digunakan untuk memperkuat landasan teori serta mendukung proses analisis mengenai perilaku konsumsi masyarakat Muslim dalam perspektif mikroekonomi Islam.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Observasi dilakukan untuk mengamati secara langsung perilaku konsumsi masyarakat dan penggunaan *Shopee PayLater* dalam kehidupan sehari-hari. Wawancara digunakan untuk menggali informasi mendalam terkait pengalaman, pemahaman, serta pandangan informan mengenai penggunaan *Shopee PayLater* dan dampaknya terhadap pola konsumsi. Sementara itu, dokumentasi digunakan sebagai data pendukung berupa catatan lapangan, arsip, maupun dokumen lain yang relevan dengan penelitian (Nikmah, 2023). Penggunaan beberapa teknik pengumpulan data tersebut bertujuan untuk memperoleh data yang lebih komprehensif dan meningkatkan validitas hasil penelitian.

Analisis data dilakukan secara bertahap melalui proses reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Reduksi data dilakukan dengan menyeleksi, menyederhanakan, dan mengelompokkan data yang relevan dengan fokus penelitian sehingga memudahkan proses analisis (Millah et al., 2023). Selanjutnya, data disajikan secara sistematis agar peneliti dapat memahami hubungan antar temuan dan menemukan pola perilaku konsumsi masyarakat Muslim pengguna *Shopee PayLater* (Jailani et al., 2024). Tahap akhir dilakukan dengan penarikan kesimpulan melalui interpretasi data berdasarkan hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi yang kemudian dianalisis menggunakan perspektif ekonomi Islam.

Untuk memastikan keabsahan data, penelitian ini menggunakan teknik triangulasi melalui perbandingan hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi agar data yang diperoleh lebih valid dan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah (Husnullail et al., 2024). Keabsahan penelitian juga diperkuat melalui *credibility*, *transferability*, *dependability*, dan *confirmability*. Kredibilitas dilakukan dengan pengecekan ulang data dan konfirmasi kepada informan, sedangkan *transferability* dilakukan melalui penyajian deskripsi penelitian secara rinci agar dapat dipahami dan diterapkan pada konteks serupa. *Dependability* dilakukan dengan mendokumentasikan seluruh proses penelitian secara sistematis, sementara *confirmability* bertujuan memastikan bahwa seluruh temuan penelitian benar-benar berasal dari data lapangan dan bukan hasil subjektivitas peneliti.

Tahapan penelitian dimulai dari identifikasi fenomena meningkatnya penggunaan *Shopee PayLater* di kalangan masyarakat Muslim Kecamatan Pacet Mojokerto, kemudian dilanjutkan dengan kajian literatur dan penyusunan landasan teori terkait *PayLater*, perilaku konsumsi, dan prinsip mikroekonomi Islam. Setelah itu, peneliti menentukan pendekatan dan metode penelitian, menetapkan subjek penelitian, melakukan pengumpulan data, serta menganalisis data secara sistematis. Tahap akhir dilakukan dengan penyusunan kesimpulan dan laporan penelitian yang diharapkan mampu memberikan gambaran menyeluruh

mengenai praktik *Shopee PayLater* serta implikasinya terhadap pola perilaku konsumsi masyarakat Muslim dalam perspektif ekonomi Islam.

Hasil Dan Pembahasan

1. Hasil Penelitian

a. Pola Perilaku Konsumsi Masyarakat Muslim di Kecamatan Pacet

Kecenderungan peningkatan perilaku konsumtif di kalangan masyarakat setelah adanya kemudahan transaksi digital, khususnya melalui *Shopee PayLater*. Sebagian informan mengakui bahwa frekuensi belanja mereka meningkat dibandingkan sebelumnya, terutama untuk barang-barang yang tidak selalu menjadi kebutuhan utama. Hal ini menunjukkan adanya pergeseran pola konsumsi yang sebelumnya lebih terkontrol menjadi lebih fleksibel dan cenderung berlebihan.

Selain itu, ditemukan adanya perubahan orientasi konsumsi dari kebutuhan menjadi keinginan. Informan menyatakan bahwa mereka sering melakukan pembelian karena tertarik pada promo, tren, atau tampilan produk di aplikasi, bukan karena kebutuhan yang mendesak. Faktor gaya hidup dan kemudahan teknologi juga menjadi pendorong utama perubahan perilaku konsumsi. Kemudahan akses aplikasi, fitur pembayaran instan, serta berbagai promo yang ditawarkan membuat masyarakat lebih mudah tergoda untuk berbelanja.

b. Praktik Penggunaan *Shopee PayLater* dalam Transaksi Jual Beli

Praktik penggunaan *Shopee PayLater* di masyarakat menunjukkan pola yang beragam antara penggunaan yang bijak dan tidak bijak. Sebagian informan menggunakan *PayLater* secara terkontrol, yaitu hanya untuk kebutuhan tertentu dan tetap mempertimbangkan kemampuan pembayaran. Namun, terdapat pula informan yang menggunakan *PayLater* tanpa perencanaan yang matang, sehingga berpotensi menimbulkan beban keuangan.

Selain itu, ditemukan bahwa pemahaman masyarakat terhadap sistem bunga dan biaya *PayLater* masih terbatas. Beberapa informan mengetahui adanya biaya tambahan, namun tidak memahami secara rinci mekanisme perhitungan bunga maupun denda. Dari segi penggunaan, terdapat kecenderungan bahwa *PayLater* tidak hanya digunakan untuk kebutuhan mendesak, tetapi juga untuk memenuhi gaya hidup. Sebagian informan menggunakan *PayLater* untuk membeli barang yang bersifat sekunder bahkan tersier, seperti fashion dan kosmetik. Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan *PayLater* tidak selalu didasarkan pada kebutuhan, melainkan juga keinginan.

c. Pengaruh *Shopee PayLater* terhadap Pola Konsumsi

Shopee PayLater memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pola konsumsi masyarakat. Salah satu dampak utama adalah meningkatnya perilaku konsumtif, di mana masyarakat menjadi lebih sering melakukan pembelian karena adanya kemudahan pembayaran. Informan mengungkapkan bahwa mereka merasa lebih ringan dalam berbelanja karena tidak perlu membayar secara langsung.

Selain itu, *PayLater* juga mendorong pembelian impulsif, yaitu pembelian yang dilakukan secara spontan tanpa perencanaan. Hal ini terjadi karena adanya promo, diskon, serta sistem pembayaran yang fleksibel. Di sisi lain, meskipun memberikan kemudahan, *PayLater* juga membawa risiko utang bagi penggunanya. Beberapa informan mengaku pernah mengalami kesulitan dalam mengatur pembayaran cicilan, terutama ketika penggunaan tidak terkontrol. Hal ini menunjukkan bahwa *PayLater* memiliki dua sisi, yaitu sebagai alat bantu konsumsi sekaligus potensi risiko finansial.

d. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penggunaan *PayLater*

Faktor yang memengaruhi masyarakat dalam menggunakan *Shopee PayLater* tidak hanya berasal dari satu aspek saja, melainkan merupakan kombinasi dari beberapa faktor yang saling berkaitan. Faktor pertama adalah kemudahan akses, di mana proses penggunaan yang cepat dan praktis membuat masyarakat tertarik untuk menggunakan layanan tersebut. Informan menyatakan bahwa aktivasi *Shopee PayLater* dapat dilakukan secara langsung melalui aplikasi tanpa prosedur yang rumit, sehingga memudahkan mereka dalam melakukan transaksi. Kemudahan ini pada akhirnya mendorong masyarakat untuk lebih sering menggunakan layanan tersebut, bahkan dalam situasi yang sebelumnya tidak direncanakan.

Faktor kedua adalah adanya promo dan diskon yang ditawarkan oleh platform. Banyak informan yang mengaku tertarik menggunakan *PayLater* karena adanya potongan harga, cashback, maupun penawaran cicilan dengan bunga ringan. Kondisi ini membuat masyarakat merasa diuntungkan, sehingga cenderung melakukan pembelian meskipun barang tersebut bukan merupakan kebutuhan utama. Dengan kata lain, promo yang ditawarkan tidak hanya berfungsi sebagai daya tarik, tetapi juga mampu memengaruhi keputusan konsumsi masyarakat.

Faktor lainnya adalah gaya hidup dan tekanan sosial, di mana masyarakat merasa terdorong untuk mengikuti tren atau kebiasaan orang lain dalam berbelanja online. Dalam hal ini, penggunaan *Shopee PayLater* tidak hanya dipandang sebagai alat transaksi, tetapi juga menjadi bagian dari gaya hidup modern. Beberapa informan menyatakan bahwa mereka merasa tidak ingin tertinggal dari lingkungan sekitar, terutama ketika melihat orang lain dengan mudah membeli barang melalui sistem *PayLater*. Hal ini menunjukkan adanya pengaruh sosial yang cukup kuat dalam membentuk perilaku konsumsi masyarakat.

Selain itu, ditemukan juga bahwa kurangnya literasi keuangan menjadi faktor penting. Sebagian masyarakat belum memahami secara mendalam mengenai dampak jangka panjang dari penggunaan *PayLater*, terutama terkait kewajiban pembayaran, bunga, serta risiko terjadinya penumpukan utang. Informan cenderung hanya berfokus pada kemudahan penggunaan tanpa mempertimbangkan konsekuensi finansial di masa depan. Kondisi ini berpotensi menimbulkan permasalahan baru, seperti kesulitan dalam mengelola keuangan atau keterlambatan pembayaran.

Faktor kebutuhan mendesak juga turut memengaruhi penggunaan *Shopee PayLater*. Dalam beberapa kasus, informan menggunakan layanan ini sebagai solusi ketika tidak memiliki dana yang cukup untuk memenuhi kebutuhan tertentu. Hal ini menunjukkan bahwa *PayLater* tidak hanya digunakan untuk keperluan konsumtif, tetapi juga sebagai alternatif pembiayaan jangka pendek. Namun demikian, penggunaan dalam kondisi seperti ini tetap memiliki risiko apabila tidak diimbangi dengan perencanaan keuangan yang baik.

Selain faktor-faktor tersebut, terdapat juga pengaruh dari kemudahan sistem pembayaran yang fleksibel. Adanya pilihan tenor atau jangka waktu cicilan membuat masyarakat merasa lebih ringan dalam melakukan pembayaran. Hal ini memberikan persepsi bahwa beban pengeluaran menjadi lebih kecil, padahal secara keseluruhan jumlah yang harus dibayar bisa lebih besar. Persepsi inilah yang kemudian mendorong masyarakat untuk terus menggunakan layanan *PayLater*.

Berdasarkan uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa penggunaan *Shopee PayLater* dipengaruhi oleh berbagai faktor, baik yang bersifat internal seperti

kebutuhan dan pemahaman keuangan, maupun faktor eksternal seperti kemudahan teknologi, promosi, serta pengaruh lingkungan sosial. Kombinasi dari faktor-faktor tersebut pada akhirnya membentuk pola perilaku konsumsi masyarakat yang cenderung lebih konsumtif dan kurang terkontrol.

e. Perspektif Masyarakat Muslim terhadap *PayLater*

Dalam perspektif masyarakat Muslim, ditemukan bahwa terdapat perbedaan pandangan terkait penggunaan *Shopee PayLater*, khususnya dalam aspek halal dan haram. Sebagian informan menyadari bahwa dalam Islam terdapat larangan riba, namun mereka belum memahami secara jelas apakah *PayLater* termasuk dalam kategori tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa pemahaman masyarakat masih bersifat umum dan belum sampai pada pemahaman yang mendalam terkait praktik transaksi keuangan digital.

Selain itu, tingkat kesadaran terhadap riba masih beragam. Ada informan yang merasa ragu terhadap penggunaan *PayLater* karena adanya tambahan biaya, namun tetap menggunakannya karena alasan kebutuhan atau kemudahan. Di sisi lain, terdapat pula informan yang tidak terlalu mempertimbangkan aspek religius dalam penggunaan *PayLater*. Kondisi ini menunjukkan adanya kesenjangan antara pemahaman nilai keislaman dan praktik nyata di lapangan, di mana nilai agama belum sepenuhnya menjadi dasar dalam pengambilan keputusan ekonomi.

Fenomena ini juga menunjukkan bahwa faktor kemudahan teknologi dan kebutuhan praktis sering kali lebih dominan dibandingkan pertimbangan syariah. Masyarakat cenderung memprioritaskan kemudahan transaksi dan pemenuhan kebutuhan jangka pendek tanpa mempertimbangkan implikasi jangka panjang, baik dari sisi finansial maupun keagamaan. Hal ini diperkuat dengan masih terbatasnya literasi keuangan syariah di kalangan masyarakat, sehingga mereka belum mampu membedakan secara jelas antara transaksi yang diperbolehkan dan yang dilarang dalam Islam.

Dalam Islam, larangan riba ditegaskan secara jelas dalam Al-Qur'an, sebagaimana firman Allah dalam QS. Al-Baqarah ayat 275:

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ ﴿٢٧٥﴾

Artinya: Orang-orang yang memakan (bertransaksi dengan) riba tidak dapat berdiri, kecuali seperti orang yang berdiri sempoyongan karena kesurupan setan. Demikian itu terjadi karena mereka berkata bahwa jual beli itu sama dengan riba. Padahal, Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Siapa pun yang telah sampai kepadanya peringatan dari Tuhannya (menyangkut riba), lalu dia berhenti sehingga apa yang telah diperolehnya dahulu menjadi miliknya dan urusannya (terserah) kepada Allah. Siapa yang mengulangi (transaksi riba), mereka itulah penghuni neraka. Mereka kekal di dalamnya. (Al-Baqarah 2:275).

Ayat ini menegaskan bahwa setiap bentuk tambahan yang mengandung unsur riba dalam transaksi keuangan tidak diperbolehkan. Oleh karena itu, praktik

penggunaan *PayLater* yang mengandung tambahan biaya atau bunga perlu dikaji secara lebih mendalam agar tidak bertentangan dengan prinsip syariah. Selain itu, dalam QS. Al-Baqarah ayat 278–279, Allah juga berfirman:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَذَرُّوا مَا بَقِيَ مِنَ الرِّبَا إِن كُنتُمْ مُؤْمِنِينَ ۚ ۲۷۸
فَإِن لَّمْ تَفْعَلُوا فَأْذَنُوا بِحَرْبٍ مِّنَ اللَّهِ وَرَسُولِهِ ۗ وَإِن تُبْتِغُوا فَلَئِمَّ رُءُوسُ أَمْوَالِكُمْ ۖ لَا تَظْلِمُونَ وَلَا تُظْلَمُونَ ۚ ۲۷۹

Artinya: Wahai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan tinggalkan sisa riba (yang belum dipungut) jika kamu orang-orang mukmin. Jika kamu tidak melaksanakannya, ketahuilah akan terjadi perang (dahsyat) dari Allah dan Rasul-Nya. Akan tetapi, jika kamu bertobat, kamu berhak atas pokok hartamu. Kamu tidak berbuat zalim (merugikan) dan tidak dizalimi (dirugikan). 279 (Al-Baqarah: 278,279).

Ayat tersebut menunjukkan bahwa umat Islam diperintahkan untuk menjauhi segala bentuk praktik riba secara tegas. Dengan demikian, penggunaan *PayLater* seharusnya tidak hanya dipertimbangkan dari aspek kemudahan, tetapi juga harus dilihat dari kesesuaiannya dengan prinsip ekonomi Islam.

Berdasarkan temuan tersebut, dapat disimpulkan bahwa meskipun masyarakat Muslim di Kecamatan Pacet telah memiliki kesadaran dasar mengenai larangan riba, namun pemahaman tersebut belum sepenuhnya diterapkan dalam praktik sehari-hari. Hal ini menunjukkan perlunya peningkatan edukasi dan literasi ekonomi Islam agar masyarakat dapat mengambil keputusan ekonomi yang tidak hanya menguntungkan secara praktis, tetapi juga sesuai dengan nilai-nilai syariah.

2. Pembahasan

Perkembangan teknologi digital dan sistem pembayaran modern telah membawa perubahan besar terhadap pola perilaku konsumsi masyarakat Muslim di Kecamatan Pacet Mojokerto. Aktivitas konsumsi yang sebelumnya lebih berorientasi pada pemenuhan kebutuhan primer kini mengalami pergeseran menuju pemenuhan keinginan dan gaya hidup. Kemudahan akses belanja melalui *platform e-commerce* membuat masyarakat lebih mudah melakukan transaksi kapan saja tanpa harus datang langsung ke toko. Kondisi tersebut diperkuat dengan hadirnya sistem pembayaran digital seperti *Shopee PayLater* yang menawarkan konsep “beli sekarang, bayar nanti”, sehingga proses konsumsi menjadi lebih praktis, cepat, dan fleksibel. Dalam perspektif ekonomi mikro, fenomena ini menunjukkan perubahan perilaku konsumen dari pola konsumsi yang rasional menuju konsumsi yang lebih dipengaruhi oleh faktor psikologis, sosial, dan emosional.

Perilaku konsumsi masyarakat Muslim di Kecamatan Pacet menunjukkan adanya kecenderungan konsumtif yang dipengaruhi oleh perkembangan teknologi, promosi digital, diskon, serta lingkungan sosial. Konsumen tidak lagi hanya mempertimbangkan kebutuhan utama, tetapi juga terdorong oleh tren, gaya hidup, dan keinginan untuk mengikuti perkembangan lingkungan sekitar. Kemudahan sistem pembayaran digital menyebabkan proses pertimbangan sebelum membeli menjadi lebih singkat, bahkan dalam beberapa kondisi dilakukan secara impulsif. Sistem *PayLater* dapat meningkatkan perilaku konsumtif masyarakat karena konsumen merasa lebih mudah memperoleh barang tanpa harus membayar secara langsung. Penelitian tersebut menegaskan bahwa kemudahan pembayaran digital berpengaruh terhadap peningkatan pembelian impulsif dan gaya hidup konsumtif masyarakat modern (Shadrina, 2023).

Selain dipengaruhi faktor teknologi, perilaku konsumsi masyarakat juga dipengaruhi oleh faktor psikologis dan sosial. Dalam praktiknya, konsumen sering melakukan pembelian karena adanya promo, diskon, atau pengaruh lingkungan sosial, bukan semata-mata berdasarkan kebutuhan. Kondisi ini menunjukkan bahwa perilaku konsumsi masyarakat tidak sepenuhnya berjalan secara rasional sebagaimana konsep dasar ekonomi mikro. penggunaan *Shopee PayLater* memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif karena konsumen merasa memiliki kemampuan membeli yang lebih besar dibanding kondisi finansial sebenarnya. Temuan tersebut menunjukkan bahwa sistem *PayLater* mampu menciptakan persepsi kemampuan finansial semu yang mendorong masyarakat melakukan pembelian secara berlebihan (Elpa Julita, Idwal B, 2022).

Praktik penggunaan *Shopee PayLater* di Kecamatan Pacet Mojokerto menunjukkan bahwa layanan ini tidak hanya digunakan untuk kebutuhan mendesak, tetapi juga untuk memenuhi kebutuhan sekunder dan gaya hidup. Masyarakat cenderung memanfaatkan fitur *PayLater* karena dianggap memberikan kemudahan dan fleksibilitas pembayaran. Dalam teori perilaku konsumen, kondisi ini dapat dijelaskan melalui konsep *delayed payment effect*, yaitu kondisi ketika konsumen tidak langsung merasakan pengeluaran pada saat transaksi sehingga kontrol terhadap konsumsi menjadi berkurang. Konsumen lebih fokus pada manfaat langsung dari barang yang dibeli dibandingkan kewajiban pembayaran di masa depan. Akibatnya, pembelian impulsif menjadi lebih sering terjadi dan risiko konsumsi berlebihan semakin meningkat.

Fenomena tersebut juga diperkuat oleh kecenderungan individu untuk lebih mengutamakan kepuasan saat ini dibandingkan konsekuensi di masa depan. Dalam konteks *Shopee PayLater*, konsumen lebih tertarik pada kemudahan memperoleh barang tanpa mempertimbangkan secara matang kemampuan finansial jangka panjang. sistem *PayLater* dapat mendorong perilaku konsumerisme karena konsumen lebih mudah melakukan pembelian tanpa mempertimbangkan urgensi kebutuhan. Penelitian tersebut juga menegaskan bahwa pola konsumsi seperti ini berpotensi bertentangan dengan prinsip konsumsi Islami yang menekankan keseimbangan dan pengendalian diri (Maulida, 2021).

Dari perspektif ekonomi Islam, perilaku konsumsi masyarakat Muslim seharusnya didasarkan pada prinsip wasathiyah (keseimbangan), yaitu mengonsumsi sesuatu secara wajar dan tidak berlebihan. Islam mengajarkan bahwa konsumsi harus dilakukan sesuai kebutuhan serta menghindari perilaku *israf* dan *tabdzir*. Selain itu, Islam juga menekankan pentingnya kehati-hatian dalam berutang. Utang bukan hanya persoalan ekonomi, tetapi juga memiliki dimensi moral dan spiritual. Oleh karena itu, penggunaan *Shopee PayLater* perlu disertai tanggung jawab dan kemampuan mengelola keuangan dengan baik.

faktor kemudahan dan pengaruh sosial memiliki hubungan terhadap perilaku konsumtif pengguna *Shopee PayLater*. Hal tersebut menunjukkan bahwa masyarakat sering kali lebih tertarik pada kemudahan transaksi dibandingkan mempertimbangkan dampak finansial jangka Panjang (D. A. Sari et al., 2025). Dalam perspektif mikroekonomi Islam, praktik *Shopee PayLater* juga perlu dikaji dari sisi akad dan unsur riba. Sistem pembayaran yang disertai bunga dan denda keterlambatan berpotensi mengandung unsur riba yang dilarang dalam Islam. sistem *PayLater* memiliki potensi ketidaksesuaian dengan prinsip ekonomi syariah apabila mengandung tambahan pembayaran yang memberatkan konsumen serta mendorong perilaku konsumtif berlebihan (Amarta, 2024).

Dengan demikian, praktik *Shopee PayLater* memiliki dua sisi dalam kehidupan masyarakat Muslim. Di satu sisi, layanan ini memberikan kemudahan dan fleksibilitas dalam memenuhi kebutuhan masyarakat. Namun di sisi lain, penggunaan yang tidak terkontrol dapat mendorong perilaku konsumtif, meningkatkan risiko utang, dan berpotensi bertentangan dengan prinsip konsumsi Islami. Oleh karena itu, diperlukan peningkatan literasi keuangan, pengendalian diri, serta pemahaman masyarakat terhadap prinsip ekonomi Islam agar penggunaan *PayLater* dapat dilakukan secara lebih bijak, proporsional, dan tidak menimbulkan dampak negatif terhadap kondisi ekonomi maupun kehidupan sosial masyarakat Muslim.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, perilaku konsumsi masyarakat Muslim di Kecamatan Pacet Kabupaten Mojokerto mengalami perubahan dari pola konsumsi yang cenderung rasional menuju perilaku yang lebih konsumtif. Perubahan tersebut dipengaruhi oleh perkembangan teknologi digital, kemudahan akses belanja online, gaya hidup modern, serta berbagai promo yang ditawarkan *platform e-commerce*.

Kehadiran *Shopee PayLater* memberikan kemudahan melalui sistem pembayaran “beli sekarang, bayar nanti” yang mendorong peningkatan aktivitas konsumsi dan pembelian impulsif. Meskipun layanan ini membantu masyarakat dalam memenuhi kebutuhan secara praktis, penggunaannya juga berpotensi menimbulkan perilaku konsumtif dan risiko keuangan apabila tidak disertai pengelolaan yang bijak.

Selain itu, pemahaman masyarakat mengenai mekanisme biaya tambahan, bunga, dan aspek syariah dalam penggunaan *PayLater* masih tergolong terbatas. Oleh karena itu, masyarakat diharapkan lebih bijak dalam menggunakan layanan *Shopee PayLater* dengan mempertimbangkan kebutuhan, kemampuan finansial, serta dampak jangka panjang yang dapat ditimbulkan. Pengguna juga perlu meningkatkan pemahaman mengenai sistem dan risiko penggunaan *PayLater* agar dapat memanfaatkan layanan tersebut secara lebih terkontrol, bertanggung jawab, dan sesuai dengan prinsip konsumsi yang baik. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi dan tambahan wawasan dalam kajian ekonomi Islam, khususnya terkait perkembangan sistem pembayaran digital dan pengaruhnya terhadap perilaku konsumsi masyarakat Muslim.

Daftar Pustaka

- Amarta, P. C., & Nisa, F. L. (2024). Pandangan proses transaksi PayLater terhadap perilaku konsumtif dalam perspektif ekonomi syariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 1(2), 152–162. <https://doi.org/10.61722/jemba.v1i2.115>
- Anggorowati, L. S. (2025). Exploring the Impact of Paylater Payments on Consumer Behavior and Public Financial Management: A Systematic Literature Review. *Dinamika: Jurnal Manajemen Sosial Ekonomi*, 5(1), 326–331. <https://doi.org/10.51903/qq1ztp52>
- Anjani, E. (2024). *Buy Now, Pay Later dari inklusi keuangan menuju jebakan finansial*. Center for Digital Society, 1–24.
- Arlina, A., Situmorang, H. Y., Najihani, N., & Hidayah, T. (2023). Peran Kajian Rutin dalam Meningkatkan Kualitas Akhlak Masyarakat di Masjid Al-Mukhlisin Tuasan. *MUDABBIR Journal Reserch and Education Studies*, 3(1), 66–71. <https://doi.org/10.56832/mudabbir.v3i1.262>

Currency:

Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah

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

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

- Bank, H., Muhammad, D., & Bank, M. A. (2017). Volume viii, Nomor 2, Juni 2017 | 77. viii, h. 94-96.
- Dante, A., & Dewi, P. A. R. (2021). Proses terbentuknya perilaku konsumtif remaja perempuan dengan pola pikir orientasi pada brand (*brand minded*) pada produk fashion (Studi fenomenologi siswi SMA Trimurti Surabaya). *The Commercium*, 4(2), 194–202. <https://doi.org/10.26740/tc.v4i2.41979>
- Dede Nurwahidah, Yadi Janwari, & Dedah Jubaedah. (2024). Konsep Pemikiran Ekonomi dan Maqashid Syariah Perspektif Imam Al-Syathibi. *MAMEN: Jurnal Manajemen*, 3(3), 175–189. <https://doi.org/10.55123/mamen.v3i3.3918>
- Elmunawaroh, E., Asyari, A., & Sholihin, A. (2023). Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumsi Rumah Tangga Muslim di Perbatasan Rao Pasaman Sumatera Barat. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(2), 2167. <https://doi.org/10.29040/jiei.v9i2.9486>
- Fahmi, S., Lutfi, M., & Amiruddin, K. (2025). Tanggapi Keluhan Petani Jagung, Kapolres Kotamobagu Bangun Koordinasi dengan Perum Bulog. 3.
- Fahmi, T. (2022). Konsep riba dalam fiqh muamalah maliyyah dan praktiknya dalam bisnis kontemporer. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(2), 1270–1285. <https://doi.org/10.29040/jiei.v8i2.5312>
- Julita, E., Idwal B., & Yustati, H. (2022). Pengaruh penggunaan Shopee PayLater terhadap perilaku konsumtif mahasiswa muslim. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(3), 2953–2957. <https://doi.org/10.29040/jiei.v8i3.6775>
- Hayati, A. N., Fitrianoor, W., Saliro, S. S., & Fadillah, N. (2025). Reconstructing PayLater schemes in Islamic fintech: A Normative Analysis Of Deferred Payment Contracts Under Sharia Economic Law. *Syariah: Jurnal Hukum dan Pemikiran*, 25(1), 175–191. <https://doi.org/10.18592/sjhp.v25i1.18517>
- Husnullail, M., Risnita, Jailani, Syahrani, M., & Asbui. (2024). Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data dalam Riset Ilmiah. *Journal Genta Mulia*, Vol 15(2), hlm 71-73.
- Jailani, S., Risnita, Saksitha, Syahrani, M., & Arestya, D. (2024). Teknik Analisis Data Kuantitatif dan Kualitatif dalam Penelitian Ilmiah. *Journal Genta Mulia*, 15(2), 79–91.
- Jasuli, J. (2022). Strategi *mind mapping* kitab fiqh *Fathul Qorib* pada bab thaharah kelas VI di Madrasah Diniyah Pondok Pesantren Al Amien Ambulu Jember. *Al-Adabiya: Jurnal Kebudayaan dan Keagamaan*, 1(2), 15–36. <https://doi.org/10.37680/adabiya.v1i2.1810>
- Laili, S. N., & Karimah, D. A. (2025). Kajian Penggunaan Aplikasi Paylater Dalam Pandangan Maqashid Syariah. *Islamic Economics and Business Review*, 3(3), 1–16. <https://doi.org/10.59580/iesbir.v4i1.10540>

Currency:

Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah

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

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

- Lesilolo, R. A. A., Kembau, A. S., & Malae, F. E. (2024). Menilai pengaruh manfaat, kepercayaan, dan kemudahan terhadap adopsi layanan PayLater: Perspektif pengguna Shopee PayLater di Jakarta. *Jurnal Digismantech*, 4(1), 18–33. <https://doi.org/10.56444/digismantech.v4i1.1462>
- Lestari, R. K., & Saidatina, S. (2025). The concept of justice in the murabahah contract in the perspective of Sharia economic law. *SAQIFAH: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 10(1), 1–12. <https://doi.org/10.51900/saqifah.v10i1.21534>
- Mahmud Mahmud, Eka Rosanti, & Muhammad Isnaeni. (2025). Jual Beli Online dengan Menggunakan Sistem Pembayaran Paylater Perspektif Hukum Ekonomi Syariah. *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi*, 5(2), 44–59. <https://doi.org/10.55606/jebaku.v5i2.5307>
- Maskanah, S. (2025). Islamic legal analysis of PayLater usage as an electronic transaction. *International Journal of Social Science and Human Research*, 8(1), 120–128. <https://doi.org/10.47191/ijsshr/v8-i1-15>
- Maulida, D. M. (2021). Pandangan ekonomi Islam terhadap sikap konsumerisme akibat metode pembayaran tunda bayar (*PayLater*). *Al-Musthofa: Journal of Sharia Economics*, 5(2), 131–144. <https://doi.org/10.58518/al-musthofa.v5i2.912>
- Millah, A. S., Arobiah, D., Febriani, E. S., & Ramdhani, E. (2023). Analisis Data dalam Penelitian Tindakan Kelas. 1(2), 140–153.
- Muslih, M., Redjeki, S., Firmansyah, G., & Larasati, A. (2025). Analisis multi-dimensi dampak ekonomi, perilaku konsumsi, dan risiko sosial penggunaan PayLater di Indonesia. *Jurnal Impresi Indonesia (JII)*, 4(4), 3858–3866. <https://doi.org/10.58344/jii.v4i4.6482>
- Naufalia, V. (2022). Pengaruh Digital Payment dan E-Service Quality Terhadap Perilaku Konsumtif pada Pengguna Shopee Wilayah DKI Jakarta. *Jurnal Pariwisata Bisnis Digital dan Manajemen*, 1(1), 1–9. <https://doi.org/10.33480/jasdim.v1i1.3011>
- Nikmah, K. (2023). Penerapan metode pembelajaran observasi lapangan. *Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran Indonesia*, 4(1), 26–33.
- Nurfitri, A. R., Dimiyati, Winarsih, & Setyaningsih, E. (2025). Fenomena peningkatan penggunaan PayLater di Indonesia dan dampaknya terhadap perilaku masyarakat. *INNOVATIVE: Journal of Social Science Research*, 5(1), 2807–4246. <https://doi.org/10.31004/innovative.v5i1.14231>
- Rahmi, C., Vizizou, C. I., Prastyo, B., Amri, A. F., Al Farisi, M. F., & Arrizy, M. F. R. (2024). Tantangan dan prospek pengendalian riba dalam transaksi di e-commerce (Studi kasus transaksi jual beli menggunakan Shopee PayLater). *Jurnal Akuntansi Keuangan dan Bisnis*, 2(2), 262–267. <https://doi.org/10.55606/jakb.v2i2.2148>
- Ronald S. Badu. (2024). Teori Konsumsi Islam Menurut Prinsip Syariah. *Jurnal Mahasiswa Akuntansi*, 2(4), 537–544. <https://doi.org/10.30640/jma.v2i4.2891>

Currency:

Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah

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

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

- Sari, D. A., Bafadhal, M. I., & Roihan, M. (2025). Pengaruh kemudahan, manfaat, kredibilitas, niat berperilaku, dan pengaruh sosial sistem pembayaran ShopeePayLater terhadap keputusan penggunaan layanan. *Bertuah Journal of Shariah and Islamic Economics*, 6(1), 202–212. <https://doi.org/10.56633/bj.v6i1.1192>
- Sari, R. (2021). Pengaruh Penggunaan Paylater Terhadap Perilaku Impulse Buying Pengguna E-Commerce di Indonesia. *Jurnal Riset Bisnis Dan Investasi*, 7(1), 44–57. <https://doi.org/10.35313/jrbi.v7i1.2058>
- Shadrina. (2023). Perilaku konsumtif penggunaan *online shopping* dan sistem *PayLater* dalam perspektif ekonomi Islam. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(1), 130–147. <https://doi.org/10.29040/jiei.v6i1>
- SITI RAIHANUN, & Andri Martiana. (2025). Prilaku Komsumsi Terhadap Nilai-Nilai Islam. *Al-Qardhu*, 4(1), 73–82. <https://doi.org/10.37216/alqardhu.v4i1.2683>