

ANALISIS PERILAKU KONSUMEN GENERASI Z BOJONEGORO DALAM MENGGUNAKAN SHOPEE PAYLATER DI ERA DIGITALISASI PERSPEKTIF EKONOMI SYARIAH

Muhammad Jalalludin¹, Fatia Ainur Rosyida²

¹Universitas Al-Hikmah Indonesia

²Universitas Islam Negeri Kiai Ageng Muhammad Besari Ponorogo

¹ muhammadjalalludin0515@gmail.com, ² fatia.ainur@gmail.com

Abstract

Generation Z in Bojonegoro is increasingly attracted to internet-based financial services such as Shopee PayLater due to technological advances and the digitalization of the era. However, the use of these services tends to encourage consumptive behavior without considering long-term financial aspects and sharia economic principles. The purpose of this study is to analyze the behavior of Generation Z consumers in Bojonegoro in using Shopee PayLater services from a sharia economic perspective. This study applies descriptive qualitative methods through participatory observation, in-depth interviews, and documentation studies. The results show that Generation Z utilizes Shopee PayLater due to its ease of access and attractive promotions, thus encouraging excessive consumptive behavior for lifestyle needs. However, a lack of understanding of sharia economic principles causes users to be unaware of the risks of usury and long-term financial impacts. This study emphasizes the importance of sharia financial literacy education so that the use of digital financial services such as Shopee PayLater can be more prudent and in accordance with sharia principles.

Keywords: *Consumer Behavior, Generation Z, Shopee PayLater*

Abstrak

Generasi Z Bojonegoro semakin tertarik pada layanan keuangan berbasis internet seperti Shopee PayLater, karena kemajuan teknologi dan digitalisasi zaman. Namun, penggunaan layanan ini cenderung mendorong perilaku konsumtif tanpa mempertimbangkan aspek keuangan jangka panjang dan prinsip ekonomi syariah. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis perilaku konsumen Generasi Z di Bojonegoro dalam menggunakan layanan Shopee PayLater dari sudut pandang ekonomi syariah. Penelitian ini mengaplikasikan metode kualitatif deskriptif melalui observasi partisipatif, wawancara mendalam, dan studi dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Generasi Z memanfaatkan Shopee PayLater dengan sebab kemudahan akses serta promosi menarik, sehingga mendorong perilaku konsumtif secara berlebihan untuk kebutuhan gaya hidup. Namun kurangnya pemahaman prinsip ekonomi syariah menimbulkan pengguna kurang menyadari resiko riba dan dampak keuangan jangka panjang. Penelitian ini menekankan pentingnya edukasi literasi keuangan syariah agar penggunaan layanan keuangan digital seperti Shpee PayLater dapat lebih bijaksana dan sesuai prinsip syariah.

Kata Kunci: *Perilaku Konsumen, Generasi Z, Shopee PayLater*

PENDAHULUAN

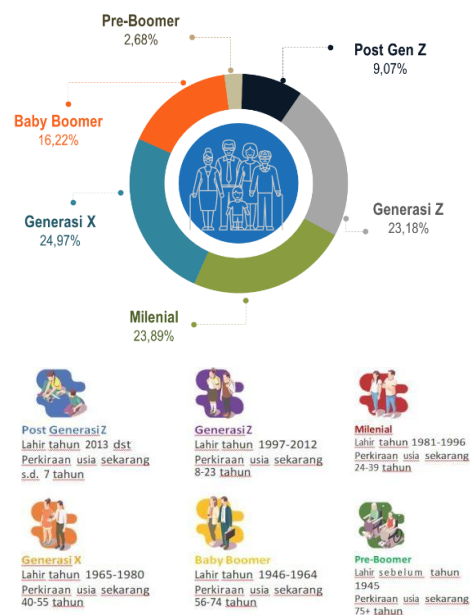
Perkembangan teknologi komunikasi yang sangat cepat, media, informasi, dan penyebaran infrastruktur informasi global telah mengubah jalur dan pola bisnis di bidang perdagangan, tata kelola sosial dan politik. Teknologi dan informasi dapat membantu banyak masalah sosial dan perekonomian. Keberadaan teknologi informasi dapat membantu mengatasi suatu masalah atau hambatan apapun (Sitepu & Fadila, 2024). Perkembangan teknologi informasi modern yang cepat ini memiliki dampak besar pada kehidupan manusia di bumi, termasuk sektor digital. Dari perkembangan digitalisasi tersebut terdapat paradigma baru dalam bidang perekonomian, termasuk di kalangan generasi Z. Aktivitas yang dapat dilakukan dengan lebih mudah saat ini karena banyak adanya berbagai fitur digitalisasi, salah satunya dikaitkan dengan muamalah (kegiatan yang dilakukan oleh seseorang untuk mencapai kehidupan sehari-hari). Di era digitalisasi modern ini, segala sesuatu membutuhkan alat yang meminimalkan aktivitas pekerjaan manusia dalam bentuk perangkat elektronik (Monica, 2020). Kemajuan digitalisasi saat ini, aktivitas masyarakat dapat memenuhi kebutuhan kesehariannya dengan lebih mudah lagi berkat terciptanya fitur-fitur jual beli secara online saat ini, termasuk dalam hal pengelolaan keuangan.

Fenomena perilaku konsumsi yang telah menyebabkan banyak produk dan *fintech* memungkinkan orang untuk memenuhi kebutuhan mereka tanpa menunggu cukup uang. Hal ini memungkinkan banyak orang untuk terlibat dalam pinjaman online dan memenuhi kebutuhan mereka jika mereka tidak memiliki uang. Banyak aplikasi termasuk fitur terbaru yang memudahkan pelanggan untuk mendapatkan lebih cepat. Aplikasi yang dikenal dengan Shopee *PayLater* (beli sekarang bayar nanti) (Monica, 2020). Jumlah pengguna Shopee *PayLater* di Indonesia patut di apresiasi, karena jumlah penggunanya terus meningkat setiap tahunnya. Hal ini disebabkan oleh peningkatan kebutuhan dan tuntutan gaya hidup, serta kemudahan penggunaan, yang membuat banyak orang memilih menggunakan *PayLater* untuk memenuhi keinginannya. Pada akhirnya, sistem ini malah mengakibatkan kecanduan dan sistem Shopee *PayLater* ini malah membuat orang lebih berperilaku konsumtif, meskipun tujuannya baik. Apapun yang di inginkan dapat dicapai dengan satu kali klik, tanpa perlu membayar langsung. Banyak orang akhirnya terlilit utang yang besar karena menggunakan sistem Shopee *PayLater* yang kurang bijaksana.

Industri teknologi informasi melihat kegiatan *E-commerce* shopee *paylater* sebagai aplikasi dan penerapan dari *E-business* yang berkaitan dengan transaksi komersial. Salah satu fenomena yang menarik perhatian adalah penggunaan layanan *buy now pay later* (BNPL) atau sering dikenal dengan Shopee *PayLater*, yang baru dirilis pada 6 Maret 2019. Shopee *paylater* ini memberi kemudahan pengguna untuk membeli barang terlebih dahulu dan membayar nanti secara cicilan dalam tenor 1 sampai 3 bulan tanpa memerlukan kartu kredit. Pemakai juga bisa meningkatkan limit 1 kali untuk shopee *paylater* yang digunakan. Layanan shopee *paylater* menawarkan kemudahan transaksi tanpa kartu transaksi, limit belanja fleksibel, serta promosi yang sangat menarik, menjadi daya tarik bagi generasi Z. Namun, kemudahan tersebut memunculkan risiko konsumtif, manajemen keuangan yang buruk, dan potensi hutang yang tidak terkendali oleh hawa nafsunya dalam menggunakan Shopee *PayLater*. Adanya Shopee *PayLater* tidak hanya membuat generasi Z menjadi berperilaku konsumtif, tetapi juga dapat membuat seseorang susah mengendalikan diri (*Self control*) (Ulayya & Mujiasih, 2020). Sangat penting bagi generasi Z memiliki control diri (*self control*) untuk membedakan antara kebutuhan dan keinginan mereka saat berbelanja, terutama saat berbelanja online. *Self control* sangat penting karena akan membantu generasi Z untuk tidak terjebak dalam perilaku konsumtif.

Ketidakmampuan pengendalian diri dalam menggunakan Shopee *PayLater* bisa berujung pada hutang yang tidak terbatas dan akibat negative lainnya, seperti kekurangan dana yang signifikan dan stress keuangan. Dari segi ekonomi Syariah, perilaku konsumtif yang tidak terkendali dapat dianggap sebagai bentuk kemubadziran (*rakhabitah*) dan tidak sesuai dengan prinsip-prinsip keberkahan dalam islam. Ekonomi Syariah menekankan pentingnya menghindari kemubadziran dan memastikan bahwa segala kegiatan ekonomi dilakukan dengan bijak dan menghemat. Oleh karena itu, analisis perilaku konsumen generasi Z dalam menggunakan Shopee *Paylater* harus dipandang dari sudut pandang mana cara mereka menggunakannya dapat dijustifikasi secara Syariah dan bagaimana mereka dapat menghindari pinjaman dalam proses belanja secara online beli sekarang bayar nanti. Dalam hukum islam pemberian pinjaman kepada shopee *paylater* merupakan implementasi dari akad *qard*. *Qard* adalah meminjamkan harta kepada orang lain tanpa mengharapkan imbalan atau harta yang dapat ditagih atau diminta kembali (Monica, 2020).

Aplikasi Shopee *PayLater* ini dideskripsikan oleh generasi Z sebagai consumer aktif yang mudah terpicat oleh promosi dan kemudahan transaksi online, seperti yang ada di fitur shopee. Mereka cenderung melakukan pembelian tanpa mempertimbangkan kebutuhan yang nyata. Melainkan untuk memenuhi keingintahuan dan meningkatkan status sosial. Fenomena ini tercermin dalam peningkatan signifikan volume belanja online di daerah-daerah seperti di Bojonegoro. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS 2022) Kabupaten Bojonegoro, generasi Z mendominasi sebanyak 23,18% dari total populasi kabupaten bojonegoro. Generasi Z ini lahir antara tahun 1997 sampai 2012, generasi Z saat ini termasuk dalam usia produktif, dan peka terhadap teknologi, hal ini menjadi peluang *e-commerce* dalam menyediakan layanan keuangan yang menawarkan manfaat dan kemudahan bagi pengguna dalam melakukan transaksi. Adapun rincian data Presentase Generasi di Bojonegoro dapat dilihat pada gambar sebagai berikut:



Gambar 1. Data Presentase Generasi di Bojonegoro

Sebagai generasi yang intens dalam penggunaan teknologi dan digitalisasi, pilihan konsumsi generasi Z juga memiliki kecenderungan pada konsumsi yang berbasis digital (Nurchahyo, 2020). Kecenderungan berperilaku konsumtif menyebabkan seseorang selalu merasa dituntut untuk membeli barang atau jasa yang mereka inginkan, hal ini dapat berbahaya bagi mereka apa bila tidak ditunjang dengan finansial yang memadai dan self control yang baik (Ulayya & Mujiasih, 2020).

Berdasarkan data presentase di Bojonegoro diatas, generasi Z menjadi salah satu kelompok demografis yang signifikan dan memiliki pengaruh besar terhadap pola konsumsi. Akses terhadap internet dan platform *e-commerce* telah menjadi bagian tak terpisahkan dari sektor perdagangan. Terdapatnya 23,18% dari total populasi Generasi Z Kabupaten Bojonegoro, kelompok populasi yang signifikan ini. Mereka dapat melakukan transaksi jual beli secara online karena mereka memiliki akses yang luas ke internet dan platform *e-commerce*. Namun, kemudahan layanan seperti Shopee *PayLater* menyebabkan perilaku konsumtif yang tidak terkendali. Banyak pengguna, terutama generasi Z, cenderung melakukan pembelian impulsif tanpa mempertimbangkan kemampuan mereka, yang dapat menyebabkan masalah utang dan manajemen keuangan yang buruk.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perilaku konsumen generasi Z di Bojonegoro dalam menggunakan Shopee *PayLater* dengan pendekatan ekonomi syariah. Penelitian ini tidak hanya penting untuk memahami dinamika konsumsi generasi Z Bojonegoro, tetapi juga memberikan pandangan kritis terhadap penerapan prinsip syariah dalam layanan keuangan digital. Pendekatan terhadap ekonomi syariah juga merupakan elemen yang membuat perbedaan dari penelitian terdahulu.

Penelitian penggunaan layanan shoppe *PayLater* dan perilaku konsumtif generasi Z yang telah dilaksanakan sebelumnya lebih bersifat secara umum dan kurang mempertimbangkan aspek literasi keuangan serta prinsip-prinsip ekonomi syariah secara mendalam. Selain itu, studi-studi tersebut belum secara spesifik mengeksplorasi dampak penggunaan *PayLater* dalam konteks wilayah tertentu, seperti Bojonegoro. Maka dari itu, terdapat kebutuhan mendesak untuk penelitian yang fokus mengkaji perilaku konsumen generasi Z di Bojonegoro dalam menggunakan Shopee *PayLater* dengan pendekatan ekonomi syariah, guna memberikan pemahaman lebih tajam tentang bagaimana penerapan prinsip syariah dapat mempengaruhi tata kelola keuangan digital dan meminimalisir risiko perilaku konsumtif yang tidak terkendali. Gap research ini menjadi landasan penting untuk mengisi kekosongan literatur serta membantu pelaku industri keuangan syariah dan e-commerce dalam mengembangkan edukasi keuangan syariah kepada masyarakat.

KAJIAN PUSTAKA

Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen adalah ukuran bagaimana konsumen tumbuh selama pemeliharaan, konsumsi dan publikasi produk atau layanan, termasuk proses yang mendahului ukuran ini. Keputusan seseorang untuk bersaing dan memutuskan untuk memelihara dan menggunakan barang atau jasa (Aula & Anwar, 2024). Semua perilaku konsumen merupakan etika yang memasarkan perilaku konsumen sebelum membeli, menggunakan, mengkonsumsi produk atau layanan (Mahjudin, 2025). Perilaku konsumen termasuk perilaku sosial dan interaksi. Proses ini dimulai dengan proses pengambilan keputusan yang menentukan kapan perilaku konsumen memenuhi kebutuhan dan aspirasi. Konsumen mengambil banyak jenis pertimbangan untuk membuat keputusan dalam proses pembelian.

Generasi Z

Generasi dapat dipahami sebagai kelompok individu yang memiliki kesamaan dalam tahun kelahiran, usia, tempat tinggal, serta pengalaman sejarah atau peristiwa yang mempengaruhi mereka secara signifikan selama periode pertumbuhan mereka. Oleh karena itu, kita dapat menyimpulkan bahwa generasi merupakan sekumpulan orang yang mengalami pengalaman serupa pada waktu yang bersamaan. Generasi Z adalah kelompok yang sejak awal telah akrab dengan teknologi dan internet, kelompok yang sangat menginginkan inovasi teknologi. Inovasi baru terasa seperti sumber kehidupan yang perlu segera diakses agar bisa merasakan manfaatnya. Generasi Z yang lebih sering disebut generasi digital ini tumbuh dan berkembang dengan ketergantungan pada teknologi serta berbagai perangkat modern lainnya (Fitri Oktavia, 2023). Namun, berbagai upaya telah diupayakan dalam rangka melindungi Generasi Z dari potensi dampak buruk teknologi secara terus menerus (Muthmainnah, 2024).

Generasi Z adalah kelompok yang terlahir dalam waktu yang penuh kemajuan, yaitu antara tahun 1997 hingga 2012. Generasi ini kelompok yang muncul di zaman modern yang dikelilingi oleh kecanggihan teknologi, di mana internet menjangkau semua lapisan masyarakat. Anggota Generasi Z sangat bergantung pada perangkat teknologi, pandai memanfaatkan berbagai sumber informasi, tidak pernah terpisah dari smartphone, dan selalu terhubung dengan dunia maya (Agus Salim Lubis et al., 2023).

Shopee PayLater

Shopee *PayLater* merupakan metode pembayaran yang tidak menggunakan uang tunai dengan prinsip membeli saat ini dan membayar di kemudian hari (Ilahi, 2022). Penggunaan dan peran shopee *PayLater* mirip dengan fungsi kartu kredit, meskipun pengguna tidak memerlukan kartu kredit. Khususnya di kalangan Generasi Z, fitur shopee *PayLater* menawarkan daya tarik yang besar. Terlebih lagi, ketika mereka menginginkan suatu barang tetapi tidak memiliki dana yang cukup pada saat itu, shopee *PayLater* menjadi solusi cepat untuk mendapatkan barang tersebut. Banyak remaja memilih shopee *PayLater* karena kemudahan akses dan fleksibilitas dalam penggunaannya. Dengan adanya fitur shopee *PayLater* ini, perilaku konsumtif bisa meningkat, karena akses ke pembayaran yang bisa dilakukan kapan saja dan di mana saja, meskipun mereka belum memiliki uang. Ditambah lagi, saat mereka melihat harga barang yang diinginkan turun atau terdapat diskon, tanpa berpikir panjang, mereka akan segera melakukan pembelian untuk memastikan tidak kehabisan dengan memanfaatkan fitur shopee *PayLater*.

Ekonomi Syariah

Ekonomi Syariah adalah bidang ilmu atau praktik ekonomi yang berlandaskan pada prinsip-prinsip Islam, sejalan dengan Al-Qur'an dan hadist. Rasulullah Saw yang fokus pada tujuan utama ekonomi Islam dalam menciptakan kebahagiaan dan kesejahteraan bagi umat manusia, baik di dunia maupun di akhirat. Para ulama telah sepakat bahwa hukum dasar dalam semua aktivitas muamalah adalah mubah (diperbolehkan), kecuali jika ada bukti yang menunjukkan dengan jelas bahwa aktivitas tersebut tidak diperbolehkan (Setiawan & Ridwanulloh, 2024). Muamalah merupakan sebuah aktivitas yang melibatkan pertukaran barang atau hal yang bermanfaat sesuai dengan ketentuan yang telah disetujui. Oleh karena itu kita tidak dapat menyimpulkan bahwa suatu transaksi muamalah dilarang selama belum ada dalil yang jelas yang melarang aktivitas transaksi tersebut.

Mengacu pada fatwa DSN-MUI No:116/DSN-MUI/IX/2017 mengenai uang elektronik syariah, akad yang digunakan dalam pinjaman uang elektronik ini termasuk dalam akad *qardh*. Akad *qardh* adalah perjanjian pinjaman dari pemegang uang elektronik kepada penerbit, dengan ketentuan bahwa penerbit berkewajiban untuk mengembalikan dana yang diterimanya kepada pemegang kapan saja sesuai kesepakatan. Jika pengguna menerima syarat yang ditetapkan, maka baik pengguna maupun pihak shopee sepakat,

yang berarti rukun dan syarat dalam akad *qardh* telah terpenuhi. Rukun *qardh* meliputi adanya dua pihak yang membuat kesepakatan serta adanya harta yang dipinjamkan dan *sighat* (ijab qabul). Dilihat dari rukun dan ketentuan yang berlaku pada akad *qardh* adalah: (Monica, 2020).

1. *Sighat* (ijab dan kabul)
2. *Aqidain* (dua pihak yang melakukan transaksi yaitu pemberi utang dan penerima utang)
3. Harta diutangkan.

Saat pelanggan terdaftar yang menggunakan Shopee *PayLater* memilih opsi pembayaran Shopee *PayLater* dan disetujui oleh Shopee, proses ijab dan qabul berlangsung antara penjual dan pihak Shopee. Hal ini ditunjukkan dengan perubahan status pesanan dari yang belum dibayar menjadi dalam proses pengemasan. Individu yang berstatus dewasa dan memiliki KTP dapat mendaftar sebagai pengguna Shopee *PayLater*, yang menunjukkan bahwa pengguna tersebut telah mencapai usia yang cukup, memiliki pikiran yang sehat, dan cakap dalam bertransaksi melalui perangkat elektronik di Shopee.

Dalam fatwa DSN MUI Nomer 19/DSN-MUI/IV/2001 Tentang *Al- qardh* dalam (Monica, 2020) telah menjelaskan bahwa:

1. Nasabah *al-qardh* wajib mengembalikan jumlah pokok yang diterima pada waktu yang telah disepakati.
2. Biaya administrasi dibebankan kepada nasabah (jumlah biaya yang ditetapkan relevan atau benar-benar untuk kepentingan administrasi)
3. Lembaga keuangan syariah dapat meminta jaminan kepada nasabah bila mana dipandang perlu. Shopee tidak meminta jaminan pengguna dalam hal ini.
4. Nasabah dapat memberikan sumbangan suka rela selama tidak diperjanjikan di awal akad.
5. Nasabah tidak menunjukan keinginan mengembalikan sebagian atau seluruh kewajibannya dan bukan karena ketidakmampuannya. Artinya pengguna Shopee *PayLater* tidak membayar tagihan sesuai waktu yang telah ditentukan maka shopee akan memberikan saksi berupa denda.
6. Saksi yang dijatuhkan kepada nasabah dapat berupa dan tidak terbatas pada penjualan barang jaminan. Karena tidak adanya barang jaminan.

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan metodologi kualitatif, dalam bukunya (Sugiyono, 2013) telah dipaparkan secara rinci bahwa kualitatif termasuk metode penelitian yang menyelidiki atau melihat benda-benda alam, dengan peneliti instrumen utamanya (manusia). Jenis penelitian ini menggunakan penelitian lapangan, penelitian ini menggunakan wawancara dan observasi langsung dilapangan untuk mendapatkan data yang akurat (Mardalis, 2014). Sedangkan lokasi penelitian ini dilakukan di kota Bojonegoro, peneliti sangat tertarik dengan lokasinya karena daerah yang memiliki populasi generasi Z yang banyak. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS) kabupaten Bojonegoro pada tahun 2022 generasi Z ada 23,18%, sehingga memberikan kesempatan yang baik untuk mengamati dan menganalisis perilaku konsumen generasi Z Bojonegoro dalam menggunakan Shopee paylater dengan prinsip ekonomi syariah.

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menerapkan tiga tahapan diantaranya: Pertama observasi, peneliti melakukan perjalanan langsung ke daerah Bojonegoro untuk mendapatkan informasi yang lebih rinci. Kedua wawancara, objek sasaran wawancara ini adalah generasi Z (mahasiswa dan pekerja kelahiran 1997-2012) yang sering menggunakan aplikasi Shopee PayLater di daerah Bojonegoro. Wawancara ini dilakukan untuk memperoleh gambaran mengenai deskripsi analisis perilaku konsumen generasi Z Bojonegoro dengan menggunakan Shopee *Paylater* dalam perspektif ekonomi syariah. Ketiga dokumentasi, dokumen yang dikumpulkan adalah dokumen yang relevan dari berbagai sumber yang sudah diverifikasi keabsahannya guna memperkuat analisis topik yang sedang dibahas.

Analisis penelitian dilakukan dengan tiga kegiatan yaitu reduksi data, seluruh hasil penelitian yang diperoleh bersifat terperinci. Kemudian dikurangi, dirangkum, dan difokuskan pada komponen utama yang relevan dengan analisis perilaku konsumen generasi Z Bojonegoro dalam menggunakan shopee *paylater* di era digitalisasi dalam perspektif ekonomi syariah; penyajian data, menampilkan dan mengelompokkan data yang telah direduksi; penarikan kesimpulan, rumusan masalah dan tujuan penelitian dibahas dan data dibandingkan satu sama lain secara sistematis. Sedangkan teknik validasi data dilakukan dengan triangulasi sumber, metode dan peneliti. Adapun penerapannya yakni triangulasi sumber (wawancara dengan Generasi Z pengguna aktif Shopee PayLater, pengamatan secara langsung kegiatan penggunaan Shopee PayLater,

studi dokumen seperti artikel, skripsi, atau kebijakan Shopee PayLater yang berhubungan dengan prinsip syariah). Triangulasi metode (wawancara mendalam, observasi partisipatif saat pengguna melakukan transaksi maupun interaksi dengan aplikasi Shopee PayLater). Triangulasi peneliti (mengumpulkan dan menganalisis data dengan pakar ekonomi syariah dan pakar konsumen). Triangulasi teori (membandingkan temuan lapangan dengan teori perilaku konsumen, prinsip-prinsip syariah, dan digitalisasi ekonomi).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Penelitian ini mengungkap temuan-temuan penting tentang perilaku konsumen Generasi Z di Bojonegoro dalam menggunakan Shopee PayLater. Adapun secara lebih rincinya dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1.1 Temuan Penelitian

No	Temuan Utama	Temuan Lapangan
1	Motivasi Penggunaan	- Kemudahan transaksi melalui platform e-commerce PayLater. - Pemenuhan gaya hidup, khususnya tren fashion dan produk kecantikan. - Promosi dan diskon yang menarik.
2	Dampak Psikologis	- Memberikan rasa nyaman dan kemudahan dalam berbelanja. - Memicu perilaku konsumtif dan kecenderungan boros (hedonisme). - Motivasi untuk kesenangan sesaat.
3	Pengaruh Sosial	- Rekomendasi dan pengaruh teman sebaya dan lingkungan sosial. - Trend di media sosial memperkuat penggunaan PayLater dalam komunitas.
4	Faktor Pendukung	- Kemudahan pendaftaran dan akses transaksi yang cepat. - Tingkat pendapatan yang variatif, mendorong pemanfaatan sistem cicilan. - Promosi, cashback dan diskon sebagai stimulus pembelian.
5	Perspektif Ekonomi Syariah	- Kurangnya pemahaman terkait hukum Islam tentang riba dan israf dalam penggunaan PayLater. - Pelaksanaan pembayaran sering melibatkan bunga dan denda keterlambatan. - Penggunaan PayLater cenderung untuk konsumsi gaya hidup yang tidak esensial dan bertentangan dengan prinsip syariah

Pembahasan

1. Perilaku Konsumen Generasi Z di Bojonegoro dalam Menggunakan Shopee PayLater di Era Digitalisasi

Mayoritas generasi Z di Bojonegoro cenderung menggunakan shopee *PayLater* untuk kehidupan gaya hidup mereka seperti membeli pakaian dan gadget, yang didukung oleh kecepatan internet dan promosi kuat yang dilakukan dari platform shopee setiap ada event besar. Mereka juga memanfaatkan kemudahan sistem beli sekarang bayar nanti (*PayLater*) dan fleksibilitas jangka waktu yang diberikan oleh shopee tanpa mereka mempertimbangkan masalah keuangan jangka panjang. Hal ini telah dikuatkan oleh hasil penelitian (Aisyah et al., 2023) yang menyatakan bahwa perilaku pemanfaatan pembiayaan bayar tunda (*fintech*) para Generasi Z telah dipengaruhi oleh kinerja, insentif hedonis, faktor kebiasaan dan pengaruh sosial.

(Kotler, P. & Keller, 2016) dalam bukunya mengungkapkan bahwa teori konsumen dipengaruhi oleh suatu kebutuhan dan keinginan untuk memuaskan diri. Namun, fenomena ini menunjukkan bahwa dorongan nafsu dan motivasi dalam penggunaan yang tidak dirasakan juga sering diabaikan oleh Generasi Z. Menurut teori ini motivasi penggunaan yang mempengaruhi Generasi Z dalam menggunakan Shopee *PayLater* kebanyakan atas kemudahan transaksi dan akses yang mudah dalam memenuhi kebutuhan gaya hidup, diantaranya karena adanya promosi, diskon dan barang branded yang menarik perhatian generasi Z. Mereka membeli barang lebih sering berdasarkan karena keuntungan dari promosi yang diberikan oleh shopee dan kemudahan akses yang tidak membuat generasi kesulitan, sehingga bukan karena terdesaknya kebutuhan pokok melainkan motivasi keinginan membeli barang yang ada promo dan cashback besar yang menarik perhatian mereka, sehingga menimbulkan perilaku konsumen yang berlebihan hanya untuk memuaskan diri sesaat.

Motivasi tersebut memberikan dorongan pada seorang Generasi Z untuk bertindak dan mencapai tujuan tertentu. Dalam konteks perilaku konsumen, motivasi ini mengacu pada alasan atau kebutuhan yang mendorong seorang generasi Z untuk membeli suatu produk atau jasa. Generasi Z mungkin membeli produk fashion karena ingin terlihat tampil *stylish* (motivasi sosial) yang bisa membuat dia lebih percaya diri. Proses ini dimana seorang individu memilih, mengorganisir informasi sosial yang bisa membentuk pemahaman dunia disekitarnya, seperti dunia

sosial media yang saat ini sangat mudah di akses oleh siapa saja.

Perilaku konsumen yang didorong oleh motivasi ini yang di ungkapkan oleh Syafira rata-rata konsumen membeli barang untuk kepuasan pribadi dan trend saat ini, tidak semata-mata untuk kebutuhan, bahkan apa yang dibeli itu belum tentu penting, tetapi karena ada promo dan gaya hidup yang mengikuti trend saat itu. Narasumber lain Fatimah menambahkan bahwa pembelian yang didasari dengan promosi tersebut sering kali tidak sesuai dengan kebutuhannya, sehingga akan menimbulkan perilaku yang berlebihan.

Hasil observasi dan wawancara telah menunjukkan bahwa Generasi Z di Bojonegoro menggunakan Shopee *PayLater* dengan mudah dan cepat, kemudahan seringkali mendorong perilaku konsumsi tanpa pertimbangan suatu hal yang ingin dibeli. Dengan menggunakan fasilitas *PayLater* banyak orang membeli barang yang tidak penting hanya karena keinginan sesaat atau dampak gaya hidup. Fenomena ini menunjukkan adanya kegiatan konsumsi yang berlebihan (*israf*) dalam ajaran islam kegiatan ini tidak dibenarkan. Hal ini selaras dengan isi kandungan al-Qur'an pada surat Al-A'raf ayat 31 sebagai berikut:

يٰۤاٰدَمُ خُذْ زِينَتَكَ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلْ وَاشْرَبْ وَلَا تُسْرِفْ اِنَّهٗ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِيْنَ (الاعراف: 31)

Artinya : “Wahai anak cucu Adam, pakailah pakaianmu yang indah pada setiap (memasuki) masjid dan makan serta minumlah, tetapi janganlah berlebihan. Sesungguhnya Dia tidak menyukai orang-orang yang berlebihan” (Al-A'raf/7:31)(LPMQ), n.d.).

Tidak hanya hal-hal yang halal, seperti makan dan minum, ayat tersebut melarang perilaku konsumtif yang berlebihan. Larangan ini menunjukkan bahwa setiap aktivitas konsumsi dalam Islam harus didasarkan pada kebutuhan yang wajar dan tidak melampaui batas. Jika mengonsumsi makanan dan minuman berlebihan dilarang, berlaku juga untuk belanja yang tidak mendesak dengan utang, seperti halnya *PayLater*. Dijelaskan juga dalam hadist riwayat Ahmad, Ibnu Majah dan Tirmidzi :

مَا مَلَأَ آدَمِيٌّ وَعَاءَ شَرًّا مِنْ بَطْنٍ، بِحَسْبِ ابْنِ آدَمَ أَكْلَاتُ يُقِمْنَ صَلْبَهُ، فَإِنْ كَانَ لَا مَحَالَةَ، فَتَلْتِ لِطَعَامِهِ،
وَتَلْتِ لِشَرَابِهِ، وَتَلْتِ لِنَفْسِهِ

Artinya : "Tidak ada wadah yang lebih buruk yang dipenuhi oleh manusia selain

perutnya. Cukuplah bagi anak Adam beberapa suapan yang dapat menegakkan tulang punggungnya. Jika tidak bisa (menahan diri), maka sepertiga untuk makanan, sepertiga untuk minuman, dan sepertiga untuk udara (napas)". (HR. Ahmad, Ibnu Majah, dan Tirmidzi).

Dari isi kandungan hadist di atas dijelaskan bahwa Jika makanan saja yang diatur agar tidak berlebihan, apalagi kebiasaan perilaku konsumtif seperti berbelanja menggunakan sistem pembayaran *PayLater* untuk kebutuhan yang tidak mendesak. Hal ini dapat termasuk dalam kategori *israf* (berlebihan) dan *tabdzir* (pemborosan) yang dilarang dalam Islam terutama jika menimbulkan utang yang memberatkan kedepannya untuk pengguna *PayLater* khususnya generasi Z.

Perilaku Generasi Z Bojonegoro yang menggunakan *PayLater* secara berlebihan tanpa mempertimbangkan kemampuan mereka untuk membayar dalam jangka panjang adalah *israf*. Selain itu, perilaku ini menunjukkan kurangnya kesadaran akan tanggung jawab dan keuangan saat bertransaksi. Meskipun demikian, Islam sangat menekankan prinsip kehati-hatian (*hifz al-mal*) dan pengelolaan harta yang bijak. Oleh karena itu, ayat tersebut menjadi dasar moral dan standar untuk membicarakan generasi Z yang memiliki perilaku konsumtif berlebihan, terutama jika mereka menggunakan layanan keuangan berbasis sistem *PayLater*. Hal demikian senada dengan penelitian (Munawarsyah, 2024) yang menyimpulkan bahwa kepatuhan terhadap syariah mencakup larangan gharar, maysir, dan riba harus menjadi perhatian paling utama bagi penyedia layanan bayar nanti (Shopee PayLater).

Perilaku konsumtif ini juga dipengaruhi oleh budaya dan sosial yang berkembang pesat sejak industrilialisasi dan promosi yang melalui media sosial, serta generasi Z Bojonegoro lebih mengutamakan gaya hidup dan hedonis untuk kehidupan sehari-harinya. Menurut kotler dan keller, budaya dan gaya hidup merupakan faktor eksternal yang sangat penting dalam perilaku konsumen yang mempengaruhi bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, dan mendisposisikan barang, jasa atau pengalaman (Kotler, P.& Keller, 2016). Budaya sendiri menentukan nilai dasar, persepsi, keinginan, perilaku yang dilakukan oleh anggota masyarakat dari kerabat atau orang banyak. Sementara sosial memcerminkan pola aktifitas dalam peran sosial dalam keseharian yang bisa memikat minat seseorang untuk mempengaruhi pilihan pembelian dalam perilaku konsumen.

Menurut Kotler dan Keller dalam Winda memaparkan bahwa budaya sangat memberikan pengaruh sangat kuat dan luas pada keinginan dan perilaku konsumen, mencakup bahasa, suku, ras, agama dan lokasi geografis (Winda et al, 2023). Budaya ini dapat membentuk segmen pasar tersebut penting dan pemasaran sering membuat produk dan strategi pemasaran yang sangat cocok dengan kebutuhan seseorang, halnya kebutuhan pada generasi Z. Sedangkan sosial sangat rawan dalam perilaku konsumen karena dia dapat mempengaruhi pilihan pembelian yang sangat luas dan dapat memberikan dampak pada perilaku konsumsi konsumen.

Terkait dengan teori yang ada dijelaskan bahwa perilaku konsumen dipengaruhi oleh faktor internal (motivasi, persepsi, *self control*) dan eksternal (lingkungan, promosi, kemudahan teknologi). Data penelitian menunjukkan bahwa Generasi Z Bojonegoro cenderung memiliki *self-control* yang rendah dalam belanja online, sehingga lebih rendah terhadap perilaku konsumtif. Teori *self-control* telah menegaskan bahwa kemampuan individu dalam mengendalikan dorongan membeli sangat penting untuk menghindari perilaku konsumtif (Ulayya & Mujiasih, 2020).

2. Faktor Yang Mempengaruhi Generasi Z di Bojonegoro dalam Menggunakan Layanan Shopee PayLater

Hasil dari wawancara lapangan dengan Generasi Z di Bojonegoro menunjukkan bahwa dua faktor yang mempengaruhi keputusan mereka untuk menggunakan layanan Shopee *PayLater*, diantaranya:

a. Kemudahan akses dan transaksi.

Menurut teori perilaku konsumen Kotler dan Keller dalam (Saluy, 2019) menyatakan bahwa kemudahan akses transaksi meningkatkan kontrol perilaku yang dirasakan atau persepsi. Menurut teori tersebut, niat dan keputusan konsumen untuk menggunakan suatu layanan sangat dipengaruhi oleh kemudahan, sehingga dapat membuat pengguna lebih percaya pada layanan *PayLater* dan mengurangi tantangan mental. Pada akhirnya, hal ini akan mendorong mereka untuk secara aktif melakukan transaksi melalui teknologi. Dalam kerangka teori, kemudahan akses dan transaksi berfungsi sebagai motivasi. Shopee *paylater* memudahkan untuk berbelanja dan membayar dikemudian hari, ini memberikan fleksibilitas dalam pembayaran. Pengguna dapat membeli barang sekarang dan bayar nanti dengan sistem cicilan dalam jangka waktu 1 sampai 3 kali (Sepianti et al., 2023), sehingga tidak perlu

membayar di awal. *PayLater* ini juga bisa digunakan untuk pembelian barang, tetapi bisa untuk pembayaran tagihan juga, hal tersebut juga membuat alasan banyak generasi Z menggunakan sistem pembayaran *PayLater*.

b. Promosi dan diskon.

Insentif dari sumber eksternal, seperti promosi dan diskon dapat meningkatkan daya tarik produk dan meningkatkan keinginan untuk melakukan pembelian, dan motivasi dalam perilaku konsumen. Sedangkan promosi berfungsi sebagai bukan hanya strategi pemasaran tetapi juga sebagai motivasi mental untuk mendapatkan keuntungan besar dengan cepat dan mudah (Adolph, 2016). Konsumen seringkali merasa tertarik pada penawaran besar dan terbatas waktu, yang disebut sebagai efek kelangkaan dan efek diskon. Generasi Z dianggap sebagai kelompok yang aktif secara digital dan sangat tertarik pada diskon dan promosi di media sosial dan platform *e-commerce*, fenomena ini sangat relevan dengan perilaku mereka. Mereka melihat promosi sebagai kesempatan bagus untuk mendapatkan barang yang mereka inginkan dengan harga lebih rendah. Akibatnya, keputusan mereka untuk membeli lebih bergantung pada insentif ekonomi dan peluang daripada kebutuhan nyata.

Diskon dan promosi merupakan strategi pemasaran yang bagus untuk menarik perhatian Gen Z dan mendorong mereka untuk membeli sesuatu dengan tanpa pikirkan. Pengaruh sosial menekankan betapa pentingnya media sosial dan ulasan dalam membentuk perilaku, sementara motivasi dan perilaku konsumen menjelaskan bagaimana insentif ekonomi sederhana dapat memicu perilaku konsumtif yang tidak selalu rasional. Namun, promosi mampu meningkatkan penjualan, tetapi pentingnya mengedukasi konsumen tentang keuangan agar mereka tidak terjebak dalam perilaku konsumtif berlebihan.

Psikologis yang mudah termotivasi juga sangat terpengaruh memakai *PayLater* seperti gairah dan keinginan untuk mengikuti tren juga penting. Generasi Z di Bojonegoro menunjukkan perilaku yang didorong oleh keinginan untuk mengikuti gaya hidup modern, yang didukung oleh promosi dari platform dan pengaruh orang lain di media sosial.

Dalam ayat Al-Qur'an yang berkaitan dengan beberapa faktor yang mempengaruhi penggunaan Shopee *PayLater* Generasi Z di Bojonegoro, terutama jika dilihat dari perspektif perilaku konsumsi, dorongan motivasi

(nafsu), pengaruh lingkungan (media sosial), dan pertimbangan ekonomi syariah telah dijelaskan dalam surah Ali Imron ayat 14 sebagai berikut:

لَيْسَ لِلنَّاسِ حُبُّ الشَّهَوَاتِ مِنَ الْنِسَاءِ وَالْبَنِينَ وَالْقَنَاطِيرِ الْمُقَنْطَرَةِ مِنَ الذَّهَبِ وَالْفِضَّةِ....^S

Artinya: “Dijadikan indah pada (pandangan) manusia kecintaan kepada apa-apa yang diingini, seperti wanita-wanita, anak-anak, harta benda yang banyak dari emas, perak...”(QS. Ali Imran: 14) ((LPMQ), n.d.).

Ayat diatas menunjukkan bahwa kecintaan manusia terhadap hal-hal duniawi dan kemewahan ada. Dalam hal ini, generasi Z yang sangat tertarik pada tren fashion, teknologi, dan gaya hidup melalui media sosial, cenderung terpengaruh oleh keinginan syahwat untuk tampil menarik atau sesuai dengan norma sosial. Untuk mewujudkan impiannya, bahkan jika tidak memiliki uang tunai untuk membayar generasi Z menggunakan platfrom e-commerce untuk membayar dengan lebih mudah dengan sistem *PayLater*. Dijelaskan juga dalam hadis riwayat Bukhari dan Muslim sebagai berikut:

نَعَمْ رَوَى بَنُو عَوْفٍ الْأَنْصَرِ إِبْرَاهِيمُ بْنُ عَبْدِ اللَّهِ عَنْهُ قَالَ: قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ: نِي أَخْشَى أَنْ تُبْسَطَ عَلَيْكُمُ الدُّنْيَا كَمَا بُسِطَتْ عَلَى سُلَيْمَانَ عَلَيْهِ السَّلَامُ، مَا الْفَقْرُ أَخْشَى عَلَيْكُمْ، وَلَكِنْ كَمَا تَنَافَسُوهَا، فَتُهْلِكُكُمْ كَمَا أَهْلَكْتُهُمْ، مَنْ كَانَ قَبْلَكُمْ

Artinya : “Dari Amr bin ‘Auf Al-Anshari radhiyallahu ‘anhu, Rasulullah SAW bersabda:“Demi Allah! Bukanlah kefakiran yang aku khawatirkan menimpa kalian. Akan tetapi aku khawatir dunia diluaskan untuk kalian sebagaimana telah diluaskan untuk umat sebelum kalian, lalu kalian berlomba-lomba menjejalkannya sebagaimana mereka berlomba-lomba, maka dunia akan membinasakan kalian sebagaimana telah membinasakan mereka”.

Hadist di atas menegaskan bahwa Rasulullah Saw tidak mengkhawatir tentang miskinnya umatnya, tetapi mengkhawatirkan tentang umatnya yang cinta dunia yang berlebihan. Ketika manusia terlalu tertarik pada dunianya, mereka terjebak dalam perlombaan hidup mewah dan status sosial yang pada gilirannya merusak keuangan dan hubungan sosial.

Tekanan sosial telah meningkat sebagai akibat dari media sosial. Hadis di atas sangat relevan dengan fenomena yang ada pada generasi Z saat ini, generasi Z dimotivasi untuk mengejar segala sesuatu tanpa mempertimbangkan kemampuan mereka di dunia sosial media, seperti berbelanja *fashion*, *gadget* dan

gaya hidup mewah. Hal ini sesuai dengan pernyataan Nabi: "Kalian berlomba-lomba untuk kenikmatan dunia itu." Padahal kenikmatan yang sesaat itu sangatlah merugikan bagi diri sendiri. Dalam dunia saat ini yang semua dilakukan dengan teknologi, banyak Generasi Z menghadapi masalah keuangan yang semua bisa diakses dimedia sosial, seperti sistem pembayaran *paylater*. Hal ini bisa bertentangan dengan prinsip ekonomi syariah, yang menekankan keberkahan, keseimbangan, dan tanggung jawab harta.

3. Perilaku Konsumen dalam Penggunaan Shopee PayLater Oleh Generasi Z di Bojonegoro dalam Perspektif Ekonomi Syariah.

Hasil observasi dan wawancara menunjukkan bahwa mayoritas pengguna Generasi Z Bojonegoro menggunakan fitur *PayLater* untuk memenuhi keinginan konsumtif mereka, seperti membeli pakaian, perangkat elektronik, dan gaya hidup, yang didorong oleh promosi yang menarik dan kemudahan akses ke platform.

Kurangnya pengetahuan tentang keuangan syariah juga menjadi faktor kurang efektifnya penggunaan Shopee PayLater. Informasi memberi tahu bahwa mereka tidak memahami sepenuhnya tentang risiko dan elemen keuangan yang berkaitan dengan ekonomi Islam saat menggunakan layanan Shopee *PayLater*. Akibatnya, mereka lebih cenderung mengabaikan masalah keuangan jangka panjang dan hutang yang mungkin muncul sebagai hasil dari menggunakan sistem cicilan ini. Dari perspektif teori ekonomi syariah, kekurangan pemahaman ini menunjukkan bahwa pengguna harus dididik tentang prinsip-prinsip keuangan ekonomi Islam agar mereka dapat membuat keputusan yang lebih bijaksana dan sesuai syariat. Ketidaktahuan ini dapat meningkatkan kemungkinan terjerat hutang yang melanggar syariah, seperti riba.

Data yang dikumpulkan juga menunjukkan bahwa banyak pengguna tidak mempertimbangkan hal-hal tentang keuangan jangka panjang dan cenderung mengabaikan ekonomi syariah. Salah satu sumber, misalnya menyatakan bahwa mereka tidak memahami secara penuh hukum penggunaan *PayLater* dari sudut pandang Islam, terutama terkait dengan aspek riba yang termasuk dalam sistem cicilan yang dikenakan bunga jika pembayaran terlambat. Pengguna lebih tertarik pada keuntungan dari promosi dan kemudahan yang ditawarkan, tetapi mereka tidak menyadari bahwa tindakan ini dapat melanggar hukum ekonomi syariah.

Selain itu, hasil data menunjukkan bahwa banyak pengguna menganggap sistem cicilan dan bunga yang dikenakan sebagai hal yang wajar dan dapat diterima selama dalam batas kewajaran. Namun, dari sudut pandang ekonomi syariah, sistem ini berpotensi menimbulkan unsur riba yang bertentangan dengan prinsip ekonomi syariah. Generasi Z memiliki literasi keuangan syariah yang rendah, yang menyebabkan mereka kurang mampu menilai dan memilih layanan keuangan yang sesuai dengan prinsip syariah.

Analisis dari Prinsip Ekonomi Syariah Dalam konteks ekonomi syariah, penggunaan Shopee *PayLater* harus memperhatikan larangan riba. Banyak narasumber dan hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat pemahaman mereka terhadap aspek prinsip syariah ini masih rendah, dan penggunaannya didasarkan pada asas kemudahan tanpa memperhatikan aspek syariah secara mendalam. Para Ulama sepakat muamalah itu di perbolehkan, asal perjanjian yang jelas dan disepakati bersama. Allah SWT berfirman dalam surah Yunus ayat 59 :

قُلْ أَرَأَيْتُمْ مَا أَنزَلَ اللَّهُ لَكُمْ مِنْ رِزْقٍ فَجَعَلْتُمْ مِنْهُ حَرَامًا وَحَلَالًا قُلْ إِنَّ اللَّهَ لَذِي عِلْمٍ غَفِيرٌ هَلْهُنَّ آيَاتُ اللَّهِ لَكُمْ أَمْ عَلَىٰ آيَاتٍ لَّكُم مِّن رِّزْقٍ فَجَعَلْتُمْ مِنْهُ حَرَامًا وَحَلَالًا قُلْ إِنَّ اللَّهَ لَذِي عِلْمٍ غَفِيرٌ تَقْتَرُونَ (يونس/10: 59)

Artinya : Katakanlah (Nabi Muhammad), “Terangkanlah kepadaku tentang rezeki yang diturunkan Allah kepadamu, lalu kamu jadikan sebagiannya haram dan sebagiannya halal.” Katakanlah, “Apakah Allah telah memberikan izin kepadamu (tentang ini) atautkah kamu mengada-ada atas nama Allah?”(Yunus/10:59)((LPMQ), n.d.).

Melalui ayat di atas dapat mengidentifikasi bahwa Allah telah memberikan kebebasan dalam aktifitas muamalah, asalkan kebebasan itu sesuai dengan syariat islam. Selain itu syariah juga mampu mengakomodir setiap transaksi modern yang selalu berkembang. Secara garis besar, Generasi Z telah menunjukkan banyak masalah dengan ekonomi syariah, terutama dalam hal kurangnya pemahaman dan kesadaran tentang prinsip-prinsip larangan riba. Oleh karena itu, sangat penting bagi Generasi Z untuk mendapatkan pendidikan dan literasi keuangan syariah yang menyeluruh agar mereka dapat menghindari praktik yang tidak sesuai syariat dan mengelakkan penipuan pada kemudian hari. Generasi Z Bojonegoro harus menanamkan dan memahami keuangan dengan prinsip ekonomi syariah agar mereka

dapat mengikuti trend konsumsi dan memilih produk keuangan yang sesuai dengan prinsip ekonomi Islam.

Hasil penelitian ini telah menunjukkan bahwa kemudahan akses dan berbagai insentif finansial merupakan faktor utama yang dapat mendorong Generasi Z di Bojonegoro menggunakan Shopee PayLater. Hal ini sejalan dengan teori perilaku konsumen yang menyatakan bahwa kemudahan dan keuntungan langsung seperti diskon dan casback memicu peningkatan penggunaan layanan digital (Kotler, P.& Keller, 2016). Selain itu, motivasi dapat memenuhi gaya hidup serta keinginan mengikuti tren sosial dapat dikaitkan dengan konsep konsumtif dan hedonisme (John W. Schouten et al, 2007), yang diperkuat oleh adanya pengaruh sosial dari teman sebaya dan media sosial.

Dampak psikologis berupa rasa nyaman berbelanja serta perasaan puas sesaat telah menunjukkan adanya perilaku konsumtif yang dipicu oleh kemudahan pembayaran secara cicilan (Shopee PayLater). Fenomena ini konsisten dengan konsep hedonisme, yang mana konsumen melakukan pembelian lebih untuk mencapai kenikmatan dan kebahagiaan jangka pendek (Holbrook, 1982). Namun, dampak negatif seperti kecenderungan boros dan potensi hutang mencerminkan kurangnya self-control, yakni kemampuan mengontrol keinginan konsumsi yang berlebihan (Roy F. Baumister, 1994).

Apabila dilihat dari segi ekonomi syariah masih terdapat kesenjangan literasi syariah terutama terkait pemahaman riba dan israf dalam transaksi Shopee PayLater. Banyak pengguna tidak membaca ketentuan yang mengandung bunga dan denda keterlambatan, yang jelas bertentangan dengan prinsip-prinsip keadilan dan larangan riba dalam fiqh muamalah (Kamali, 2008). Kondisi demikian ini menunjukkan perlunya peningkatan literasi syariah dan edukasi tentang keuangan secara Islami untuk menghindari normalisasi praktik keuangan konvensional yang tidak sesuai syariah. Dengan demikian, tema-tema utama yang dapat menguatkan analisis tematik ini meliputi:

1. Konsumtif. Penggunaan Shopee PayLater lebih didorong oleh keinginan memenuhi gaya hidup dan kesenangan sesaat daripada kebutuhan esensial.
2. Hedonisme. Pembelian yang dilakukan bertujuan untuk mencari kenikmatan dan kepuasan psikologis, yang mana dipicu oleh kemudahan pembayaran dan promosi.
3. Literasi Syariah. Kurangnya pemahaman prinsip ekonomi syariah, sehingga menimbulkan penggunaan PayLater yang berpotensi riba dan konsumsi secara berlebihan.

4. Self-Control. Keterbatasan kontrol diri dalam menghadapi godaan promosi dan kemudahan kredit dapat menyebabkan perilaku konsumtif berlebihan

KESIMPULAN

Penggunaan Shopee *PayLater* oleh Generasi Z di Bojonegoro masih belum sepenuhnya sesuai dengan perspektif ekonomi syariah. Penelitian ini memiliki beberapa implikasi teori diantaranya: Pertama, dapat memperkaya literatur perilaku konsumen digital khususnya pada generasi muda di pasar Indonesia, dengan penekanan dari segi psikologis, sosial dan ekonomi syariah. Kedua, dapat dijadikan dasar pengembangan teori perilaku finansial dan adopsi teknologi keuangan (*fintech*) di kalangan Generasi Z dalam konteks digitalisasi dan nilai-nilai Islami. Ketiga, memberi kontribusi pada studi antara ekonomi digital dan prinsip syariah, serta menyoroti perlunya pemahaman lebih dalam tentang hukum Islam pada layanan keuangan modern.

Kalangan Generasi Z dalam menggunakan layanan Shopee *PayLater* telah didorong oleh kemudahan transaksi, dorongan gaya hidup konsumtif, serta pengaruh sosial dari teman dan media sosial. Motivasi utama selain memenuhi kebutuhan mendesak juga untuk mengikuti tren dan memperoleh kesenangan, sehingga menimbulkan perilaku konsumtif dan berpotensi terjadinya utang. Maka dari itu, penting melakukan edukasi secara intensif kepada generasi Z mengenai prinsip ekonomi syariah, terutama berkaitan dengan larangan riba, konsumsi berlebihan dan pentingnya tanggung jawab keuangan agar mereka dapat dengan bijak dalam menggunakan layanan Shopee *PayLater*. Pihak penyedia fintech dan regulator perlu mengembangkan produk Shopee *PayLater* yang sesuai dengan prinsip syariah yakni tanpa bunga dan denda yang bertentangan dengan hukum Islam, serta fitur yang dapat mendorong perilaku konsumsi yang sehat dan bertanggung jawab. Selain itu, penyediaan layanan Shopee *PayLater* dengan pengaturan yang lebih ketat dari pemerintah dan pelaku e-commerce sangat diperukan untuk melindungi konsumen, termasuk transparansi terhadap biaya dan resiko, serta mekanisme edukasi konsumen agar tidak terjebak dalam penggunaan secara berlebihan dan berdampak negatif secara finansial dan sosial.

DAFTAR PUSTAKA

Adolph, R. (2016). *Pengaruh Penciptaan Kreasi Nilai Terhadap Daya Saing dan Dampaknya Terhadap Kinerja Pemasaran*.

- Aisyah, S., Harahap, M. I., & Rokan, M. K. (2023). *THE FACTORS INFLUENCING BEHAVIOURAL INTENTION FINTECH LENDING (PAYLATER) AMONG GENERATION Z INDONESIAN MUSLIMS AND ISLAMIC CONSUMPTION*. 1–20.
- Aula, I., & Anwar, A. Z. (2024). Pengaruh Religiusitas, Literasi Halal, dan Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Halal Pada Masyarakat di Jawa Tengah. *Jurnal Ekonomi Syariah Pelita Bangsa*, 9(02), 341–355. <https://doi.org/10.37366/jespb.v9i02.1811>
- Lubis, Agus Salim. et al. (2023). *Generasi Z dan Entrepreneurship*. <https://books.google.co.id/books?id=VwatEAAAQBAJ>
- Holbrook, E. C. H. dan M. B. (1982). Hedonic Consumption: Emerging Concepts, Methods and Propositions. *Journal of Marketing*, 46(3), 92–101. <https://doi.org/https://doi.org/10.1177/002224298204600314>
- Ilahi, N. (2022). “Beli Sekarang Bayar Nanti: Mahasiswi, Spay Later, dan Pandemi Covid-19. *Emik*, 5(1), 63–83. <https://doi.org/10.46918/emik.v5i1.1214>
- John W. Schouten, James H. McAlexander, dan H. F. K. (2007). Transcendent Customer Experience and Brand Community. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 35(3), 357–368. <https://doi.org/10.1007/s11747-007-0034-4>
- Kamali, M. H. (2008). *Principles of Islamic Jurisprudence*. Islamic Texts Society.
- Kotler, P.& Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Erlangga.
- (LPMQ). (n.d.). 2022. *Lajnah Pentashiban Mushaf Al-Qur'an. “Qur'an Kemenag.” qur'an Kemenag*.
- Mahjudin. (2025). *Perilaku Konsumen*. CV AE Media Grafika.
- Mardalis. (2014). *Metode Penelitian: Suatu Pendekatan Proposal*. PT Bumi Aksara.
- Monica, M. A. (2020). Analisis Hukum Islam terhadap Pinjaman Uang Elektronik Shopee Pay Later pada E-Commerce. *Universitas Islam Negeri Sunan Ampel*, 1–68.
- Munawarsyah. (2024). *Analisis Hukum Ekonomi Syariah terhadap Transaksi Paylater pada Aplikasi Shopee*. 02(02), 89–102.
- Muthmainnah et al. (2024). *Penerimaan Teknologi Promosi Kesehatan Remaja*. Airlangga University Press.
- Nurcahyo, I. (2020). *Penduduk Bojonegoro Didominasi Generasi X, Milenial, dan Generasi Z*. Data BPS Bojonegoro. <https://kumparan.com/beritabojonegoro/penduduk-bojonegoro-didominasi-generasi-x-milenial-dan-generasi-z-1v2xVbcv5II>
- Oktavia. Fitri. (2023). Pengaruh Gaya Hidup Berbasis Digital dan Perilaku Konsumtif

- Terhadap Keputusan Pembelian di Marketplace Shopee dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Gen Z di Bandar Lampung). *UIN Raden Intan Lampung*, 23–62.
- Roy F. Baumister, T. F. H. dan D. M. T. (1994). *NLosing Control: How and Why People Fail at Self-Regulation*. Academic Press.
- Saluy, P. &. (2019). *ANALISIS KEPERCAYAAN, KEMUDAHAN PENGGUNAAN, PENGALAMAN BERBELANJA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI SITUS JUAL BELI ONLINE LAZADA DI KARAWANG Ariyananda Pantana Putta 1 dan Ahmad Badawi Saluy 2*. 19.
- Sepianti, A., Saprida, & Amir, S. (2023). Pengaruh Penggunaan Fitur Shopee Pay Later Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Stebis Igm dalam Perspektif Ekonomi Syariah. *Mufakat Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 2(6), 106–116.
- Setiawan, S., & Ridwanulloh, M. U. (2024). Analisis Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Penerapan Sistem Pembayaran Cicilan (Paylater) Pada Marketplace Shopee. *MAQASIDI: Jurnal Syariah dan Hukum*, 4(1), 69–85. <https://doi.org/10.47498/maqasidi.v4i1.3163>
- Sitepu, G. A., & Fadila, A. (2024). Analisis Pemanfaatan Layanan Paylater di Analysis of Paylater Service Utilization in the. *Journal of Young Entrepreneurs*, 3(1), 57–70.
- Sugiyono. (2013). *Metode Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. CV. ALFABETA.
- Ulayya, S., & Mujiasih, E. (2020). Hubungan Antara Self Control dengan Perilaku Konsumtif Pengguna E-Money Pada Mahasiswa. *Jurnal Empati*, 9(888), 271–279.
- Winda et al. (2023). Analisis Perilaku Konsumen dalam Transaksi di e-Commerce. *Indonesian Journal of Computer Science*, 12(6), 4110–4119. <http://ijcs.net/ijcs/index.php/ijcs/article/view/3483/359>



© 2025 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY SA) (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>).