

**PERILAKU KONSUMSI WARGA MUSLIM
DI KELURAHAN TEGAL ALUR KECAMATAN
KALIDERES KOTA JAKARTA BARAT DALAM BELANJA
ONLINE MENGGUNAKAN PEMBAYARAN
*SHOPEE PAYLATER***

SKRIPSI



Oleh:

Dwi Handayani

NIM 401200186

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO**

2024

ABSTRAK

Handayani, Dwi. Perilaku Konsumsi Warga Muslim di Kelurahan Tegal Alur Kecamatan Kalideres Kota Jakarta Barat dalam Belanja Online Menggunakan Pembayaran *Shopee PayLater*. *Skripsi*. 2024. Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, Pembimbing: Husna Ni'matul Ulya, M.Sy.

Kata kunci: Perilaku Konsumsi, Warga Muslim, Belanja Online dan Pembayaran *Shopee PayLater*

Penelitian ini mengidentifikasi permasalahan perilaku konsumsi warga Muslim di Kelurahan Tegal Alur Kecamatan Kalideres Kota Jakarta Barat dalam belanja online menggunakan pembayaran *Shopee PayLater*. Meskipun dalam ajaran agama Islam telah mengajarkan pentingnya mengurus harta dengan bijak, tetapi banyak warga muslim yang terjebak dalam gaya hidup konsumtif yang berlebihan, yang dapat menunjukkan adanya ketidaksesuaian terhadap ajaran Islam. Selain itu, pengetahuan yang kurang tentang etika konsumsi dalam Islam ternyata turut memperburuk keadaan. Penelitian ini mendapati bahwa penggunaan *Shopee PayLater*, walaupun memberikan kemudahan, ternyata menunjukkan peningkatan frekuensi dan volume belanja yang sangat tidak terencana.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perilaku konsumsi warga muslim di Kelurahan Tegal Alur Kecamatan Kalideres Kota Jakarta Barat dalam belanja online menggunakan pembayaran *Shopee PayLater*. Untuk dapat mengetahui hasil analisis yang sesuai dan dapat menginterpretasikan data dengan baik, penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan analisis deskriptif *field research* dengan menjadikan warga muslim Kelurahan Tegal Alur Kecamatan Kalideres Kota Jakarta Barat sebagai subjek ataupun informan dalam penelitian ini.

Berdasarkan hasil analisis menggunakan analisis deskriptif *field research* yang telah dilakukan dalam penelitian ini ditemukan bahwa terdapat beberapa faktor yang memengaruhi perilaku konsumsi, termasuk kemudahan penggunaan, promosi yang menarik, dan pengaruh sosial dari lingkungan sekitar. Selain itu, dampak penggunaan *Shopee PayLater* terhadap perilaku konsumsi warga muslim juga teridentifikasi, dimana banyak informan mengalami peningkatan dalam jumlah frekuensi serta volume belanja online serta kecenderungan untuk berbelanja lebih dari kebutuhan. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pemahaman tentang perilaku konsumsi di era digital, serta menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya mengenai dampak pembayaran digital dalam konteks ekonomi syariah



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Terakreditasi "B" Berdasarkan SK BAN-PT Nomor:2619/SK/BAN-PT/Ak SURV/PT/XI/2016

Jl. Puspita Jaya Desa Pintu Jenangan Ponorogo Telp. (0352) 481277 Fax. (0352) 461893

Website: www.iainponorogo.ac.id, email: febi@iainponorogo.ac.id

LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini menerangkan bahwa skripsi atas nama:

NO	NAMA	NIM	JURUSAN	JUDUL
1	Dwi Handayani	401200186	Ekonomi Syariah	Perilaku Konsumsi Warga Muslim di Kelurahan Tegal Alur, Kecamatan Kalideres, Kota Jakarta Barat dalam Belanja Online Menggunakan Pembayaran <i>ShopeePayLater</i>

Telah selesai melaksanakan bimbingan, dan selanjutnya disetujui untuk diujikan pada ujian skripsi.

Ponorogo, 11 November 2024

Mengetahui,

Menyetujui

Ketua Jurusan Ekonomi Syariah

Dr. Luhur Prasetyo, M.E.I.
NIP 197801122006041002

Husna Nimatul Ulya, M.E.SY.
NIP 198608082019032023



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Terakreditasi "B" Berdasarkan SK BAN-PT Nomor:2619/SK/BAN-PT/Ak-SURV/PT/XI/2016

Jl. Puspita Jaya Desa Pintu Jenangan Ponorogo Telp. (0352) 481277 Fax. (0352) 461893

Website: www.iainponorogo.ac.id, email: febl@iainponorogo.ac.id

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Naskah skripsi berikut ini:

Judul : Perilaku Konsumsi Warga Muslim di Kelurahan Tegal Alur, Kecamatan Kalideres, Kota Jakarta Barat dalam Belanja Online Menggunakan Pembayaran *ShopeePayLater*
Nama : Dwi Handayani
NIM : 401200186
Jurusan : Ekonomi Syariah

Telah diujikan dalam sidang Ujian Skripsi oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo dan dapat diterima sebagai salah satu syarat memperoleh gelar sarjana dalam bidang Ekonomi.

Dewan Penguji:

Ketua Sidang
Unun Roudlotul Janah, M.Ag.
NIP 197507162005012004

: 
(.....)

Penguji I
Dr. H. Didiek Noeryono Basar, MM., MH.
NIP 197310101998031001

: 
(.....)

Penguji II
Husna Ni'matul Ulya, M.E.Sy.
NIP 198608082019032023

: 
(.....)

Ponorogo,

Mengesahkan,

Dekan FEBI IAIN Ponorogo




Prof. Dr. H. Cahfi Hadi Aminuddin, M.Ag.

NIP. 197207142000031005

SURAT PERNYATAAN PUBLIKASI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Dwi Handayani
NIM : 401200186
Jurusan : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Judul : Perilaku Konsumsi Warga Muslim di Kelurahan Tegal Alur
Skripsi : Kecamatan Kalideres Kota Jakarta Barat dalam Belanja Online Menggunakan Pembayaran *Shopee PayLater*

Menyatakan bahwa skripsi ini telah diperiksa dan disahkan dosen pembimbing. Selanjutnya penulis bersedia naskah ini dipublikasikan oleh perpustakaan IAIN Ponorogo yang dapat diakses di <https://etheses.iainponorogo.ac.id>. Adapun isi seluruh tulisan ini seperlunya menjadi tanggung jawab penulis.

Demikian pernyataan saya buat untuk dipergunakan semestinya.

Ponorogo, 11 November 2024
Pembuat Pernyataan,



Dwi Handayani
401200186

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Dwi Handayani
NIM : 401200186
Jurusan : Ekonomi Syariah

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul:

Perilaku Konsumsi Warga Muslim di Kelurahan Tegal Alur Kecamatan Kalideres
Kota Jakarta Barat dalam Belanja Online Menggunakan Pembayaran *Shopee
Paylater*

Secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali bagian
tertentu yang dirujuk sumbernya.

Ponorogo, 11 November 2024
Pembuat Pernyataan,



Dwi Handayani
NIM 401200186

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Teknologi yang pesat membawa perubahan besar dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk ekonomi, sosial, budaya, dan politik. Meningkatnya kebutuhan informasi dapat mendorong individu untuk mengakses internet. Masyarakat yang terbuka dengan adanya teknologi mampu mengubah cara masyarakat hidup, mampu bekerja, dan mampu berinteraksi satu sama lain.¹ Saat ini masyarakat berlomba-lomba untuk memiliki *gadget*, karena tidak hanya sebagai alat komunikasi tetapi juga sebagai *life style*, *fashion* dan gengsi. Teknologi *gadget* ini memiliki dampak baik dan buruk bagi masyarakat tergantung bagaimana setiap individu dalam menggunakannya. Dunia digital saat ini, teknologi telah menjadi bagian terpenting dalam operasional bisnis. Pemanfaatan teknologi dengan baik akan memberikan dampak positif bagi masyarakat dan jika digunakan dengan benar dapat meningkatkan kinerja bisnis.²

Teknologi internet berpotensi menghasilkan berbagai aplikasi yang memberikan banyak kemudahan proses bisnis atau jual beli yang dilakukan secara online, dan tidak harus berinteraksi secara langsung.

¹ Miftahul Ulum dkk., "Islamic Education and Social Media Transformation in Pandemic Era: Challenges and Opportunities in Indonesia," *Cendekia: Jurnal Kependidikan Dan Kemasyarakatan* 19, no. 1 (2021): 185–96, <https://doi.org/10.21154/cendekia.v1i1.2662>.

² Muhammad Fanhas Ahnaf and Wuryaningsih Dwi Lestari, "Analisis Pengaruh Harga, Kualitas, Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Online Di Aplikasi Shopee," *Jurnal Lentera Bisnis* 13, no. 1 (2024): 80, <https://doi.org/10.34127/jrlab.v13i1.970>.

Ruang yang disediakan dalam aplikasi belanja online disebut dengan *e-commerce*. *E-commerce* saat ini memiliki banyak pilihan yang memuat banyak fitur yang memberikan kenyamanan dan kemudahan bagi penggunanya.³ Banyaknya fitur baru yang diciptakan dalam *e-commerce* merupakan salah satu cara yang dilakukan agar dapat menjadikan daya tarik bagi penggunanya. *E-commerce* ialah suatu tempat untuk mendistribusikan, menjual barang dan jasa melalui sistem elektronik dengan menggunakan internet, TV, saluran internet (www) dan lain-lain.⁴

Kehadiran *e-commerce* membawa banyak perubahan dalam dunia perdagangan yaitu membawa kemudahan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam hal transaksi keuangan. Seperti yang dikemukakan oleh lembaga riset *e-commerce* dari Jerman (ECBD) menyebut Indonesia menjadi negara dengan proyeksi pertumbuhan *e-commerce* tertinggi di dunia pada 2024 mengalahkan negara Meksiko. Tingkat pertumbuhannya menyentuh 30,5%. Proyeksi itu lebih tinggi hampir tiga kali lipat dari rata-rata global yang sebesar 10,4%.⁵ *E-commerce* global telah berkembang pesat dengan nilai transaksi mencapai triliun dolar. China sebagai negara dengan ekonomi terbesar di dunia,

³ Putri Arvianti, "Perilaku Konsumtif Pengguna *Shopeepaylater* Di Kalangan Mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya," 2023.

⁴ Fadillah Insani, "Analisis *E-Commerce* Sebagai Ekonomi Digital Dalam Mendorong Pertumbuhan Perekonomian Kota Medan Di Tengah Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Pada UMKM Di Kota Medan)" 19 (2016): 1–23.

⁵ Erlina Santika, "ECDB: Proyeksi Pertumbuhan *E-Commerce* Indonesia Tertinggi Sedunia Pada 2024," dalam <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2024/04/29/ecdb-proyeksi-pertumbuhan-e-commerce-indonesia-tertinggi-sedunia-pada-2024> (diakses pada tanggal 17 Mei 2024, jam 14.00).

menjadi pemimpin di pasar *e-commerce* global. Pertumbuhan *e-commerce* ini didorong oleh berbagai faktor, seperti peningkatan daya beli masyarakat, kemudahan akses internet, dan populasi yang besar.

Shopee merupakan salah satu platform belanja online atau *marketplace*, yang menawarkan berbagai macam produk, mulai dari makanan, minuman, fashion, tas, perhiasan, aksesoris, smartphone, elektronik, bahkan barang berat seperti pakaian, televisi, dan kebutuhan sehari-hari lainnya. Dilengkapi dengan berbagai fitur pembayarannya yang memudahkan penggunaannya. Seperti sistem pembayaran seperti pembayaran tunai di tempat (*cash on delivery*), mobile banking, *Shopee Pay*, kartu kredit ataupun *PayLater* dengan melakukan pembayaran secara berangsur atau dicicil. Shopee juga menawarkan pembayaran melalui mini market seperti Indomart atau Alfamart.⁶

Aplikasi Shopee telah berinovasi dalam penggunaan sistem pembayarannya yaitu *Shopee PayLater* dengan menawarkan kepada penggunaannya. *Shopee PayLater* ditawarkan oleh PT Commerce Finance untuk belanja online dan pembayaran dana dengan sistem kredit dengan menggunakan metode pembayaran dana talang yang melibatkan pihak ketiga atau perusahaan terkait.⁷ *Shopee PayLater* menawarkan produk pinjaman dengan pinjaman awal nol persen tanpa minimum transaksi,

⁶ Hurriyah Badriyah, *Rahasia Sukses Besar Bisnis Online Tanpa Modal* (Jakarta: Kunci Komunikasi, 2014), 3.

⁷ Budi Putri Utami, "Praktek Kredit Barang Melalui Shopee Paylater Dari *Marketplace* Shopee Berdasarkan Hukum Ekonomi Islam Dan Kitab Undang-Undang Hukum Perdata," *Ilmu Hukum Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara* 1, no. 3 (2021): 1–84.

pinjaman ini hanya dapat digunakan untuk membeli produk di Shopee dengan menggunakan pinjaman dengan jangka waktu pembayaran selama tiga puluh hari mulai dari satu bulan, tiga bulan, enam bulan hingga dua belas bulan, seperti pada sistem kredit pada umumnya, semakin lama jangka waktu pembayaran yang dipilih maka tingkat bunga yang didapatkan semakin tinggi.⁸

Shopee PayLater mengenakan biaya penanganan sebesar 1% per transaksi. Mulai tanggal 28 April 2020, berlaku suku bunga minimal 2,95% untuk transaksi menggunakan *Shopee Paylater* pada program beli sekarang bayar nanti. Pengguna juga dapat melakukan pembayaran secara dicicil dengan jangka waktu tiga, enam sampai dua belas bulan. Jika terdapat keterlambatan dalam pembayaran *Shopee Paylater* maka akan dikenakan denda sebesar lima persen dari total tagihan yang sedang berjalan.⁹ Seperti sistem kredit pada umumnya, semakin lama jangka waktu pelunasan yang dipilih, maka semakin tinggi pula bunga yang harus dibayarkan.

Pembelian dengan menggunakan pembayaran *Shopee PayLater* memungkinkan pengguna akun untuk membeli produk setelah identitas terdaftar mereka diverifikasi dan mereka harus membayar dalam jangka waktu yang telah disepakati. Pengertian perilaku konsumtif sebagaimana dikemukakan oleh Dahlan bahwa perilaku konsumtif merupakan tindakan

⁸ Siti Nurkhofifah, "Pengaruh Penggunaan Fitur *Shopeepaylater* Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat," 2022.

⁹ Abdul Wahid, "Analisis Persepsi Pengguna Paylater Terhadap Risiko Dari Pemanfaatan Layanan Pada Aplikasi *E-Commerce* Shopee," 2023.

pemakaian barang secara berlebihan dan memiliki keyakinan bahwa barang tersebut adalah barang yang paling mahal dan mewah sehingga dapat memberikan rasa kepuasan tersendiri bagi penggunanya yang diikuti adanya pola gaya hidup dalam memenuhi segala keinginannya.

Memaknai kata lain bahwasannya pembelian barang yang berlebihan disebabkan oleh adanya faktor gaya hidup yang dilakukan pada setiap individu tersebut.¹⁰ Perilaku konsumtif ini banyak dianut oleh warga Indonesia, khususnya warga yang tinggal di perkotaan. Lingkungan sosial di perkotaan yang dengan mudah masuknya berbagai tren baru dan perkembangan teknologi yang semakin pesat dapat mengubah perilaku konsumsi sebagian besar penduduk perkotaan dan generasi muda perkotaan.

Seperti yang terdapat di Kelurahan Tegal Alur Kecamatan Kalideres Kota Jakarta Barat warga yang sangat mengikuti perkembangan teknologi dan internet yang begitu pesat. Banyaknya warga muslim yang terdapat pada lingkungan tersebut terdiri dari beberapa kalangan seperti ibu rumah tangga, para pekerja, generasi muda yang sedang menempuh pendidikan seperti jenjang menengah atas hingga kuliah yang dapat dipastikan mereka memiliki teknologi komunikasi atau *smartphone* yang pastinya mereka mengenal platform belanja online dalam aplikasi yang dapat diunduhnya. Mayoritas warga mengenal tempat perbelanjaan online yaitu *E-Commerce* Shopee. Mayoritas warga yang memiliki berbagai

¹⁰ Abu Al-Ghifari, *Remaja Korban Mode* (Bandung: Mujahid, 2003), 11.

kesibukan tersebut menjadikan mereka akan lebih senang memiliki kemudahan untuk memenuhi kebutuhan mereka. Baik dalam kemudahan membeli produk ataupun melakukan pembayarannya. Hal ini ditunjukkan melalui pernyataan beberapa pengguna Shopee terlebih pada pengguna fitur *Shopee PayLater* di Kelurahan Tegal Alur Kecamatan Kalideres Kota Jakarta Barat:

Ibu Iput mengatakan:

“Saya lebih suka pakai *Shopee PayLater* karena mudah dan praktis, Jadi saya tidak harus repot-repot ke ATM, Bank ataupun Minimarket untuk melakukan pembayarannya.”¹¹

Dian mengatakan:

“Saya menggunakan *Shopee PayLater* karena banyak diskon dan *cashback* yang didapatkannya pada saat *Check-Out* mbak, kan lumayan. Selain itu, saya ga perlu nunggu uang terkumpul dulu untuk membeli barang yang saya inginkan.”¹²

Adanya kemudahan dalam berbelanja inilah yang menjadikan rasa ketertarikan muncul dan ingin meneliti mengenai perilaku konsumsi warga di Kelurahan Tegal Alur Kecamatan Kalideres Kota Jakarta Barat setelah menggunakan *Shopee PayLater* tersebut. Mayoritas warga tersebut tidak menutup kemungkinan mengikuti berbagai perkembangan teknologi dan berbagai kemudahan yang ada. Terutama dalam perkembangan teknologi komunikasi berupa *smartphone* yang semakin lama semakin canggih. Dalam layar *smartphone* yang dimiliki warga tersebut, dapat memuat berbagai aplikasi termasuk didalamnya dapat memuat aplikasi *E-*

¹¹ Ibu Iput, *Observasi*, 2 Februari 2024.

¹² Dian, *Observasi*, 25 Februari 2024.

Commerce Shopee. Sehingga mahasiswa saat ini dapat melakukan belanja secara online dengan metode pembayaran menggunakan pinjaman *Shopee PayLater*. Penggunaan pinjaman *Shopee PayLater* dalam kalangan warga muslim Kelurahan Tegal Alur Kecamatan Kalideres Kota Jakarta Barat kini telah menjadi sebuah fenomena baru.

Penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat potensi besar dalam pengantaran paket kepada masyarakat terutama pada saat promo *event* yang dilakukan disetiap bulannya. Melalui observasi sederhana, diketahui bahwa sebagian besar warga Kelurahan Tegal Alur Kecamatan Kalideres Kota Jakarta Barat berbelanja online menggunakan aplikasi Shopee dan menggunakan *Shopee PayLater* sebagai metode pembayaran. Penulis berpendapat bahwa penggunaan *Shopee PayLater* yang berlebihan dapat menimbulkan konsekuensi finansial yang negatif dan tidak sejalan dengan prinsip ekonomi Islam. Selain itu, penggunaan *Shopee PayLater* membuat orang-orang tidak punya uang untuk menutupi keadaan darurat dan pengeluaran di masa mendatang. Padahal Islam telah mengajarkan umatnya untuk menggunakan hartanya sesuai dengan kemampuan dan tidak boleh berlebihan, apalagi melebihi penghasilannya. Karena manusia pun harus memikirkan terkait kebutuhan akhirnya seperti infaq, sedekah dan zakat.

Oleh karena itu penulis ingin meneliti tentang perilaku konsumsi warga muslim di Kelurahan Tegal Alur Kecamatan Kalideres Kota Jakarta Barat dikarenakan terdapat permasalahan pada

wilayah tersebut, sehingga penulis ingin tertarik untuk merumuskan judul penelitian tersebut dan akan melakukan penelitian. Penelitian ini dilakukan secara objektif dengan sumber data yang benar terjadi dilapangan.

Perilaku konsumen yang baik ialah seseorang yang dapat melihat atau menilai serta memaksimalkan nilai kegunaannya dalam mengkonsumsi suatu barang atau jasa tersebut.¹³ Kemampuan mengelola keuangan termasuk perencanaan, penganggaran, dan pengelolaan, pengendalian serta penyimpanan keuangan sehari-hari sangat penting bagi seseorang agar dapat menekan tingkat pemborosan yang akan terjadi. Pengelolaan keuangan juga berkaitan dengan rasa tanggung jawab dalam penegelolaannya. Oleh karena itu dalam pengelolaan keuangan hendaknya dapat dikelola dengan baik agar dapat berjalan efektif dan terhindar dari kegiatan yang berlebihan.¹⁴

Konsumsi dalam Islam tidak dapat lepas dari peran keimanan dikarenakan keimanan dapat membantu mengendalikan pandangan dunia yang sangat memengaruhi diri manusia. Keimanan seseorang juga memberikan cara yang benar dalam menggunakan harta sesuai yang diperintahkan oleh-Nya agar tidak sia-sia dan bermanfaat. Akan tetapi

¹³ Sumartun and Dwi Setya Nugrahini, "Pengaruh Pengetahuan Tentang Ekonomi Syariah Dan Pengalaman Terhadap Perilaku Konsumsi (Studi Pada Mahasiswa FEBI IAIN Ponorogo Angkatan Tahun 2018-2021)," *Falahiya : Research Journal of Islamic Banking and Finance* I, no. 1 (2022): 62–78.

¹⁴ Muhammad Luthfi Gozali, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Mahasiswa Dalam Mengelola Keuangan (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta)," 2018, 25.

masyarakat tidak memperhatikan dan menjalankan akan perintah tersebut sehingga membelanjakannya secara berlebihan dan tidak terbatas.¹⁵

Ilmu ekonomi merupakan sesuatu yang erat kaitannya dengan kehidupan sehari-hari karena sangat bergantung pada masyarakat. Oleh karena itu, setiap individu terlebih dengan perkembangan teknologi yang pesat ini serta maraknya trend yang terjadi dilingkungan sekitar yang sedang trend harus bisa menahan rasa keinginan konsumsinya sehingga dapat mengelolanya dengan baik dan benar agar tidak salah membeli sesuatu yang tidak ada manfaatnya. Saat mengelola keuangan, setiap orang harus dapat menggunakannya untuk membuat keputusan keuangan pribadi yang baik. Pengetahuan akan manajemen keuangan sangatlah penting karena dapat membantu seseorang mengelola kebutuhan dan kehidupannya dengan sebaik-baiknya.¹⁶

Islam merupakan agama yang menawarkan prinsip-prinsip yang dapat diterapkan sebagai pedoman oleh semua Muslim dalam berperilaku pada kehidupan mereka. Dalam Islam terdapat aturan tentang cara yang benar dalam melakukan sesuatu yang berkaitan dengan perekonomian, salah satunya adalah konsumsi. Konsumsi yang berlebihan merupakan tanda ketidaktahuan terhadap aturan agama sedangkan dalam Islam sifat berlebihan tersebut disebut dengan ishraf atau pemborosan. Pemborosan

¹⁵ Yolanda Hani Putriani and Atina Shofawati, "Pola Perilaku Konsumsi Islami Mahasiswa Muslim Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Airlangga Ditinjau Dari Tingkat Religiusitas," *JESTT: Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan* 2, no. 7 (2015): 570–82.

¹⁶ *Ibid.*, 3.

adalah penggunaan sumber daya secara berlebihan untuk membeli barang dan hal-hal lain untuk hal-hal yang tidak penting.¹⁷

Allah Swt. Telah berfirman dalam Al-Qur'an dalam surah Al-Maidah 5:87 yang berbunyi sebagai berikut:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَحْرِمُوا طَيِّبَاتِ مَا أَحَلَّ اللَّهُ لَكُمْ وَلَا تَعْتَدُوا إِنَّ
 اللَّهُ لَا يُحِبُّ الْمُعْتَدِينَ ﴿٨٧﴾

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu haramkan apa-apa yang baik yang telah Allah halalkan bagi kamu, dan janganlah kamu melampaui batas. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang melampaui batas.” (QS. Al Maidah: 87).¹⁸

Melalui ayat diatas dapat disimpulkan bahwa kebutuhan hidup hendaknya dipenuhi dalam batasan yang wajar dan tidak berlebihan untuk mendapatkan kehidupan berjalan dengan baik dan mendapatkan nikmat dari Allah Swt. Karena Allah Swt. tidak menyukai hambanya yang melampaui batas. Oleh sebab itu, dalam ayat tersebut telah diperintahkan untuk tidak mengkonsumsi apapun secara berlebihan mengakibatkan kemubadziran.

¹⁷ M. Nur Rianto Al Arif dan Euis Amalia, *Teori Ekonomi Mikro Suatu Perbandingan Ekonomi Islam Dan Ekonomi Konvensional* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2020),86.

¹⁸ al-Qur'an, 5:87.

Penelitian ini mengamati fenomena tingginya intensitas pengantaran paket di lingkungan masyarakat sekitar, terutama saat event promo disetiap bulannya. Hal tersebut didukung oleh pernyataan Icha seorang karyawan dari salah satu jasa ekspedisi yang terdapat di wilayah Kelurahan Tegal Alur Kecamatan Kalideres Kota Jakarta Barat:

Icha menyatakan: “Kurang lebih banyaknya pengiriman paket yang akan diantarkan ke lokasi wilayah Kelurahan Tegal Alur itu sebanyak delapan ratus sampai seribu paket yang harus dikirim pada saat even promo harbolnas disetiap bulannya.”¹⁹

Melalui observasi sederhana yang telah dilakukan, ditemukan bahwa mayoritas warga lingkungan kelurahan Tegal Alur berbelanja online menggunakan aplikasi Shopee dan menggunakan *Shopee PayLater* sebagai metode pembayaran. Adanya kemudahan dalam Penulis beranggapan bahwa penggunaan *Shopee PayLater* secara berlebihan dapat berakibat buruk bagi keuangan dan bertentangan dengan prinsip Islam. Selain itu, ketergantungan pada *Shopee PayLater* dapat membuat masyarakat tidak memiliki tabungan untuk menghadapi situasi darurat dan kebutuhan di masa yang akan mendatang.

Penelitian ini juga dilatarbelakangi oleh hasil penelitian terdahulu seperti penelitian yang dilakukan oleh Risukmasari yang menunjukkan hasil bahwa kemudahan penggunaan, pendapatan, motivasi hedonis dan keamanan merupakan faktor yang dapat mempengaruhi minat masyarakat untuk membeli menggunakan *Shopee PayLater*. Sementara itu suku bunga

¹⁹ Icha, *Wawancara*, 22 November 2024.

tidak berpengaruh terhadap minat masyarakat untuk membeli menggunakan *Shopee PayLater*.²⁰

Berdasarkan paparan data diatas, penulis tertarik melakukan penelitian dengan tujuan ingin memahami bagaimana perilaku warga muslim daerah setempat, bagaimana faktor yang dapat memengaruhi perilaku konsumsi serta dampak perilaku konsumsi yang dirasakan setelah menggunakan *Shopee PayLater* dalam membeli suatu produk dikalangan warga muslim dilingkungan tersebut. Ilmu ekonomi telah mengatur perihal norma serta etika konsumsi yang tidak hanya sebagai pemenuh kepuasan diri tapi juga dapat bernilai ibadah sehingga penulis menuangkan penelitian ini dengan judul **“Perilaku Konsumsi Warga Muslim di Kelurahan Tegal Alur Kecamatan Kalideres Kota Jakarta Barat dalam Belanja Online Menggunakan Pembayaran *Shopee PayLater*.”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan paparan latar belakang masalah di atas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana perilaku konsumsi warga muslim di Kelurahan Tegal Alur Kecamatan Kalideres Kota Jakarta Barat dalam belanja online menggunakan pembayaran *Shopee PayLater*?
2. Bagaimana faktor yang memengaruhi perilaku konsumsi warga muslim di Kelurahan Tegal Alur Kecamatan Kalideres Kota Jakarta

²⁰ Risukmasari, “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Berbelanja Konsumen Pada Penggunaan Fitur *Shopee Pay Later*,” *Jurnal Sosial Teknologi* 4, no. 2 (2024): 101–8, <https://doi.org/10.59188/jurnalsostech.v4i2.1150>.

Barat dalam belanja online menggunakan pembayaran *Shopee PayLater*?

3. Bagaimana dampak penggunaan *Shopee PayLater* warga muslim di Kelurahan Tegal Alur Kota Jakarta Barat?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang dipaparkan oleh peneliti, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menganalisis perilaku konsumsi warga muslim di Kelurahan Tegal Alur Kecamatan Kalideres Kota Jakarta Barat dalam belanja online menggunakan pembayaran *Shopee PayLater*
2. Menganalisis faktor yang memengaruhi perilaku konsumsi warga muslim di Kelurahan Tegal Alur Kecamatan Kalideres Kota Jakarta Barat dalam belanja online menggunakan pembayaran *Shopee PayLater*
3. Menganalisis dampak penggunaan *Shopee PayLater* warga muslim di Kelurahan Tegal Alur Kota Jakarta Barat

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian di atas, maka manfaat dan kegunaan penelitian ini adalah:

1. Secara Teoritis
 - a. Memberikan sumbangan pemikiran mengenai pemahaman perilaku konsumsi khususnya warga muslim di Kelurahan Tegal Alur Kecamatan Kalideres Kota Jakarta Barat dalam belanja

online menggunakan pembayaran *Shopee PayLater*. Selain itu, peneliti menyajikan faktor-faktor yang dapat memengaruhi perilaku konsumtif dan dampak yang didapat dalam belanja online menggunakan pembayaran *Shopee PayLater* yang dikemudian hari dapat dikembangkan serta dikaji dengan pembahasan yang lebih luas lagi.

- b. Memberi rujukan dan referensi bagi penelitian selanjutnya mengenai perilaku konsumsi berlebihan dan dampak yang dihasilkan dalam penggunaan *Shopee PayLater*.

2. Secara Praktisi

Penelitian ini memberikan gambaran mengenai perilaku konsumsi yang dilakukan sehingga dapat menimbulkan adanya perilaku konsumtif yang didasarkan oleh beberapa faktor yang memengaruhinya serta dampak yang dihasilkan dalam menggunakan pembayaran *Shopee PayLater* dikalangan warga muslim terkhusus warga muslim di Kelurahan Tegal Alur Kecamatan Kalideres Jakarta Barat. Selanjutnya, bagi para pemilik kepentingan, penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi dan evaluasi berkelanjutan terhadap perilaku konsumsi di Indonesia pada umumnya, dan di Kota Jakarta Barat secara khususnya.

E. Studi Penelitian Terdahulu

Studi penelitian terdahulu merupakan upaya peneliti untuk menemukan kebaharuan dalam penelitian ini, selain itu, studi penelitian

terdahulu dapat membantu peneliti untuk merangkai kerangka berfikir yang lebih jelas. Adapun studi penelitian terdahulu dengan tema yang serupa disajikan sebagai berikut:

Pertama, artikel penelitian oleh Widya Rama Dhanty, Annisa Vini Cahyati, dan Esther Tiara Alexandra dalam Jurnal Manajemen dan Bisnis Jayakarta, Tahun 2022 dengan judul “Analisis Pengaruh Kemudahan *Paylater* Pada Aplikasi Shopee Dan Promo Diskon Produk Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif (Studi pada Pengguna Shopee di DKI Jakarta)”.²¹ Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa kemudahan dalam pembayaran cicilan melalui fitur *PayLater*, serta adanya tawaran diskon di platform *e-commerce* seperti Shopee, secara signifikan memotivasi konsumen untuk melakukan pembelian secara impulsif. Kombinasi dari kedua faktor ini menjadi daya tarik utama yang mendorong konsumen untuk berbelanja tanpa perencanaan yang baik.

Persamaan penelitian di atas dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu sama-sama membahas mengenai terdapatnya kemudahan pada pembayaran *Paylater* pada aplikasi Shopee yang dapat menimbulkan perilaku konsumtif bagi penggunanya. Sedangkan perbedaan yang terdapat pada penelitian di atas dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu pada fokus penelitian yang akan dikaji, dimana penelitian di atas

²¹ Esther Tiara Alexandra Widya Rama Dhanty, Annisa Vini Cahyati, “Analisis Pengaruh Kemudahan *Paylater* Pada Aplikasi Shopee Dan Promo Diskon Produk Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif (Studi Pada Pengguna Shopee Di DKI Jakarta)” 4, no. 1 (2022): 1–13.

berfokus dalam menganalisis pengaruh kemudahan penggunaan fitur *Paylater* dan promo diskon produk terhadap perilaku pembelian impulsif di kalangan pengguna Shopee di DKI Jakarta. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan analisis regresi linier berganda untuk mengetahui seberapa besar dampak dari kedua faktor tersebut terhadap perilaku pembelian impulsif. Sedangkan penelitian yang akan dilakukan berfokus kepada menganalisis perilaku konsumsi warga muslim di Kelurahan Tegal Alur Kecamatan Kalideres Kota Jakarta Barat khususnya dalam konteks pembelian online menggunakan metode pembayaran *Shopee PayLater*.

Kedua, Artikel penelitian oleh Kinanti, Maoliya Siti Nurfaradila, Waisul Kurni Maulidi, Nur Eva Lestari, Salma Nurul Izzah, Oktavia Sholehah, Sena Agustin, Dianita Rahayu Sukmawati dalam Jurnal Ilmiah PGSD FKIP Universitas Mandiri, Tahun 2024 dengan judul “Dampak Online Shop Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat Modern di Kota Jakarta Pusat”.²² Hasil pada kajian tersebut yaitu terdapatnya dampak dari keberadaan toko online melalui platform *e-commerce* dapat mempengaruhi perilaku konsumtif informan. Hal ini dipengaruhi juga oleh media sosial yang menampilkan iklan produk dengan berbagai penawaran promo, yang membuat beberapa informan mengalami perilaku FOMO (*fear of missing out*). Selain itu, kemudahan yang ditawarkan oleh toko

²² Kinanti et al., “Dampak Online Shop Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat Modern Di Kota Jakarta Pusat” 10 (2024): 438–44.

online, seperti fleksibilitas waktu dan kenyamanan berbelanja dari jarak jauh, mendorong beberapa informan untuk lebih memilih membeli produk secara online, sehingga berkontribusi pada perilaku konsumtif mereka.

Persamaan yang terdapat pada penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu sama-sama membahas mengenai kemudahan akses dalam berbelanja online dan pengaruh iklan di media sosial dapat memicu perilaku pembelian impulsif, yang sering kali dipengaruhi oleh promosi dan diskon. Kondisi ini mendorong individu untuk lebih mengutamakan keinginan ketimbang kebutuhan mereka, sehingga berpotensi menghasilkan gaya hidup konsumsi yang berlebihan dan tidak sehat. Sedangkan perbedaan yang terdapat pada penelitian tersebut dengan penelitian yang akan dilakukan terletak pada pendekatan yang digunakan. Peneliti menggunakan pendekatan kualitatif dengan mengambil lokus pada warga muslim di Kelurahan Tegal Alur Kota Jakarta Barat.

Ketiga, Artikel penelitian oleh Mauludatul Mawasofa, Deni Nugroho Setyabudi dan Heru Sofian dalam Jurnal *Ecoducation: Economics & Education Journal*, Tahun 2023 dengan judul “Analisis Pengaruh Penggunaan Fitur *Shopee PayLater* Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat Desa Madiredo Kecamatan Pujon”.²³ Hasil kajian penelitian tersebut menunjukkan bahwa penggunaan fitur *Shopee PayLater*

²³ Mauludatul Mawasofa, Deni Nugroho Setyabudi, and Heru Sofian, “Analisis Pengaruh Penggunaan Fitur *Shopee Paylater* Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat Desa Madiredo Kecamatan Pujon” 5 (2023): 471–85.

di Desa Madiredo sangat dipengaruhi oleh kemudahan akses dan fleksibilitas yang ditawarkan. Fitur ini memberikan solusi bagi masyarakat yang memerlukan barang dengan segera atau ingin membeli barang mahal dengan metode cicilan. Selain itu, berbagai promo dan diskon yang tersedia juga menjadi daya tarik tersendiri. Perilaku konsumtif masyarakat Desa Madiredo tergolong tinggi, ditunjukkan oleh kecenderungan untuk melakukan pembelian impulsif, tanpa perencanaan yang matang, dan sering kali melebihi kebutuhan. Faktor-faktor seperti keinginan untuk mendapatkan pengakuan sosial, mengikuti tren, dan memanfaatkan diskon menjadi pemicu utama perilaku konsumtif ini.

Persamaan yang terdapat pada penelitian tersebut dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu sama-sama membahas dampak yang diperoleh dalam penggunaan *Shopee PayLater* yang digunakan sebagai metode pembayaran dalam berbelanja online. Sedangkan perbedaan penelitian tersebut dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu terletak pada pendekatan yang dilakukan, penelitian di atas menggunakan metode penelitian kuantitatif yang menggunakan sebanyak lima puluh empat responden dengan lokus kepada Masyarakat Desa Madiredo Kecamatan Pujon Kota Madiun. Sedangkan penelitian yang akan dilakukan menggunakan pendekatan kualitatif dengan lokus kepada warga Kelurahan Tegal Alur Kota Jakarta Barat.

Keempat, Artikel penelitian oleh Phyta Rahima dan Irwan Cahyadi dalam jurnal *Traget: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, Tahun 2022 dengan

judul “Pengaruh Fitur *Shopee PayLater* terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Mataram.”²⁴ Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa penggunaan fitur *Shopee PayLater* di kalangan mahasiswa Universitas Mataram masih relatif baru dan belum menjadi bagian integral dari perilaku konsumsi mereka. Meskipun demikian, para mahasiswa memberikan apresiasi terhadap kemudahan dan manfaat yang ditawarkan oleh fitur ini. Namun, belum ditemukan bukti empiris yang kuat mengenai pengaruh signifikan *Shopee PayLater* terhadap perubahan perilaku belanja secara keseluruhan. Hasil ini mengindikasikan bahwa diperlukan penelitian lebih lanjut untuk memahami dinamika penggunaan fitur ini dalam jangka panjang.

Persamaan antara penelitian di atas dengan penelitian yang akan dilakukan adalah sama-sama membahas mengenai perilaku konsumsi yang dilakukan pada penggunaan fitur *Shopee PayLater*. Sedangkan perbedaan antara penelitian di atas dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu pendekatan dan lokus yang digunakan. Penelitian di atas menggunakan pendekatan kuantitatif dengan mengambil lokus mahasiswa Universitas Mataram. Sedangkan penelitian yang akan dilakukan menggunakan pendekatan kualitatif dengan lokus kepada warga muslim yang terdapat di lingkungan Kelurahan Tegal Alur Kota Jakarta Barat.

²⁴ Phyta Rahima, “Pengaruh Fitur *Shopee Paylater* Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Mataram” 4, no. 1 (2022): 39–50.

Kelima, Skripsi yang di susun oleh Nada Khoirul Jamilah pada Tahun 2023 dengan judul ‘‘Pengaruh Kelompok Acuan dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Fitur *Shopee PayLater* pada Kalangan Santri di Ponorogo’’.²⁵ Hasil penelitian di atas menegaskan bahwa faktor sosial (kelompok acuan) dan faktor individu (gaya hidup) memainkan peran kunci dalam mendorong penggunaan *Shopee PayLater* di kalangan santri di Ponorogo.

Persamaan yang terdapat pada penelitian di atas dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu sama-sama membahas mengenai suatu kelompok yang memiliki keputusan pembelian menggunakan fitur *Shopee PayLater* yang terdapat di lingkungan sekitar. Sedangkan perbedaan yang terdapat pada penelitian di atas dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu terletak pada pendekatan yang digunakan. Penelitian di atas menggunakan pendekatan kuantitatif dengan lokus kepada Santri yang tersebar di tujuh Pondok Pesantren yang terdapat di Ponorogo. Sedangkan penelitian yang akan dilakukan menggunakan pendekatan kualitatif dengan lokus kepada warga muslim yang menggunakan fitur *Shopee PayLater* secara aktif di lingkungan Kelurahan Tegal Alur Kota Jakarta Barat.

²⁵ Nada Khoirul Jamilah, ‘‘Pengaruh Kelompok Acuan Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Fitur *Shopee Paylater* Pada Kalangan Santri Di Ponorogo,’’ 2023.

Keenam, Artikel penelitian oleh Risukmasari dalam Jurnal Sosial dan Teknologi (SOSTECH), Tahun 2024 dengan judul ‘‘Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Berbelanja Konsumen pada Penggunaan Fitur *Shopee Paylater*’’.²⁶ Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Shopee PayLater* menjadi primadona di antara layanan keuangan yang ditawarkan Shopee. Kemudahan penggunaan, pendapatan, dorongan untuk memiliki barang yang diinginkan, dan perasaan aman menjadi faktor utama yang membuat orang tertarik menggunakan fitur ini. Menariknya, meskipun suku bunga sering menjadi pertimbangan dalam mengambil keputusan finansial, dalam kasus *Shopee PayLater*, faktor-faktor non-finansial seperti kemudahan dan keamanan justru lebih dominan.

Persamaan yang terdapat pada penelitian di atas dengan penelitian yang akan dilakukan adalah sama-sama membahas mengenai faktor yang memengaruhi minat belanja konsumen pada penggunaan fitur *Shopee PayLater*. Sedangkan perbedaan yang terletak pada lokus penelitian. Penelitian di atas meneliti faktor-faktor yang memengaruhi minat belanja online menggunakan *Shopee PayLater* meliputi kemudahan penggunaan, pendapatan, motivasi hedonis, keamanan dan suku bunga. Sedangkan penelitian yang akan dilakukan, peneliti akan membahas mengenai perilaku konsumsi dalam etika konsumsi secara ekonomi Islam.

²⁶ Risukmasari, ‘‘Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Berbelanja Konsumen Pada Penggunaan Fitur *Shopee Pay Later*.’’

Ketujuh, Skripsi yang disusun oleh Muhamad Rizal pada Tahun 2024 dengan Judul “Pengaruh Perilaku Konsumtif Belanja Online Terhadap Minat Beli Ulang Pada *Shopee Paylater* (Studi Pada Mahasiswa/Mahasiswi Prodi Manajemen Universitas Pakuan Tahun 2020-2023).²⁷ Hasil penelitian di atas menunjukkan bahwa mayoritas Mahasiswa/Mahasiswi Prodi Manajemen Universitas Pakuan Tahun 2020-2023 terbilang sebagai pengguna *Shopee PayLater* (81,83%) memiliki kecenderungan konsumtif yang tinggi. Faktor harga (90,73%) dan minat preferensial (86,80%) menjadi pendorong utama perilaku pembelian ulang. Kemudahan pembayaran yang ditawarkan *Shopee PayLater* terbukti memperkuat perilaku konsumtif tersebut.

Persamaan yang terdapat pada penelitian di atas dengan penelitian yang akan dilakukan ialah sama-sama membahas perilaku konsumsi belanja online menggunakan *Shopee PayLater*. Sedangkan perbedaan yang terdapat pada penelitian di atas dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu terletak pada pendekatan dan lokus yang digunakan. Pada penelitian di atas menggunakan pendekatan kuantitatif dengan lokus Mahasiswa/Mahasiswi Prodi Manajemen Universitas Pakuan Tahun 2020-2023. Sedangkan penelitian yang akan dilakukan menggunakan

²⁷ Muhamad Rizal, “Pengaruh Perilaku Konsumtif Belanja Online Terhadap Minat Beli Ulang Pada *Shopee Paylater* (Studi Pada Mahasiswa/Mahasiswi Prodi Manajemen Universitas Pakuan Tahun 2020-2023),” 2024.

pendekatan kualitatif dengan lokus warga muslim lingkungan Kelurahan Tegal Alur Kota Jakarta Barat.

Kedelapan, artikel oleh Triyana, Asnaini dan Miko Polindi dalam Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah, Tahun 2024 dengan judul “Analisis Perilaku Konsumtif Pengguna Layanan *Buy Now Pay Later* dalam Konsep Konsumsi Menurut Abdul Mannan”²⁸. Hasil penelitian di atas dapat memberikan kesimpulan bahwa penggunaan layanan *Buy Now Pay Later* oleh mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno, memiliki dua dampak utama. Di satu sisi, layanan ini memberikan kemudahan dan fleksibilitas dalam memperoleh barang atau jasa tanpa harus menunggu dana tersedia. Namun, jika digunakan secara berlebihan, layanan ini dapat menyebabkan mahasiswa terjebak dalam utang, terutama bagi mereka yang kurang memahami literasi finansial. Masalah ini semakin diperburuk oleh kecenderungan konsumtif yang didorong oleh keinginan untuk gratifikasi instan. Selain itu, pola konsumsi mahasiswa seringkali tidak selaras dengan prinsip-prinsip konsumsi yang diajarkan oleh Muhammad Abdul Mannan, seperti keadilan, kesederhanaan, dan moralitas, yang menekankan pentingnya keseimbangan, tanggung jawab, dan pertimbangan etis dalam berbelanja.

²⁸ Triyana, Asnaini, and Miko Polindi, “Analisis Perilaku Konsumtif Pengguna Layanan Buy Now Pay Later Dalam Konsep Konsumsi Menurut Muhammad Abdul Mannan” 7, no. 2 (2024): 1445–56.

Persamaan yang terdapat pada penelitian di atas dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu sama-sama membahas mengenai perilaku konsumsi pada pengguna layanan *Buy Now Pay Later* dalam konsep ekonomi Islam. Sedangkan perbedaan yang terdapat pada penelitian di atas dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu pada obyek yang digunakannya. Penelitian di atas menjadikan mahasiswa sebagai subjek dalam menemukan sumber informasi. Sedangkan penelitian yang akan dilakukan menjadikan warga muslim lingkungan Kelurahan Tegal Alur Kota Jakarta Barat sebagai subjek penelitian.

Kesembilan, Skripsi yang disusun oleh Gina Rahmawati pada Tahun 2022 dengan judul ‘‘Pengaruh Literasi Keuangan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna *Shopee Paylater* Pada Generasi Millennial’’.²⁹ Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa literasi keuangan dan gaya hidup merupakan dua faktor kunci yang memengaruhi perilaku konsumtif generasi milenial dalam konteks penggunaan layanan pembayaran digital seperti *Shopee Paylater*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat literasi keuangan yang lebih tinggi dikaitkan dengan perilaku konsumtif yang lebih rendah. Namun, pengaruh gaya hidup konsumtif yang kuat dapat memoderasi hubungan ini. Penelitian ini membahas pentingnya pendekatan multidimensional dalam memahami perilaku konsumen generasi milenial, di mana faktor kognitif (literasi

²⁹ Gina Rahmawati, ‘‘Pengaruh Literasi Keuangan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna *Shopee Paylater* Pada Generasi Millennial,’’ 2023.

keuangan) dan faktor sosial (gaya hidup) saling berinteraksi dalam membentuk perilaku konsumtif. Meskipun penelitian ini telah mengidentifikasi dua variabel utama, penelitian lebih lanjut diperlukan untuk mengungkap kompleksitas perilaku konsumtif generasi milenial.

Persamaan yang terdapat pada penelitian di atas dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu sama-sama membahas mengenai bentuk kebiasaan belanja yang dapat menimbulkan perilaku konsumtif pada pengguna *Shopee PayLater*. Sedangkan perbedaan yang terdapat pada penelitian di atas dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu terletak pada fokus pembahasan. Penelitian di atas membahas mengenai salah pengaruh literasi keuangan dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif pengguna *Shopee Paylater* pada generasi Millennial. Sedangkan penelitian yang akan dilakukan membahas mengenai bagaimana dampak yang diperoleh bagi pengguna *Shopee PayLater*.

Kesepuluh, Artikel penelitian oleh Nurul Fadhilah dan Mia Nurmala dalam jurnal JES, Tahun 2024 dengan judul “Analisis Perilaku Konsumtif Mahasiswa pada Penggunaan *E-Commerce* dalam Perspektif Maqashid al-Syariah”.³⁰ Penelitian tersebut memberikan kesimpulan bahwa prinsip maqashid al-syariah seharusnya menjadi kerangka kerja bagi mahasiswa dalam pengambilan keputusan konsumsi, terutama dalam konteks *e-commerce*. Namun, penelitian menunjukkan bahwa banyak

³⁰ Mia Nurmala et al., “Analisis Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pada Penggunaan E-Commerce Dalam Perspektif Maqashid Al-Syariah” 9, no. 2 (2024): 141–52.

mahasiswa belum sepenuhnya menginternalisasi prinsip-prinsip ini dalam perilaku konsumtif mereka. Kecenderungan untuk melakukan pembelian impulsif terhadap barang-barang non-esensial dan penggunaan fitur pinjaman online yang berpotensi melanggar prinsip-prinsip syariah menjadi indikator utama. Oleh karena itu, perlu dilakukan upaya yang lebih intensif untuk meningkatkan literasi keuangan berbasis syariah di kalangan mahasiswa agar mereka dapat mengadopsi perilaku konsumsi yang lebih bertanggung jawab.

Persamaan yang terdapat pada penelitian di atas dengan penelitian yang akan dilakukan adalah sama-sama membahas mengenai perilaku konsumsi pada penggunaan *E-Commerce*. Sedangkan perbedaan yang terletak antara penelitian di atas dengan penelitian yang akan dilakukan ialah subjek yang digunakan. Jika penelitian di atas menjadikan Mahasiswa sebagai subjek penelitiannya maka penelitian yang akan dilakukan menggunakan warga muslim lingkungan Kelurahan Tegal Alur Kota Jakarta Barat.

Kesebelas, Artikel jurnal penelitian oleh Sinta Dwi Lestari dan Helmi Haris dalam Jurnal Masharif al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah, Tahun 2024 dengan judul “Pengaruh Sosial, Gaya Hidup, Dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Pembelian Melalui *Shopee Paylater* Pada Mahasiswa FEBI UIN Raden Mas Said

Surakarta”³¹. Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa pengaruh sosial tidak signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa dalam memanfaatkan fitur *Shopee PayLater*. Sebaliknya, gaya hidup dan tingkat pengendalian diri individu terbukti menjadi faktor determinan yang signifikan. Analisis lebih lanjut melalui uji F mengkonfirmasi bahwa kombinasi ketiga variabel tersebut secara simultan memberikan pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa dalam konteks penggunaan *Shopee PayLater*.

Persamaan yang terdapat pada penelitian di atas dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu sama sama membahas mengenai perilaku konsumsi pada penggunaan *Shopee PayLater*. Sedangkan perbedaan yang terdapat pada penelitian di atas dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu terletak pada subjek dan pendekatan yang digunakan. Penelitian di atas menjadikan Mahasiswa FEBI UIN Raden Mas Said Surakarta sebagai subjeknya dengan pendekatan metode kuantitatif. Sedangkan penelitian yang akan dilakukan menggunakan warga muslim sebagai subjek penelitian dan menggunakan metode pendekatan kualitatif.

Keduabelas, Artikel penelitian oleh Muhammad Robeth Fuadi dan Dellawaty Supraba pada *Journal of Indonesian Psychological Sciens*, Tahun 2023 dengan judul Kontrol Diri pada Perilaku Konsumtif Remaja

³¹ Sinta Dwi Lestari and Helmi Haris, “Pengaruh Sosial, Gaya Hidup, Dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Pembelian Melalui Shopee Paylater Pada Mahasiswa Febi Uin Raden Mas Said Surakarta,” *Jurnal Masharif Al- Syariah : Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah* 9, no. 1 (2024): 389–404.

yang Menggunakan Fitur *Shopee Paylater*’’.³² Penelitian ini menunjukkan korelasi positif yang signifikan antara tingkat kontrol diri dan perilaku konsumtif remaja yang menggunakan fitur *Shopee PayLater*. Fenomena ini menunjukkan bahwa individu yang memiliki kemampuan tingkat mengontrol diri yang baik cenderung lebih aktif terlibat dalam aktivitas konsumtif, termasuk menggunakan layanan kredit digital seperti *Shopee PayLater*.

Persamaan yang terletak pada penelitian di atas dengan penelitian yang akan dilakukan adalah sama-sama membahas mengenai perilaku konsumsi pada pengguna fitur *Shopee PayLater*. Sedangkan perbedaan yang terdapat pada penelitian di atas dengan penelitian yang akan dilakukan terletak pada variabel yang digunakan, begitu juga dengan subjek penelitian. Jadi, meskipun keduanya membahas mengenai perilaku konsumsi pada penggunaan fitur *Shopee PayLater*, namun pada penelitian di atas menyertakan variabel tambahan yang digunakan untuk melihat tingkat pengaruh terhadap perilaku konsumtif seseorang.

Ketigabelas, Artikel penelitian oleh Tiara Ratnaningrum, Rina Dewi, Bambang Karnain, Harsono Teguh Santoso, Achmad Daengs GS pada Jurnal Mahasiswa Manajemen dan Akuntansi Tahun 2024, Tahun 2024 dengan judul ‘Pengaruh Belanja Online dan Fitur *Paylater* Shopee

³² Muhammad Robeth Fuadi, Dellawaty Supraba, and Universitas Merdeka Malang, “Kontrol Diri Pada Perilaku Konsumtif Remaja Yang Menggunakan Fitur *Shopee Pay Later*” 3, no. 2 (2023): 363–73.

Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat Di Kota Surabaya”³³. Penelitian ini menunjukkan bahwa kemudahan membayar kemudian (*paylater*) di Shopee menjadi faktor utama yang membuat masyarakat Surabaya lebih sering berbelanja secara online. Oleh karena itu, perlu adanya upaya untuk memberikan informasi yang lebih lengkap tentang *paylater* dan dampaknya terhadap keuangan pribadi. Pemerintah juga harus berperan aktif dalam melindungi konsumen dan meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya pengelolaan keuangan yang sehat.

Persamaan yang terdapat pada penelitian di atas dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu sama-sama membahas mengenai kemudahan akses penggunaan *paylater* yang dapat menimbulkan perilaku konsumsi berlebih bagi penggunanya. Sedangkan perbedaan penelitian di atas dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu pendekatan yang digunakan dan lokus yang digunakannya. Penelitian di atas menggunakan metode pendekatan kuantitatif. Penelitian yang akan dilakukan menggunakan pendekatan kualitatif dengan lokus warga muslim yang terdapat di lingkungan Kelurahan Tegal Alur Kota Jakarta Barat.

Keempatbelas, Artikel penelitian oleh Eddy Rohayedi dan Maulina pada tahun 2020 dengan judul “Konsumerisme dalam Perspektif Islam”³⁴. Penelitian ini mengemukakan tentang bagaimana Islam

³³ Tiara Ratnaningrum et al., “Pengaruh Belanja Online Dan Fitur Paylater Shopee Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat Di Kota Surabaya” 3, no. 2 (2024).

³⁴ Eddy Rohayedi and Maulina Maulina, “Konsumerisme Dalam Perspektif Islam,” *Transformatif* 4, no. 1 (2020): 31–48, <https://doi.org/10.23971/tf.v4i1.1900>.

memandang konsumerisme. Jurnal Transformatif Institut Agama Islam Negeri Palangka Raya, 2020. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konsumsi diatur oleh dua ciri yaitu berlebihan, irasional, kepuasan dan berorientasi pada diri sendiri, kepuasan duniawi dan kesombongan. Islam mengajarkan perilaku konsumen yang mengikuti gagasan keseimbangan dalam berbagai aspek, sesuai kebutuhan dan mempunyai nilai manfaat sesuai rasionalitas.

Persamaan antara penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu penelitian ini juga membahas tentang bagaimana konsumerisme dalam perpektif Islam. Sedangkan perbedaan dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu penelitian akan memiliki fokus terhadap perilaku konsumsi masyarakat muslim dalam pembelian secara online menggunakan *Shopee PayLater* serta bagaimana teori konsumsi Islam memandang hal tersebut.

Kelimabelas, Penelitian skripsi yang dilakukan oleh Elvyo Salsabela pada tahun 2020 dengan judul penelitian “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Praktik Jual Beli Menggunakan *Shopee PayLater*.”³⁵ Hasil penelitian ini membahas mengenai mekanisme yang terjadi pada akad praktik jual beli menggunakan *Shopee PayLater* secara garis besar sudah memenuhi beberapa syarat dan rukun akad jual beli dan bai’ taqasith. Namun ada syarat yang tidak terpenuhi yaitu kejelasan akad

³⁵ Elvyo Salsabela, “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Parakti Jual Beli Menggunakan *ShopeePayLater*,” 2020.

dimana tidak disebutkan besaran bunga, sehingga dapat menimbulkan unsur penipuan (gharar) dan membuat akad tersebut batal. Sedangkan perbedaan pada penelitian ini yaitu fokus mengenai penjelasan yang menerangkan hukum yang terdapat pada pembayaran *Shopee PayLater* pada jual beli online.

F. Metode Penelitian

1. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian lapangan (*field research*) yaitu penelitian yang dilakukan secara langsung dilapangan untuk memperoleh data yang diperlukan. Penelitian ini dilakukan dengan meneliti secara langsung pada objeknya, sebagai salah satu bentuk usaha untuk mengumpulkan data dan berbagai macam informasi lainnya.³⁶ Penelitian ini dilakukan dengan cara menggali data yang bersumber dari masyarakat muslim di Kelurahan Tegal Alur Kecamatan Kalideres Kota Jakarta Barat dalam Belanja Online Menggunakan Pembayaran *Shopee PayLater*.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, di mana data penelitian disajikan dalam bentuk kata-kata dan bukan angka.³⁷ Pendekatan ini bertujuan untuk memahami dan menggambarkan suatu fenomena secara mendalam dan menyeluruh.

³⁶ Kartini Kartono, *Pengantar Metodologi Research Social* (Bandung: Penerbit Alami, 1998), 27-28.

³⁷ Noeng Muhadjir, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Yogyakarta, Rakesarasin, 1996), 2.

Penelitian kualitatif berbeda dengan penelitian kuantitatif yang menggunakan data numerik dan statistik. Dalam penelitian kualitatif, peneliti berusaha untuk mengungkap makna dibalik data dan memahami perspektif para partisipan penelitian. Penelitian deskriptif, di sisi lain, berfokus pada penggambaran suatu fenomena secara objektif dan akurat.

Tujuan utama penelitian kualitatif deskriptif adalah untuk membuat deskripsi yang sistematis, faktual, dan akurat mengenai fakta, sifat, dan hubungan antar fenomena yang diteliti. Hasil penelitian ini dapat digunakan untuk meningkatkan pemahaman tentang suatu fenomena dan memberikan dasar untuk penelitian selanjutnya.³⁸ Dalam penelitian ini merupakan penelitian deskripsi yang dimaksudkan oleh penulis yakni sebagai penelitian yang dapat memberikan penjelasan mengenai analisis perilaku warga muslim di Kelurahan Tegal Alur Kecamatan Kalideres Kota Jakarta Barat dalam Belanja Online Menggunakan Pembayaran *Shopee PayLater*.

2. Kehadiran Peneliti

Dalam penelitian kualitatif, kehadiran dan partisipasi peneliti berperan sangat penting karena peneliti merupakan instrumen utama dalam pengumpulan data dan menganalisis data. Selain itu peneliti bertanggung jawab untuk membuat fokus penelitian, menentukan subjek ataupun objek dalam pengumpulan data, menilai serta

³⁸ Moh. Nazir, *Metode Penelitian* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2011), 54.

mengevaluasi kualitas data, menganalisis data, menafsirkan data, dan membuat kesimpulan hasil penelitian.³⁹

Peneliti dalam penelitian kualitatif merupakan salah satu elemen penting yang harus terlibat secara langsung dalam penelitian karena dapat memengaruhi bagaimana data yang dikumpulkan, diinterpretasikan serta dipresentasikan. Pada fase ini peneliti berusaha menjalin hubungan baik dengan informan, yang pada akhirnya informan tersebut dapat memberikan informasi bersamaan dalam pengumpulan informasi sehingga informasi yang dihasilkan memiliki kebenaran data yang dapat dipercaya dan valid. Dalam penelitian ini, lokasi yang dijadikan sebagai objek penelitian terdapat di wilayah Kelurahan Tegal Alur Kecamatan Kalideres Kota Jakarta Barat.

3. Lokasi Penelitian

Lokasi yang dijadikan sebagai objek penelitian yakni di Kelurahan Tegal Alur Kecamatan Kalideres Kota Jakarta Barat. Penelitian ini dilakukan dengan menjadikan warga muslim wilayah setempat sebagai narasumber atau informan. Peneliti melakukan penelitian di wilayah Kelurahan Tegal Alur karena melalui observasi awal melihat tingginya penggunaan aplikasi Shopee dan penggunaan *Shopee PayLater* yang cukup signifikan dan banyaknya intensitas pengiriman paket yang dikirimkan, terlebih pada saat event promo yang telah berlangsung

³⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2014).

sehingga menarik untuk dijadikan sebagai bahan penelitian yang berkaitan dengan perilaku konsumsi warga muslim dalam berbelanja online selain itu peneliti bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi dan dampak yang dihasilkan oleh warga muslim dalam berbelanja online pada penggunaan *Shopee PayLater*.

4. Data dan Sumber Data

Data merupakan catatan atas kumpulan fakta⁴⁰ yang dilakukan untuk dapat memperoleh keterangan yang benar dan nyata.⁴¹ Dalam penggunaan hariannya, data memiliki arti sebagai suatu pernyataan yang dapat diterima secara apa adanya. Pernyataan ini merupakan hasil adanya pengukuran ataupun pengamatan suatu variabel yang bentuknya dapat berupa angka, kata-kata ataupun citra. Dalam penelitian ini berupa data primer dan data sekunder. Sumber data yang digunakan dalam penelitian adalah:

a. Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh atau dikumpulkan secara langsung di lapangan. dalam penelitian ini peneliti memperoleh data atau informasi dengan menggunakan instrumen-instrumen yang telah ditetapkan.⁴² Pada penelitian ini

⁴⁰ Wikipedia, "Data," 2024, pada <https://id.wikipedia.org/wiki/Data>, (diakses pada 25 Agustus 2024, jam 15.00).

⁴¹ Kamus Besar Bahasa Indonesia, "Data," 2024, pada <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/data>, diakses pada 25 Agustus 2024, jam 15.10).

⁴² Sri Mamuji dkk, *Metode Penelitian dan Penulisan Hukum* (Jakarta: Badan Penerbit Fakultas Hukum Universitas Indonesia, 2005), 28.

sumber data primer yang diperoleh adalah hasil wawancara dengan warga atau masyarakat muslim di Kelurahan Tegal Alur Kecamatan Kalideres Kota Jakarta Barat yang menggunakan *Shopee PayLater* dalam berbelanja online.

b. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang dapat diperoleh dari kepustakaan⁴³, yang dapat dijadikan sebagai pendukung data primer. Data sekunder yang terdapat pada penelitian ini dapat berupa artikel, buku maupun literatur-literatur yang berkaitan dengan judul penelitian, berfungsi sebagai rujukan dan alat bantu dalam proses analisis peneliti.

5. Teknik Pengumpulan Data

Dalam rangka untuk dapat memperoleh data yang berkaitan dengan penelitian ini, maka peneliti menggunakan metode atau teknik pengumpulan data sebagai berikut:

a. Observasi

Sugiyono mengemukakan bahwa observasi adalah teknik pengumpulan data yang relevan dan melibatkan pengamatan langsung dan pencatatan perilaku atau kejadian yang terjadi pada objek dan subjek penelitian.⁴⁴ Dalam hal ini, penulis melakukan

⁴³ Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik* (Jakarta: Bumi Aksara, 2004), 20.

⁴⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2013), 145.

pengamatan pendahuluan kepada masyarakat muslim di Kelurahan Tegal Alur Kecamatan Kalideres Kota Jakarta Barat untuk mengetahui fenomena perilaku konsumsi berlebih dalam belanja online menggunakan pembayaran *Shopee PayLater* yang memungkinkan dapat membangun latar belakang masalah pada penelitian ini secara lebih luas dan mendalam.

b. Wawancara

Wawancara merupakan proses tanya jawab ataupun berbincang secara langsung kepada responden yang dilakukan oleh penulis untuk mengetahui informasi mengenai tema, topik dan kebutuhan lainnya dalam penelitian.⁴⁵ Pengumpulan data dengan cara wawancara digunakan sebagai salah satu cara yang dilakukan oleh peneliti untuk dapat mengkaji studi pendahuluan agar dapat menemukan permasalahan yang harus ditelitinya, selain itu digunakan apabila peneliti ingin mengetahui informasi lain yang mendalam dari responden.⁴⁶ Wawancara yang digunakan dalam penelitian ini memerlukan beberapa warga muslim yang dapat dijadikan sebagai informan.

Teknik yang digunakan pada pemilihan informan dalam penelitian ini yaitu dengan cara purposive sampling. Purposive sampling merupakan teknik pengambilan sampling yang memiliki

⁴⁵ Ibid., 231.

⁴⁶ Ibid.

tujuan ialah untuk mengambil informasi secara terencana.⁴⁷ Dengan berdasarkan tujuan dan pertimbangan yang ada. Sebagai contoh, seseorang atau informan tersebut dianggap sebagai orang yang dapat memberikan informasi secara maksimal seperti apa yang peneliti harapkan mengenai obyek atau situasi yang akan diteliti.

Kriteria informan yang terdapat pada penelitian ini yaitu: Pertama, warga muslim di Kelurahan Tegal Alur Kecamatan Kalideres Kota Jakarta Barat. Kedua, pernah melakukan belanja online. Ketiga, menggunakan *e-commerce* Shopee dan mengaktifkan serta menggunakan fitur pembayaran *Shopee PayLater*. Keempat, jarak informan tidak lebih dari satu kilometer (1km). Kelima, memilih berdasarkan tingkat pendidikan, pendapatan dan usia. Keenam, tingkat pendidikan SMA sampai dengan tingkat sarjana karena memiliki pengetahuan dan sadar akan keputusan pembelian. Ketujuh, pendapatan, memahami struktur risiko atas keputusannya. Kedelapan, usia dapat menjadi fenomena mengenai psikologisnya yang memiliki perilaku konsumtif.

⁴⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif Dan R Dan D* (Bandung: PT. Alfabeta, 2006).

6. Teknik Pengolahan Data

Metode pengolahan data didapatkan secara langsung ataupun melalui literatur. Menurut Miles dan Huberman, analisis adalah proses pencarian dan pengumpulan data secara sistematis yang diperoleh dari wawancara dan observasi. Selanjutnya dilakukan dengan cara mengolahnya ke dalam beberapa kategori, mendeskripsikan setiap unit, menyusun dan membuat pola, memilih untuk dipelajari serta mengambil keputusan agar pembaca atau diri sendiri mudah dalam memahaminya.⁴⁸ Pada aktivitas pengolahan data ialah reduksi data, penyajian data serta penarikan kesimpulan.

7. Teknik Analisis Data

Analisis data kualitatif dilakukan pada saat pengumpulan data dan setelah selesai pengumpulan data dalam jangka waktu tertentu. Analisis data merupakan proses pencarian dan pengumpulan data secara sistematis yang diperoleh dari observasi, wawancara dan dokumen, dengan cara mengorganisasikan data ke dalam beberapa kategori, mendeskripsikan, menggabungkan serta mengorganisasikannya, memilih beberapa hal penting dan apa yang hendak dipelajari dan dilakukan serta membuat kesimpulan yang dapat dipahami oleh diei sendiri maupun orang lain.⁴⁹

⁴⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung: Alfabeta), 129.

⁴⁹ Ibid., 138

Sugiyono berpendapat bahwasannya analisis data kualitatif bersifat induktif. Artinya, kesimpulan dan teori tidak dapat ditentukan hanya di awal penelitian, melainkan muncul dan berkembang secara bertahap berdasarkan temuan data yang dianalisis. Hal ini memungkinkan peneliti untuk menemukan pemahaman dan wawasan baru yang tidak terduga sebelumnya. Melakukan analisis data kualitatif dengan baik membutuhkan keterampilan, ketelitian, dan pemikiran kritis dari peneliti. Peneliti harus mampu membaca data secara mendalam, mengidentifikasi pola dan hubungan yang tersembunyi, serta menginterpretasikan makna data dengan tepat. Dengan menerapkan analisis data kualitatif secara cermat dan sistematis, peneliti dapat menghasilkan temuan penelitian yang kaya makna, mendalam, dan memberikan kontribusi yang signifikan bagi pengembangan ilmu pengetahuan dan solusi atas berbagai permasalahan yang ada.⁵⁰

Analisis data dalam penelitian kualitatif bagaikan sebuah petualangan untuk menguak makna tersembunyi dari data. Dimulai dengan langkah awal yaitu mengorganisasikan dan menyiapkan data, ibarat merapikan harta karun yang baru ditemukan. Data yang umumnya berupa teks dari transkrip atau foto ini kemudian dipersiapkan untuk dianalisis. Langkah selanjutnya adalah proses

⁵⁰ Ellyn Citra Putranti dan Khusnik Hudzafida Subakti Hani, *Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif* (Bandung: CV Media Sains Indonesia, 2022), 18.

krusial yang disebut pengkodean. Dalam proses ini, peneliti mewarnai data dengan kode-kode tertentu, bagaikan menerjemahkan bahasa rahasia yang terkandung didalamnya. Peneliti mengelompokkan data berdasarkan tema, meringkas inti dari setiap kode, dan mereduksi data yang berlimpah menjadi lebih terstruktur dan mudah dipahami. Sesuai dengan pernyataan tersebut, tema-tema besar mulai bermunculan, bagaikan benang merah yang menghubungkan berbagai potongan data. Tema-tema ini menjadi kunci untuk memahami makna dan memberikan interpretasi yang mendalam tentang fenomena yang diteliti. Temuan-temuan menarik ini kemudian dipresentasikan dalam bentuk yang informatif dan mudah dipahami, seperti bagan, tabel, atau pembahasan yang mengalir. Hasil analisis ini ibarat harta karun yang digali dari petualangan penelitian, memberikan kontribusi berharga bagi pengembangan ilmu pengetahuan dan solusi atas berbagai permasalahan yang ada. Menurut Miles dan Huberman aktivitas dalam analisis data melalui tiga tahap yaitu:⁵¹

a. Reduksi Data

Dalam penelitian kualitatif, reduksi data merupakan proses penting untuk menyeleksi, menyederhanakan, dan mengubah data yang terkumpul, baik dari catatan lapangan maupun transkripsi tertulis. Melalui reduksi data, peneliti dapat memfokuskan

⁵¹ Muhammad Rijal Fadli, "Memahami Desain Metode Penelitian Kualitatif" 21, no. 1 (2021): 33–54, dalam <https://doi.org/10.21831/hum.v21i1>.

penelitian, mempermudah analisis, meningkatkan efisiensi, dan menghasilkan temuan penelitian yang berkualitas. Penelitian ini menggunakan observasi, wawancara serta studi kepustakaan tentang perilaku konsumsi masyarakat muslim di Kelurahan Tegal Alur Kecamatan Kalideres Kota Jakarta Barat dalam belanja online menggunakan pembayaran *Shopee PayLater*. Peneliti memilih data yang dibutuhkan, diseleksi dan disimpan. Observasi, dokumentasi dan wawancara diharapkan dapat membantu peneliti dalam mengumpulkan data.

b. Penyajian Data

Penyajian data merupakan kumpulan informasi terstruktur yang memungkinkan adanya penarikan kesimpulan dan tindakan yang diambil. Langkah ini dilakukan dengan menyajikan sekumpulan informasi yang tersusun yang dapat memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan. Data yang telah didapatkan peneliti dari narasumber, nanti akan dilakukan penyusunan oleh peneliti agar data yang diperoleh dapat dipahami dan terbaca dengan jelas dan mudah.

c. Penarikan Kesimpulan

Kesimpulan awal yang didapatkan merupakan hasil kesimpulan yang bersifat sementara dan akan dapat berubah jika terdapatnya bukti baru yang lebih kuat untuk dapat mendukung langkah pengumpulan data selanjutnya. Jika data lapangan yang

dikumpulkan kembali menguatkan temuan awal, maka kesimpulan yang dihasilkan bersifat valid dan kredibel.⁵² Dalam hal ini, peneliti akan dapat menyampaikan kesimpulan dan hasil penelitian mengenai perilaku konsumsi warga muslim di Kelurahan Tegal Alur Kecamatan Kalideres Kota Jakarta Barat.

8. Teknik Keabsahan Data

Penelitian kualitatif merupakan penelitian dengan tujuan untuk mendapatkan penemuan, sehingga wajar apabila membutuhkan waktu yang lebih lama dan memerlukan suatu pengujian keabsahan data, karena mereka menganggap suatu objek sebagai hal yang akan terus mengalami perubahan sebagai akibat dari setiap aspeknya yang saling terhubung satu dengan lainnya. Terdapat beberapa teknik yang dapat digunakan dalam pengujian keabsahan data, diantaranya ialah menggunakan metode triangulasi. Pada penelitian ini, peneliti melakukan wawancara terhadap subjek penelitian yang terdiri dari pengguna layanan *Shopee PayLater* dalam hal ini yaitu masyarakat muslim Kota Jakarta Barat dengan menggunakan teknik pengecekan keabsahan data menggunakan teknik triangulasi.

Teknik triangulasi data merupakan proses pengecekan keabsahan data ini mulanya diperkenalkan oleh N.K Denzin pada tahun 1978.⁵³

⁵² Siyoto dan Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian, Literasi* (Yogyakarta: Media Publishing, 2015).

⁵³ Ismail Suardi Wekke, *Metode Penelitian Sosial* (Yogyakarta: Gawe Buku, 2019), 112.

Triangulasi adalah teknik memverifikasi data dengan membandingkan data dari berbagai sumber, menggunakan berbagai metode pengumpulan data, dan menganalisis data dari berbagai sudut pandang terhadap data yang telah diperoleh.⁵⁴ Keabsahan data penelitian dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti kredibilitas informan, waktu pengungkapan informasi, dan kondisi yang dialami informan. Oleh karena itu, peneliti perlu melakukan triangulasi, yaitu memverifikasi data dengan cara mengumpulkannya dari berbagai sumber, menggunakan berbagai metode pengumpulan data, dan pada waktu yang berbeda. Sehingga terdapat triangulasi informan, triangulasi teknik pengumpulan data serta triangulasi waktu.⁵⁵

G. Sistematika Pembahasan

- BAB I : PENDAHULUAN**
Berisi latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian dan sistematika pembahasan.
- BAB II : TEORI KONSUMSI**
Merupakan tinjauan kepustakaan yang berisi landasan teori dan penelitian terdahulu. Teori dipaparkan dalam bab ini disesuaikan dengan rumusan masalah yang disampaikan sebelumnya mengenai tingkat konsumsi warga muslim di Kelurahan Tegal Alur Kecamatan Kalideres Kota Jakarta Barat.
- BAB III : PAPARAN DATA PERILAKU KONSUMSI WARGA MUSLIM DI KELURAHAN TEGAL ALUR KECAMATAN KALIDERES KOTA JAKARTA BARAT DALAM BELANJA ONLINE MENGGUNAKAN PEMBAYARAN SHOPEE PAYLATER**

⁵⁴ Lexxy J. Moloeng, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2018), 334.

⁵⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2013), 274.

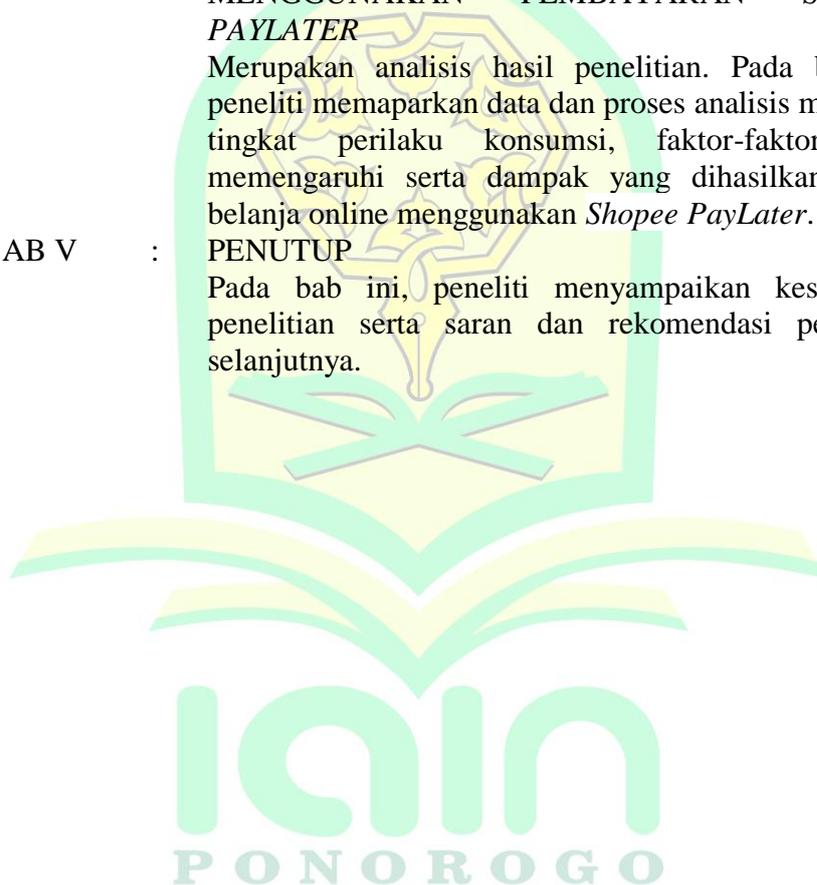
Berisi paparan data yang diperoleh dari informana atau narasumber yaitu warga muslim di Kelurahan Tegal Alur Kecamatan Kalideres Kota Jakarta Barat. Paparan data berisi sejumlah informasi terkait perilaku konsumsi dan faktor-faktor yang memengaruhi dalam belanja online menggunakan *ShopeePayLater* serta dampak yang dihasilkan dalam belanja online menggunakan *ShopeePayLater*.

BAB IV : ANALISIS PERILAKU KONSUMSI WARGA MUSLIM DI KELURAHAN TEGAL ALUR KECAMATAN KALIDERES KOTA JAKARTA BARAT DALAM BELANJA ONLINE MENGGUNAKAN PEMBAYARAN SHOPEE PAYLATER

Merupakan analisis hasil penelitian. Pada bab ini, peneliti memaparkan data dan proses analisis mengenai tingkat perilaku konsumsi, faktor-faktor yang memengaruhi serta dampak yang dihasilkan dalam belanja online menggunakan *Shopee PayLater*.

BAB V : PENUTUP

Pada bab ini, peneliti menyampaikan kesimpulan penelitian serta saran dan rekomendasi penelitian selanjutnya.



BAB II

PERILAKU KONSUMSI

A. Teori Perilaku Konsumen

1. Pengertian Perilaku Konsumen

Winardi mendefinisikan bahwa perilaku konsumen merupakan perilaku seseorang dalam merencanakan, membeli serta menggunakan barang-barang bersifat ekonomi dan jasa.⁵⁶ Simamura berpendapat bahwa perilaku konsumen ialah suatu tindakan yang dilakukan secara langsung dan terlibat untuk mendapatkan, menggunakan serta menghabiskan beberapa produk dan jasa yang didalamnya melalui adanya proses keputusan terlebih dahulu serta mengikuti tindakan tersebut.⁵⁷

Schiffman dan Kanik juga berpendapat bahwa perilaku konsumen dapat dikatakan sebagai suatu ilmu yang menjelaskan mengenai proses pembuatan keputusan mulai dari individu, kelompok serta organisasi dalam membuat keputusan-keputusan pembelian atau melakukan suatu transaksi pembelian produk yang dikonsumsinya.⁵⁸ Perilaku konsumen dapat dipahami sebagai bagian dari langkah yang dilakukan

⁵⁶ Winardi, *Marketing Dan Perilaku Konsumen* (Bandung: Mandar Maju, 2010), 49.

⁵⁷ Bilson Simamura, *Panduan Riset Perilaku Konsumen* (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka, 2004), 1.

⁵⁸ Ristiyanti Prasetijo dan John J.O.I Lhalauw, *Perilaku Konsumen* (Yogyakarta: Andi Yogyakarta, 2004).

serta ditempuh oleh seseorang atau kelompok bahkan organisasi untuk memenuhi kebutuhan penggunaan serta keinginannya pribadi.⁵⁹

Menurut Schiffman dan Kanuk langkah-langkah yang terdapat dalam perilaku konsumen yaitu meliputi:

- a) Memahami kebutuhan;
- b) Mencari informasi sebelum membeli;
- c) Melakukan perbandingan terhadap beberapa pilihan;
- d) Melakukan pembelian secara coba-coba sehingga dapat melakukan secara berulang;
- e) Dan melakukan evaluasi setelah membeli barang dan jasa tersebut.⁶⁰

Menurut ekonomi konvensional perilaku konsumsi seseorang ialah suatu usaha dalam rangka memenuhi kebutuhannya sehingga dapat tercapai kepuasan secara maksimal. Sedangkan menurut ekonomi Islam, perilaku konsumsi seorang muslim bukan hanya memenuhi kebutuhan jasmaninya saja, melainkan berupa pemenuhan kebutuhan rohaninya. Sehingga perilaku konsumsi seorang muslim diharapkan dapat mengindahkan hukum ataupun prinsip Islam. Seorang muslim diupayakan untuk dapat mengalokasikan pendapatannya dan

⁵⁹ Elysa Septiana and Aji Damanuri, "Perubahan Perilaku Konsumen Generasi Milenial Dan Generasi Z Terhadap Pembelian Consumer Goods Pada Era Digital Di Desa Beton," *IJMA (Indonesian Journal of Management and Accounting)* 5, no. 2 (2024): 248–61, <https://ejournal.almaata.ac.id/index.php/IJMA/index>.

⁶⁰ Mulyadi Nitisusarto, *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Kewirausahaan* (Bandung: Alfabeta, 2013), 33.

memenuhi kebutuhan jasmani dan rohaninya berupa sedekah, infaq dan zakat.⁶¹

Sehingga perilaku konsumen merupakan suatu tindakan atau perilaku seseorang dalam memahami kebutuhan, mencari informasi sebelum melakukan kegiatan pembelian, melakukan perbandingan terhadap beberapa pilihan, melakukan pembelian serta melakukan evaluasi setelah membeli dan menggunakan barang atau jasa tersebut.

2. Faktor-Faktor yang Memengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen

Salah satu cara yang digunakan suatu perusahaan dalam mencari informasi mengenai alasan mengapa konsumen melakukan keputusan pembelian, apasaja yang biasa dibeli dan berapa banyak produk atau jasa yang dapat dibelinya yakni dengan mengetahui faktor-faktor apasaja yang memengaruhi pembelian. Kotler dan Keller berpendapat bahwa faktor-faktor yang memengaruhi perilaku konsumen itu sendiri ialah budaya, sosial, dan pribadi.⁶²

1) Faktor Budaya

a. Budaya (*Culture*)

Budaya dikatakan sebagai nilai dasar, persepsi, keinginan dan perilaku seseorang mulai dari keluarga dan institusi penting lainnya.

⁶¹ Muhammad Muflih, *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Ekonomi Islam* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2006), 102.

⁶² Phillip Kotler and Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Erlangga, 2008), 166.

b. Subbudaya (*Subculture*)

Subbudaya memberikan identifikasi dan sosialisasi yang lebih spesifik dengan meliputi kebangsaan, agama, kelompok ras dan wilayah geografis.⁶³

2) Faktor Sosial

a. Kelompok Referensi (*reference group*)

Kelompok referensi merupakan seluruh kelompok yang memiliki pengaruh yang cukup kuat secara langsung maupun tidak langsung terhadap atau perilaku orang tersebut.⁶⁴

b. Keluarga

Keluarga dapat dikatakan sebagai suatu organisasi pembelian konsumen yang terpenting dalam masyarakat serta anggota keluarga karena dapat mempersentasikan kepada kelompok referensi utama yang sangat berpengaruh. Terdapat dua keluarga dalam kehidupan pembelian yaitu keluarga orientasi (*family orientation*) yang terdiri dari orang tua dan saudara kandung. Selain itu terdapat keluarga prokreasi (*family procreation*) yang terdiri dari pasangan dan anak-anak.⁶⁵

⁶³ Ibid.

⁶⁴ Ibid., 170.

⁶⁵ Ibid., 171.

c. Peran dan Status

Peran (*role*) terdiri dari kegiatan yang diharapkan dapat dilakukan setiap individu. Setiap peran memiliki kedudukan status. Setiap individu dapat memilih produk yang dapat mencerminkan serta mengkomunikasikan peran serta status yang diinginkan orang lain.⁶⁶

3) Faktor Pribadi

a. Usia dan Tahap Siklus Hidup

Mengonsumsi suatu produk, barang dan jasa dapat dibentuk oleh siklus hidup keluarga, jumlah usia serta jenis kelamin berdasarkan orang dalam rumah tangga.⁶⁷

b. Pekerjaan dan Keadaan Ekonomi

Suatu pekerjaan yang dimiliki seseorang dapat memengaruhi tingkat pembelian terhadap produk barang dan jasa yang akan digunakannya. Tingkat keputusan pembelian juga dapat dipengaruhi oleh keadaan ekonomi yang dimiliki seseorang karena tingkat penghasilan yang dihasilkan dan banyaknya tabungan, aset serta sikap terhadap pengeluaran yang dimiliki setiap orang jelas berbeda.⁶⁸

⁶⁶ Ibid., 172.

⁶⁷ Ibid., 172.

⁶⁸ Ibid., 173.

c. Kepribadian dan Konsep Diri

Kepribadian (*personality*) merupakan sekumpulan sifat atau perilaku manusia yang dapat menyebabkan suatu respon yang relatif konsisten terhadap lingkungan.

d. Gaya Hidup

Gaya hidup (*lifestyle*) merupakan pola kehidupan seseorang yang tercermin pada segala kegiatan seperti (pekerjaan, hobi, berbelanja dan olahraga), minat (makanan, model, keluarga, rekreasi) dan pendapatnya mengenai bisnis, produk serta isu sosial.⁶⁹

B. Teori Perilaku Konsumsi dalam Islam

1. Ciri-Ciri Perilaku Konsumen Muslim

Perilaku konsumen muslim ialah suatu kegiatan seseorang yang berkaitan memenuhi kebutuhan hidupnya baik itu kegiatan pembelian, maupun penggunaan suatu produk, barang atau jasa berdasarkan prinsip atau kaidah ajaran Islam sehingga dapat berguna untuk kemaslahatan umat. Ciri-ciri perilaku konsumen muslim yaitu sebagai berikut:

- a. Pola konsumsi seorang muslim didasarkan pada suatu tindakan untuk memahami bahwa kebutuhan setiap manusia itu hanya terbatas. Seorang muslim akan mengkonsumsi dengan baik dan

⁶⁹ Ibid., 175.

tidak berlebihan. Tingkat kepuasan dalam berkonsumsi terletak berdasarkan kebutuhan, bukan keinginan.

- b. Tingkat kepuasan tidak ditentukan oleh banyaknya pilihan, melainkan kepada kemaslahatan yang dapat dihasilkannya.
- c. Seorang muslim tidak akan mengkonsumsi suatu barang apabila barang tersebut bernilai pada *syubhat* (adanya keraguan atas ketidakjelasan akan halal dan haram) produk tersebut.
- d. Seorang muslim tidak akan mengeluarkan hartanya secara berlebihan serta tidak akan membelanjakan barang yang tidak sesuai dengan pendapatannya.
- e. Tingkat kepuasan yang dicapai seorang muslim tergantung kepada rasa syukur atas nikmat yang telah diberikan oleh-Nya.⁷⁰

Islam melarang umat muslim untuk mengkonsumsi secara berlebihan.⁷¹ Islam telah mengharamkan perilaku berlebih-lebihan sekalipun barang yang dikonsumsinya ialah barang halal. Islam memperbolehkan seorang muslim untuk memenuhi keinginannya selama masih dalam batas wajar dan sesuai dengan syariat Islam..

2. Konsep Konsumsi dalam Islam

Menurut ekonomi Islam setiap kegiatan konsumsi umat muslim dalam memenuhi kebutuhan hidupnya berupa dalam bentuk barang ataupun jasa harus sesuai dengan prinsip dan syariat yang ada yakni

⁷⁰ Heri Sudarsono, *Konsep Ekonomi Islam* (Yogyakarta: Ekonisia, 2002), 187-188.

⁷¹ Luthfi Hadi Aminuddin, "RELASI MUSLIM DAN NON MUSLIM MENURUT NAHDLATUL ULAMA: Studi Atas Hasil-Hasil Keputusan Bah}th al-Masa>'il Nahdlatul Ulama," *Justicia Islamica* 11, no. 2 (2014), <https://doi.org/10.21154/justicia.v11i2.105>.

memenuhi kebutuhan jasmani dan rohaninya sehingga mampu untuk memaksimalkan diri sebagai hamba Allah Swt. yang bermanfaat kepada sesama serta mendapatkan kebahagiaan dan kesejahteraan didunia maupun di akhirat.⁷² Pemenuhan kebutuhan baik berupa barang, jasa, maupun konsumsi dalam perekonomian Islam harus sesuai dengan syariat Islam. Konsumsi dalam Islam tidak sekadar memenuhi kebutuhan saja, namun harus dibarengi dengan niat baik dan bernilai ibadah.⁷³

Menurut ekonomi Islam, seluruh aktivitas manusia dengan tujuan melakukan kebaikan akan bernilai ibadah, yakni sama halnya seperti kegiatan konsumsi. Menurut pendapat Yusuf Al-Qardhawi, kegiatan konsumsi hendaknya dilakukan dengan cara yang halal dan dilakukan secara hemat (*saving*), membelanjakan harta dengan cara berinfak (*maslahat*) dan menghindari perjudian, mabuk-mabuk-an seperti khamr dan sombong. Menghindari sifat berlebihan, kemewahan serta menghindari hutang. Konsumsi yang halal merupakan konsumsi yang dilakukan menggunakan barang yang halal serta diperoleh dengan cara yang halal sehingga akan memperoleh keberkahan dan manfaat yang tidak ada putusnya.⁷⁴

⁷² Ekonomi Islam Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI) UII, *Ekonomi Islam* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2008), 134.

⁷³ Lina Fatimatuzzahro and Lukman Santoso, "Pengaruh Penguasaan Mata Kuliah Etika Bisnis Islam Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa," *SERAMBI: Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis Islam* 1, no. 2 (2019): 13–20, <https://doi.org/10.36407/serambi.v1i2.67>.

⁷⁴ *Ibid.*, 136.

Konsumsi menurut Islam ialah suatu kegiatan yang dilakukan selain untuk memenuhi kebutuhan serta keinginan semata-mata untuk kepuasan saja tetapi juga sebagai tujuan untuk dapat beribadah kepada Allah Swt. Dengan mengkonsumsi barang atau jasa yang sesuai dengan kaidah syariat Islam, seorang konsumen muslim tidak hanya sekedar memenuhi kebutuhannya saja tetapi juga sebagai sarana beribadah kepada Allah Swt.

Norma dasar yang sebaiknya dapat dijadikan sebagai landasan dalam berperilaku konsumen menurut Yusuf Al-Qardhawi bagi setiap muslim yaitu sebagai berikut:

1) Membelanjakan Harta dalam Kebaikan dan Menjauhi Sifat Kikir

Harta yang telah diberikan Allah Swt. kepada manusia sudah selayaknya digunakan untuk kemaslahatan diri sendiri dan umat manusia lainnya sebagai cara beribadah kepada Allah Swt. terdapat dua cara dalam memanfaatkan harta yaitu menggunakan harta untuk fii sabilillah serta menggunakan harta untuk diri sendiri dan keluarga. Menghabiskan uang untuk amal kebaikan dan menghindari sifat kikir dalam mengkonsumsi dapat memperhatikan sebagai berikut:⁷⁵

⁷⁵ Yusuf Qardhawi, *Norma Dan Etika Ekonomi Islam* (Jakarta: Gema Isani Press, 1997), 138.

a. Menggunakan Harta Secukupnya

Islam menyarankan agar pola konsumsi dengan menggunakan harta secara wajar dan berimbang antara pola kekikiran dan pemborosan. Islam mendukung pola konsumsi dan penggunaan kekayaan secara rasional dan seimbang, yaitu pola yang terletak antara konsumsi secara bijak dan menghindari adanya pemborosan. Manusia tidak seharusnya mengejar kepuasan semata-mata dengan meningkatkan kuantitas konsumsi tanpa mempertimbangkan kemampuan finansial.

Pada hakikatnya Islam berupaya menganjurkan seluruh umat muslim untuk menggunakan hartanya sesuai dengan kemampuannya. Pengeluaran mereka tidak boleh melebihi penghasilan yang dimilikinya agar dapat mengurangi terjadinya pemborosan. Setiap muslim telah dilarang membelanjakan hartanya yang kurang dari kemampuan mereka karena akan berdampak pada kekikiran. Islam telah mengajarkan untuk memiliki sifat sederhana, bijak dalam belanja serta menabung. Seseorang tidak seharusnya menghabiskan seluruh hartanya untuk pemenuhan kebutuhan yang bersifat konsumtif dan melebihi kemampuan finansialnya.

b. Wajib Membelanjakan Harta

Perintah membelanjakan harta ditetapkan setelah perintah untuk beriman kepada Allah Swt. dan Rasul-Nya menunjukkan bahwasannya membelanjakan harta bukanlah pilihan, melainkan suatu kewajiban mutlak bagi semua orang yang beriman. Hal ini menunjukkan bahwa keimanan yang sejati harus dibuktikan dengan tindakan nyata, salah satunya dengan berinfaq.

c. Dua Sasaran Membelanjakan Harta

Ada dua sasaran atau tujuan dalam membelanjakan hartanya menurut Yusuf Al-Qardhawi, yakni sebagai *fii sabilillah*, untuk diri sendiri dan keluarga. Terdapat permintaan untuk membelanjakan harta di jalan Allah itu berupa perintah dan peringatan, berupa dorongan ataupun anjuran, serta dalam bentuk pahala maupun ancaman keras. Islam menekankan bahwa membelanjakan harta tidak boleh digunakan melebihi batas, misalnya menggunakan harta untuk banyak orang dalam jumlah yang lebih besar dari menafkahi dirinya sendiri.⁷⁶

Islam mengajarkan setiap muslim untuk hidup secara seimbang. Seorang muslim wajib menafkahi dirinya sendiri dan keluarga yang menjadi tanggungannya. Sikap zuhud yang berlebihan atau sikap kikir sama-sama tidak dibenarkan. Al-

⁷⁶ Ibid., 140.

Qur'an dengan tegas menolak pandangan seseorang yang mengharamkan diri dari nikmat halal yang telah Allah Swt. berikan. Seorang muslim dianjurkan untuk menikmati rezeki yang halal, namun tetap dengan cara yang bijaksana dan tidak berlebihan dalam menikmati dunia, namun juga tidak boleh terlalu menjauhi kenikmatan halal yang telah Allah Swt. berikan. Membelanjakan harta untuk diri sendiri dan keluarga merupakan hal yang wajar, asalkan tidak berlebihan dan tidak mengabaikan kewajiban lainnya seperti bersedekah.

2) Melarang Tindakan Mubadzir

Islam memberikan panduan yang jelas tentang pengelolaan harta. Kita diwajibkan untuk membelanjakan harta kita untuk hal-hal yang bermanfaat, namun kita juga dilarang untuk berlebihan. Sikap sederhana dan hemat perlu kita terapkan dalam kehidupan sehari-hari. Dalam Al-Qur'an surah Al-Isra 17: 27 telah dijelaskan untuk tidak melakukan kemubadziran yaitu sebagai berikut:

إِنَّ الْمُبَذِّرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيْطَانِ ۖ وَكَانَ الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ كَفُورًا ﴿٢٧﴾

Artinya: “Sungguhny para pemboros itu adalah saudara-saudara setan dan setan itu sangat ingkar kepada Tuhannya”.⁷⁷

⁷⁷ al-Qur'an, 17:27.

Ayat diatas menjelaskan bahwasannya perilaku mubadzir atau boros terhadap hartanya karena menghamburkan harta bendanya dalam perbuatan maksiat dan diluar dari perintah Allah Swt. merupakan saudaranya setan karena setan sangat ingkar kepada nikmat dan anugerah Tuhannya. Beberapa cara yang dapat digunakan untuk menghindari tindakan mubadzir yaitu sebagai berikut.⁷⁸

a. Menjauhi Berhutang

Islam sangat menekankan pentingnya mengatur keuangan dengan baik. Berutang sebaiknya dihindari karena dapat menimbulkan berbagai masalah, seperti stres, kecemasan, dan bahkan merusak hubungan dengan orang lain.⁷⁹ Setiap seorang muslim dituntut untuk hidup sederhana dan menghindari segala sesuatu yang dapat mengganggu ketenangan hati kita.

b. Menjaga Aset yang Mapan dan Pokok

Islam mengajarkan untuk menjaga aset-aset yang dimiliki. Menjual aset-aset penting seperti rumah atau lahan pertanian sebaiknya dihindari, kecuali dalam keadaan darurat dan mendesak. Namun, sebaiknya hasil penjualan aset tersebut digunakan untuk membeli aset lain yang produktif agar keberkahan harta tetap terjaga.

⁷⁸ Ibid., 148.

⁷⁹ Ibid., 150.

c. Tidak Hidup Mewah dan Boros

Islam mengajarkan untuk hidup sederhana dan bersyukur. Perilaku yang didasarkan adanya gaya hidup mewah dan boros tidak hanya merugikan diri sendiri, tetapi juga dapat merusak persaudaraan serta komunikasi antar manusia lainnya. Kemewahan dapat membuat seseorang terlena dalam kesenangan duniawi, melupakan kewajiban agama, dan menimbulkan kesenjangan sosial. Sebisa mungkin perlu adanya sifat untuk menghindari gaya hidup mewah dan lebih fokus pada hal-hal yang lebih penting dalam hidup, seperti ibadah dan hubungan dengan sesama.⁸⁰

3) Kesederhanaan

Hidup sederhana ialah cara hidup yang seimbang, tidak terlalu berlebihan dan tidak terlalu kekurangan. Kesederhanaan mengajarkan seseorang harus dapat berperilaku bijak dalam mengelola keuangan dan menghindari sikap konsumtif yang berlebihan.⁸¹ Perilaku konsumen dengan kesederhanaan senantiasa memperhatikan beberapa hal sebagai berikut:

- a. Membeli barang sesuai dengan kebutuhan;
- b. Memilih, membeli serta menggunakan suatu barang maupun jasa dengan kualitas serta mutu yang baik dan terjamin;

⁸⁰ Ibid., 152.

⁸¹ Ibid., 163.

- c. Sesuai kemampuan yakni dengan memperhatikan jumlah uang yang dimilikinya.

3. Tujuan Konsumsi dalam Islam

Islam mengajarkan kita untuk mengonsumsi sesuatu dengan tujuan yang jelas, yaitu untuk mendapatkan manfaat sebesar-besarnya dalam hidup. Manfaat ini tidak hanya sebatas memenuhi kebutuhan duniawi, tetapi juga untuk mencapai keberhasilan dan kebahagiaan di akhirat. Dengan kata lain, konsumsi dalam Islam bukan hanya soal memenuhi keinginan, tetapi juga soal mencari kebaikan dan keberkahan.⁸²

Sedangkan menurut pandangan ekonomi konvensional tujuan ekonomi ialah kepuasan (*utility*). Utilitas ialah suatu kepuasan yang diperoleh konsumen dari mengonsumsi suatu barang atau jasa. Konsumen akan berusaha untuk memaksimalkan utilitas mereka dengan memilih kombinasi barang dan jasa yang paling memberikan kepuasan. Apabila suatu barang ataupun jasa dapat memenuhi kebutuhannya maka setiap manusia akan memaksimalkan segala usaha yang dimilikinya untuk mengonsumsi sesuatu hal tersebut.

Adapun standar utama yang digunakan untuk menilai akan manfaat serta kerugian suatu tindakan ialah dengan melihat sejauh mana tindakan tersebut dapat memenuhi kebutuhan dasar manusia. Imam Al-Syaitibi mengelompokkan kebutuhan dasar manusia menjadi

⁸² M.B. Hendrie Anto, *Pengantar Ekonomika Mikro Islam* (Yogyakarta: Ekonisia, 2003), 124.

tiga kategori yaitu berdasarkan kebutuhan yang sangat penting untuk kelangsungan hidup (dharuriyat), kebutuhan yang dapat meningkatkan kualitas hidup (hajiyat), dan kebutuhan yang dapat memperindah kehidupan (tahsiniyah).⁸³

- a. Daruriyah, yakni merujuk pada kebutuhan-kebutuhan pokok atau kebutuhan ‘primer’ yang wajib dipenuhi agar manusia dapat hidup dengan baik dan sejahtera. Kebutuhan dasar ini terbagi menjadi lima aspek penting, yakni agama sebagai pedoman hidup, jiwa sebagai sumber kehidupan, akal sebagai alat berpikir, kehormatan sebagai martabat manusia, dan harta sebagai sarana untuk memenuhi kebutuhan hidup. Kelima aspek ini saling berkaitan dan menjadi pondasi bagi kehidupan manusia;⁸⁴
- b. Hajiyat, yakni merujuk pada kebutuhan manusia yang bersifat tambahan ‘sekunder’, namun sangat membantu dalam membuat hidup lebih ringan dan menyenangkan. Hal-hal yang termasuk dalam kategori hajiyah ini berfungsi untuk mengatasi berbagai kesulitan yang mungkin kita hadapi, sehingga kita dapat menjalani hidup dengan lebih baik;
- c. Tahsiniyah, yakni merujuk pada kebutuhan manusia untuk mencapai kehidupan yang ideal dan bermartabat ‘tertier’. Kebutuhan ini mencakup upaya untuk menciptakan tatanan hidup

⁸³ Asy-Syatibi, *Al-Muwafaqat Fi Ushul Al-Syari'ah* (Kairo: Musthafa Muhammad, t.th), Jilid 2, 25.

yang baik, berperilaku sesuai dengan norma-norma yang benar, dan mengejar tujuan hidup yang lebih tinggi. Dengan kata lain, tahsiniah adalah tentang pengembangan diri dan masyarakat menuju keadaan yang lebih sempurna, baik secara individu maupun bermasyarakat.⁸⁵

4. Indikator Perilaku Konsumtif

Menurut Sumartono karakteristik atau indikator perilaku konsumtif sebagai berikut:

- 1) Membeli suatu produk karena hadiah tidak memandang manfaat dari membeli produk tersebut, namun tujuannya semata-mata untuk menerima hadiah tersebut.
- 2) Dengan membeli suatu produk karena kemasannya yang menarik, maka masyarakat akan ingin membeli produk tersebut karena kemasannya berbeda dengan yang lain. Kemasan suatu produk yang cantik dan unik akan membuat orang membeli produk tersebut.
- 3) Membeli barang untuk menjaga penampilan agar terlihat *up-to-date* dan lebih mementingkan gengsi membuat masyarakat lebih memilih membeli barang yang dianggap menjaga citra, dibandingkan membeli barang lain yang diperlukan.

⁸⁵ Muhammad, *Ekonomi Mikro Dalam Perspektif Islam* (Yogyakarta: BPFE Yogyakarta, 2004), 152.

- 4) Membeli produk berdasarkan pertimbangan harga (tidak ada keuntungan). Konsumen cenderung berperilaku dengan cara yang mencerminkan gaya hidup mewah mereka, sehingga menggunakan sesuatu yang memiliki kesan sangat mewah.
- 5) Membeli produk hanyalah sekadar indikasi status seseorang, dan penggunaan barang tersebut dipandang hanya sebagai indikasi kedudukan sosial oleh masyarakat. Membeli suatu produk bisa menjadi simbol status agar terlihat lebih baik dari orang lain.
- 6) Memakai produk karena konformitas yaitu terpengaruhi terhadap perilaku sosial sekitar terhadap model yang mengiklankan produk individu memakai sebuah barang karena tertarik untuk bisa menjadi seperti model iklan tersebut. Ataupun karena model yang diiklankan adalah seorang idol dari pembeli.⁸⁶

5. Faktor yang Memengaruhi Perilaku Konsumtif

Armstrong dan Kotler menjelaskan dalam buku Bilson Simamora bahwa terdapat dua kelompok utama yang memengaruhi keputusan dan tindakan konsumen saat membeli barang atau jasa: faktor eksternal dan internal. Faktor eksternal berasal dari luar diri individu, seperti budaya, sosial, dan ekonomi; faktor internal berasal dari dalam diri individu, seperti kepribadian, kebutuhan, motivasi, dan nilai-nilai.

⁸⁶ Sumartono, *Teropong Dalam Iklan: Meneropong Imbas Pesan Iklan Televisi* (Bandung: Alfabeta, 2002), 58.

Kedua kelompok faktor ini saling terkait dan berpengaruh satu sama lain.⁸⁷

1. Faktor Internal

a. Faktor Usia

Pada umumnya usia dapat memengaruhi pola konsumsi seseorang. Pada masa kanak-kanak mereka tidak mempertimbangkan konsekuensi dan mudah tergoda oleh iklan atau tren terbaru. Di masa remaja, mereka mulai mempertimbangkan aspek seperti gaya, desain, dan merek saat membuat keputusan pembelian, terkadang dipengaruhi oleh emosi. Sementara pada usia tua, mereka cenderung lebih bijak dan mempertimbangkan berbagai aspek seperti harga, keuntungan, dan nilai produk sebelum membeli sesuatu.

b. Gaya Hidup

Gaya hidup tidak hanya mencakup bagaimana cara seseorang dalam menjalani kehidupannya, melainkan juga dengan cara mereka mengelola sumber daya keuangannya. Dalam ilmu ekonomi "gaya hidup" didefinisikan sebagai cara seseorang membelanjakan uang mereka untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka. Pilihan makanan yang dibuat

⁸⁷ Bilson Simamora, *Panduan Riset Perilaku Konsumen* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2008), 6.

oleh individu menunjukkan prioritas dan preferensi mereka dalam hidup.

c. Motivasi Konsumen

Motivasi ini berasal dari kebutuhan yang dirasakan konsumen, seperti kebutuhan dasar seperti makanan dan minuman, serta kebutuhan yang lebih kompleks seperti pengakuan sosial dan aktualisasi diri. Berbagai aspek perilaku pembelian dapat dipengaruhi oleh motivasi konsumen, seperti apa yang mereka perhatikan, apa yang mereka cari, dan bagaimana mereka membeli sesuatu.

d. Persepsi

Persepsi merupakan proses aktif seseorang dalam menerima, mengorganisasikan, mengolah, dan menafsirkan informasi dari lingkungannya. Cara seseorang mempersepsi informasi yang sama berbeda tergantung pada berbagai faktor internal, termasuk pengetahuan, minat, pengalaman, perhatian, dan nilai-nilai mereka sendiri.

e. Pembelajaran

Dalam proses pembelajaran konsumen, yang merupakan siklus yang berkelanjutan di mana pelanggan berusaha untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka⁸⁸ dengan mencoba berbagai produk dan membandingkannya untuk mencapai

⁸⁸ Bilson Simamora, Panduan Riset Perilaku Konsumen, 9-10.

kepuasan maksimal, pelanggan secara aktif mencari informasi tentang produk, membandingkan harga, keuntungan, tampilan, dan ulasan dari pelanggan lain sebelum memilih produk yang paling sesuai dengan kebutuhan mereka. Berdasarkan pengalaman dan kepuasan yang mereka peroleh selama proses tersebut, konsumen dapat memilih produk yang paling sesuai dengan kebutuhan.⁸⁹

2. Faktor Eksternal

Philip Kotler berpendapat bahwasannya faktor kebudayaan, faktor sosial dan kelompok acuan atau kelompok referensi merupakan faktor-faktor yang dapat memengaruhi perilaku konsumen.⁹⁰

a. Faktor Budaya

Budaya memiliki peran penting dalam membentuk sikap dan perilaku individu, termasuk dalam hal konsumsi. Budaya dapat menanamkan nilai-nilai individualisme pada seseorang, di mana mereka lebih memprioritaskan kepentingan pribadi. Hal ini dipengaruhi oleh pengalaman dan kebiasaan yang tertanam dalam budaya kelompok masyarakatnya. Pengalaman budaya ini termanifestasi dalam perilaku konsumsi individu,

⁸⁹ Harman Malau, *Manajemen Pemasaran: Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional sampai Era Modernisasi Global* (Bandung: Alfabeta, 2017), 225.

⁹⁰ Indah Haryani and Jhon Herwanto, "Hubungan Konformitas Dan Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Terhadap Produk Kosmetik Pada Mahasiswi," *Jurnal Psikologi UIN Sultan Syarif Kasim Riau* 11, no. 1 (2015): 5–6, <https://ejournal.uin-suska.ac.id/index.php/psikologi/article/view/1555>.

seperti gaya hidup, kebiasaan, dan tingginya permintaan terhadap berbagai produk dan layanan. Pelanggan yang terpengaruh oleh budaya individualisme cenderung lebih berkonsentrasi pada pemenuhan kebutuhan dan keinginan pribadi mereka, yang menyebabkan mereka membeli lebih banyak produk dan layanan yang mendukung gaya hidup mereka.

b. Faktor Sosial

Menurut Herman Malau, masyarakat terbagi menjadi kelompok kelas sosial. Masing-masing kelas sosial memiliki pola pembelian unik yang mencerminkan status sosial dan tingkat ekonomi mereka. Konsumsi barang dan jasa tertentu menunjukkan kehormatan dan prestise bagi anggota kelas sosial tertentu.

c. Kelompok Acuan dan Referensi

Pengaruh teman sebaya terhadap pilihan produk yang dikonsumsi seseorang dapat dipengaruhi oleh kelompok referensi, seperti teman sebaya. Teman sebaya memiliki pengaruh terhadap seseorang, baik disadari maupun tidak. Pengaruh ini sangat besar pada remaja. Dibandingkan dengan

sumber informasi lain, remaja cenderung lebih mudah terpengaruh oleh perilaku dan tren teman sebaya mereka.⁹¹

6. Dampak Perilaku Konsumtif

Seorang muslim yang taat menjalankan agamanya akan selalu memperhatikan aspek-aspek keislaman dalam setiap aspek kehidupannya, termasuk dalam hal konsumsi. Konsumsi bagi umat Islam bukan hanya tentang memenuhi kebutuhan pribadi, tetapi juga berlandaskan nilai-nilai Islam dan kesadaran akan keterkaitannya dengan orang lain. Bagi seorang muslim sudah seharusnya menyadari bahwa manusia tidak dapat hidup sendiri dan saling membutuhkan. Kebutuhan hidup manusia dipenuhi melalui berbagai transaksi dan pertukaran. Kesadaran ini menumbuhkan rasa tawadhu (rendah hati) dalam diri muslim, karena mereka memahami bahwa mereka tidak mampu memenuhi semua kebutuhannya sendiri.⁹²

Penjelasan mengenai dampak perilaku konsumsi dalam Islam telah diterangkan pada nilai-nilai Al-Qur'an dan hadis sebagai berikut:

- 1) Dalam Islam, konsumsi mengacu pada keseimbangan antara memenuhi kebutuhan seseorang dan menghindari sifat berlebihan. Seorang muslim yang taat akan selalu menyadari batasan mereka dan memprioritaskan memenuhi kebutuhan dasar mereka daripada keinginan semata-mata. Umat Islam dapat hidup dengan penuh syukur

⁹¹ M. Anang Firmansyah, *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)* (Yogyakarta: Deepublish, 2018), 114.

⁹² Heri Sudarsono, *Konsep Ekonomi Islam* (Yogyakarta: Ekonosia, 2002), 169.

dan terhindar dari sifat boros dan berfoya-foya dengan mengikuti prinsip konsumsi moderat.

- 2) Tingkat kepuasan tidak tergantung pada banyaknya barang yang dipilih, akan tetapi akan tergantung pada pertimbangan antara kemaslahatan dan kebermanfaatannya. Oleh karena itu, seorang muslim tidak hanya mempertimbangkan jumlah barang yang akan diperoleh dari pemanfaatan secara maksimal.
- 3) Seorang muslim tidak akan mengonsumsi sesuatu yang haram atau sesuatu yang diperoleh dengan cara haram. Contohnya adalah tidak mengonsumsi makanan atau minuman yang mengandung alkohol, tidak mengonsumsi barang atau jasa yang diperoleh melalui proses memeras, tidak mengonsumsi barang atau jasa yang diperoleh melalui penjarahan, pencurian, dan pencurian.
- 4) Seorang muslim tidak akan memaksakan diri untuk berbelanja lebih dari uang yang mereka miliki. Walaupun dapat meningkatkan penghasilan dari utang atau kegiatan subhat, karena kegiatan ini akan menimbulkan beberapa efek. Pertama, akan memicu masalah. Kedua, akan membuat orang lain melakukan hal yang sama karena gengsi. Ketiga, akan menimbulkan kecemburuan sosial dan diskriminasi sosial.⁹³

⁹³ Heri Sudarsono, *Konsep Ekonomi Islam*, 169-170

C. E-Commerce Shopee

1. Pengertian Shopee

Shopee merupakan situs *e-commerce* yang berkantor pusat di Singapura dan didirikan oleh Forrest Lee pada tahun 2009. Shopee telah memperluas jangkauannya ke seluruh Asia, bahwasannya Shopee sebagai media atau platform *e-commerce* sehingga dalam belanja online mencukupi untuk belanja menggunakan aplikasi. Pembayaran pun sangat mudah, dapat menggunakan Shopee Pay, COD (*Cash on Delivery*), *Shopee PayLater*, Transfer Bank, Kartu Debit/Kredit. Shopee juga memiliki fitur chat sehingga pembeli dan penjual dapat saling berinteraksi menggunakan fitur tersebut.⁹⁴

2. Fitur Shopee

Shopee memiliki beberapa fitur pembayaran yang memberikan kenyamanan serta fleksibilitas bagi penggunanya yaitu seperti ShopeePay, *Shopee PayLater*, COD, Transfer Bank, Kartu Kredit/Debit, Cicilan Kartu Kredit dan Bayar Tunai di Mitra/Agen.

a. *Shopee Pay*

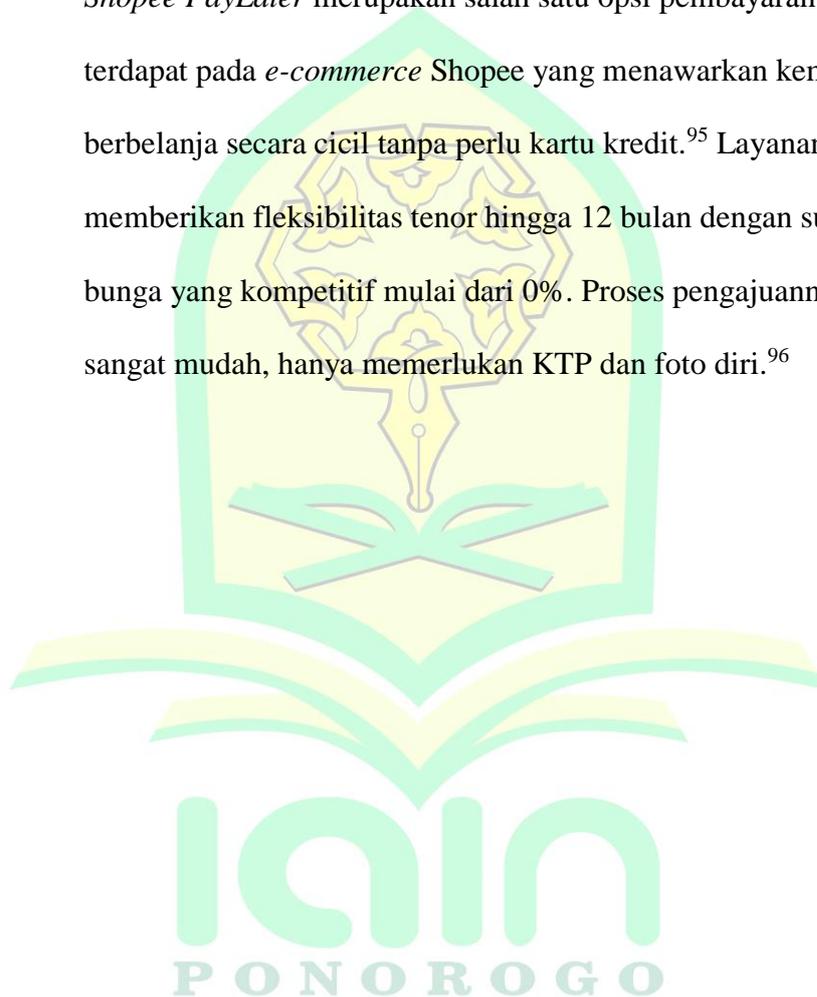
Shopee Pay adalah layanan uang elektronik yang memungkinkan membayar pesanan secara online di aplikasi Shopee, offline di *merchant* ShopeePay, dan mendapatkan pengembalian dana untuk

⁹⁴ Henny Prasetyani Dhany Yudha Pratama Widodo, "Penggunaan Shopee Sebagai Media Promosi Untuk Meningkatkan Daya Jual Produk Sebagai Narahubung Sosial Marketing," *Journal of Systems, Information Technology, and Electronics Engineering* 2, no. 2 (2022): 12–17, <http://e-journal.ivet.ac.id/index.php/jsitee>.

digunakan untuk membayar pesanan. Selain itu, mayoritas orang di Indonesia menggunakan *Shopee Pay* sebagai *e-wallet*.

b. *Shopee PayLater*

Shopee PayLater merupakan salah satu opsi pembayaran yang terdapat pada *e-commerce* Shopee yang menawarkan kemudahan berbelanja secara cicil tanpa perlu kartu kredit.⁹⁵ Layanan ini memberikan fleksibilitas tenor hingga 12 bulan dengan suku bunga yang kompetitif mulai dari 0%. Proses pengajuannya pun sangat mudah, hanya memerlukan KTP dan foto diri.⁹⁶



⁹⁵ Amin Wahyudi, Binti Nur Asiyah, dan Husnul Haq, “The Urgency of Sharia Division in Indonesian and Malaysian Islamic Bank,” *Al-Uqud : Journal of Islamic Economics* 7, no. 1 (2023): 82–94, <https://doi.org/10.26740/aluqud.v7n1.p82-94>.

⁹⁶Farah Dilla Wanda Damayanti and Clarashinta Canggih, “Pengaruh Penggunaan Pembayaran Shopee Pay Later Terhadap Perilaku Konsumsi Islam Generasi Milenial Di Surabaya,” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 7, no. 03 (1905): 1880–88.

BAB III

PAPARAN DATA PERILAKU KONSUMSI WARGA MUSLIM DI KELURAHAN TEGAL ALUR KECAMATAN KALIDERES KOTA JAKARTA BARAT DALAM BELANJA ONLINE MENGGUNAKAN *SHOPEE PAYLATER*

A. Gambaran Umum Penelitian

1. Sejarah Singkat Kecamatan Kalideres

Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 60 Tahun 1990 yang mengatur pembentukan kecamatan baru di wilayah DKI Jakarta dan menetapkan pusat pemerintahan Kecamatan Kalideres berada di Kelurahan Kalideres. Kelurahan yang masuk wilayah kecamatan Kalideres antara lain:

- a) Kelurahan Kamal;
- b) Kelurahan Tegal Alur;
- c) Kelurahan Pegadungan;
- d) Kelurahan Kalideres;
- e) Kelurahan Semanan.⁹⁷

Tegal Alur berasal dari dua kata yakni tegalan yang berarti jalan ditengah sawah dan Alur yang berarti garis. Tegal Alur merupakan jalan yang berada di tengah persawahan bergaris/berbaris banyak dan terlihat tegalan. sehingga Tegal Alur merupakan penggabungan kedua kata tersebut.⁹⁸

⁹⁷ Wukir Prabowo, "Sejarah Singkat Kecamatan Kalideres", dalam <https://barat.jakarta.go.id/kecamatan/kalideres#profil>, (diakses pada 17 Oktober, jam 15.45).

⁹⁸ Dwi Kurniasih, "Sejarah Kelurahan Tegal Alur," dalam <https://barat.jakarta.go.id/kelurahan/tegal-alur>, (diakses pada 17 Oktober, jam 15.50).

2. Letak Geografis dan Keadaan Demografi Kelurahan Tegal Alur

Kelurahan Tegal Alur terletak dibagian Barat wilayah Kota Jakarta dengan ketinggian dataran antara 0,5 – 1 meter diatas permukaan laut dan memiliki luas wilayah sebesar 496,69 Ha. Kelurahan Tegal Alur memiliki batasan-batasan wilayah sebagai berikut:

Utara : Kelurahan Kamal Muara (Jakarta Utara);
 Timur : Kelurahan Cengkareng Barat;
 Barat : Kelurahan Kamal;
 Selatan : Kelurahan Pegadungan.⁹⁹

Kelurahan Tegal Alur memiliki jumlah penduduk sebanyak 108.829

Jiwa

3. Visi dan Misi Kelurahan Tegal Alur

Visi:

Terciptanya Kelurahan Tegal Alur yang unggul dan kompetitif dalam pelayanan serta berusaha mewujudkan lingkungan yang bersih tertib dan aman.

Misi:

- 1) Mewujudkan pelayan prima kepada masyarakat;
- 2) Membudayakan pola hidup bersih dan sehat;
- 3) Meningkatkan Kepedulian Masyarakat terhadap Lingkungan;
- 4) Menciptakan situasi yang aman tertib dan kondusif.¹⁰⁰

4. Potensi Wilayah Kelurahan Tegal Alur

Daerah Pemukiman menempati area seluas 38 % dari luas wilayah Kelurahan, Daerah Perdagangan menempati area seluas 18 % dari luas wilayah Kelurahan, Daerah Pergudangan dan Industri menempati area

⁹⁹ Ibid.

¹⁰⁰ Ibid.

seluas 25% dari luas wilayah Kelurahan, Daerah Perkantoran menempati area seluas 12% dari luas wilayah Kelurahan, dan Daerah TPU menempati area seluas 7 % dari luas wilayah Kelurahan.¹⁰¹

B. Paparan Data

1. Perilaku Konsumsi Warga Muslim di Kelurahan Tegal Alur Kecamatan Kalideres Kota Jakarta Barat dalam Belanja Online Menggunakan Pembayaran *Shopee PayLater*

Layanan *paylater* yang semakin populer saat ini telah mengubah cara berbelanja online. Kemudahannya dalam mengakses dana tambahan untuk berbelanja di Shopee membuat banyak orang tertarik. Namun, dibalik kemudahan ini, penting untuk memahami bagaimana masyarakat memanfaatkan layanan ini dan sejauh mana mereka memahami dampak dan manfaatnya. Dengan mengetahui hal ini, kita bisa lebih baik dalam menilai bagaimana *paylater* memengaruhi kebiasaan belanja masyarakat.¹⁰²

Perilaku konsumsi didefinisikan secara umum ialah sebagai suatu kegiatan penggunaan barang maupun jasa yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhan hidup manusia.¹⁰³ Sedangkan Islam mendefinisikan konsumsi sebagai suatu kegiatan untuk memenuhi kebutuhan jasmani maupun rohani yang dilakukan untuk dapat

¹⁰¹ Ibid.

¹⁰² Luhur Prasetyo dan Khusniati Rofiah, "The Formulation of Islamic Bank Performance Based on Contemporary Maqasid Al-Sharia," *Justicia Islamica* 18, no. 2 (2021): 318–34, <https://doi.org/10.21154/justicia.v18i2.3163>.

¹⁰³ Abdul Ghofur, *Pengantar Ekonomi Syariah* (Depok: Raja Wali Pers, 2017), 76.

mendatangkan kebahagiaan serta dapat mensejahterakan kemaslahatan umat, baik didunia maupun diakhirat. Berdasarkan kegiatan yang telah dilakukan oleh peneliti dari data yang dihasilkan dalam kegiatan wawancara serta observasi dilapangan mengenai bagaimana perilaku konsumsi warga muslim di Kelurahan Tegal Alur Kecamatan Kalideres Kota Jakarta Barat dalam belanja online menggunakan *Shopee PayLater*.

Tabel 3. 1 Daftar Informan Penelitian

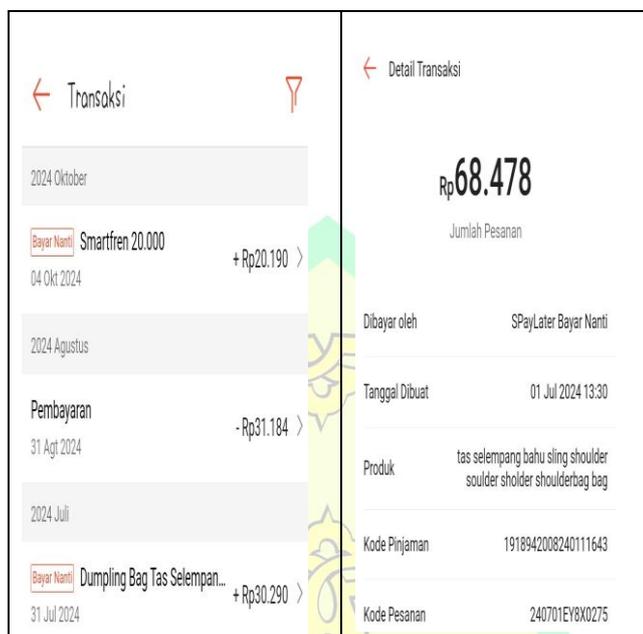
No.	Nama	Status	Usia
1.	Ibu Aghnia	Ibu Rumah Tangga	30 Tahun
2.	Ika	Pekerja SPG	26 Tahun
3.	Dewi	Pekerja	22 Tahun
4.	Salsabila	Mahasiswa	20 Tahun
5.	Nabilah	Pelajar	18 Tahun

Sumber: Hasil Wawancara Peneliti dengan Informan, 2024

Wawancara bersama Ibu Aghnia yang merupakan seorang ibu rumah tangga yang salah satu pengguna *Shopee PayLater* dalam belanja onlinenya dalam keadaan terdesak karena memiliki seorang anak yang masih kecil mengatakan:

“Saya belanja online menggunakan *Shopee PayLater* baru akhir-akhir ini aja sih mbak, paling sering membeli kebutuhan yang mendadak seperti pulsa dan paket data. Mengingat karena punya anak kecil dirumah jadi kalo mau beli pulsa ke *counter* itu jauh ya mbak, kalau dibawa pun ribet. Selain itu, saya beli snack atau camilan. Karena saya suka liat *ShopeeLive* gitu yang bisa lihat produk aslinya terus banyak promo juga kalo *check-out* pas live. Biasanya mengeluarkan biaya sekitar dua puluh ribu sampai

seratus ribu saja. Jadi masih bisa membayarnya walaupun terkadang masih suka nimbang untuk belanja lainnya.’’¹⁰⁴



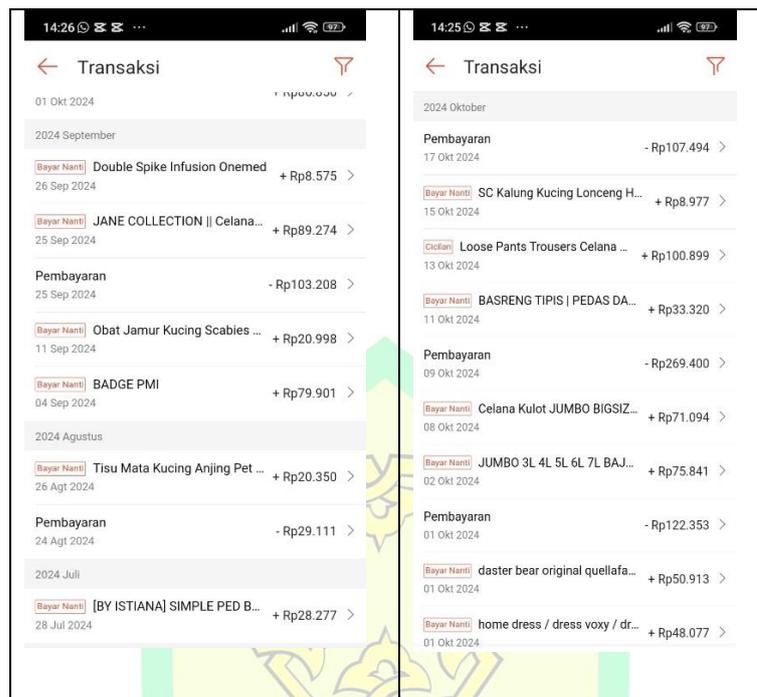
Gambar 3. 1 Contoh Hasil Belanja Informan Ibu Aghnia dalam Belanja Online Menggunakan *Shopee PayLater*

Selain itu Salsabila, seorang mahasiswa yang mengatakan hal yang berbeda dalam belanja online menggunakan *Shopee PayLater*:

“Saya termasuk orang yang suka belanja online, apalagi sekarang Shopee punya metode pembayaran cicilan *Shopee PayLater* yang punya banyak kemudahan untuk mahasiswa seperti saya ini, apabila uang saku saya habis dan orang tua belum transfer jadi saya kalau mau beli apa-apa bisa pake *Shopee PayLater* dulu, bayarnya di bulan depan. Jadi saya merasa terfasilitasi dengan baik dalam belanja online. Biasanya saya membeli aksesoris untuk kucing dan fashion sih mbak. Kaya mulai dari kalung kucing, baju kucing, kacamata kucing dan permainan kucing lainnya. Karena seneng aja gitu liatnya, jadi nambah lucu anabul yang saya punya. Selain itu, karena saya suka mengkoleksi beberapa barang yang lucu-lucu gitu, jadi makin banyak koleksi aksesoris ataupun barang-barang lucu yang saya punya. Untuk setiap bulannya biasanya saya hanya membeli 2-3 barang saja mbak, tapi semenjak menggunakan *Shopee PayLater* jadi meningkat bisa lebih dari 5 barang yang saya berhasil beli di satu bulan’’¹⁰⁵

¹⁰⁴ Ibu Aghnia, *Wawancara*, 30 Agustus 2024.

¹⁰⁵ Salsabila, *Wawancara*, 25 Agustus 2024.



Gambar 3. 2 Contoh Hasil Pembelian Informan Salsabila dalam Belanja Online Menggunakan Pembayaran *Shopee PayLater*

Pendapat lain yang disampaikan oleh Dewi yang mengatakan menggunakan sebagai berikut:

“Saya termasuk orang yang sangat sering belanja online, malah hampir semua produk yang saya beli itu ya beli di online. Apalagi kalo pas event promo, banyak elektronik seperti smarthphone model terbaru gitu yang promo besar-besaran selain itu ada *cashback* dan dapat printilan asesorisnya terus saya tergiur akhirnya saya beli padahal smarthphone saya masih cukup baik, tapi kalo ga di *check-out* itu sayang banget daripada nanti nyesel terus kepikiran mulu karena liat warnanya yang bagus dan ada promo. Selain itu bisa menggunakan pembayaran *Shopee PayLater* jadi bisa bayar dengan cara dicicil pas saya gajian.”¹⁰⁶

¹⁰⁶ Dewi, *Wawancara*, 26 Agustus 2024.

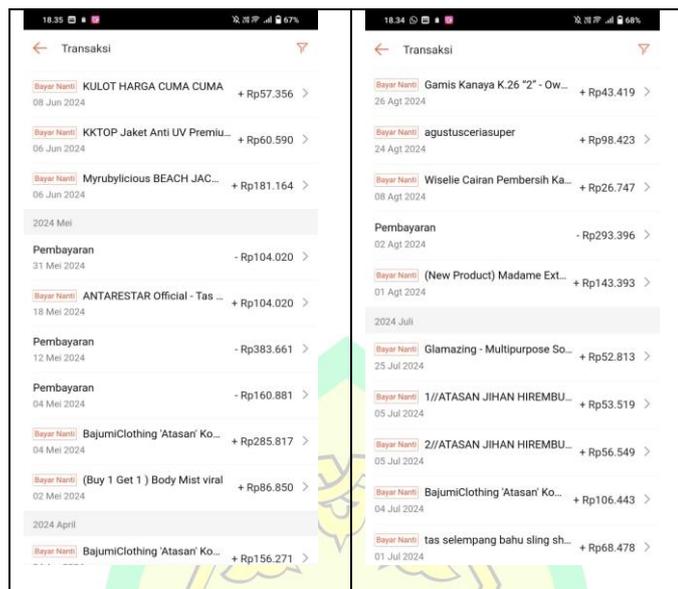
← Rincian Cicilan		← Detail Transaksi	
Rp 4.726.791 <small>Termasuk Biaya Cicilan</small>		Rp 94.910 <small>Jumlah Pesanan</small>	
Jumlah transaksi	Rp3.635.990	Dibayar oleh	SPayLater Bayar Nanti
Biaya Cicilan	Rp1.090.801	Tanggal Dibuat	22 Okt 2024 12:59
Dibayar oleh	SPayLater Cicilan	Produk	WMD Fashion - Hijab Segiempat Instant Inner Size 115x115cm 2 Layer
Periode	12	Kode Pinjaman	1959884089443957800
Waktu Dibuat	04 Jul 2023 10:37	Kode Pesanan	241022810QEM0G
Produk	vivo IQOO Z7x (8/128) (8/256) - 80 watt + 6000 mAh, Snapdragon 695, ...		
Kode Pinjaman	1786204269656422404		
Kode Pesanan	230701S7VUQX10		
Rincian Cicilan			
1/12 Rp393.899			
<small>Tanggal jatuh tempo 05 Agt 2023</small>			Lunas
2/12 Rp393.899			
<small>Tanggal jatuh tempo 05 Sep 2023</small>			Lunas
3/12 Rp393.899			
<small>Tanggal jatuh tempo 05 Okt 2023</small>			Lunas

Gambar 3. 3 Contoh Hasil Belanja Informan Dewi dalam Belanja Online Menggunakan *Shopee PayLater*

Sama halnya seperti Dewi, Nabilah, seorang pelajar putri menjelaskan mengenai produk yang dibelinya pada kegiatan belanja online yang dilakukannya:

“Kalo beli online gitu biasanya lebih ke bentuk *self love* si, jadi Ilah beli skincare, *body care* dan *make-up* karena Ilah kepo skincare yang baru *launching* gitu yang biasanya pas moment itu potongan harganya gede, sampe 50%-an terkadang. Selain itu Ilah keseringan beli baju-baju gitu sih. Paling ga bisa liat baju yang lagi trend terus ada seller yang lagi live, awalnya liat live karena iseng eh malah betah liatinnya dan berakhir *check-out*.”¹⁰⁷

¹⁰⁷ Nabilah, Wawancara, 27 Agustus 2024.



Gambar 3. 4 Contoh Hasil Belanja Online Informan Nabilah dalam Belanja Online Menggunakan Pembayaran *Shopee PayLater*

Ika, seorang SPG putri memberikan pengalaman dalam membeli produk dalam belanja onlinenya dan mengatakan:

“Dalam belanja online lebih membelanjakan keinginan saya seperti untuk membeli barang-barang koleksi terbaru untuk menunjang hobi saya seperti smartwatch, menambah koleksi album K-Pop saya, ataupun beli makan camilan buat stok walaupun ga tau dimakan kapan karena tanggung kalo beli sedikit padahal camilan yang sebelumnya dibeli itu terkadang masih ada tapi malah nambah lagi. Selain itu saya belanja untuk kebutuhan prioritas saya seperti kebutuhan rumah seperti dapur, kamar mandi, pakaian, terkadang sembako. Tapi kalo untuk kebutuhan rumah agaknya aku kalo beli ga terlalu lihat kualitas sih, yang penting murah gitu aja tapi dengan jumlah yang banyak. Kadang tuh pas barangnya sampai ternyata *expired date*-nya udah tinggal sebentar gitu. Habisnya kalau liat kualitas apalagi yang bermerk gitukan mahal banget ya, jadinya Cuma beli barang murahan itu aja, penting ga ketinggalan trend dan biar ga kepikiran terus. Padahal masih banyak kebutuhan, mau bagaimana lagi kalau sudah khilaf tidak bisa pikir panjang lalu kalo ga dibeli kaya merasa menyesal. Dan biasanya aku hanya membeli barang itu 5-6 barang aja dalam satu bulan, tapi karena mengenal dan tau kalo *Shopee PayLater* itu bisa bayar di bulan selanjutnya dan punya banyak kemudahan bayar di kemudian hari aku jadi bisa membeli sampai 15-an barang kira-kira dalam satu bulan”¹⁰⁸

¹⁰⁸ Ika, Wawancara, 30 Agustus 2024.



Gambar 3. 5 Hasil Belanja Informan Nabilah dalam Belanja Online Menggunakan Pembayaran *Shopee PayLater*

Berdasarkan hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa konsumsi yang dilakukan oleh warga muslim di Kelurahan Tegal Alur Kecamatan Kalideres Kota Jakarta Barat dalam belanja online menggunakan *Shopee PayLater* kurang sesuai dengan kesederhanaan dan menimbulkan kemubadziran yang disebabkan oleh adanya barang yang dibeli tapi tidak digunakan serta menambah barang baru padahal barang yang dimiliki sebelumnya masih dalam keadaan baik dan berfungsi dengan semestinya.

BAB IV

PEMBAHASAN/ANALISIS

A. Analisis Perilaku Konsumsi Warga Muslim di Kelurahan Tegal Alur Kecamatan Kalideres, Kota Jakarta Barat dalam Belanja Online Menggunakan *Shopee PayLater*

Di tengah pesatnya perkembangan teknologi, platform *e-commerce* seperti Shopee telah menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari masyarakat. Fasilitas yang terdapat pada fitur cicilan *Shopee PayLater* telah memberikan kemudahan bagi masyarakat dalam memenuhi kebutuhan sehingga dapat mengubah kebiasaan belanja warga muslim di Kelurahan Tegal Alur Kecamatan Kalideres Kota Jakarta Barat. Fitur ini telah mendorong perubahan perilaku konsumen yang perlu diperhatikan, baik dari segi jenis barang yang dibeli maupun frekuensi pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa *Shopee PayLater* telah menjadi faktor penting dalam membentuk trend konsumsi di era digital. Kemudahan akses kredit pada *Shopee PayLater* ini dapat berdampak pada pola pengeluaran dan manajemen keuangan masyarakat, khususnya umat muslim dalam memenuhi kebutuhannya, baik berupa barang ataupun jasa. Hal tersebut mendukung penelitian yang ditulis oleh Esther Rendy Gustantio dan kawan-kawannya dengan judul penelitian “Pengaruh Gaya Hidup Konsumtif, *Financial Literacy*, dan Persepsi Kemudahan Bertransaksi Terhadap Penggunaan *E-Wallet* Pada Generasi Z” menyatakan hasil penelitian bahwa Persepsi kemudahan dalam bertransaksi pada

penggunaan *e-wallet* di kalangan generasi Z dipengaruhi pada tingkat keyakinan sebesar 95%. Pengaruh yang diperoleh dari persamaan regresi merupakan pengaruh positif.¹⁰⁹

Konsumsi dalam Islam bukan hanya memenuhi keinginan saja, tetapi juga melibatkan niat untuk dapat bernilai ibadah. Seorang muslim dalam kegiatan konsumsinya tidak hanya dipengaruhi oleh faktor ekonomi saja, melainkan harus menerapkan nilai-nilai keislaman seperti keadilan, kesederhanaan serta tanggung jawab sosial yang menjadi landasan dalam pengambilan keputusan dalam pembelian. Dengan kata lain, perilaku konsumsi seorang muslim tidak hanya didorong oleh keinginan untuk memenuhi kebutuhan materi saja, melainkan oleh kesadaran akan kewajiban dan sosial. Dalam penelitian ini, perilaku konsumsi warga muslim di Kelurahan Tegal Alur Kecamatan Kalideres Kota Jakarta Barat juga harus sesuai dengan syariat Islam, di antara lain:

a. Membelanjakan Harta dalam Kebaikan dan Menjauhi Sifat Kikir

Semua harta yang diberikan Allah Swt. kepada manusia harus dapat digunakan untuk kebaikan mereka sendiri dan untuk beribadah kepada Allah. Seorang muslim harus dapat mempertimbangkan beberapa hal saat membelanjakan harta untuk kebaikan dan menjauhi sifat kikir, seperti menggunakan harta secukupnya dan membelanjakannya untuk kebaikan. Hasil dari wawancara yang

¹⁰⁹ Esther Rendy Gustantio, Amelia Setiawan, and Hamfri Djajadikerta, "Pengaruh Gaya Hidup Konsumtif, Financial Literacy, Dan Persepsi Kemudahan Bertransaksi Terhadap Penggunaan E-Wallet Pada Generasi Z," *Innovative: Journal Of Social Science Research* 4, no. 3 (2024): 11261–73, <https://doi.org/10.31004/innovative.v4i3.11417>.

dilakukan oleh peneliti menunjukkan bahwa warga muslim di Kelurahan Tegal Alur Kecamatan Kalideres Kota Jakarta Barat menghabiskan uang mereka dalam belanja online tidak sesuai dengan syariat Islam yang mengharuskan mereka membelanjakan uang mereka dengan cara yang baik dan menghindari sifat kikir. Warga muslim di lingkungan tersebut melakukan konsumsi hanya untuk diri mereka sendiri tanpa mempertimbangkan kebutuhan orang lain.

b. Melarang Tindakan Mubadzir

Menurut prinsip ekonomi Islam, setiap individu diharuskan untuk dapat membelanjakan uang yang mereka miliki untuk memenuhi kebutuhan mereka sendiri dan keluarga mereka, serta menafkahnnya di jalan Allah. Selain itu, Islam melarang adanya tindakan mubadzir karena agama Islam mengajarkan setiap konsumen untuk dapat mengkonsumsi secara sederhana. Beberapa hal yang dapat dilakukan dalam upaya menghindari kemubadziran bagi setiap muslim seperti menghindari berhutang, menjaga aset penting yang dimilikinya, dan menghindari gaya hidup yang mewah dan boros.

Hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti menunjukkan bahwa warga muslim di Kelurahan Tegal Alur Kecamatan Kalideres, Kota Jakarta Barat tidak melakukan perbuatan mubadzir dalam belanja online apalagi menggunakan pembayaran *Shopee PayLater*. Mereka menjadi mengandalkan metode pembayaran *Shopee PayLater* tersebut untuk belanja banyak barang yang dibelinya tapi tidak digunakan,

sehingga hal tersebut dapat dikatakan sebagai tindakan menghambur-hamburkan uang atau mubadzir.

c. Kesederhanaan

Salah satu prinsip konsumsi paling penting yang diajarkan oleh agama Islam ialah kesederhanaan. Hidup sederhana dianjurkan dalam Al-Qur'an yang menegaskan bahwa seorang muslim harus dapat memperhatikan beberapa hal tentang kesederhanaan, seperti membeli barang-barang yang memang dibutuhkan, menggunakan barang dan jasa berkualitas tinggi (mutunya baik dan terjamin), dan memperhatikan jumlah uang yang mereka miliki.

Hasil wawancara pada penelitian ini menunjukkan bahwa warga muslim di Kelurahan Tegal Alur Kecamatan Kalideres Kota Jakarta Barat tidak sesuai dengan syariat karena belanja online tidak melihat kualitas serta mutu yang ada pada barang tersebut. Mereka hanya membeli suatu barang ataupun produk hanya karena barang tersebut indah dipandang saja karena warnanya yang memikat hati atau pun bentuknya yang lucu serta harga yang ditawarkan jauh lebih murah daripada lainnya, tanpa memperhatikan apakah barang tersebut dibutuhkan atau tidak, dan mereka tidak dapat benar-benar melihat kualitas barang yang mereka beli.

Jika dilihat secara umum, kebiasaan yang dilakukan oleh warga muslim di Kelurahan Tegal Alur Kecamatan Kalideres Kota Jakarta Barat kurang sesuai dengan etika konsumsi Islam

seperti membelanjakan harta untuk kebaikan, menghindari sifat kikir, tidak melakukan kemubadziran, dan kesederhanaan karena lebih mementingkan trend dan gaya hidup.¹¹⁰

Berdasarkan hasil wawancara yang telah peneliti lakukan menunjukkan bahwasannya mayoritas warga muslim di Kelurahan Tegal Alur Kecamatan Kalideres Kota Jakarta Barat membeli barang tidak disesuaikan dengan kebutuhannya. Adanya kemudahan fitur pembayaran *Shopee PayLater* memberikan beberapa banyak benefit yang didapatkan oleh pengguna menjadikan mereka terlalu terlena dan meremehkan dalam belanja online yang diharapkan mampu untuk membayarkannya di kemudian hari.

Mereka membeli barang-barang berdasarkan keinginannya saja, karena tidak sedikit warga muslim yang menjelaskan bahwa hasil barang yang dibeli dalam belanja online yang mereka lakukan ialah hasil dari tujuan untuk mendapatkan hadiah atas belanjanya tersebut. Seperti halnya berharap untuk mendapatkan *cashback* koin Shopee dan penambahan jumlah limit saldo kredit yang terdapat dalam akun *Shopee PayLater* yang dimilikinya. Sehingga hal tersebut menimbulkan perilaku konsumsi berlebih dan berakhir pada perilaku konsumtif yang menimbulkan sifat boros pada masing-masing individu. Walaupun terdapat dari sebagian warga muslim di Kelurahan

¹¹⁰ Nurma Fitrianna, "Pengaruh Gaya Hidup Dan Pemahaman Pola Konsumsi Islam Terhadap Perilaku Konsumsi Santri Pondok Pesantren Al-Barokah Mangunsuman Siman Ponorogo," *Journal of Syntax Literate* 7, no. 6 (2022).

Tegal Alur Kecamatan Kalideres Kota Jakarta Barat tergolong masih mampu mengelola penggunaan fitur pembayaran *Shopee PayLater* dalam kegiatan belanja online yang dilakukannya.

Selain itu, salah satu alasan mengapa banyak warga muslim di Kelurahan Tegal Alur hanya belajar di sekolah umum saja, sehingga minimnya pengetahuan akan prinsip dan praktik konsumsi yang sesuai dengan syariat Islam. Perilaku yang dilakukan warga muslim di Kelurahan Tegal Alur Kecamatan Kalideres Kota Jakarta Barat dalam belanja online menghasilkan konsumsi berlebih sehingga menghasilkan perilaku konsumtif dan boros sehingga mayoritas Kelurahan Tegal Alur Kecamatan Kalideres Kota Jakarta Barat tidak memiliki kemampuan untuk menabung sebagian hartanya yang sebenarnya hal tersebut dapat berguna dan bermanfaat untuk kehidupannya dimasa yang akan mendatang.

B. Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Perilaku Konsumsi Warga Muslim Kelurahan Tegal Alur Kecamatan Kalideres Kota Jakarta Barat dalam Belanja Online Menggunakan *Shopee PayLater*

Perkembangan teknologi yang terdapat pada saat ini menimbulkan pergeseran terhadap kehidupan konsumsi seseorang. Kehidupan yang dulunya manual menjadi serba canggih seperti saat ini. Era teknologi digital saat ini telah menghasilkan perubahan besar di seluruh dunia, mulai dari membuat pekerjaan manusia menjadi lebih mudah sampai menyebabkan masalah karena manusia tidak dapat menggunakan alat

digital dengan bijak. Tidak hanya itu, pola hidup seseorang dalam kegiatan konsumsi juga dipengaruhi salah satunya oleh era digital ini. Dahulu seseorang yang ingin membeli berbagai barang harus datang langsung ke toko untuk memilih barang mana yang akan mereka beli, mencoba, dan kemudian melakukan pembelian tetapi sekarang seseorang cukup memesan barang mereka melalui *e-commerce* dan tidak perlu pergi ke toko untuk memilih kemudian beberapa saat kedepan pesanan akan segera dikirimkan.

Bahkan saat ini metode pembayaran yang ditawarkan telah mengalami perkembangan, seperti metode pembayaran cicilan yang terdapat pada fitur *Shopee PayLater*. *Shopee PayLater* merupakan metode pembayaran secara dicicil yang terdapat di Shopee. Sehingga apabila seorang konsumen tersebut ingin melakukan pembelian tidak lagi pusing karena tidak adanya uang yang dimilikinya, karena dapat terbantu oleh metode pembayaran *Shopee PayLater*. Saat ini, banyak perusahaan melakukan penelitian tentang keputusan pembelian pada konsumen mereka tentang pembelian. Salah satunya yakni ingin mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi pembelian adalah salah satu cara untuk membentuknya. Hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti menunjukkan bahwa beberapa faktor yang mendorong warga Muslim di Kelurahan Tegal Alur Kecamatan Kalideres Kota Jakarta Barat untuk berbelanja secara online menggunakan *Shopee PayLater* adalah sebagai berikut:

a. Kemudahan atau Fleksibilitas

Mayoritas warga muslim di Kelurahan Tegal Alur Kecamatan Kalideres Kota Jakarta Barat memilih belanja online menggunakan *Shopee PayLater* dikarenakan adanya kemudahan yang ditawarkan dalam fitur tersebut. Mereka mengatakan belanja online dengan menggunakan *Shopee PayLater* sangat mudah karena tidak harus datang ke toko secara langsung, hanya saja dengan smartphone yang dimilikinya, dan apabila tidak memiliki uang dapat ditalangi oleh pihak *Shopee*. Hal tersebut menyebabkan banyak warga muslim yang merasa terbantu dengan kemudahan tersebut, sehingga terdapat sedikit banyaknya yang terlena dalam berbelanja online menggunakan *Shopee PayLater* yang dikemudian hari akan menimbulkan penumpukan hutang yang dimilikinya dan berperilaku konsumtif serta boros.

Hal tersebut sesuai dengan penelitian Putri Arvianti dalam judul penelitian “Perilaku Konsumtif Penggunaan *Shopee PayLater* Di Kalangan Mahasiswa UIN Surabaya” yang menjelaskan hasil penelitian bahwa kemudahan yang disediakan oleh *Shopee PayLater* telah menarik minat mahasiswa untuk menggunakan pinjaman tersebut. Mahasiswa bisa memperoleh barang yang diinginkan atau diperlukan dengan segera, namun bisa membayar di waktu yang akan datang. Sehingga mahasiswa bisa membayar sesuai kemampuan dan mengikuti keinginan mereka, sambil tetap mematuhi ketentuan dari *Shopee*. Kemudahan yang ditawarkan oleh pinjaman *Shopee PayLater*

amat digemari oleh mahasiswa dari berbagai kalangan ketika mereka berbelanja.¹¹¹

b. Harga Murah dan Banyaknya Promo yang Ditawarkan dalam Waktu yang Singkat

Promo yang diadakan oleh beberapa brand atau toko pada *e-commerce* Shopee salah satunya itu karena memberika promo dengan memberikan waktu secara singkat ataupun promo yang ditawarkan hanya menghitung jam saja dengan jumlah stock barang yang juga terbatas. Hal tersebut membuat Warga muslim di Kelurahan Tegal Alur Kecamatan Kalideres Kota Jakarta Barat lebih memilih belanja online menggunakan *Shopee PayLater* karena barang yang telah lama masuk keranjang atau diincarnya dalam masa promo dan dijual jauh lebih murah daripada barang-barang yang dijual di toko.¹¹² *E-commerce* Shopee sering menawarkan berbagai promo yang digunakan sebagai menarik minat beli konsumen, terutama untuk menggunakan *ShopeePayLater* seperti murah lebay, serba seribu (SERBU), *cashback* extra, *cashback* koin shopee, gratis ongkir sampai adanya penambahan limit kredit yang didapatkan apabila pengguna tersebut sering menggunakannya.

¹¹¹ Arvianti, "Perilaku Konsumtif Pengguna *Shopeepaylater* Di Kalangan Mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya."

¹¹² Diah Eka Intan Pratiwi Intan and Ely Masykuroh Ely, "Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mahasiswa Ponorogo Di Marketplace Lazada," *Niqosiya: Journal of Economics and Business Research* 3, no. 1 (2023): 214–36, <https://doi.org/10.21154/niqosiya.v3i1.2011>.

Hal tersebut sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Nabila Syalwa dan Siti Fauziah Zulfadilla yang menjelaskan hasil penelitian Adanya pembayaran *cashless* ini juga menampilkan hiperrealitas, di mana iklan yang intens mereka tawarkan menciptakan realitas baru dan menghapus realitas lama. Karena tertarik dengan berbagai penawaran dan promosi menarik yang ditawarkan dalam iklan, pengguna *cashless* akan semakin sering menggunakan *cashless*. Pengendalian penggunaan *cashless* juga menunjukkan kelimpahan yang menjadi dasar pemborosan oleh pengguna *cashless*. Karena kemudahan, promosi, dan ketergantungan yang dirasakan ketika menggunakan sistem pembayaran *cashless*, beberapa pengguna *cashless* masih belum bisa mengendalikan diri.¹¹³

c. Adanya Penambahan Limit atau Jumlah Saldo Kredit

Faktor lain yang menjadikan warga muslim di Kelurahan Tegal Alur, Kecamatan Kalideres, Kota Jakarta Barat dalam menggunakan *Shopee PayLater* dalam belanja online yaitu adanya penambahan jumlah limit kredit yang didapatkan apabila pengguna *Shopee PayLater* menggunakannya secara sering. Maka semakin sering digunakan, limit kredit *Shopee PayLater* akan terus menerus bertambah.

¹¹³ Syfa Nuril Auliya, Abdul Rahman, and Danang Purwanto, "Fenomena Perilaku Konsumsi Menggunakan Sistem Pembayaran *Cashless* (Studi Kasus Masyarakat Di Kabupaten Kendal)" 14 (2022): 88–98.

d. Banyaknya Pilihan

Terdapat banyak pilihan di *e-commerce* shopee, yang menjadi salah satu alasan warga muslim di kelurahan Tegal alur kota jakarta barat menggunakan *Shopee PayLater* untuk belanja online. Dengan mengetikkan nama “barang” atau “produk” di kolom pencarian, mereka akan melihat banyak barang dari berbagai toko dengan berbagai harga, bahkan barang yang tidak ada di toko offline dapat ditemukan. Pembeli kemudian tinggal memilih barang yang sesuai dengan keinginan dan kemudian memilih pembayarannya ingin di cicil dalam tenor waktu yang akan disepakati.

e. Efektivitas

Faktor lain warga muslim di Kelurahan Tegal Alur Kecamatan Kalideres Kota Jakarta Barat memilih belanja online menggunakan pembayaran *Shopee PayLater* ialah proses belanja yang dapat menghemat waktu, tenaga dan biaya. Belanja online dapat dilakukan dimana pun dan kapan pun dengan alat elektronik seperti smartphone, laptop dan PC. Mengakses *Shopee PayLater* pun sangat mudah hanya dengan memasukkan pin ataupun sidik jari, selama limit di akun Shopee masih ada, maka pembayaran pun masih bisa digunakan.

Kemudahan belanja dengan *Shopee PayLater* menjadikan warga muslim di Kelurahan Tegal Alur Kecamatan Kalideres Kota Jakarta Barat dalam belanja online memilih menggunakan fitur tersebut untuk menangani masalah saat berbelanja online. Hal ini sejalan dengan

penelitian yang dilakukan oleh Muhamad Rizal yang menyatakan bahwasannya kemudahan yang didapatkan dalam belanja online akan menimbulkan banyaknya perilaku konsumtif.¹¹⁴ Dengan adanya *ShopeePayLater*, warga muslim di Kelurahan Tegal Alur Kecamatan Kalideres Kota Jakarta Barat dapat dengan mudah saat berbelanja online di platform *E-Commerce* Shopee.

C. Analisis Dampak Penggunaan *Shopee PayLater* Warga Muslim di Kelurahan Tegal Alur Kecamatan Kalideres Kota Jakarta Barat

Konsumsi merupakan suatu kegiatan menggunakan dan memanfaatkan sumber daya, barang maupun jasa yang dilakukan dengan memanfaatkan anugerah yang telah diberikan Allah Swt. kepada manusia. Dalam hal konsumtif, Islam mendorong kebijakan yang moderat dan sederhana. Tidak berlebihan, tidak boros, dan tidak kekurangan. Pemborosan dianggap sebagai saudara dari setan. Karena dalam agama Islam, hal berkonsumsi dijelaskan bahwa barang yang dianggap baik haruslah halal, bermutu, sehat, tidak tercemar, bebas dari riba, dan sebagainya. Seain itu, Islam melarang konsumsi secara berlebihan dan mewah begitu pun dalam penggunaan pembayaran *Shopee PayLater*.

Penggunaan *Shopee PayLater* sebagai salah satu fitur pembayaran digital semakin populer di kalangan masyarakat, termasuk warga Muslim.

Kemudahan dan fleksibilitas yang ditawarkan fitur ini menarik minat

¹¹⁴ Muhamad Rizal, "Pengaruh Perilaku Konsumtif Belanja Online Terhadap Minat Beli Ulang Pada *Shopee Paylater* (Studi Pada Mahasiswa/Mahasiswi Prodi Manajemen Universitas Pakuan Tahun 2020-2023)."

banyak konsumen. Namun, penggunaan *Shopee PayLater* juga memunculkan berbagai dampak yang dihasilkan setelah menggunakan pembayaran *Shopee PayLater* dalam belanja online. Dampak yang dihasilkan dalam pembayaran *Shopee PayLater* terbanyak ialah dampak negatif, seperti menimbulkan perilaku konsumtif bagi pengguna pembayaran *Shopee PayLater* tersebut. Yusuf Qardawi menyebutkan beberapa faktor moral yang mempengaruhi konsumsi, seperti beralasan untuk membeli barang-barang yang baik atau halal, berhemat dan tidak mewah, menghindari hutang, dan menghindari kebakhilan.

Yusuf Qardhawi juga berpendapat bahwa seorang muslim tidak boleh membelanjakan uang secara berlebihan. Menurutnya, perilaku konsumtif tidak hanya dilarang oleh agama, tetapi juga memiliki beberapa efek negatif bagi mereka yang melakukannya. Hal yang sama dengan Yusuf Al-Qardhawi peneliti temukan dari hasil wawancara yang telah dilakukan bahwasannya dapat disimpulkan beberapa dampak yang dihasilkan dalam penggunaan pembayaran *Shopee PayLater* dalam belanja online yaitu sebagai berikut:

a. Dampak Positif Penggunaan Metode Pembayaran *Shopee PayLater* dalam Belanja Online

a) Terdapatnya Kemudahan Akses

Shopee PayLater dapat memudahkan serta membantu seseorang yang menggunakannya,¹¹⁵ termasuk seorang muslim yang menggunakan *Shopee PayLater* untuk dapat memenuhi kebutuhan sehari-hari atau membeli barang yang mereka inginkan tanpa harus memiliki banyak uang tunai saat mereka membayar.

b) Meningkatkan Daya Beli

Shopee PayLater juga berdampak positif untuk dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi. Pembelian secara berulang yang dilakukan setiap konsumen dalam penggunaannya juga dapat berpotensi merangsang pertumbuhan ekonomi.

b. Dampak Negatif Penggunaan Metode Pembayaran *Shopee PayLater* dalam Belanja Online

a) Membuat Manajemen Keuangan Menjadi Buruk

Dengan fitur "beli sekarang, bayar nanti", orang ingin segera membeli sesuatu tanpa mempertimbangkan akibatnya dalam jangka panjang. Dikarenakan tidak semua orang memiliki pemahaman yang baik tentang pengelolaan keuangan, sehingga mudah terjebak dalam penggunaan *Shopee PayLater* yang

¹¹⁵ Dini Kusumawati Anggraeni et al., "Pengaruh Penggunaan Fitur *Shopee Paylater* Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Di Kabupaten Kolaka," *Ekonomi Bisnis Syariah* 7, no. 7 (2024): 23–32.

berlebihan dan berdampak pada buruknya manajemen keuangan serta timbulnya *over budgeting* yang dilakukan untuk memenuhi gaya hidupnya. Sehingga akan dapat membuat hutang semakin menumpuk dan menjadi beban sehingga dapat kesulitan dalam melunasinya.

Hal tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Isna 'Ulyatul Azmi mengatakan bahwa penggunaan layanan *PayLater* yang tidak proporsional dengan pendapatan bulanan dapat mengakibatkan pengelolaan keuangan yang buruk. Prioritas pengeluaran pun bergeser, sehingga kebutuhan pokok menjadi terabaikan demi memenuhi kewajiban pembayaran *PayLater*.¹¹⁶

b) Tergoda untuk Berbelanja Impulsif (Spontanitas)

Dengan fitur "beli sekarang, bayar nanti", kita sering tergoda untuk membeli barang yang tidak terlalu dibutuhkan seperti dharuriyat, hajiyat, dan tahsiniyat untuk keberlangsungan hidup.¹¹⁷ Sehingga kurangnya pertimbangan dengan mengingat karena pembayaran ditunda, seringkali tidak berpikir panjang sebelum membeli sesuatu karena fitur "beli sekarang, bayar nanti" mendorong kita untuk segera membeli sesuatu tanpa

¹¹⁶ Isna 'Ulyatul Azmi, "Pengaruh Kontrol Diri Dan Besaran Uang Saku Terhadap Perilaku Konsumtif Melalui Variabel Intervening Literasi Keuangan Pengguna Layanan Beli Sekarang Bayar Nanti (Shopee PayLater).," 2024.

¹¹⁷ Arohma Putri Kaharidoni and Yulia Anggraini, "Analisis Perilaku Konsumsi Penggemar KPOP Di Kalangan Mahasiswi Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Ponorogo Angkatan 2018 (Perspektif Maqashid Syariah)," *Niqosiya: Journal of Economics and Business Research* 2, no. 1 (2022): 139–56.

mempertimbangkan akibatnya dan berakhir pada perilaku konsumtif dan boros.

c) Mempersulit Keinginan untuk Menabung, Sehingga Seseorang Tidak Dapat Memikirkan Masa yang Akan Mendatang

Belanja online akan dapat membatasi keinginan seseorang untuk menabung. Menurut hasil wawancara yang telah dilakukan pada warga muslim di Kelurahan Tegal Alur Kecamatan Kalideres Kota Jakarta Barat mengetahui bahwa jika memiliki uang, maka tidak akan ditabung. Sebaliknya, mereka memilih untuk membelanjakan uang mereka langsung tanpa mempertimbangkan kebutuhan di masa depan karena tidak ingin tertinggal oleh trend.

d) Membuat Diri Sendiri Egois dan Tidak Menolong Orang Lain

Belanja online juga membuat warga muslim di Kelurahan Tegal Alur Kecamatan Kalideres Kota Jakarta Barat hanya berpikir tentang mencapai semua keinginan mereka daripada membantu orang lain dan tidak bersedekah, berzakat dan melakukan infaq.¹¹⁸

Ilmu ekonomi Islam mengajarkan prinsip konsumsi yang bijaksana serta mendorong untuk menghindari pemborosan. Jika penggunaan *Shopee PayLater* tidak dikelola dengan baik, bisa tidak sejalan dengan

¹¹⁸ Kumara Adji Kusuma dkk., "Bankziska and Loan Sharks Eradication in Southeast Asia: Evidence from Indonesia," *Al-Uqud: Journal of Islamic Economics* 8, no. 2 (2024), <https://journal.unesa.ac.id/index.php/jie/article/view/23691>.

prinsip-prinsip ini. Walau memberikan kepraktisan,¹¹⁹ fitur tersebut bisa memicu masalah keuangan serta perilaku konsumtif yang merugikan. Agar dapat meraih manfaat maksimal dan mengurangi risiko, seorang muslim dirasa untuk mampu memanfaatkan *Shopee PayLater* dengan bijak. Hal ini meliputi pemahaman yang mendalam tentang manajemen keuangan, kemampuan dalam menetapkan prioritas pengeluaran, menghindari pembelian secara impulsif, membiasakan diri untuk menabung, menjaga keseimbangan antara kebutuhan dan keinginan, serta senantiasa mengingat prinsip-prinsip konsumsi dalam Islam.



¹¹⁹ Siti Amarah, Husnurrosyidah, dan Ely Masykuroh, "Financial Attitude, Trust, and ROSCAs' Member Commitment: Social Relations as Mediating Factor," Juni 2023, 35–49, <https://doi.org/10.17549/gbfr.2023.28.3.35>.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dipaparkan oleh peneliti, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Jika dilihat secara umum, perilaku konsumsi warga muslim di Kelurahan Tegal Alur Kecamatan Kalideres Kota Jakarta Barat dalam belanja online menggunakan *Shopee PayLater* ialah masih tidak sesuai dengan syariat konsumsi yang diajarkan oleh agama Islam dan berdampak pada perilaku konsumtif. Syariat Islam yang menjelaskan mengenai perilaku konsumsi seseorang seperti membelanjakan harta untuk kebaikan serta menjauhi akan sifat kikir, tidak mubadzir, dan menjunjung tinggi sifat sederhana. Terdapat banyaknya warga muslim setempat yang masih melakukan konsumsi kurang sesuai dengan syariat yang diajarkan oleh agama Islam, seperti masih banyaknya yang berperilaku boros, membeli barang atau pun produk dalam belanjaan online yang tidak sesuai kebutuhan karena lebih mengedepankan rasa keinginannya dan barang yang dibeli itu belum memiliki kualitas atau fungsi yang maksimal, membeli karena barang tersebut memiliki warna serta motif dan bentuk yang lucu, tidak mau tersaingi oleh orang lain, serta tidak ingin ketinggalan trend yang sedang viral.
2. Faktor utama yang memengaruhi perilaku konsumsi warga muslim di Kelurahan Tegal Alur Kecamatan Kalideres Kota Jakarta Barat dalam

belanja online menggunakan pembayaran *Shopee PayLater* antara lain yaitu adanya kemudahan yang didapatkan oleh pengguna atau konsumen. Harga yang murah dan banyaknya promo yang ditawarkan dalam waktu singkat dan kuantitas produk yang ditawarkan pada jam promo tersebut sedikit, adanya penambahan limit, banyaknya pilihan serta efektivitas yang terdapat pada metode pembayaran *Shopee PayLater* tersebut. Sehingga beberapa faktor tersebut dapat menarik minat dari para pengguna *Shopee PayLater* untuk selalu bertransaksi dan meningkatkan jumlah utang yang dimilikinya. Selain itu, yang menjadi faktor lainnya warga muslim di Kelurahan Tegal Alur Kecamatan Kalideres Kota Jakarta Barat berperilaku konsumtif dikarenakan minimnya pengetahuan akan aturan ataupun etika praktik berkonsumsi dengan baik dalam ajaran Islam dikarenakan warga lingkungan tersebut hanya mengemban pendidikan di sekolah umum saja, tidak sempatnya mengemban ilmu perihal etika berkonsumsi menurut ajaran ataupun syariat Islam melalui madrasah ataupun pondok pesantren lainnya.

3. Terdapat dua dampak yang terjadi dalam penggunaan pembayaran *Shopee PayLater* dalam belanja online, yakni dampak positif dan dampak negatif. Dampak positif penggunaan metode pembayaran *Shopee PayLater* dalam belanja online yaitu terdapat kemudahan akses dalam penggunaannya serta dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi. Dampak negatif penggunaan metode pembayaran *Shopee*

PayLater dalam belanja online yaitu dapat membuat manajemen keuangan menjadi buruk, sehingga menimbulkan kegiatan berbelanja impulsif, selain itu dapat menimbulkan perilaku boros serta perilaku konsumtif, mempersulit keinginan memiliki tabungan yang nantinya dapat dijadikan sebagai salah satu aset untuk kehidupan di masa yang akan mendatang, membuat diri sendiri menjadi egois karena selalu memikirkan keinginannya dan tidak dapat menolong orang dengan cara bersedekah dan berinfaq.

B. Saran

Dengan mempertimbangkan keterbatasan dan kekurangan penelitian pada penelitian ini, peneliti dapat memberikan beberapa rekomendasi atau saran yang dapat dipertimbangkan untuk penelitian dimasa depan, yaitu:

1. Untuk seluruh konsumen atau pengguna, terkhusus konsumen muslim di Kelurahan Tegal Alur Kecamatan Kalideres Kota Jakarta Barat. Semakin banyak produk yang tersedia di *e-commerce* seperti Shopee, konsumen diharapkan tidak mudah tergiur dengan produk yang tersedia. Konsumen diharapkan untuk dapat mempertimbangkan terlebih dahulu dalam memilih produk online sebelum membeli. Tidak hanya melihat promosi yang banyak, barang yang dilihat menarik perhatian karena bentuknya lucu ataupun warnanya menarik serta kemudahan bertransaksi. Selain itu, diharapkan untuk dapat bisa

membuat perencanaan pengeluaran serta pemasukan dalam kebutuhan harian, bulanan serta tahunan.

2. Selain itu, ada baiknya untuk mengisi waktu luang yang dimilikinya dengan melakukan hal-hal positif seperti kegiatan keagamaan seperti pengajian, membantu untuk mengajar mengaji di kegiatan TPA/TPQ atau bisa juga mengisi luang dengan kegiatan sosial seperti gotong royong membersihkan lingkungan, mengadakan kegiatan berkaitan dengan proses pengasahan kemampuan atau *skill* berupa membuat manik-manik aksesoris yang nantinya dapat diperjual belikan untuk menambah pendapatan. Dan diharapkan dapat bersedekah, dikarenakan bersedekah juga dapat mengurangi rasa ingin memiliki harta secara berlebihan dan dapat memberikan kepada membutuhkan. Hal lain yang mungkin bisa dilakukan untuk mengurangi belanja online yaitu bisa melakukan kegiatan yang selaras dengan hobi seperti olahraga dan membaca buku. Solusi yang dapat dilakukan untuk meminimalkan kegiatan belanja online lainnya yaitu membuat anggaran pengeluaran dan pemasukan yang sesuai dengan kebutuhan prioritas serta menyisihkan dana untuk dapat ditabungkan. Hal tersebut dapat dijadikan sebagai upaya saran atau solusi untuk mengurangi tingkat angka belanja online yang dihasilkan oleh warga muslim di Kelurahan Tegal Alur Kecamatan Kalideres Kota Jakarta Barat.
3. Untuk penelitian selanjutnya, dikarenakan penelitian ini terdapat keterbatasan dalam pengambilan data dari para informan diharapkan

dapat menambah jumlah informan yang lebih banyak lagi sehingga dapat lebih menguatkan akan hasil penemuan yang akan dilaksanakan dikemudian hari. Serta memperbanyak akan referensi dan memperluas ruang lingkup penelitian dengan memahami fitur-fitur lain yang terdapat pada Shopee seperti melakukan perbandingan akan perbedaan pada pembayaran sehingga dapat menemui metode pembayaran apakah yang lebih besar pengaruhnya terhadap perilaku konsumtif dari para pengguna Shopee.



DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Ghofur. *Pengantar Ekonomi Syariah*. Depok: Raja Wali Pers, 2017.
- Abu Al-Ghurfari. *Remaja Korban Mode*. Bandung: Mujahid, 2003.
- Ahnaf, Muhammad Fanhas, and Wuryaningsih Dwi Lestari. "Analisis Pengaruh Harga, Kualitas, Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Online Di Aplikasi Shopee." *Jurnal Lentera Bisnis* 13, no. 1 (2024): 80. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v13i1.970>.
- Amaroh, Siti, Husnurrosyidah, dan Ely Masykuroh. "Financial Attitude, Trust, and ROSCAs' Member Commitment: Social Relations as Mediating Factor," Juni 2023, 35–49. <https://doi.org/10.17549/gbfr.2023.28.3.35>.
- Aminuddin, Luthfi Hadi. "RELASI MUSLIM DAN NON MUSLIM MENURUT NAHDLATUL ULAMA: Studi Atas Hasil-Hasil Keputusan Bah}th al-Masa>'il Nahdlatul Ulama." *Justicia Islamica* 11, no. 2 (2014). <https://doi.org/10.21154/justicia.v11i2.105>.
- Anggraeni, Dini Kusumawati, M Zakariah, Abdl Rizal, and Aiedil Pebri Suwarna. "Pengaruh Penggunaan Fitur Shopee Paylater Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Di Kabupaten Kolaka." *Ekonomi Bisnis Syariah* 7, no. 7 (2024): 23–32.
- Arvianti, Putri. "Perilaku Konsumtif Pengguna Shopeepaylater Di Kalangan Mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya," 2023.
- Asy-Syatibi. *Al-Muwafaqat Fi Ushul Al-Syari'ah*. Kairo: Musthafa Muhammad.
- Auliya, Syfa Nuril, Abdul Rahman, and Danang Purwanto. "Fenomena Perilaku Konsumsi Menggunakan Sistem Pembayaran Cashless (Studi Kasus Masyarakat Di Kabupaten Kendal)" 14 (2022): 88–98.
- Bilson Simamura. *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka, 2004.
- Dewi. "Wawancara," 2024.
- Dhany Yudha Pratama Widodo, Henny Prasetyani. "Penggunaan Shopee Sebagai Media Promosi Untuk Meningkatkan Daya Jual Produk Sebagai Narahubung Sosial Marketing." *Journal of Systems, Information Technology, and Electronics Engineering* 2, no. 2 (2022): 12–17. <http://e-journal.ivet.ac.id/index.php/jsitee>.
- Dian. "Observasi," 2024.
- Dwi Kurniasih. "Sejarah Kelurahan Tegal Alur," <https://barat.jakarta.go.id/kelurahan/tegal-alur>.
- Elvyo Salsabela. "Tinjauan Hukum Islam Terhadap Parakti Jual Beli Menggunakan ShopeePayLater," 2020.

- Erlina Santika. "ECDB: Proyeksi Pertumbuhan E-Commerce Indonesia Tertinggi Sedunia Pada 2024," <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2024/04/29/ecdb-proyeksi-pertumbuhan-e-commerce-indonesia-tertinggi-sedunia-pada-2024>.
- Fadillah Insani. "Analisis E-Commerce Sebagai Ekonomi Digital Dalam Mendorong Pertumbuhan Perekonomian Kota Medan Di Tengah Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Pada UMKM Di Kota Medan)" 19 (2016): 1–23.
- Fadli, Muhammad Rijal. "Memahami Desain Metode Penelitian Kualitatif" 21, no. 1 (2021): 33–54. <https://doi.org/10.21831/hum.v21i1>.
- Farah Dilla Wanda Damayanti, and Clarashinta Canggih. "Pengaruh Penggunaan Pembayaran Shopeepay Later Terhadap Perilaku Konsumsi Islam Generasi Milenial Di Surabaya." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 7, no. 03 (1905): 1880–88.
- Fatimatu Zahro, Lina, and Lukman Santoso. "Pengaruh Penguasaan Mata Kuliah Etika Bisnis Islam Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa." *SERAMBI: Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis Islam* 1, no. 2 (2019): 13–20. <https://doi.org/10.36407/serambi.v1i2.67>.
- Fuadi, Muhammad Robeth, Dellawaty Supraba, and Universitas Merdeka Malang. "Kontrol Diri Pada Perilaku Konsumtif Remaja Yang Menggunakan Fitur Shopee Pay Later" 3, no. 2 (2023): 363–73.
- Gustantio, Esther Rendy, Amelia Setiawan, and Hamfri Djajadikerta. "Pengaruh Gaya Hidup Konsumtif, Financial Literacy, Dan Persepsi Kemudahan Bertransaksi Terhadap Penggunaan E-Wallet Pada Generasi Z." *Innovative: Journal Of Social Science Research* 4, no. 3 (2024): 11261–73. <https://doi.org/10.31004/innovative.v4i3.11417>.
- Haryani, Indah, and Jhon Herwanto. "Hubungan Konformitas Dan Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Terhadap Produk Kosmetik Pada Mahasiswi." *Jurnal Psikologi UIN Sultan Syarif Kasim Riau* 11, no. 1 (2015): 5–6. <https://ejournal.uin-suska.ac.id/index.php/psikologi/article/view/1555>.
- Heri Sudarsono. *Konsep Ekonomi Islam*. Yogyakarta: Ekonisia, 2002.
- Hurriyah Badriyah. *Rahasia Sukses Besar Bisnis Online Tanpa Modal*. Jakarta: Kunci Komunikasi. Jakarta: Kunci Komunikasi, 2014.
- Ibu Aghnia. "Wawancara," 2024.
- Ibu Iput. "Wawancara," 2024.
- Icha. "Wawancara," 2024.
- Ika. "Wawancara," 2024.
- Intan, Diah Eka Intan Pratiwi, and Ely Masykuroh Ely. "Pengaruh Kualitas

- Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mahasiswa Ponorogo Di Marketplace Lazada.” *Niqosiya: Journal of Economics and Business Research* 3, no. 1 (2023): 214–36. <https://doi.org/10.21154/niqosiya.v3i1.2011>.
- Ismail Suardi Wekke. *Metode Penelitian Sosial*. Yogyakarta: Gawe Buku, 2019.
- Isna 'Ulyatul Azmi. “Pengaruh Kontrol Diri Dan Besaran Uang Saku Terhadap Perilaku Konsumtif Melalui Variabel Intervening Literasi Keuangan Pengguna Layanan Beli Sekarang Bayar Nanti (Shopee PayLater).” 2024.
- Jamilah, Nada Khoirul. “Pengaruh Kelompok Acuan Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Fitur Shopee Paylater Pada Kalangan Santri Di Ponorogo,” 2023.
- Kaharidoni, Arohma Putri, and Yulia Anggraini. “Analisis Perilaku Konsumsi Penggemar KPOP Di Kalangan Mahasiswi Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Ponorogo Angkatan 2018 (Perspektif Maqashid Syariah).” *Niqosiya: Journal of Economics and Business Research* 2, no. 1 (2022): 139–56.
- Kamus Besar Bahasa Indonesia. “Data,” 2024. <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/data>.
- Kinanti, Maoliya Siti Nurfalida, Waisul Kurni Maulidi, Nur Eva Lestari, Salma, and Dianita Rahayu Sukmawati Nurul Izzah, Oktavia Sholehah, Sena Agustin. “Dampak Online Shop Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat Mosern Di Kota Jakarta Pusat” 10 (2024): 438–44.
- Kotler, Phillip, and Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga, 2008.
- Kusuma, Kumara Adji, Imam Fauji, Faruq Ahmad Futaqi, Khoong Tai Wai, dan Syafiq Izawan bin Ramlan. “Bankziska and Loan Sharks Eradication in Southeast Asia: Evidence from Indonesia.” *Al-Uqud : Journal of Islamic Economics* 8, no. 2 (2024). <https://journal.unesa.ac.id/index.php/jie/article/view/23691>.
- Lestari, Sinta Dwi, and Helmi Haris. “Pengaruh Sosial, Gaya Hidup, Dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Pembelian Melalui Shopee Paylater Pada Mahasiswa Febi Uin Raden Mas Said Surakarta.” *Jurnal Masharif Al- Syariah : Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah* 9, no. 1 (2024): 389–404.
- Lexxy J. Moloeng. *Metode Penelitian Kualitatif*. (Bandung: PT Remaja Rosdakarya), 2018.
- M. Nur Rianto Al Arif dan Euis Amalia. *Teori Ekonomi Mikro Suatu Perbandingan Ekonomi Islam Dan Ekonomi Konvensional*. Jakarta: Kencana Preneda Media Group, 2020.
- M.B. Hendrie Anto. *Pengantar Ekonomika Mikro Islam*. Yogyakarta: Ekonisia,

2003.

- Mawasofa, Mauludatul, Deni Nugroho Setyabudi, and Heru Sofian. "Analisis Pengaruh Penggunaan Fitur Shopee Paylater Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat Desa Madiredo Kecamatan Pujon" 5 (2023): 471–85.
- Muhamad Rizal. "Pengaruh Perilaku Konsumtif Belanja Online Terhadap Minat Beli Ulang Pada Shopee Paylater (Studi Pada Mahasiswa/Mahasiswa Prodi Manajemen Universitas Pakuan Tahun 2020-2023)," 2024.
- Muhammad. *Ekonomi Mikro Dalam Perspektif Islam*. Yogyakarta: BPFE Yogyakarta, 2004.
- Muhammad Luthfi Gozali. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Mahasiswa Dalam Mengelola Keuangan (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta)," 2018.
- Muhammad Muflih. *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Ekonomi Islam*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2006.
- Mulyadi Nitisusarto. *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Kewirausahaan*. Bandung: Alfabeta, 2013.
- Nabilah. "Wawancara," 2024.
- Nurkhofifah, Siti. "Pengaruh Penggunaan Fitur Shopeepaylater Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat," 2022.
- Nurma Fitrianna. "Pengaruh Gaya Hidup Dan Pemahaman Pola Konsumsi Islam Terhadap Perilaku Konsumsi Santri Pondok Pesantren Al-Barokah Mangunsuman Siman Ponorogo." *Journal of Syntax Literate* 7, no. 6 (2022).
- Nurmala, Mia, Universitas Sultan, Ageng Tirtayasa, and Universitas Pendidikan. "Analisis Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pada Penggunaan E-Commerce Dalam Perspektif Maqashid Al-Syariah" 9, no. 2 (2024): 141–52.
- Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI) UII, *Ekonomi Islam*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2008.
- Prasetyo, Luhur, dan Khusniati Rofiah. "The Formulation of Islamic Bank Performance Based on Contemporary Maqasid Al-Sharia." *Justicia Islamica* 18, no. 2 (2021): 318–34. <https://doi.org/10.21154/justicia.v18i2.3163>.
- Rahima, Phyta. "Pengaruh Fitur Shopee Paylater Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Mataram" 4, no. 1 (2022): 39–50.
- Rahmawati, Gina. "Pengaruh Literasi Keuangan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna Shopee Paylater Pada Generasi Millennial," 2023.

- Ratnaningrum, Tiara, Rina Dewi, Bambang Karnain, and Harsono Teguh Santoso. "Pengaruh Belanja Online Dan Fitur Paylater Shopee Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat Di Kota Surabaya" 3, no. 2 (2024).
- Ristiyanti Prasetijo dan John J.O.I Lhalauw. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andi Yogyakarta, 2004.
- Risukmasari. "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Berbelanja Konsumen Pada Penggunaan Fitur Shopee Pay Later." *Jurnal Sosial Teknologi* 4, no. 2 (2024): 101–8. <https://doi.org/10.59188/jurnalsostech.v4i2.1150>.
- Rohayedi, Eddy, and Maulina Maulina. "Konsumerisme Dalam Perspektif Islam." *Transformatif* 4, no. 1 (2020): 31–48. <https://doi.org/10.23971/tf.v4i1.1900>.
- Salsabila. "Wawancara," 2024.
- Septiana, Elysa, and Aji Damanuri. "Perubahan Perilaku Konsumen Generasi Milenial Dan Generasi Z Terhadap Pembelian Consumer Goods Pada Era Digital Di Desa Beton." *IJMA (Indonesian Journal of Management and Accounting)* 5, no. 2 (2024): 248–61. <https://ejournal.almaata.ac.id/index.php/IJMA/index>.
- Siyoto dan Sodik. *Dasar Metodologi Penelitian, Literasi*. Yogyakarta: Media Publishing, 2015.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- . *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2014.
- Sumartono. *Teropong Dalam Iklan: Meneropong Imbas Pesan Iklan Televisi*. Bandung: Alfabeta, 2002.
- Sumartun, and Dwi Setya Nugrahini. "Pengaruh Pengetahuan Tentang Ekonomi Syariah Dan Pengalaman Terhadap Perilaku Konsumsi (Studi Pada Mahasiswa FEBI IAIN Ponorogo Angkatan Tahun 2018-2021)." *Falahiya : Research Journal of Islamic Banking and Finance* 1, no. 1 (2022): 62–78.
- Triyana, Asnaini, and Miko Polindi. "Analisis Perilaku Konsumtif Pengguna Layanan Buy Now Pay Later Dalam Konsep Konsumsi Menurut Muhammad Abdul Mannan" 7, no. 2 (2024): 1445–56.
- Ulum, Miftahul, Asmak Ab Rahman, Shinta Maharani, dan Agus Purnomo. "Islamic Education and Social Media Transformation in Pandemic Era: Challenges and Opportunities in Indonesia." *Cendekia: Jurnal Kependidikan Dan Kemasyarakatan* 19, no. 1 (2021): 185–96. <https://doi.org/10.21154/cendekia.v1i1.2662>.

- Utami, Budi Putri. "Praktek Kredit Barang Melalui Shopee Paylater Dari Marketplace Shopee Berdasarkan Hukum Ekonomi Islam Dan Kitab Undang-Undang Hukum Perdata." *Ilmu Hukum Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara* 1, no. 3 (2021): 1–84.
- Wahid, Abdul. "Analisis Persepsi Pengguna Paylater Terhadap Risiko Dari Pemanfaatan Layanan Pada Aplikasi E-Commerce Shopee," 2023.
- Wahyudi, Amin, Binti Nur Asiyah, dan Husnul Haq. "The Urgency of Sharia Division in Indonesian and Malaysian Islamic Bank." *Al-Uqud : Journal of Islamic Economics* 7, no. 1 (2023): 82–94. <https://doi.org/10.26740/aluqud.v7n1.p82-94>.
- Widya Rama Dhanty, Annisa Vini Cahyati, Esther Tiara Alexandra. "Analisis Pengaruh Kemudahan Paylater Pada Aplikasi Shopee Dan Promo Diskon Produk Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif (Studi Pada Pengguna Shopee Di DKI Jakarta)" 4, no. 1 (2022): 1–13.
- Winardi. *Marketing Dan Perilaku Konsumen*. Bandung: Mandar Maju, 2010.
- Wukir Prabowo. "Sejarah Singkat Kecamatan Kalideres,". <https://barat.jakarta.go.id/kecamatan/kalideres#profil>.
- Yolanda Hani Putriani, and Atina Shofawati. "Pola Perilaku Konsumsi Islami Mahasiswa Muslim Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Airlangga Ditinjau Dari Tingkat Religiusitas." *JESTT: Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan* 2, no. 7 (2015): 570–82.
- Yusuf Qardhawi. *Norma Dan Etika Ekonomi Islam*. Jakarta: Gema Isani Press, 1997.

