

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Penggunaan Shopee PayLater oleh Generasi Z di Kota Padang, dapat disimpulkan bahwa kebiasaan konsumen dalam menggunakan Shopee PayLater saat berbelanja online dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti kebudayaan, sosial, pribadi, dan psikologis. Pengalaman tersebut membentuk kebiasaan berbelanja baru, di mana konsumen merasakan kemudahan, kepraktisan, serta fleksibilitas dalam melakukan transaksi. Namun, kemudahan tersebut juga mendorong meningkatnya frekuensi belanja dan munculnya pembelian yang tidak selalu didasarkan pada kebutuhan, terutama ketika dipengaruhi oleh promo dan sistem pembayaran tunda yang ditawarkan oleh Shopee PayLater.

Selanjutnya, jika ditinjau dari prinsip konsumsi Islam, penggunaan Shopee PayLater oleh Generasi Z menunjukkan bahwa penerapan prinsip tawazun (keseimbangan), qana'ah (merasa cukup), dan mas'uliyah (tanggung jawab) belum sepenuhnya optimal. Sebagian konsumen masih mengalami kesulitan dalam membedakan antara kebutuhan dan keinginan, sehingga kebiasaan berbelanja cenderung bersifat impulsif. Meskipun demikian, terdapat pula konsumen yang mulai menunjukkan kesadaran untuk mengontrol pengeluaran dan mempertimbangkan kemampuan finansial dalam menggunakan Shopee PayLater, yang mencerminkan adanya upaya penerapan nilai-nilai konsumsi Islam dalam kehidupan sehari-hari.

Adapun pengelolaan yang dilakukan oleh Generasi Z dalam mengelola kebiasaan berbelanja akibat penggunaan Shopee PayLater meliputi pembatasan penggunaan PayLater, perencanaan anggaran belanja, serta upaya membayar tagihan tepat waktu. Pengelolaan tersebut menunjukkan adanya kesadaran dan tanggung jawab dalam mengelola konsumsi agar tidak menimbulkan masalah keuangan di kemudian hari. Dengan demikian, pengelolaan ini menjadi bentuk penyesuaian perilaku konsumsi agar penggunaan Shopee PayLater tetap sejalan dengan prinsip konsumsi Islam, khususnya dalam menjaga keseimbangan dan tanggung jawab terhadap harta yang dimiliki.

B. Saran

Adapun saran serta masukan yang terkait penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Generasi Z, diharapkan lebih bijak dalam menggunakan layanan Shopee PayLater dengan membedakan antara kebutuhan dan keinginan. Peningkatan literasi keuangan serta penerapan prinsip konsumsi Islam seperti tawazun, qana'ah, dan mas'uliyah penting agar penggunaan PayLater tidak mendorong perilaku konsumtif dan utang berlebihan.
2. Bagi Pemerintah, melalui lembaga terkait diharapkan dapat memperkuat pengawasan serta meningkatkan edukasi literasi keuangan digital bagi generasi muda. Upaya ini diperlukan agar penggunaan layanan PayLater dapat memberikan manfaat tanpa menimbulkan risiko sosial dan finansial bagi masyarakat.

3. Bagi Perusahaan, khususnya Shopee, diharapkan dapat mengembangkan layanan PayLater yang lebih bertanggung jawab dengan memperhatikan aspek etika dan perlindungan konsumen. Strategi promosi sebaiknya tidak hanya berorientasi pada peningkatan transaksi, tetapi juga mempertimbangkan dampak terhadap perilaku konsumsi pengguna.
4. Bagi Peneliti Selanjutnya, disarankan untuk mengembangkan kajian ini dengan pendekatan metode yang berbeda atau memperluas objek penelitian, sehingga dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai dampak PayLater terhadap perilaku konsumsi masyarakat di era digital.



DAFTAR PUSTAKA

- Afrina, Dita. "Rasionalitas Muslim Terhadap Perilaku Israf Dalam Konsumsi Perspektif Ekonomi Islam." *EkBis: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis* 2, no. 1 (2019): 23. <https://doi.org/10.14421/ekbis.2018.2.1.1088>.
- Alitani, Mikaela Berliyana, and Adzlin Alfianti. "Impulsive Buying Berbelanja Online Pada Mahasiswi Ditinjau Dari Kecerdasan Emosional." *Jurnal Ilmiah Multi Disiplin Indonesia* 1, no. 7 (2022): 890–96.
- Amarta, Priska Cintya, 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>.
- Amelia, Rezki, 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>.
- Ananda, Iva Ashari, Abdul Wahab, and Evin Juliasti. "Konsep Konsumsi Dalam Ekonomi Islam." *Sebi : Studi Ekonomi Dan Bisnis Islam* 7, no. 1 (2025): 72–82. <https://doi.org/10.37567/sebi.v7i1.3610>.
- Dharma, Budi, Mira Nur Aisah, and Mentari Kinanti Surya Sirait. "Analisis Fitur Pengguna Shopee Paylater Terhadap Kepuasan Pelanggan." *Ekonomi Bisnis Manajemen Dan Akuntansi (EBMA)* 3, no. 2 (2022): 1028–39.
- Dr. G. Bhoopathy, P. Kanagaraj. "The Impact of Digital Payments on Consumer Spending Habits." *Tuijin Jishu/Journal of Propulsion Technology* 44, no. 4

(2023): 5373–80. <https://doi.org/10.52783/tjjpt.v44.i4.1896>.

Fahriansah, Fahriansah, Nanda Safarida, and Shelly Midesia. “Buy Now, Think Later: Impulsive Buying Behavior among Generation Z in Indonesia.” *Share: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Islam* 12, no. 2 (2023): 386. <https://doi.org/10.22373/share.v12i2.17453>.

Florensia K. Lamanele¹, Daisy S. M. Engka², Agnes L. Ch. P. Lopian. “Perilaku Konsumen Dalam Ekonomi Islam” 24, no. 1 (2024): 25–36.

Hamdi, Baitul. “Prinsip Dan Etika Konsumsi Islam (Tinjauan Maqashid Syariah).” *Islamadina : Jurnal Pemikiran Islam* 23, no. 1 (2022): 1. <https://doi.org/10.30595/islamadina.v23i1.10821>.

Harahap, Dedy Ansari, and Dita Amanah. “Memahami Impulsif Buying Dalam Proses Keputusan Pembelian Konsumen.” *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Performa* 19, no. 01 (2022): 31–55. <https://doi.org/10.29313/performa.v19i01.9719>.

Hidayat, Farhan, and Hendra Riofita. “Pengaruh Diskon Dan Promosi Terhadap Perilaku Pembelian Implusif Di Era Digital Pada Platform E-Commerce The Influence of Discounts and Promotions on Impulsive Purchasing Behavior in the Digital Era on E-Commerce Platforms” 7, no. 11 (2024): 4196–4201. <https://doi.org/10.56338/jks.v7i11.6400>.

Hisan, Dewi Ghitsatul, and Siti Haniatunnisa. “Faktor Konsumsi Dalam Ekonomi Islam.” *An Nawawi* 3, no. 1 (2023): 13–30. <https://doi.org/10.55252/annawawi.v3i1.28>.

Komala, Cucu. “Perilaku Konsumsi Impulsive Buying Perspektif Imam Al-Ghazali.”

Jurnal Perspektif 2, no. 2 (2019): 248. <https://doi.org/10.15575/jp.v2i2.31>.

Magelo, Monabila, Tesselonika Sinaga, and Erwin Permana. "Analisis Pemanfaatan Shopee Paylater Sebagai Alat Pinjaman Online Di Era Pasca Pandemic Covid-19." *Jurnal Riset Pendidikan Ekonomi* 8, no. 2 (2023): 199–205. <https://doi.org/10.21067/jrpe.v8i2.8697>.

Muslih, Muhamad, Sri Redjeki, Gerry Firmansyah, and Ayu Larasati. "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 Membayarnya Kemudian , Baik Secara Cicilan Maupun Konsumen Untuk Melakukan Pembelian Barang Atau Jasa Secara Langsung , Namun," 2025, 3858–66.

Mustikasari, Adellia, and Fanny Septina. "Pengaruh Literasi Keuangan, Impulsive Buying, Dan Pengendalian Diri Terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi Mahasiswa Jurusan Akuntansi Universitas Ciputra." *Jae (Jurnal Akuntansi Dan Ekonomi)* 8, no. 2 (2023): 48–54. <https://doi.org/10.29407/jae.v8i2.20179>.

Nazla, Luluwatun, Rina Samsiyah Agustina, Alda Amalia, and Lu'liyatul Mutmainah. "Transaksi Kredit Digital (Shopee Paylater) Dalam Perspektif Islam." *Lab* 7, no. 01 (2023): 14–26. <https://doi.org/10.33507/lab.v7i01.1106>.

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

Perdana, Dionni Ditya, Widiayanti Widiayanti, Gushevinalti Gushevinalti, and Dionni

Ditya Perdana. “Fenomena Fear of Missing Out (FOMO) Pada Generasi Z Pengguna Media Sosial Instagram.” *SOURCE : Jurnal Ilmu Komunikasi* 10, no. 1 (2024): 54. <https://doi.org/10.35308/source.v10i1.8381>.

Pratchett, Lawrence. “New Technologies and the Modernization of Local Government: An Analysis of Biases and Constraints.” *Public Administration*, 1999. <https://doi.org/10.1111/1467-9299.00177>.

Prawitasari, Putu Putri, and Universitas Pendidikan Nasional. “Edunomika – Vol. 07, No. 01, 2023” 07, no. 01 (2023): 1–12.

Sampurna, Aldhi Okvalan. *DAMPAK PENGGUNAAN SHOPEE PAYLATER TERHADAP GAYA HIDUP HEDONIS MAHASISWA EKONOMI SYARIAH FEBI IAIN METRO*, 2024.

SARI, INTAN PERMATA. “Pengaruh Fitur Pembayaran Shopee Paylater Dalam Media E-Commerce Shopee Terhadap Kepercayaan Belanja Online Pada Mahasiswa FISIP Universitas Bengkulu.” *Jurnal Kaganga: Jurnal Ilmiah Sosial Dan Humaniora* 7, no. 1 (2023): 105–14. <https://doi.org/10.33369/jkaganga.7.1.105-114>.

Singh, Namrata, and Original Article. “BUY NOW PAY LATER : EMERGING TECHNIQUE IN ONLINE SHOPPING FOR” 5 (2024): 532–39. <https://doi.org/10.29121/shodhkosh.v5.i5.2024.414>.

Sugiyono. *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*, 2020.

Syafrianita, Nova, Asnawi Muhammad, and Al Firah. “Analisis Perilaku Konsumen.” *Jurnal Bisnis Corporate* 7, no. 2 (2022): 31–40.

Trinh, Le Tan, Kim Mai Thy Huynh, Kim Minh Khoi Nguyen, Ngoc Trinh Ho, Thi Tuyet Chi Chau, and Vu Luan Nguyen. "Factors Affecting The Decision On The Use Of Electronic Wallet By People In Danang City." *Proceedings of the International Conference on Research in Management & Technovation* 34, no. October (2022): 263–73. <https://doi.org/10.15439/2022m3368>.

Triyana, Dkk. "Analisis Perilaku Konsumtif Pengguna Layanan Buy Now Pay Later Dalam Konsep Konsumsi Menurut Muhammad Abdul Mannan" 7, no. 2 (2024): 1445–56.

Ummah, Masfi Sya'fiatul. "Metode Penelitian Kualitatif." *Sustainability (Switzerland)* 11, no. 1 (2019): 1–14.
http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbe.co.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI.

Yuniarti, Yenny, Maulidia Imastary Tan, Ade Perdana Siregar, and Adi Ikhsan Syukri Amri. "Faktor Yang Mempengaruhi Impulse Buying Konsumen Saat Moment Hari Belanja Online Nasional (Harbolnas)." *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan* 10, no. 01 (2021): 153–59. <https://doi.org/10.22437/jmk.v10i01.12711>.

Yusuf, Konsep, Al-qardhawy Tentang Norma, D A N Etika, Ekonomi Islam, Sirkulasi Perdagangan, and Hasbi Habibi. "Konsep Yusuf Al-Qardhawy Tentang Norma Dan Etika Ekonomi Islam Dalam Sirkulasi Perdagangan Skripsi," n.d.