

Pengaruh Penggunaan Sistem Pembayaran Shopee PayLater Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat Kecamatan Ilir Barat II Kota Palembang Serta Pandangan Perspektif Ekonomi Islam Terhadapnya

Metta Ria Utami, Meriyati, Havis Aravik

Sekolah Tinggi Ekonomi dan Bisnis Syariah (STEBIS) Indo Global Mandiri

Email: mettaria45@gmail.com, meri@stebisigm.ac.id, havis@stebisigm.ac.id

Abstract

This research is about the effect of using the payment system Shopee PayLater towards the consumptive behavior of the people of Ilir Barat II District, Palembang City. The formulation of the problem in this research is how to influence the use Shopee Paylater on the consumptive behavior of the people of Ilir Barat II District, Palembang City and how the views of the Islamic Economic Perspective are in useShopee PayLater towards the consumptive behavior of the people of Ilir Barat II District, Palembang City. The purpose of this study was to determine the effect of use shopee paylater on the consumptive behavior of the people of Ilir Barat II District, Palembang City and to find out the views of the Islamic Economic Perspective in useShopee PayLater towards the consumptive behavior of the people of Ilir Barat II District, Palembang City. This study uses a descriptive quantitative method, the data analysis method used is Simple Linear Regression Analysis with a total sample of 70 samples. The results of this study indicate the use variable Shopee PayLater (X) has a significant effect on the consumptive behavior variable of the people of Ilir Barat II District, Palembang City (Y) with an influence of 38.2%. In the Islamic Economic Perspective the use of features Shopee PayLater contrary to Islamic Shari'a, because there is an element of Riba in it. In addition, the use of features Shopee PayLater as a solution to fulfilling desires or consumptive behavior in the Islamic Economic Perspective is strictly prohibited, because consumptive behavior is a waste or wasting money and will result in poverty.

Keywords : Payment System, Shopee PayLater, Consumptive Behavior, Society, Islamic Economics.

Abstrak

Penelitian ini mengenai pengaruh penggunaan sistem pembayaran Shopee PayLater terhadap perilaku konsumtif masyarakat Kecamatan Ilir Barat II Kota Palembang. Rumusan Masalah dalam penelitian ini yaitu bagaimana pengaruh penggunaan Shopee Paylater terhadap perilaku konsumtif masyarakat Kecamatan Ilir Barat II Kota Palembang dan bagaimana pandangan Perspektif Ekonomi Islam dalam penggunaan Shopee PayLater terhadap perilaku konsumtif masyarakat Kecamatan Ilir Barat II kota

Palembang. Tujuan dalam penelitian ini untuk mengetahui pengaruh penggunaan shopee paylater terhadap perilaku konsumtif masyarakat Kecamatan Ilir Barat II Kota Palembang dan untuk mengetahui pandangan Perspektif Ekonomi Islam dalam penggunaan Shopee PayLater terhadap perilaku konsumtif masyarakat Kecamatan Ilir Barat II Kota Palembang. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif yang bersifat deskriptif, metode analisis data yang digunakan adalah Analisis Regresi Linier Sederhana dengan jumlah sampel sebanyak 70 sampel. Hasil penelitian ini menunjukkan variabel penggunaan Shopee PayLater (X) berpengaruh signifikan terhadap variabel perilaku konsumtif masyarakat Kecamatan Ilir Barat II Kota Palembang (Y) dengan pengaruh sebesar 38,2%. Dalam Perspektif Ekonomi Islam penggunaan fitur Shopee PayLater bertentangan dengan Syariat Islam, karena terdapat unsur Riba didalamnya. Selain itu, penggunaan fitur Shopee PayLater sebagai solusi untuk memenuhi keinginan semata atau perilaku konsumtif dalam Perspektif Ekonomi Islam sangat dilarang, karena perilaku konsumtif adalah suatu pemborosan atau menghambur-hamburkan uang serta akan mengakibatkan kemiskinan.

Kata Kunci : *Sistem Pembayaran, Shopee PayLater, Perilaku Konsumtif, Ekonomi, Islam.*

Pendahuluan

Perubahan zaman membuat kebutuhan dan gaya hidup dari setiap individu semakin berkembang. Hal ini bisa dilihat dari lahirnya teknologi baru dunia perdagangan yang dikenal dengan marketplace. Di Indonesia terdapat beberapa marketplace yang disebut dengan *E-Commerce* salah satunya yaitu Shopee. Dengan hadirnya *E-Commerce* ini membuat masyarakat mulai beralih melakukan transaksi berbelanja secara online. Munculnya marketplace ini juga mendorong pertumbuhan teknologi sistem pembayaran di Indonesia yang saat dikenal dengan *financial technology (fintech)*, salah satu contoh inovasi *fintech* saat ini yaitu *PayLater*. *Ecommerce* Shopee merupakan salah satu penyedia layanan *PayLater*, yang dikenal dengan *Shopee PayLater*. Fitur *Shopee PayLater* ini memberikan layanan bagi pengguna untuk berbelanja online dengan sistem kredit dan pembayarannya dapat dilakukan dengan cara mencicil dengan pilihan tenor sebanyak 1, 3, 6 dan 12 bulan pembayaran.

Manusia sebagai makhluk sosial tidak dapat terlepas dari kegiatan untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Dengan hadirnya *E-Commerce* Shopee serta fitur pembayaran *PayLater* ini semakin mempermudah masyarakat untuk memenuhi kebutuhan hidupnya yang tidak dapat terpenuhi oleh pendapatannya dengan mendapatkan barang terlebih dahulu dan pembayarannya dilakukan pada bulan berikutnya sesuai dengan tanggal jatuh tempo. Akan tetapi, dengan kemudahan tersebut masyarakat tentu saja dapat menyalahgunakan manfaat tersebut sebagai alat untuk memenuhi keinginannya bukan lagi untuk memenuhi kebutuhannya sehingga hal ini dapat menciptakan gaya hidup konsumtif. Berikut ini merupakan data pengguna *E-Commerce* di Indonesia Tahun 2018-2022 :



Sumber: databoks.katadata.com (Jayani (2019)

Berdasarkan gambar grafik penggunaan *E-Commerce* di Indonesia tahun 2017-2022 di atas, dapat dilihat bahwa jumlah pengguna *E-Commerce* di Indonesia tahun 2017 sebanyak 139 juta pengguna, pada tahun 2018 jumlah pengguna *E-Commerce* di Indonesia sebanyak 154,1 juta pengguna, pada tahun 2019 jumlah pengguna *E-Commerce* di Indonesia sebanyak 168,3 juta pengguna, pada tahun 2020 jumlah pengguna *E-Commerce* di Indonesia sebanyak 181,5 juta pengguna, pada tahun 2021 jumlah pengguna *E-Commerce* di Indonesia sebanyak 203,5 juta pengguna, serta pada tahun 2022 jumlah pengguna *E-Commerce* di Indonesia sebanyak 212,2 juta pengguna. Hal tersebut menyatakan bahwa terdapat peningkatan jumlah pengguna *E-Commerce* di Indonesia setiap tahun (Jayani (2019).

Berdasarkan pengamatan yang telah peneliti lakukan pada masyarakat kecamatan Ilir Barat II di Lr. Hijrah 1 dan 2 Kota Palembang, peneliti melihat instensitas pengantaran paket oleh kurir pada rumah-rumah masyarakatnya cukup sering terutama pada saat Shopee melakukan promo yang diadakan pada tanggal dan bulan yang sama setiap bulannya. Tidak hanya itu, peneliti juga bertanya kepada beberapa masyarakat mengenai melalui *E-Commerce* apa dan metode apa yang digunakan pada saat berbelanja online. Ternyata rata-rata masyarakat disana berbelanja melalui Shopee serta metode yang paling banyak digunakan yaitu metode pembayaran *PayLater*. Kemudian, berdasarkan informasi yang peneliti dapatkan dari masyarakat disana. Terdapat salah satu masyarakat disana yang bernama Ibu Rosna yang tidak dapat membayar uang sekolah anaknya selama 5 bulan karena harus membayar tanggihan *Shopee PayLater* sebesar Rp 800.000,- perbulan. Ibu Rosna menggunakan *Shopee PayLater* untuk membeli token listrik, tagihan PDAM, dan membeli kebutuhan rumah serta kebutuhan sekolah anaknya. Karena penghasilan suaminya yang bekerja sebagai Ojek Online dengan penghasilan yang tidak menentu menyebabkan Ibu Rosna menggunakan *Shopee PayLater* sebagai solusi untuk memenuhi kebutuhan hidup keluarganya.

Penggunaan *Shopee PayLater* apabila dilakukan secara terus menerus selain berdampak buruk bagi keuangan serta bertolak belakang dengan Syariat Islam juga akan membuat masyarakat tidak memiliki tabungan apabila terjadi sesuatu hal secara tiba-tiba dan untuk di masa tua nanti. Dimana pada ajaran Islam

terdapat 5 prinsip dalam melakukan konsumsi, yaitu; 1) Prinsip Keadilan, 2) Prinsip Kebersihan, 3) Prinsip Kesederhanaan, 4) Prinsip kemurahan Hati dan 5) Prinsip Moralitas (Martinelli (2019).

Landasan Teori

1. Teori Perilaku Konsumen

Menurut Rudy Irwansyah, dkk (2021) dalam bukunya "Perilaku Konsumen" mengatakan bahwa Perilaku Konsumen adalah perilaku yang ditunjukkan oleh konsumen dalam proses memilih dan memutuskan barang apa yang akan dibeli, jadi atau tidak membeli barang tersebut, kapan akan membeli, dimana dan bagaimana cara membeli, serta cara mendapatkan dan cara membayar barang baik *cash* ataupun kredit.

2. Sistem Pembayaran

Menurut Bank Sentral Republik Indonesia (2020) Sistem Pembayaran adalah sistem yang mencakup kumpulan aturan, lembaga, dan mekanisme yang digunakan untuk melaksanakan pemindahan dana, guna memenuhi suatu kewajiban yang timbul dari suatu kegiatan ekonomi.

Terdapat beberapa macam sistem pembayaran dalam melakukan transaksi pada *e-commerce*, antara lain:

1. *Electronic Money (E-Money)*
2. *Credit Card*
3. *Money Transfer*
4. *Cash On Delivery (COD)*
5. *PayLater* (Aftika and Hanif (2021).

3. Pengertian Shopee PayLater

Menurut Erni Juniarti (2022) Shopee *PayLater* adalah produk P2P *Lending* (*Peer to Peer Lending*) yang diberikan oleh PT Lentera Dana Nusantara (LDN) yang dimana didalamnya menyediakan pinjaman untuk memudahkan peminjam dalam membeli produk tanpa perlu membayar langsung di *platform e-commerce* Shopee. Akan tetapi, P2P *Lending* dalam *Shopee PayLater* sedikit berbeda dari pinjaman aplikasi P2P lainnya karena *Shopee PayLater* hanya menyediakan layanan pinjaman untuk membeli barang maupun jasa, dengan penawaran item kredit sebanyak 1, 3, 6, dan 12 kali cicilan.

4. Konsep Ekonomi Islam Terhadap Penggunaan Shopee PayLater

Manusia dalam kehidupannya tidak dapat terlepas dari kegiatan transaksi jual beli, yang diperjual-belikan dapat berupa barang maupun jasa (Aravik & Hamzani, 2021). Transaksi jual beli dalam *E-Commerce* Shopee membentuk sebuah jalinan sosial serta memiliki berbagai aturan yang saling berkaitan yang disebut *muamalat*. Konsep *muamalat* memuat tentang aturan hukum akad, pernikahan, harta warisan dan hal-hal lain yang menyangkut hubungan sosial

(A. Muh. Syaifuddin, dkk (2022).

Pada transaksi Shopee menggunakan metode pembayaran *Shopee PayLater* untuk penggunaanya akan dikenakan biaya cicilan (suku bunga pinjaman) dengan besaran bunga minimal 2,95% untuk beli sekarang bayar nanti yang pembayarannya dilakukan pada saat tanggal jatuh tempo selama 1 bulan dan untuk cicilan yang pembayarannya dilakukan selama 3 bulan, 6 bulan dan 12 bulan. Pada pilihan periode cicilan ini terdapat biaya pelayanan sebesar 1% di setiap transaksi. Dalam transaksi ini akad yang digunakan adalah *Qardh* (Safitri (2022).

Menurut Fadilla, dkk (2023) dalam berhutang terdapat pilar dan ketentuan dalam hutang (*qardh*) yang harus dipenuhi terlebih dahulu antara lain sebagai berikut:

- 1) Peminjam (*muqtarik*)
- 2) Pihak yang menyediakan layanan pinjam (*muqrif*)
- 3) Barang-barang yang terutang atau dihutangkan (*muqtarad/ma'qud 'alaih*)
- 4) *Sighah* (ijab-qabul)

Menurut teori *Islamic Wealth Management* (IWM) atau manajemen keuangan islam dalam Amanda, dkk (2018) mengatakan bahwa dalam Islam disaat akan berhutang harus dilakukan dengan dilatar belakangi sebuah pembatasan: *Pertama*, setiap transaksi utang harus dicatat dan disaksikan oleh pihak lain; *Kedua*, peminjam harus memiliki niat untuk mengembalikan, jika peminjam berniat meminjam tanpa ada niat untuk membayar kembali hal tersebut tidak diperbolehkan dalam Islam.

5. Pengertian Perilaku Konsumtif

Menurut KBBI (2018) Konsumtif disebut sebagai sifat mengkonsumsi serta bergantung pada hasil produksi pihak lain, atau dengan kata lain hanya memakai dan tidak bisa menghasilkan sendiri. Sedangkan, menurut Muhammad Ridwan (2018) Perilaku Konsumtif adalah suatu kegiatan mengkonsumsi barang secara berlebih-lebihan secara tidak terencana mementingkan faktor keinginan dari pada kebutuhan serta tidak didasarkan pada pertimbangan yang rasional dan memiliki kencenderungan untuk mengkonsumsi sesuatu tanpa batas.

6. Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Peilaku Konsumtif

Menurut Hartimbul Ginting (2011) dalam Skripsi Muhammad Ridwan (2018) Faktor-faktor yang memengaruhi perilaku konsumtif terbagi menjadi 2 (dua) yaitu faktor internal dan faktor eksternal:

- a. Faktor Internal merupakan faktor perilaku konsumtif yang dihasilkan dari sifat atau watak manusia itu sendiri. Faktor internal terbagi dalam dua aspek, yaitu faktor psikologis dan faktor pribadi:
- 1) Faktor psikologis, faktor ini memberikan pengaruh yang sangat besar bagi seseorang dalam bergaya hidup konsumtif dimana faktor tersebut terdiri

- dari: Persepsi, Pengetahuan atau Pembelajaran, Dorongan serta Keyakinan dan Sikap.
- 2) Faktor Pribadi, faktor ini merupakan faktor yang berasal dari dalam diri masyarakat itu sendiri, faktor ini terdiri dari: Umur dan Tahap Daur Hidup Seseorang, Pekerjaan, Situasi Ekonomi dan Gaya Hidup.
 - b. Faktor Eksternal/Faktor Lingkungan merupakan faktor perilaku konsumtif yang dihasilkan dari tempat manusia itu bertumbuh kembang. Variabel yang termasuk kedalam faktor eksternal yaitu : Kebudayaan, Kelas Sosial, Kelompok Sosial dan anggota Keluarga.

7. Perilaku Konsumtif Dalam Ekonomi Islam

Dalam Islam, konsumsi tidak dapat dipisahkan dari fungsi keimanan. Keimanan digunakan sebagai tolak ukur paling utama dalam cara pandang manusia terhadap dunia yang dapat mempengaruhi kehidupan manusia itu sendiri (Ridwan and Wahyudi (2019). Ajaran Islam pada hakikatnya bertujuan untuk mengingatkan setiap umat manusia agar dapat membelanjakan harta sesuai dengan kemampuannya.

Pengeluaran yang dilakukan seharusnya tidak melebihi pendapatan karena hal ini akan membuat seseorang jatuh pada kemiskinan dan juga tidak mengurangi pengeluaran yang terlalu rendah sehingga dapat mengarah pada *kebakilan*. Dalam hal ini *Islamic Management Wealth* (IWM) memiliki tiga prinsip untuk mengatur perilaku konsumtif dalam mengelola konsumsi kekayaan pribadi sesuai dengan syariat Islam yaitu: 1) kehalalan dan baik, 2) pengendalian keuangan secara adil (moderasi), dan 3) keseimbangan. (Amanda, dkk (2018)

Memperhatikan hal yang paling utama dalam konsumsi yaitu *daruriyat*, *hajiyat* dan *tahsiniyat*. *Daruriyat* adalah barang yang dijual dengan manfaat dapat memenuhi berbagai kebutuhan primer bagi pembeli muslim, yaitu untuk memperkuat keyakinan dalam beragama, penalaran diri, keberlangsungan hidup, garis keturunan, serta hak-hak atas kepemilikan dari harta. Lalu, *Hajiyat* adalah suatu barang pendukung dalam keberlangsungan hidup yang fungsinya berbeda-beda dari setiap orang seperti, layak tidaknya sebuah rumah, kendaraan, dan lainnya. Kemudian, *Tahsiniyat* adalah barang yang pada hakikatnya tidak melebihi fungsi dari pada *daruriyat* dan *hajiyat*. (Amanda, dkk (2018)

Metode Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif, penelitian ini disebut sebagai penelitian kuantitatif karena data yang akan diolah merupakan data rasio berupa angka yang akan diuji untuk mengetahui pengaruh antara variabel yang diteliti. Jenis pendekatan yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan deskriptif kuantitatif dengan pendekatan fenomenologi sosial.

Sumber data yang digunakan pada penelitian ini yaitu data sekunder yang penulis dapatkan dengan mengumpulkan data secara langsung pada objek penelitian dengan menyebarkan kuesioner angket melalui link *Google Form*.

Populasi dalam penelitian ini yaitu seluruh masyarakat kecamatan Ilir Barat II di Lr. Hijrah 1 dan Lr. Hijrah 2 Kota Palembang berjumlah 575 orang. Kemudian, jumlah sampel dalam penelitian ini yaitu sebanyak 70 masyarakat dengan teknik *Accidental sampling*. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan teknik observasi, kuesioner (angket) dan dokumentasi.

Pembahasan

1. Analisis Statistik Deskriptif

Berdasarkan dari 70 sampel responden, diperoleh responden sebanyak 30 responden laki-laki dan 40 responden perempuan pengguna fitur *Shopee PayLater*. Dalam penelitian yang dilakukan, responden dengan usia 18 Tahun berjumlah 3 orang, 19 Tahun berjumlah 1 orang, 20 Tahun berjumlah 4 orang, 21 Tahun berjumlah 11 orang, 22 Tahun berjumlah 16 orang, 23 Tahun berjumlah 4 orang, 24 Tahun berjumlah 3 orang, 25 Tahun berjumlah 2 orang, 26-29 Tahun berjumlah 1 orang, 30 Tahun berjumlah 3 orang, 32 dan 34 Tahun berjumlah 1 orang, 35 Tahun berjumlah 2 orang, 37 dan 38 Tahun berjumlah 1 orang, 43 Tahun berjumlah 2 orang, 45 Tahun berjumlah 2 orang, 46-47 dan 49-50 Tahun berjumlah 1 orang, 51 Tahun berjumlah 2 orang, 53-54 dan 57 Tahun berjumlah 1 orang. Kemudian, responden dengan pekerjaan Pelajar/Mahasiswa merupakan responden yang paling banyak menggunakan *Shopee PayLater* yaitu sebanyak 27 orang, selain itu responden dengan pekerjaan sebagai Pegawai Swasta sebanyak 19 orang, Wiraswasta 13 orang, kemudian responden yang Belum/Tidak Bekerja sebanyak 4 orang, PNS/TNI/Polri berjumlah 4 orang, Buruh berjumlah 2 orang, Perawat berjumlah 1 orang dan tidak terdapat responden dengan pekerjaan Dokter.

2. Uji Parsial (Uji T)

Uji parsial (uji T) digunakan untuk mengetahui pengaruh dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen (Ghozali 2018).

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Beta	Sig.
			Std. Error			
	(Constant)	.889	4.335			897 373
	Shop ee PayLater	748	.115		.618	.489 .000

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Berdasarkan tabel hasil output diatas diketahui bahwa nilai t hitung $6,489 > t_{tabel} 1,667$ dan nilai signifikan (Sig) sebesar $0,000 < 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak sedangkan H_a diterima yang berarti variabel

penggunaan *Shopee PayLater* (*X*) berpengaruh signifikan terhadap variabel Perilaku Konsumtif Masyarakat Kecamatan Ilir Barat II Kota Palembang (*Y*).

3. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui persentasi perubahan variabel tidak bebas (*Y*) yang disebabkan oleh variabel bebas (*X*).

Model Summary				
od el	Square	Adj usted R Square	Std. Error of the Estimate	
618 ^a	382	.373	6.658	

a. Predictors: (Constant), Shopee PayLater

Berdasarkan tabel hasil *output* diatas diperoleh nilai koefisien determinasi (*R*) sebesar 0,618. Kemudian, nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,382 yang artinya bahwa sebesar 38,2% variabel Penggunaan *Shopee PayLater* (*X*) memengaruhi variabel Perilaku Konsumtif (*Y*). Sedangkan, sisanya sebesar 61,8% dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

4. Uji Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi linier sederhana digunakan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan dan juga untuk mengetahui arah masing-masing variabel independen berhubungan positif atau negatif (Sugiyono 2017).

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	Sig.
		St. d. Error		
	(Constant)	.889		
Shop ee PayLater	748	.15	.618	.489 .000

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Berdasarkan Tabel diatas, dikemukakan nilai koefisien yang diperoleh dari analisis uji regresi, maka dapat disusun Persamaan Regresi Linier Sederhana sebagai berikut:

$$Y = 3,889 + 0,748 X$$

Nilai koefisien pada persamaan regresi linier sederhana diatas dapat diartikan bahwa koefisien regresi untuk nilai konstanta yaitu 3,889 menunjukkan bahwa apabila variabel penggunaan *Shopee PayLater* (*X*) bernilai nol (0) atau konstan maka variabel Perilaku Konsumtif (*Y*) tetap bernilai 3,889. Kemudian,

nilai koefisien regresi pada variabel Penggunaan *Shopee PayLater* (X) yaitu sebesar 0,748 artinya setiap penambahan sebesar 1% nilai Penggunaan *Shopee PayLater* maka nilai Perilaku Konsumtif bertambah sebesar 0,748.

Pembahasan

1. Pengaruh Penggunaan Sistem Pembayaran *Shopee PayLater* Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat Kecamatan Ilir Barat II Kota Palembang

Setelah menganalisis seluruh hasil pengujian yang diperoleh dari tiap variabel serta telah dilakukannya uji hipotesis, dimana telah dilakukannya Uji Parsial (Uji T) untuk mengetahui hasil pengujian hipotesis (Ha). Berdasarkan hasil dari uji tersebut, variabel penggunaan *Shopee PayLater* (X) memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari ukuran signifikansi yang digunakan yaitu 0,05 kemudian pada nilai thitung sebesar $6,489 > ttabel$ sebesar 1,667. Hal ini membuktikan bahwa hipotesis (Ha) yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara penggunaan *Shopee PayLater* terhadap perilaku konsumtif diterima.

Hasil dari uji koefisien determinasi yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar hubungan variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y) adalah sebesar 0,382 yang artinya hal ini menunjukkan bahwa variabel *Shopee PayLater* (X) memberikan pengaruh terhadap variabel perilaku konsumtif Masyarakat Kecamatan Ilir Barat II (Y) sebesar 38,2%. Hal ini dikarenakan *Shopee PayLater* adalah fitur yang dapat membantu masyarakat untuk memenuhi kebutuhan yang tidak dapat terpenuhi oleh pendapatan ataupun uang saku dengan pembayaran yang dapat dilakukan secara mencicil. Tidak hanya itu, *Shopee PayLater* juga memberikan limit kredit yang cukup besar dengan bunga cicilan rendah yaitu sebesar 2,95% perbulan (Erni Juniarti 2022). Dengan mayoritas pengguna *Shopee PayLater* pada masyarakat kecamatan ilir barat II yaitu Pelajar/Mahasiswa yang memiliki pendapatan perbulan Rp 0 – Rp 500.000, Sehingga dengan pendapatan tersebut kebutuhan lain tidak dapat terpenuhi yang kemudian menjadikan *Shopee PayLater* sebagai solusi dan tidak hanya itu mayoritas masyarakat menggunakan *Shopee PayLater* adalah dengan tujuan untuk mendapatkan gratis ongkos kirim serta untuk mendapatkan promo khusus sehingga masyarakat tidak ingin promo tersebut hangus begitu saja yang menyebabkan terjadinya perilaku konsumtif.

Hasil penelitian diatas mendukung penelitian yang dilakukan oleh Intan Kurniasari dan Ladi Wajuba Perdini Fisabililah (2021) yang mengungkapkan bahwa gaya hidup serta pengaruh sosial berpengaruh terhadap penggunaan *SPayLater* dan juga berpengaruh terhadap perilaku berbelanja mahasiswa Jurusan Ilmu Ekonomi Universitas Negeri Surabaya. Selanjutnya, pada penelitian lain yang dilakukan oleh Gina Rahmawati dan Elly Mirati (2022) mengungkapkan bahwa secara simultan literasi keuangan dan gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif pengguna *Shopee PayLater*.

sebanyak 45,6%. Selanjutnya, berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Sonia Aftika, dkk (2022) mengungkapkan bahwa variabel penggunaan *Shopee PayLater* berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif sebanyak 51,9%.

2. Penggunaan *Shopee PayLater* Terhadap Perilaku Konsumtif Dalam Tinjauan Perspektif Ekonomi Islam

Shopee PayLater adalah salah satu layanan metode pembayaran dengan cara membeli produk tanpa harus langsung membayar pada *platform e-commerce* Shopee dan dapat dibayar pada bulan berikutnya atau dengan cara mencicil pada tanggal jatuh tempo yang telah ditentukan. Islam pada awalnya membolehkan hutang, akan tetapi hal tersebut hanya digunakan sebagai solusi ketika tidak ada alternatif lain selain mengambil hutang (Aftika 2021). Hal itu dapat dilakukan dengan dilatar belakangi sebuah pembatasan: *Pertama*, setiap transaksi utang harus dicatat dan disaksikan oleh pihak lain; *Kedua*, peminjam harus memiliki niat untuk mengembalikan, jika peminjam berniat meminjam tanpa ada niat untuk membayar kembali hal tersebut tidak diperbolehkan dalam Islam (Amanda, dkk (2018).

Transaksi jual beli pada fitur *Shopee PayLater* membentuk sebuah jalinan sosial serta memiliki berbagai aturan yang saling berkaitan yang disebut *muamalat*. Kemudian, pada pilihan periode cicilan terdapat biaya pelayanan sebesar 1% di setiap transaksi. Dalam transaksi ini akad yang digunakan adalah *Qardh*. Dimana menurut pendapat Syaikhul Islam Ibnu Taimiyyah, Ibnu al-Qayyim, Syaikh Muhammad al-Utsaimin, dan Syaikh Shalih al-Fauzan mengatakan bahwa menjatuhkan syarat waktu jatuh tempo pada utang piutang (*qardh*) itu boleh (Safitri (2022).

Berdasarkan pada hukum keuangan Islam, prinsip keuangan syariah melarang kegiatan yang mengandung unsur *Maisyir*, *Gharar* dan *Riba*. Pada hakikatnya sistem keuangan yang bebas dari ketiga unsur tersebut merupakan nyawa dari perekonomian syariah (Anggraini (2019). *Pertama*, *Maisyir* atau *Qimar* yang dikenal dalam kehidupan sehari-hari yaitu suatu permainan yang terdapat persyaratan jika salah satu pemain menang maka ia akan mendapatkan keuntungan salah satu contoh maisyir ialah judi (Bank Muamalat (2020). Dalam penggunaan *Shopee PayLater* tidak mengandung unsur *maisyir* didalamnya, mengingat bahwa *Shopee PayLater* merupakan fitur pembayaran yang digunakan pada saat bertransaksi di aplikasi Shopee.

Kedua, *Gharar* adalah semua bentuk jual beli yang didalamnya mengandung unsur-unsur ketidakjelasan, pertaruhan atau perjudian yang mengakibatkan hasil yang tidak pasti terhadap hak dan kewajiban dalam suatu transaksi/jual beli (Hosen (2009). Dalam penggunaan *Shopee PayLater* tidak mengandung unsur *gharar* didalamnya, mengingat bahwa pada saat akan mengaktifkan fitur *Shopee PayLater* sudah terdapat syarat dan ketentuan yang dilampirkan oleh pihak Shopee.

Ketiga, hukum mengatakan bahwa *Shopee PayLater* dapat dikatakan

termasuk dalam jenis riba yang diharamkan apabila terdapat unsur *ziyadah* atau tambahan yang disyaratkan di muka oleh pihak shopee kepada pihak pengguna. Akan tetapi, apabila pada penggunaan *Shopee PayLater* hanya membebankan biaya tambahan yang dihitung sebagai biaya jasa atau *ijarah* maka bukan termasuk riba dan hal itu di bolehkan (Safitri (2022). Akan tetapi, pada penggunaan fitur *Shopee PayLater* terdapat beban bunga sebesar 2,95% dimana beban bunga tersebut bukan termasuk dalam biaya jasa atau *ijarah* melainkan biaya tambahan atau *ziyadah* yang disyaratkan oleh pihak Shopee. Kemudian, hal tersebut juga di dukung berdasarkan Fatwa MUI No. 117/DSN-MUI/II/2018 mengatakan bahwa pinjaman online *Shopee PayLater* dianggap bertentangan dengan prinsip syariah karena ada suku bunga minimal 2,95% yang akan dilipat gandakan setiap bulannya sesuai dengan tenor cicilan yang dipilih. Sehingga dapat dikatakan bahwa beban bunga tersebut termasuk dalam jenis riba yang sudah jelas sangat dilarang dalam ajaran Agama Islam. Sebagaimana tertera dalam al-Qur'an Surah Ar-Rum [30] Ayat 39 berikut:

وَمَا أَتَيْتُمْ مِنْ رِبَا لَيَرَبُّوْا فِي أَمْوَالِ النَّاسِ فَلَا يَرَبُّوْا عِنْدَ اللَّهِ وَمَا أَتَيْتُمْ مِنْ زَكْوَةٍ تُرْبَدُونَ وَجْهَ اللَّهِ فَأُولَئِكَ هُمُ الْمُضْعِفُونَ

"Dan sesuatu riba (tambahan) yang kamu berikan agar harta manusia bertambah, maka tidak bertambah dalam pandangan Allah. Dan apa yang kamu berikan berupa zakat yang kamu maksudkan untuk memperoleh keridaan Allah, maka itulah orang-orang yang melipatgandakan (pahalanya)". (QS. Ar-Rum[30]:39)

Pada penggunaannya fitur *Shopee PayLater* merupakan salah satu solusi keuangan dengan persyaratan yang mudah bagi pengguna Shopee sehingga tak hanya memudahkan hal ini juga akan meningkatkan perolehan penerima pinjaman serta menyediakan pinjaman dengan bunga pinjaman rendah sehingga terjangkau bagi kalangan masyarakat Indonesia maka dari itu *Shopee PayLater* dapat memenuhi kebutuhan konsumtif masyarakat (Aftika and Hanif 2021).

Ajaran Islam pada hakikatnya bertujuan untuk mengingatkan setiap umat manusia agar dapat membelanjakan harta sesuai dengan kemampuannya. Pengeluaran yang dilakukan seharusnya tidak melebihi pendapatan karena hal ini akan membuat seseorang jatuh pada kemiskinan dan juga tidak mengurangi pengeluaran yang terlalu rendah sehingga dapat mengarah pada kebakhilan.

Memperhatikan hal yang paling utama dalam konsumsi yaitu *Daruriyat*, dimana *daruriyat* adalah barang yang dijual dengan manfaat dapat memenuhi berbagai kebutuhan primer bagi pembeli muslim, yaitu untuk memperkuat keyakinan dalam beragama (*hifz al-din*), penalaran diri (*hifz al-aql*) , keberlangsungan hidup (*hifz al-nafs*), garis keturunan (*hifz al-nash*), serta hak-hak atas kepemilikan dari harta (*hifz al-mal*). Lalu, *Hajiyat* dimana *hajiyat* adalah suatu barang pendukung dalam keberlangsungan hidup yang fungsinya berbeda-beda dari setiap orang seperti, layak tidaknya sebuah rumah, kendaraan, dan lainnya. Kemudian, *Tahsiniyat* dimana Tahsiniyat adalah barang yang pada

hakikatnya tidak melebihi fungsi dari pada *daruriyat* dan *hajiyat* (Amanda, dkk (2018). Seperti dalil yang terdapat dalam Al-Qur'an Surah Al-Isra [17] Ayat 26-27 berikut:

وَاتِّهَا الْقُرْبَىٰ حَقَّهُ وَالْمِسْكِينُ وَابْنُ السَّبِيلِ وَلَا تُبَدِّرْ تَبَدِّرًا ٢٦

"Dan berikanlah haknya kepada kerabat dekat, juga kepada orang miskin dan orang yang dalam perjalanan; dan janganlah kamu menghambur-hamburkan (hartamu) secara boros". (QS. Al-Isra [17]:26)

إِنَّ الْمُبَدِّرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيْطَنِ ۖ وَكَانَ الشَّيْطَنُ لِرَبِّهِ كُفُورًا ۲۷

"Sesungguhnya orang-orang yang pemboros itu adalah saudara setan dan setan itu sangat ingkar kepada Tuhanya". (QS. Al-Isra [17]:27)

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data yang telah dilakukan pada 70 sampel responden , maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Penggunaan *Shopee PayLater* berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif masyarakat Kecamatan Ilir Barat II Kota Palembang dengan pengaruh sebesar 38,2%.
2. Dalam Perspektif Ekonomi Islam penggunaan fitur *Shopee PayLater* bertentangan dengan Syariat Islam, karena terdapat unsur Riba didalamnya. Selain itu, penggunaan fitur *Shopee PayLater* sebagai solusi untuk memenuhi keinginan semata atau perilaku konsumtif dalam Perspektif Ekonomi Islam sangat dilarang, karena perilaku konsumtif adalah suatu pemborosan atau menghambur-hamburkan uang serta akan mengakibatkan kemiskinan.

Saran

Berdasarkan hasil kesimpulan penelitian diatas maka terdapat beberapa saran yaitu :

1. Untuk penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambah variabel lain mengingat pada penelitian ini hanya meneliti 2 variabel sehingga dapat menambah kajian dalam bidang ini.
2. Untuk masyarakat diharapkan agar mengurangi penggunaan fitur *Shopee PayLater* sehingga dapat mengurangi gaya hidup konsumtif.

Daftar Pustaka

Aftika, Sonia. (2021). "Pengaruh Penggunaan Sistem Pembayaran Shopee PayLater 'Bayar Nanti' Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa UIN Raden Intan Lampung Dalam Perspektif Bisnis Syariah." UIN Raden Intan Lampung.

Aftika, Sonia, and Yulistia Devi Hanif. (2021). "Pengaruh Penggunaan Sistem

- Pembayaran Shopee Paylater ‘Bayar Nanti’ Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa UIN Raden Intan Lampung Dalam Perspektif Bisnis Syariah,” 6.
<https://ejournal.radenintan.ac.id/index.php/RJMB/article/download/11228/5081>.
- Amanda, Farisah, Bayu Taufiq Possumah, and Achmad Firdaus. (2018). “Consumerism in Personal Finance: An Islamic Wealth Management Approach.” *Ilmu Ekonomi Syariah* 10, No. 2. [http://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=577268&val=6183&title=Consumerism in Personal Finance An Islamic Wealth Management Approach](http://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=577268&val=6183&title=Consumerism%20in%20Personal%20Finance%20An%20Islamic%20Wealth%20Management%20Approach).
- Anggraini, Metta. (2019). “Prinsip Dasar Keuangan Syariah.” Metta Anggraini. 2019. <https://www.google.com/amp/s/anggraini.com/prinsip-dasar-keuangan-syariah/>.
- Aravik, H., & Hamzani, A. I. (2021). *Etika Perbankan Syariah: Teori dan Implementasi*. Deepublish.
- Bank Muamalat. (2020). “Pengertian Maiysir, Gharar Dan Riba.” PT Bank Muamalat Tbk. 2020.
- Bank Sentral Republik Indonesia. (2020). “Sekilas Sistem Pembayaran Di Indonesia.” Bank Indonesia. 2020. <https://www.bi.go.id/fungsionalitas/sistem-pembayaran/default.aspx>.
- Erni Juniarti. (2022). “Tinjauan Yuridis Terhadap Peminjaman Dana Pada Fasilitas Shopee Paylater.” *E-Journal Fatwa Hukum Faculty Of Law U 5*, No.02. [https://jurnal.untan.ac.id/index.php/jfh/article/view/54113#:~:text=Shopee%20Paylater%20termasuk%20dalam%20sistem,commerce yang menyediakan layanan tersebut](https://jurnal.untan.ac.id/index.php/jfh/article/view/54113#:~:text=Shopee%20Paylater%20termasuk%20dalam%20sistem,commerce%20yang%20menyediakan%20layanan%20tersebut).
- Fadilla, Ahmad Farhan, and Choiriyah. (2023). “Family Financial Management Through Islamic Family Wealth Management.” *Jurnal Pemikiran Dan Pengembangan Perbankan Syariah* 8, No. 2. <https://ejurnal.stebis-igm.ac.id/index.php/isbank/article/view/639>.
- Ghozali, Imam. (2018). *Applikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hosen, Nadratuzzaman. (2009). “Analisis Bentuk Gharar Dalam Transaksi Ekonomi.” *Al-Iqtishad* Vol. 1, No: 12. <https://media.neliti.com/media/publications/194934-ID-analisis-bentuk-gharar-dalam-transaksi-e.pdf>.
- Irwansyah, Rudy, Khanti Listya, Amanda Setiorini, Ita Musfirowati Hanika, Muhammad Hasan, Kurniawan Prambudi Utomo, Ahmad Bairizki, et al.

- (2021). *Perilaku Konsumen*. Bandung: Widina Bhakti Persada.
- Jayani, Dwi Handya. (2019). "Tren Penggunaan E-Commerce Terus Tumbuh." *Databoks.Katadata.Com*. 2019. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/1-0/10/tren-pengguna-e-commerce-2017-2023>.
- KBBI. (2018). "Konsumtif." Badan Pengembang Dan Pembinaan Bahasa. 2018. <https://kbbi.web.id/konsumtif>.
- Martinelli, Ida. (2019). "Ajaran Islam Tentang Prinsip Dasar Konsumsi Oleh Konsumen." *EduTech* Vol. 05, N: 1–8. <https://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=931926&val=7834&tittla=Ajaran Islam Tentang Prinsip Dasar Konsumsi Oleh Konsumen>.
- Ridwan, Muhammad. (2018). "Keputusan Pembelian Melalui Situs Belanja Online Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pada Pengguna Aplikasi Lazada Di Medan)." *Skripsi, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara*, 1–202. <http://repository.uinsu.ac.id/6202/1/Tesis Muhammad Ridwan.pdf>.
- Ridwan, Muhammad, and Ilham Galang Wahyudi. (2019). "Perilaku Konsumtif Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pada Pengguna Situs Belanja Online Aplikasi Lazada Di Medan)." *Seminar Nasional Pengabdian Pada Masyarakat*, 1–10. <http://ejurnal.dipanegara.ac.id/index.php/snmas/article/view/519>.
- Safitri, Nadia Rohma. (2022). "Sistem Shopee PayLater Dalam Pembayaran Jual Beli Online Perspektif Kompilasi Hukum Ekonomi Islam." *Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember*.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R & D*. Bandung: alfabeta.
- Syaifuddin, A Muh, Ruslang, Hasriani, and Supriadi Muslimin. (2022). "Perspektif Ekonomi Islam Terhadap Transaksi Shopee Paylater." *Al-Azhar Journal of Islamic Economics* 4, no. 2: 1–12. <https://doi.org/10.37146/ajie.v4i2.176>.