

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan *financial technology* (fintech) mendorong perubahan pola konsumsi masyarakat, salah satunya melalui layanan *Buy Now Pay Later* (BNPL) atau yang populer disebut PayLater. Shopee PayLater sebagai *e-commerce* menempati posisi dominan di Indonesia karena menawarkan kemudahan akses, promosi menarik, dan fleksibilitas pembayaran. Berdasarkan laporan Otoritas Jasa Keuangan, penggunaan layanan BNPL di Indonesia mencapai 79,92 juta per tahun 2023. Peningkatan rata-rata tahunannya mencapai 144,35% dan tahun 2024 naik menjadi 23,9% secara tahunan. Dengan mayoritas pengguna berasal dari kelompok usia 18–30 tahun atau Generasi Z.¹ Fakta ini menunjukkan bahwa PayLater bukan sekadar alat transaksi, tetapi juga membentuk pola konsumsi baru pada generasi muda.



Gambar 1. 1 Penggunaan Paylater di Indonesia

Sumber: OJK (2023)

¹ GoodStats, *Pengguna PayLater Indonesia Tumbuh 17 Kali Lipat dalam 5 Tahun Terakhir* (2024), <https://share.google/3nIwl5uD7mZy8emj>, diakses pada 18 Oktober 2025.

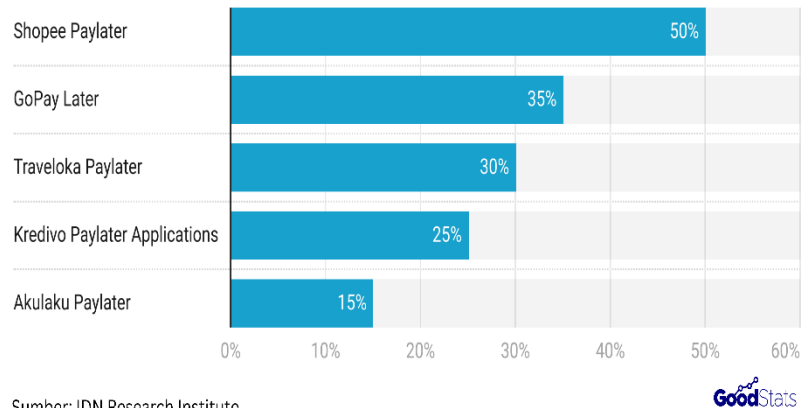
Pengguna layanan PayLater di Indonesia mayoritas adalah generasi muda, termasuk Gen Z, yang mengaku sering menggunakan PayLater untuk kebutuhan non-prioritas.² Berdasarkan hasil survei yang dipublikasikan oleh IDN Research Institute yang melibatkan sebanyak 1.500 responden Gen Z dan Milenial, masing-masing 750 orang dari 10 kota besar di Indonesia, berikut adalah beberapa aplikasi PayLater yang banyak digunakan, terutama di kalangan Milenial dan Gen Z.³ Kemudahan akses berbelanja melalui Shopee PayLater memungkinkan Gen Z untuk membeli barang tanpa mempertimbangkan kemampuan finansial mereka, sehingga mendorong pembelian impulsif. Hasil kajian dari penggunaan McKinsey & Company juga menunjukkan bahwa Gen Z di Indonesia dipengaruhi oleh media sosial dalam keputusan pembelian, terutama terkait tren gaya hidup.⁴ Dengan demikian, tingginya penggunaan layanan kredit digital seperti PayLater tanpa literasi keuangan yang memadai meningkatkan risiko konsumsi impulsif dan potensi gagal bayar di kalangan anak muda.

² Databoks, *Penggunaan PayLater oleh Gen Z di Indonesia Tahun (2023)*, Katadata.co.id, <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/xx/xx/penggunaan-paylater-oleh-gen-z>, diakses pada 1 Juni 2025.

³ Kania Aisha Pasaman and Gloria Hutauruk Yolanda, "Media Habits Shaping Indonesian Millennials and Gen Z," *IDN Research Institute*, 2025, 1–169.

⁴ McKinsey & Company, *True Gen: Generation Z and Its Implications for Companies* (2018), <https://www.mckinsey.com/industries/consumer-packaged-goods/our-insights/true-gen-generation-z-and-its-implications-for-companies>, diakses pada 1 Juni 2025.

5 Aplikasi Paylater yang Paling Banyak Digunakan Gen Z dan Milenial (Tahun 2025)



Gambar 1. 2 Aplikasi Paylater Paling Banyak Digunakan

Sumber: GoodStats (2025)

Gen Z merupakan salah satu kelompok generasi paling aktif dalam menggunakan layanan PayLater di Indonesia, yang membuka peluang sekaligus risiko finansial. Data dari Ruang menunjukkan bahwa Gen Z menyumbang 39,94 % dari total pengguna PayLater nasional.⁵ Selain itu, survei KIC bersama OVO mengungkap bahwa 59 % responden termasuk Gen Z menggunakan layanan PayLater untuk membantu pengaturan aliran kas (cash flow). Namun, penggunaan berlebihan tanpa kontrol dan literasi keuangan yang memadai dapat menyebabkan utang berkepanjangan dan gangguan stabilitas keuangan. Uraian di atas menandakan bahwa dominasi Gen Z dalam PayLater menjadikan mereka kelompok yang rentan secara finansial, sehingga perlu dikaji secara mendalam.

⁵ Ruang, *Pengguna PayLater di Indonesia Dominasi Gen Z dan Milenial* (2024), <https://ruang.co.id/pengguna-paylater-di-indonesia-2024-gen-z-milenial/>, diakses pada 20 Juni 2025

Kemudahan yang ditawarkan Shopee PayLater seringkali mendorong perilaku konsumtif, khususnya dalam bentuk gaya hidup hedonisme. Hal ini mendorong Gen Z untuk memanfaatkan Shopee PayLater sebagai sarana memenuhi hasrat konsumsi sesaat. Di Kota Padang sendiri, berdasarkan survei lokal yang dilakukan oleh Universitas Negeri Padang (2024), sekitar 55% mahasiswa pengguna Shopee PayLater mengaku sering membeli barang non-esensial demi mengikuti tren gaya hidup.⁶ Fenomena ini membuktikan bahwa gaya hidup hedonisme semakin menguat di kalangan generasi muda, dan layanan PayLater menjadi salah satu instrumen yang mempercepat perilaku tersebut.

Perilaku konsumen dalam ekonomi modern tidak lagi terbatas pada pemenuhan kebutuhan dasar, melainkan juga dipengaruhi oleh kemudahan akses kredit digital yang disediakan oleh layanan seperti PayLater. Shopee PayLater sebagai salah satu inovasi fintech telah mengubah paradigma konsumsi konsumen tidak lagi hanya membeli sesuai dengan dana yang tersedia saat itu, tetapi juga dapat menunda pembayaran tanpa melalui kartu kredit konvensional. Hal ini memberikan fleksibilitas finansial jangka pendek, namun juga dapat menciptakan kebiasaan konsumsi yang lebih intens karena biaya pembelian tidak langsung terasa saat transaksi.

Dari sisi ekonomi, fenomena ini relevan dalam analisis konsumsi karena kemudahan kredit digital memengaruhi permintaan agregat dan perilaku

⁶ Rezki Amelia and Delmira Syafrini, "Penggunaan Shopee Paylater Di Kalangan Mahasiswa Universitas Negeri Padang," *Jurnal Perspektif* 7, no. 2 (2024): 291–300, <https://doi.org/10.24036/perspektif.v7i2.757>.

pengeluaran individu. Penelitian oleh Muslih, Redjeki, dkk. (2025) menunjukkan bahwa PayLater memiliki dampak multi-dimensi tidak hanya pada perilaku konsumsi konsumen, tetapi juga pada risiko sosial dan stabilitas ekonomi mikro.⁷ Sementara itu, dalam perspektif ekonomi Islam, PayLater juga mendapat kritikan karena potensi unsur bunga (riba) dan akumulasi utang yang tidak sehat.⁸ Hal ini menjadi penting untuk dikaji dalam kerangka teori ekonomi konsumen bagaimana akses kredit jangka pendek ini memengaruhi kebiasaan belanja, keputusan konsumsi, dan stabilitas ekonomi individu, terutama di era digital di mana PayLater semakin umum digunakan.

Dalam konteks ekonomi digital, prinsip konsumsi Islam tetap relevan untuk membatasi perilaku konsumtif akibat kemudahan transaksi daring. Nilai-nilai seperti *tawazun* (keseimbangan) dan *mas'uliyah* (tanggung jawab) dapat menjadi pedoman agar penggunaan Shopee PayLater tidak menimbulkan perilaku boros (israf) dan utang yang berlebihan. Dengan demikian, teori pelaku konsumen Islam dapat berfungsi sebagai filter moral di tengah arus digitalisasi finansial. Hal ini sejalan dengan firman Allah dalam QS. Al-A'raf [31]:

يَا بَنِي آدَمَ خُذُوا زِينَتَكُمْ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوا وَاشْرَبُوا وَلَا تُسْرِفُوا إِنَّهُ لَا يُحِبُّ
الْمُسْرِفِينَ

⁷ Muhamad Muslih et al., “Jurnal Impresi Indonesia (JII) Analisis Multi-Dimensi Dampak Ekonomi , Perilaku Konsumsi , Dan Risiko Sosial Penggunaan Paylater Di Indonesia Universitas Nusa Putra , Indonesia Universitas Esa Unggul , Indonesia Melakukan Pembelian Sekarang Dan Membayarinya Kemudian , Baik Secara Cicilan Maupun Konsumen Untuk Melakukan Pembelian Barang Atau Jasa Secara Langsung , Namun,” 2025, 3858–66.

⁸ Priska Cintya Amarta and Fauzatul Laily Nisa, “Pandangan Proses Transaksi PayLater Terhadap Perilaku Konsumtif Dalam Prespektif Ekonomi Syariah,” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Manajemen Bisnis Dan Akuntansi* 1, no. 2 (2024): 152–62, <https://doi.org/10.61722/jemba.v1i2.115>.

Artinya: “Wahai anak Adam! Pakailah pakaianmu yang indah di setiap (memasuki) masjid, makan dan minumlah, tetapi jangan berlebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan.”⁹

Prinsip konsumsi Islam menekankan bahwa setiap pengeluaran harta harus mempertimbangkan aspek halal, thayyib, dan maslahat, serta tidak boleh hanya mengikuti hawa nafsu semata. Dalam hal ini, perilaku konsumtif akibat hedonisme dan impulsif melalui layanan PayLater jelas bertentangan dengan nilai-nilai Islam. Penelitian terdahulu menegaskan bahwa perbedaan antara kebutuhan (*needs*) dan keinginan (*wants*) adalah dasar dalam menilai apakah konsumsi seseorang selaras dengan prinsip syariah.¹⁰ Dengan demikian, penggunaan Shopee PayLater yang cenderung memfasilitasi pembelian impulsif dan gaya hidup hedonis perlu ditinjau ulang dari sudut pandang ekonomi Islam.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana penggunaan Shopee PayLater memengaruhi kebiasaan berbelanja konsumen di era digital. Fokus penelitian diarahkan pada bagaimana kemudahan akses, promosi, serta fitur pembayaran yang ditawarkan Shopee PayLater membentuk pola konsumsi dan preferensi konsumen dalam melakukan transaksi daring. Selain itu, penelitian ini juga berupaya memahami fenomena tersebut dalam perspektif ekonomi Islam,

⁹ Kementerian Agama Republik Indonesia, Al-Qur'an dan Terjemahannya, QS. Al-A'raf [7]: 31, diakses dari <https://quran.kemenag.go.id/quran/per-ayat/surah/7?from=31&to=206>, diakses pada 18 Oktober 2025

¹⁰ Cucu Komala, “Perilaku Konsumsi Impulsive Buying Perspektif Imam Al-Ghazali,” *Jurnal Perspektif* 2, no. 2 (2019): 248, <https://doi.org/10.15575/jp.v2i2.31>.

khususnya terkait prinsip tanggung jawab, keseimbangan, dan etika konsumsi agar aktivitas ekonomi digital tetap sejalan dengan nilai-nilai syariah.

Adapun kepentingan dari penelitian ini untuk memberikan wawasan kepada pembuat kebijakan dan lembaga keuangan mengenai pengaruh layanan seperti Shopee PayLater terhadap perilaku konsumsi Gen Z, sehingga dapat merancang regulasi yang lebih efektif untuk melindungi konsumen. Gen Z, sebagai generasi yang sangat terhubung dengan teknologi, cenderung lebih rentan terhadap pengaruh layanan kredit digital yang dapat mendorong perilaku konsumsi yang tidak terkendali.¹¹

Argumentasi penelitian ini, meningkatnya penggunaan Shopee PayLater menunjukkan adanya perubahan pola konsumsi masyarakat di era digital. Kemudahan bertransaksi tanpa perlu memiliki kartu kredit membuat layanan ini diminati oleh berbagai kalangan, terutama generasi muda yang aktif berbelanja daring. Namun, di balik kemudahannya, muncul persoalan ekonomi yang lebih dalam, yaitu bagaimana kebiasaan berbelanja yang terbentuk melalui layanan ini dapat memengaruhi perilaku konsumsi masyarakat secara jangka panjang. Dalam konteks ekonomi Islam, perilaku konsumsi tidak hanya dinilai dari aspek efisiensi ekonomi, tetapi juga dari keseimbangan dan tanggung jawab dalam menggunakan harta. Oleh karena itu, penelitian ini menjadi penting untuk menelaah bagaimana penggunaan Shopee PayLater dapat membentuk kebiasaan berbelanja konsumen

¹¹ Regulasi dan Lisensi Mengenai Perlindungan Hukum Investor di Platform Fintech Peer-to-Peer Lending dalam Hukum Konvensional,” *Jurnal Hukum dan Ilmu Sosial* 3, no. 4 (2024).

serta sejauh mana praktik tersebut selaras dengan nilai-nilai konsumsi Islami seperti *tawazun*, *mas'uliyah*, dan *qana'ah*.

Berdasarkan uraian di atas, dapat dilihat bahwa kehadiran layanan Shopee PayLater tidak hanya menjadi fenomena nasional, tetapi juga mulai banyak digunakan oleh masyarakat di berbagai daerah, termasuk Kota Padang. Kota Padang sebagai salah satu pusat aktivitas ekonomi dan pendidikan di Sumatera Barat memiliki populasi muda yang cukup besar, terutama dari kalangan mahasiswa dan pekerja muda yang aktif berbelanja secara daring. Tingginya teknologi serta gaya hidup digital membuat masyarakat di kota ini semakin terbiasa menggunakan layanan keuangan online, termasuk fitur PayLater yang menawarkan kemudahan dan kecepatan dalam bertransaksi. Namun di sisi lain, kemudahan tersebut juga berpotensi membentuk kebiasaan konsumsi baru yang tidak selalu selaras dengan prinsip kehati-hatian dan nilai-nilai ekonomi Islam.

Oleh sebab itu, penelitian ini memiliki kebaruan dalam konteks kajian perilaku ekonomi masyarakat digital di Indonesia, khususnya di Kota Padang. Berbeda dari penelitian terdahulu yang umumnya berfokus pada aspek hukum syariah, literasi keuangan, atau perilaku konsumtif pengguna PayLater secara umum, penelitian ini menitikberatkan pada analisis kebiasaan berbelanja konsumen melalui Shopee PayLater dari sudut pandang perilaku ekonomi Islam. Fokus utama penelitian ini bukan hanya pada tingkat penggunaan atau motif konsumen, melainkan pada bagaimana pengalaman penggunaan layanan tersebut membentuk pola konsumsi baru di tengah masyarakat urban yang religius dan digital seperti Kota Padang.

Selain itu, penelitian ini juga menggunakan pendekatan kualitatif untuk menggali pemahaman yang lebih mendalam mengenai pengalaman dan persepsi pengguna PayLater, bukan sekadar mengukur pengaruh secara kuantitatif. Pendekatan ini diharapkan mampu menggambarkan secara lebih utuh bagaimana nilai-nilai Islam, seperti *tawazun* (keseimbangan), *mas'uliyah* (tanggung jawab), dan *qana'ah* (merasa cukup) diimplementasikan dalam perilaku konsumsi digital masyarakat. Dengan demikian, penulis melakukan penelitian dalam bentuk skripsi yang berjudul **“ANALISIS PENGGUNAAN SHOPEE PAYLATER DALAM KEBIASAAN BERBELANJA KONSUMEN DI ERA DIGITAL”**

B. Rumusan Masalah

Perumusan penelitian ini berfokus pada analisis penggunaan Shopee PayLater terhadap kebiasaan berbelanja konsumen di era digital, khususnya di kalangan Generasi Z Kota Padang. Fokus penelitian ini diarahkan untuk memahami bagaimana kemudahan akses dan fleksibilitas fitur Shopee PayLater membentuk perilaku konsumsi masyarakat muda, yang cenderung impulsif dan terpengaruh oleh gaya hidup hedonistik. Selain itu, penelitian ini juga meninjau bagaimana perilaku tersebut ditelaah dari perspektif ekonomi Islam yang menekankan nilai keseimbangan (*tawazun*), tanggung jawab (*mas'uliyah*), dan rasa cukup (*qana'ah*). Oleh karena itu, penelitian ini memandang perlu untuk menelusuri bagaimana perilaku Generasi Z dalam menggunakan Shopee PayLater dapat memengaruhi kebiasaan berbelanja mereka, serta sejauh mana perilaku tersebut selaras dengan prinsip-prinsip konsumsi dalam ekonomi Islam.

Berdasarkan perumusan masalah di atas, pertanyaan-pertanyaan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengalaman konsumen dalam menggunakan Shopee PayLater saat berbelanja online?
2. Apakah Gen Z menerapkan prinsip konsumsi Islam dalam belanja Shopee PayLater?
3. Bagaimana pengelolaan kebiasaan berbelanja Gen Z diakibatkan penggunaan Shopee PayLater?

C. Batasan Masalah Penelitian

Penelitian ini dibatasi pada masyarakat Kota Padang, khususnya Gen Z yang aktif menggunakan layanan Shopee PayLater dalam kegiatan belanja daring. Fokus penelitian diarahkan untuk memahami bagaimana penggunaan Shopee PayLater membentuk kebiasaan berbelanja generasi muda di tengah perkembangan ekonomi digital. Kajian ini dilakukan dalam perspektif ekonomi Islam, dengan meninjau sejauh mana perilaku konsumsi tersebut selaras dengan prinsip *tawazun* (keseimbangan), *qana'ah* (merasa cukup), dan *mas'uliyah* (tanggung jawab) sebagai pedoman konsumsi yang beretika dan seimbang. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan pengumpulan data melalui wawancara dan dokumentasi, sehingga hasilnya bersifat eksploratif dan menggambarkan pengalaman nyata pengguna Shopee PayLater tanpa melakukan pengukuran statistik.

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang di atas dan rumusan masalah, maka penelitian ini bertujuan:

1. Untuk mengetahui pengalaman konsumen dalam menggunakan Shopee PayLater saat berbelanja online.
2. Untuk mengetahui bagaimana Gen Z menerapkan prinsip konsumsi Islam dalam belanja Shopee PayLater.
3. Untuk mengetahui pengelolaan kebiasaan berbelanja Gen Z diakibatkan penggunaan Shopee PayLater.

E. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi mahasiswa, memberikan wawasan bagi mahasiswa, khususnya Generasi Z, agar lebih bijak dalam menggunakan layanan keuangan digital seperti Shopee PayLater. Hasil penelitian ini dapat menjadi bahan refleksi tentang pentingnya literasi keuangan dan pengendalian diri dalam berbelanja, serta bagaimana prinsip konsumsi Islam dapat diterapkan dalam kehidupan sehari-hari untuk menghindari perilaku impulsif dan gaya hidup hedonis. Dengan demikian, mahasiswa diharapkan mampu mengelola keuangan pribadi secara lebih terarah dan sesuai dengan nilai-nilai syariah.
2. Bagi pemerintah, menjadi bahan pertimbangan dalam merumuskan kebijakan pengawasan terhadap layanan keuangan digital berbasis kredit seperti PayLater. Temuan penelitian ini memberikan gambaran tentang pola konsumsi generasi

muda serta risiko sosial dan finansial yang muncul akibat rendahnya literasi keuangan dan perilaku konsumtif. Pemerintah, melalui lembaga seperti OJK atau Kementerian Kominfo, dapat menggunakan hasil penelitian ini untuk meningkatkan edukasi keuangan syariah dan mengatur mekanisme perlindungan konsumen agar penggunaan layanan keuangan digital tetap aman, sehat, dan sesuai prinsip keadilan.

3. Bagi Perusahaan, khususnya pihak e-commerce seperti Shopee, penelitian ini dapat menjadi masukan dalam pengembangan layanan PayLater yang lebih bertanggung jawab dan selaras dengan nilai etika ekonomi Islam. Hasil penelitian ini dapat membantu perusahaan memahami karakteristik dan perilaku konsumsi Gen Z sehingga strategi promosi dan sistem pembiayaan dapat disesuaikan tanpa mendorong perilaku konsumtif berlebihan. Selain itu, perusahaan dapat menjadikan hasil penelitian ini sebagai dasar untuk menciptakan inovasi produk keuangan digital yang lebih etis, transparan, dan berpihak pada kesejahteraan konsumen.

F. Sistematika Penelitian

BAB 1 : PENDAHULUAN

Bab ini memuat latar belakang masalah yang menjelaskan fenomena penggunaan Shopee PayLater di era digital serta kaitannya dengan kebiasaan berbelanja Generasi Z di Kota Padang. Selain itu, bab ini juga menguraikan rumusan masalah, batasan masalah, tujuan

penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika penulisan sebagai kerangka umum penelitian.

BAB II : KAJIAN TEORI

Bab ini memuat latar belakang masalah yang menjelaskan fenomena penggunaan Shopee PayLater di era digital serta kaitannya dengan kebiasaan berbelanja Generasi Z di Kota Padang. Selain itu, bab ini juga menguraikan rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika penulisan sebagai kerangka umum penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan metode penelitian yang digunakan, mencakup jenis dan pendekatan penelitian, lokasi dan subjek penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, serta uji keabsahan data. Metode ini digunakan untuk memperoleh data yang valid dan mendalam terkait penggunaan Shopee PayLater oleh Generasi Z di Kota Padang.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini menyajikan hasil penelitian yang diperoleh dari lapangan mengenai penggunaan Shopee PayLater dan kebiasaan berbelanja Generasi Z di Kota Padang. Selanjutnya, hasil penelitian tersebut dianalisis dan dibahas dengan mengaitkan teori perilaku konsumen, prinsip konsumsi Islam, serta temuan penelitian terdahulu.

BAB V : PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan yang merangkum hasil penelitian serta saran yang ditujukan kepada generasi Z, pemerintah, perusahaan, dan peneliti selanjutnya sebagai bahan pertimbangan dan tindak lanjut dari penelitian ini.

