

Pola Perilaku Konsumtif Mahasiswa Terhadap Penggunaan Aplikasi Belanja *Online* Ditinjau dari Perspektif Ekonomi Islam

Layla Novitasari ^{1*}, Nurti Budiyantri ², Hayatin Nufus ³, Muhammad Ahyar ⁴, Putri Wulandari ⁵

^{1,2,3,4,5} Universitas Pendidikan Indonesia, Indonesia

 laylanovitasari@upi.edu*

ABSTRACT

ARTICLE INFO

Article history:

Received
February, 12 2023
Revised
April, 15 2023
Accepted
May, 21 2023

This research is motivated by the existence of excessive consumptive behavior by students whose goal is only for self-satisfaction. The purpose of this study is to analyze how opinions regarding the consumer behavior of students using *Online* shopping applications are seen from an Islamic economic perspective. This study used a descriptive qualitative method. Data collected using data collection techniques, by means of literature studies. Judging from the data from the Central Statistics Agency (BPS), smartphone use in Indonesia grew significantly in 2019 by 89.09%, this value was greater than in 2015. From the latest data by sirclo, after the pandemic, in 2021, according to published data there are 88% of internet users who buy products *Online* in Indonesia. 47.4% of respondents set aside less than IDR 100,000, 50.9% of respondents set aside around IDR 100,000 - IDR 500,000 and the most consumptive 1.8% of respondents set aside IDR 600,000 - IDR 1000,000. It can be concluded that the level of consumerism in Indonesia is quite high, judging from the data that has been studied.

Keywords: *Consumptive Behavior; Islamic Economics; Online Shopping Applications*

ABSTRAK

ARTICLE INFO

Article history:

Dikirim
12 Februari 2023
Direvisi
15 April 2023
Diterima
21 Mei 2023

Penelitian ini dilatar belakangi oleh adanya perilaku konsumtif yang dilakukan secara berlebihan oleh mahasiswa yang tujuannya hanya untuk kepuasan sendiri. Tujuan dari penelitian ini yaitu, guna menganalisis bagaimana pendapat mengenai perilaku konsumtif mahasiswa pengguna aplikasi belanja *Online* dilihat dari perspektif ekonomi islam. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Data yang dikumpulkan menggunakan teknik pengumpulan data, dengan cara studi literatur. Dilihat dari data Badan Pusat Statistik (BPS) penggunaan smartphone di Indonesia tumbuh secara signifikan pada tahun 2019 sebesar 89,09% nilai ini lebih besar dibandingkan pada tahun 2015. Dari data terbaru oleh sirclo, setelah pandemi, pada tahun 2021, menurut data yang dipublikasikan terdapat 88% penggunaan internet yang membeli produk secara *Online* di Indonesia. Sebanyak 47,4% responden menyisihkan uang kurang dari Rp 100.000, sebanyak 50,9% responden menyisihkan uang sekitar Rp 100.000 - Rp 500.000 dan yang paling konsumtif. Disimpulkan bahwa tingkat konsumerisme masyarakat di indonesia cukup tinggi dilihat dari data yang sudah diteliti.

Kata Kunci: *Perilaku Konsumtif; Ekonomi Islam; Aplikasi Belanja Online*

Journal Homepage

<https://jurnal.stisdafapublikasi.com/index.php/TAFUQUH/index>

PENDAHULUAN

Pada saat ini perkembangan teknologi dan informasi meningkat secara signifikan dengan sangat pesat, dimana peran teknologi dan informasi sangat penting bagi kehidupan masyarakat dalam melakukan kegiatan atau aktivitas. Kemudahan penggunaan smartphone menjadi salah satu faktor pendukung masifnya belanja secara daring, dengan pesatnya

persebaran informasi dengan cepat melalui pemasaran digital.¹ Selain itu, penggunaan *smartphone* dan media sosial semakin meningkat menjadi alat yang memiliki dampak besar pada pemasaran dan pola konsumerisme masyarakat². Dijelaskan secara detail oleh Kucuk konsumen mendapatkan informasi melalui *smartphone* dan internet tentang produk tertentu hanya dengan menggunakan mesin pencari (*search engine*), yang pada akhirnya meningkatkan pilihan konsumen untuk membandingkan produk tertentu dan probabilitas jumlah produk yang dikonsumsi.³ Singkatnya, konsumerisme di era digital dapat diartikan sebagai paradigma pemberdayaan dan kerentanan konsumen dalam melakukan kegiatan konsumsi di era pemasaran digital.

Indonesia merupakan negara dengan jumlah penduduk terbesar keempat di dunia dan menjadi negara dengan jumlah penduduk terpadat. Dalam laporan Badan Pusat Statistik (BPS) mengumumkan pengguna *smartphone* di Indonesia tumbuh signifikan di tahun 2019 dibandingkan tahun 2015 sebesar 89,09% dari total populasi Indonesia (Badan Pusat Statistik, 2019). Pemerintah Indonesia juga telah mendeklarasikan Indonesia sebagai Digital Energy of Asia dengan mendukung dan kerjasama dengan enam marketplace dalam program “Ayo UMKM Jualan *Online*”. Keenam marketplace yang mereka tangani adalah Tokopedia, Lazada, Shopee, Blanja.com, Bukalapak dan Blibli. Program tersebut yaitu perwujudan dari pemerintah untuk mendukung dan memfasilitasi UMKM yang merupakan tulang punggung perekonomian Indonesia. Pemerintah berkomitmen mengOnlinekan produk UMKM yang beredar di pasaran diharapkan mampu bersaing di area pasar yang lebih besar⁴.

Hal ini dikarenakan kehadiran marketplace memberikan kemudahan bagi masyarakat untuk membeli produk yang diinginkan dan juga bagi pelaku bisnis dapat lebih memperluas pasarnya⁵. Informasi produk dapat disebarluaskan dengan cepat dan sangat luas. Data terbaru dari Sirclo, Pasca pandemi, pada tahun 2021, menurut data yang dipublikasikan,

¹ Dave Chaffey dan Fiona Ellis-Chadwick, *Digital Marketing* (Pearson UK, 2019).

² Anita Andriana, Ziyah Nahry Abidah, dan Rizki Monica Rahmadhani, “Perubahan Sosial Masyarakat: Studi Kasus Pola Konsumerisme Pengguna Media Sosial Twitter Pada Event Tanggal Kembar Shopee,” *Bersatu: Jurnal Pendidikan Bhinneka Tunggal Ika* 2, no. 1 (2024): 43–55, <https://doi.org/10.51903/bersatu.v2i1.519>.

³ S. Umit Kucuk, “Consumerism in the Digital Age,” *Journal of Consumer Affairs* 50, no. 3 (2016): 515–38, <https://doi.org/10.1111/joca.12101>.

⁴ Tribunnews, “6 Marketplace Indonesia Siap Bantu Pemerintah Online-kan UMKM,” *Tribunnews.com*, 17 Oktober 2018, <https://www.tribunnews.com/kilas-kementerian/2018/04/29/6-marketplace-indonesia-siap-bantu-pemerintah-online-kan-umkm>.

⁵ I. E. Prastiwi dan T. N. Fitria, “Budaya Hedonisme dan Konsumtif dalam Berbelanja Online Ditinjau dari Perspektif Ekonomi Syariah,” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 6, no. 3 (2020): 731, <https://doi.org/10.29040/jiei.v6i3.1486>.

terdapat 88% pengguna internet yang membeli produk secara *Online* di Indonesia. pembelian melalui e-commerce tumbuh 18,1% menjadi 98,3 juta transaksi dengan total transaksi sebesar 1 juta USD. Selain itu, McKinsey & Company memprediksi bahwa nilai pasar e-commerce di Indonesia akan meningkat kisaran USD 55-65 miliar.⁶

Perkembangan pusat perbelanjaan *Online* juga diikuti dengan perkembangan metode pembayaran baru seperti *Pay Later*. Layanan *Pay Later* mulai banyak bermunculan dan ditawarkan platform digital yang bekerja sama dengan pihak ketiga sebagai penyedia layanan cicilan.⁷ *Pay Later* adalah sebuah metode pembayaran berbasis kredit dengan sistem penalaran terlebih dahulu oleh perusahaan aplikasi *pay later* untuk tagihan pengguna di merchant, selanjutnya pengguna melakukan pembayaran tagihan ke perusahaan aplikasi *Pay Later* sesuai dengan ketentuan yang ditentukan, seperti 14 atau 30 hari.⁸ Tagihan dapat dibayar secara cicil yang dalam penggunaannya tidak memerlukan uang jaminan.

Pay Later saat ini menjadi primadona di kalangan generasi milenial karena aksesnya yang mudah, terutama bagi mereka yang memiliki keterbatasan keuangan dan tidak memiliki kartu kredit karena persyaratan yang dirasakan cukup kompleks, sedangkan keinginan untuk meniru gaya hidup masa kini yang cenderung meningkat, begitu juga dengan banyaknya penawaran diskon dan cashback yang ditawarkan sangat menarik⁹. Hal ini mengakibatkan terjadi peningkatan jumlah pengguna dan transaksi dengan menggunakan metode *Pay Later*.

Kemudahan dalam bertransaksi menggunakan aplikasi belanja *Online* juga semakin meningkat dengan didorong munculnya digital payment. Digital payment atau sistem pembayaran non tunai berbeda dengan pembayaran tunai (uang dalam bentuk fisik). Pada umumnya pembayaran non tunai atau pembayaran tradisional dilakukan dengan fungsi transfer antar bank. Selain itu, pembayaran non-tunai menggunakan layanan yang disediakan sebagai alat pembayaran oleh bank, seperti kartu debit, kartu ATM maupun

⁶ Indah Aulia, *Pengaruh Kepercayaan, Risiko, Dan Sikap Terhadap Niat Untuk Bertransaksi Online* (Tarakan: Universitas Borneo Tarakan, 2022), Perpustakaan UBT, [//repository.ubt.ac.id%2Findex.php%3Fp%3Dshow_detail%26id%3D8760%26keywords%3D](https://repository.ubt.ac.id%2Findex.php%3Fp%3Dshow_detail%26id%3D8760%26keywords%3D).

⁷ Fathimah Azzami Amatulloh, Fitri Utami, dan Pipit Afifah, "Analisis Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Paylater Akulalu Di Indonesia," *Co-Value Jurnal Ekonomi Koperasi Dan Kewirausahaan* 15, no. 5 (Oktober 2024), <https://doi.org/10.59188/covalue.v15i5.4780>.

⁸ Sherlina Permata dan Hendra Haryanto, "Perlindungan Hukum Terhadap Pengguna Aplikasi Shopee Pay Later," *Krisna Law : Jurnal Mahasiswa Fakultas Hukum Universitas Krisnadwipayana* 4, no. 1 (Mei 2022): 33–47, <https://doi.org/10.37893/krisnalaw.v4i1.13>.

⁹ I. E. Prastiwi dan T. N. Fitria, "Konsep Pay Later Online Shopping dalam Pandangan Ekonomi Islam," *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 7, no. 1 (2021): 425, <https://doi.org/10.29040/jiei.v7i1.1458>.

uang elektronik (e-money).¹⁰ Saat ini pembayaran tunai semakin canggih dimana dalam sistem pembayaran sudah menggunakan jaringan Internet, di mana hal ini menjadi faktor pemicu para mahasiswa untuk menggunakannya. Karena hanya menggunakan perangkat Android semua transaksi pembayaran dapat diproses melalui koneksi internet dimanapun dan kapanpun. Alasan kemudahan pembayaran adalah faktor kekuatan menarik situs jual beli.¹¹ Pembayaran digital juga tersedia sangat menguntungkan bagi para pelaku bisnis karena dapat menarik lebih banyak lagi konsumen. Hanya saja untuk para konsumen, khususnya mahasiswa dapat memiliki pengaruh yang lebih besar pada perilaku konsumtif.

Fenomena yang dijelaskan di atas membentuk model dan metode konsumsi masyarakat mulai berubah dari model konvensional atau tatap muka langsung kepada cara baru yaitu belanja *Online*. Selain itu juga mengubah gaya hidup baru yang mengarah pada konsumerisme karena kemudahan transaksi pembayaran tanpa harus menunggu dana mencukupi karena tersedia kartu kredit digital dengan pembayaran di akhir.

Dengan kemudahan yang ditawarkan belanja *Online* ini menyebabkan terjadinya perilaku konsumtif, hal ini tidak terlepas dari faktor lain dari kelebihan dan keuntungan yang ditawarkan oleh aplikasi e-commerce itu sendiri, dimana masyarakat dapat melihat dan mencari melalui aplikasi belanja *Online* berbagai produk yang diperjualbelikan, sehingga menimbulkan adanya perilaku konsumtif masyarakat akibat penggunaan belanja *Online* tersebut.

Perilaku konsumtif adalah saat barang yang dimiliki masih berfungsi, tetapi ketika produk terbaru keluar ada kecenderungan untuk membeli produk tersebut. Dasarnya adalah mengikuti perkembangan atau tren terbaru dan adanya kekuatan finansial untuk membelinya bahkan tanpa mempertimbangkan fungsi dasarnya.¹² Perilaku konsumtif ini juga cenderung dilakukan oleh orang-orang yang kekuatan finansial yang tidak memadai. Dimana untuk bisa mendapatkan produk tersebut mereka sampai ada yang berhutang. Karakteristik ini jelas menggambarkan bagaimana perilaku konsumen terus dilakukan kian

¹⁰ Ratnawaty Marginingsih dan Imelda Sari, "Nilai Transaksi Non Tunai Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Di Indonesia Periode 2014-2018," *Inovator* 8, no. 2 (September 2019): 13–24, <https://doi.org/10.32832/inovator.v8i1.2504>.

¹¹ Evi Rosalina Widyayanti, *ANALISIS PENGARUH KECENDERUNGAN PERGESERAN SISTEM PEMBAYARAN DARI TUNAI KE NON-TUNAI/ONLINE PAYMENT TERHADAP PENINGKATAN PENDAPATAN USAHA (Studi Pada UMKM Di Yogyakarta)* (Yogyakarta: STIE Widya Wiwaha, 2020), 187–200, <http://stieww.ac.id>.

¹² Fera Rian Dianingsih dan S. Pd Agus Susilo, "Pengaruh Penggunaan Aplikasi Belanja Online Dan Fasilitas Digital Payment Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Program Studi Akuntansi Syariah Di IAIN Surakarta" (s1, Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2020), <https://doi.org/10/Surat%20Pernyataan%20Publikasi%20Ilmiah.pdf>.

hari kian meningkat. Meskipun terdapat efek negatif dan positif dalam berperilaku konsumtif, tetapi cenderung memiliki lebih banyak efek negatif daripada efek positif. Di mana efek negatif dari perilaku gaya hidup konsumtif terjadi pada seseorang yang tidak memiliki keseimbangan antara pendapatan dengan pengeluarannya (boros). Dalam hal ini dapat disimpulkan perilaku ini telah menyebabkan masalah ekonomi bagi setiap konsumen.

Gaya hidup konsumtif banyak dijumpai di kalangan generasi muda, yaitu fokusnya adalah pada kenikmatan, kesenangan dan kepuasan dalam mengkonsumsi barang yang berlebihan. Generasi muda tersebut yaitu para mahasiswa, mengingat mahasiswa dapat membedakan kebutuhan mana yang harus mereka penuhi dan kebutuhan mana yang hanya merupakan keinginan atau hasrat individu. Akan tetapi, pada kenyataannya, mahasiswa masih belum mampu mengontrol perilaku konsumtif mereka. Di mana pengeluaran untuk kebutuhan terkait berbelanja, jalan-jalan lebih besar daripada makan, minum, transportasi, dan kebutuhan belajar seperti membeli buku, mengikuti seminar, dan fotokopi. Padahal lebih penting untuk menunjang kebutuhan belajar untuk karirnya sebagai investasi di masa depan. Banyak mahasiswa cenderung membeli barang-barang seperti sepatu, tas, jilbab, baju, topi dan sebagainya melalui berbagai toko belanja *Online* Seperti Shopee, Tokopedia, Bukalapak, Zalora, Facebook, Instagram atau WhatsApp. Fenomena ini terjadi ketika mahasiswa tidak rasional dalam pembelian mereka, sehingga mengarah pada perilaku konsumtif. Perilaku konsumtif ini berdampak pada perubahan pola perilaku belanja mahasiswa sebelum mengenal *Online* shop dan sesudah mengenal *Online* shop.

Perilaku konsumtif mahasiswa dapat dipengaruhi oleh faktor lingkungan dan pertemanan remaja yang berada di lingkungan pergaulan teman sebayanya yang berpenampilan glamour maka membuat ia akan merasa tidak mau tersaingi dan berkeinginan melampaui penampilan temannya. Dalam hal ini terlihat bahwa semakin banyak mahasiswa yang menerapkan gaya hidup tersebut, membuat kehidupan kampus semakin jauh dari fungsi kampus kenyataannya. Kampus yang seharusnya menjadi tempat mencari ilmu bagi para mahasiswa terkadang dijadikan ajang kompetisi untuk menunjukkan apa yang dimiliki. Jadi, dari sini dapat disimpulkan bahwa kebutuhan belajar untuk tujuan pendidikan tinggi lebih rendah dibandingkan dengan kebutuhan di non kuliah. Itu sebabnya penting memahami faktor- faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dan pilihan toko dalam *Online* mereka.

Sebagaimana dijelaskan dalam surat Al-a'raf ayat 31 yaitu:

﴿يٰۤاَيُّهَا اٰدَمُ خُذْ اٰدَمَ زَيْنَتَكَمْ عِنْدَ الَّذِي مَسَجِدٍ وَكُلُوْا وَاشْرَبُوْا وَلَا تُسْرِفُوْا اِنَّهٗ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِيْنَ ۝

Artinya: Wahai anak cucu Adam! Pakailah pakaianmu yang bagus pada setiap (memasuki) masjid, makan dan minumlah, tetapi jangan berlebihan. Sungguh, Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebihan.

Ayat lain yang menjelaskan urgensi keseimbangan dalam pola konsumsi, “Dan orang-orang yang apabila membelanjakan (harta), mereka tidak berlebih-lebihan dan tidak (pula) kikir...” (QS. Al-Furqan: 67) dan ayat lainnya “Dan janganlah kamu jadikan tanganmu terbelenggu pada lehermu dan jangan (pula) engkau terlalu mengulurkannya (sangat pemurah) nanti kamu menjadi tercela dan menyesal”.

Berdasarkan beberapa ayat di atas, dapat kita garis bawahi bahwa ada perbedaan mendasar dalam perilaku konsumsi antara konsumsi Islam dengan konvensional. Dalam Islam, konsumsi lebih berorientasi pada kebutuhan yang seharusnya membawa kemaslahatan. yang dibutuhkan ini memiliki tiga tingkatan seperti halnya dalam masalah yaitu: Dharuriyat (primer), hajiyyat (sekunder), dan tahsiniyyat (tersier). Sedangkan pola konsumsi tradisional lebih berkaitan dengan kepuasan konsumen atas apa yang telah dikonsumsi.

Teori yang mendukung penelitian ini adalah teori perilaku konsumsi menurut Al-Ghazali. Menurut Al-Ghazali, perilaku konsumsi harus berdasarkan kebutuhan untuk mendapatkan sesuatu yang diperlukan untuk kesejahteraan dan kebahagiaan di dunia dan akhirat. Menurutnya, sifat manusia selalu menginginkan lebih atau memenuhi nafsu mereka. Al-Ghazali menjelaskan perilaku konsumsi ini harus lebih memperhatikan aspek spiritual agar tidak menimbulkan konsumsi yang berlebihan. Sebagai contoh untuk konsumsi makanan untuk kebutuhan untuk menghilangkan rasa lapar, mengonsumsi pakaian sebagai kebutuhan untuk melindungi tubuh dari dingin dan panas serta menjaga kesehatan tubuh. Sehingga dapat menjalankan statusnya sebagai hamba Allah dan menjalankan tugasnya sebagai Khalifatullah

Beberapa penelitian sebelumnya kemudian membuat penelitian terkait *Pay Later* dari perspektif Islam. Metode *Online* berdasarkan kesesuaian akad dalam studi kasus pada e-commerce Shopee menjelaskan bahwa untuk metode ShopeePay pembayaran selanjutnya bunga 0% tanpa minimum dan biaya Administrasi sesuai dengan 1% dari total transaksi.¹³ Apabila ditinjau dari Ekonomi Syariah ShopeePay adalah memberikan konsumen kesempatan untuk menggunakan layanan dan jasa, mungkin memerlukan jatuh tempo

¹³ Nuzila Delima Olfa, “Pelaksanaan Transaksi Jual Beli Online Melalui Elektronik (E-Commerce) Dengan Metode Pembayaran Shopee Paylater Ditinjau Menurut Hukum Islam” (other, Universitas Islam Riau, 2022), <https://repository.uir.ac.id/13704/>.

dalam qardhi yang terbentuk *ShopeePay Later*, sementara untuk biaya penanganan 1 % jumlah dari setiap transaksi belum sesuai syariah karena diwajibkan awalnya bahwa biayanya dikaitkan sesuai dengan jumlah transaksi, penambahan yang diwajibkan dilarang dalam ijma.

Secara umum, penerapan prinsip syariah dalam metode *Pay Later*, menjelaskan bahwa konsep utama dari fitur pembayaran *Pay Later* ini adalah "beli sekarang, bayar nanti". Beli dan jual dengan cara ini, yaitu konsumen (pembeli)/pengumpulan barang dari penjual, kemudian pada akhir periode setiap persyaratan yang disepakati dibayar total sepenuhnya. Inilah yang disebut jual beli Istijrar.¹⁴ Ulama terdapat ketidaksepakatan ketika harga tidak diketahui pembeli ketika membeli/mengumpulkan barang dan pembeli baru tahu harganya begitu sudah mau bayar maka jual belinya dilarang. Ini merupakan pendapat Jamahir ulama (hampir semua ulama) dari 4 mazhab. Namun, jika jual beli itu sah dan diperbolehkan selama harga pasar berlaku (as-Si'rul Mitsl). Salah satu riwayat dalam madzhab Hambali dan pendapat yang dipilih oleh Ibnu Taimiyah dan Ibnul Qoyim. Jadi Istijar atau *Pay Later* diperbolehkan dimana harga ditentukan setelah semua transaksi jual beli dilakukan relevan dengan ekonomi syariah dalam syarat tertentu.

Dalam penelitian-penelitian sebelumnya telah menjelaskan perilaku konsumtif selama berbelanja *Online* pada mahasiswa didasarkan pada adanya diskon, belanja mengikuti trend fashion, berbelanja untuk menjaga penampilan diri, dan berbelanja karena pengaruh iklan. Membeli melalui *Online* shop memang sangat sederhana dan praktis, itulah sebabnya mahasiswa selalu mengikuti perkembangan zaman dan trend di masyarakat agar selalu ingin dilihat modis dan gaul di depan teman-temannya. Namun, dalam penelitian yang akan kami teliti perbedaan yang mendasarnya adalah akan meneliti pola perilaku konsumtif mahasiswa terhadap penggunaan aplikasi belanja *Online* dan dihubungkan dengan perspektif ekonomi Islam. Kemudian, akan dibahas secara singkat juga salah satu fitur pembayaran yaitu *Pay Later* masih menjadi perdebatan dalam segi ribanya.

Berdasarkan pembahasan tersebut, disini peneliti akan mengkaji tentang perilaku konsumtif mahasiswa. Oleh karena itu peneliti menulis judul tentang "Pola Perilaku Konsumtif Mahasiswa Terhadap Penggunaan Aplikasi Belanja *Online* Ditinjau dari Perspektif Ekonomi Islam". Urgensi penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pola perilaku konsumtif mahasiswa dalam berbelanja di *Online* shop dengan tujuan untuk

¹⁴ Tasya Hanifah Anggraini dan Ariawan Gunandi, "ANALISIS PENERAPAN PRINSIP KEHATI-HATIAN DALAM PEMBERIAN KREDIT PADA LAYANAN PINJAM MEMINJAM UANG BERBASIS TEKNOLOGI INFORMASI DALAM FITUR PEMBAYARAN PAYLATER," *Jurnal Hukum Adigama* 4, no. 2 (2021): 3664–86, <https://doi.org/10.24912/adigama.v4i2.17960>.

mengedukasi mahasiswa bahwa kegiatan konsumsi tidak boleh dilakukan secara berlebihan dan harus seimbang dalam membelanjakan harta serta menjauhi praktek riba.

METODE

Metode yang digunakan di dalam penelitian yaitu, metode deskriptif kualitatif. Dimana dalam penelitian ini mengambil data dari studi pustaka, seperti dari referensi jurnal nasional, jurnal internasional, artikel, buku-buku, Al-Qur'an dan Hadits. Teknik yang dipakai untuk pengumpulan data dalam penelitian dengan menggunakan cara studi literatur tentang pendapat- pendapat mengenai perilaku konsumtif mahasiswa dalam menggunakan aplikasi belanja *Online* dalam perspektif ekonomi islam. Dari hasil survey menunjukkan 100% responden pernah menggunakan aplikasi belanja *Online* sebagai sarana dalam membeli segala kebutuhan dan keinginan para mahasiswa. Aplikasi yang banyak digunakan dalam berbelanja *Online* adalah Shopee dimana terdapat 82% responden yang memilihnya. Adapun jenis produk yang paling banyak dibeli adalah fashion yaitu sebesar 91,2% responden memilihnya.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Perilaku Konsumtif Mahasiswa Terhadap Aplikasi Belanja *Online*

Perilaku konsumtif merupakan tindakan konsumsi yang dilakukan secara berlebihan dan tidak berdasarkan pada akal rasional, perilaku ini hanya bertujuan untuk mencapai kepuasan diri.¹⁵ Berkembangnya zaman yang serba digital ini menyebabkan terjadi perubahan pada pola konsumsi seseorang, perubahan tersebut merupakan dampak dari adanya penggunaan teknologi dan informasi melalui internet.

Salah satunya penggunaan aplikasi belanja *Online* di kalangan masyarakat terutama di kalangan mahasiswa. Penggunaan aplikasi belanja *Online* menyebabkan adanya perubahan konsumsi pada diri mahasiswa. Dari hasil penelitian yang telah dilakukan kepada kurang lebih lima puluh mahasiswa dari berbagai daerah, universitas, usia, jenis kelamin, serta program studi yang berbeda-beda. Peneliti memperoleh hasil yang menunjukkan bahwa penggunaan aplikasi belanja *Online* ini mengakibatkan perubahan konsumsi mahasiswa menjadi meningkat, hal tersebut tidak terlepas dari kemudahan dan keuntungan dari aplikasi belanja *Online* serta faktor- faktor pendukung lainnya.

¹⁵ Muafi Aulia Rachman dan Muhammad Lathoif Ghozali, "Studi Fenomenologi: Perilaku Konsumtif Game Online Pada Remaja Di Kelurahan Siwalankerto Kota Surabaya Perspektif Masalahah," *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 9, no. 2 (Juni 2023): 1698–704, <https://doi.org/10.29040/jiei.v9i2.7912>.

Dari hasil survey menunjukkan 100% responden pernah menggunakan aplikasi belanja *Online* sebagai sarana dalam membeli segala kebutuhan dan keinginan para mahasiswa. Penggunaan aplikasi belanja *Online* sebagai sarana berbelanja di kalangan mahasiswa merupakan salah satu pemicu perilaku konsumtif. Melalui aplikasi belanja *Online* tersebut membuat seseorang dapat melihat dan mencari produk secara lebih mudah karena tidak membutuhkan tenaga dan biaya transportasi yang mahal dibandingkan belanja di toko offline. Aplikasi yang banyak digunakan dalam berbelanja *Online* adalah Shopee dimana terdapat 82% responden yang memilihnya. Adapun jenis produk yang paling banyak dibeli adalah fashion yaitu sebesar 91,2% responden memilihnya.



Gambar 1. Rata-Rata Pengeluaran Mahasiswa Perbulan Untuk Belanja *Online*

Dalam gambar 1 menunjukkan bahwa mahasiswa setiap bulannya selalu menyisihkan uang untuk berbelanja di aplikasi *Online*, sebanyak 47,4% responden menyisihkan uang kurang dari Rp. 100.000, sebanyak 50,9% responden menyisihkan uang sekitar Rp. 100.000 – Rp. 500.000 dan yang paling konsumtif sebanyak 1,8% responden menyisihkan uang sebesar Rp. 600.000 – Rp. 1000.000. Hal demikian berarti dengan penggunaan aplikasi belanja *Online* sudah menunjukkan adanya perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa walaupun sumber pendapatan yang mereka alokasikan untuk berbelanja *Online* sebagian besar yakni sekitar 71,9% masih berasal dari kiriman orang tua. Mayoritasnya 64,9% responden menjawab bahwa mereka selama 1 bulan terakhir sudah berbelanja sebanyak 1-3 produk.

Alasan yang mendasari perilaku konsumtif mahasiswa dalam berbelanja *Online* adalah:

1) Kemudahan



Gambar 2. Intensitas Pengaksesan Aplikasi Belanja *Online*

Aplikasi belanja *Online* memberikan kemudahan kepada mahasiswa dalam membeli berbagai produk yang mereka inginkan. Dalam gambar 2 ditunjukkan bahwa mahasiswa dalam sehari sering mengakses aplikasi belanja *Online* 3-4 dalam sehari. Kemudahan mengakses ini menjadikan mahasiswa lebih mudah untuk tergair berbelanja secara terus menerus. Dari hasil wawancara pun menyebutkan bahwa berbelanja *Online* lebih praktis, cepat, dan mudah dibandingkan dengan membeli di toko offline. Hal ini dikarenakan dalam aplikasi belanja *Online* kita bisa mengecek stok barang yang tersedia dengan mudah, komunikasi yang dilakukan tidak terbatas, melihat review dari pelanggan sebelumnya secara detail, dan tidak perlu mengeluarkan biaya transportasi.

2) Diskon dan Hadiah



Gambar 3. Ketertarikan Mahasiswa pada Diskon dan Hadiah

Diskon dan hadiah merupakan hal yang dinanti-nanti oleh mahasiswa dalam berbelanja *Online*. Dalam gambar 3 menunjukkan bahwa sebagian besar dari mahasiswa

sangat setuju bahwa mereka tertarik untuk berbelanja *Online* karena terdapat diskon dan hadiah yang ditawarkan penjual.

3) Menarik/Lucu



Gambar 4. Ketertarikan Mahasiswa pada Barang yang Menarik/Lucu

Produk-produk yang ditawarkan dalam aplikasi belanja *Online* sangat bervariasi mulai dari barang lokal hingga impor. Tak hanya itu, barang-barang yang tersedia pun sangat menarik perhatian dan lucu apalagi seperti produk fashion dan aksesoris yang digemari mayoritas perempuan. Dalam gambar 4 menunjukkan bahwa memang benar para mahasiswa dalam penelitian ini tertarik untuk berbelanja *Online* karena barang yang ditawarkan itu menarik dan lucu.

4) *Pay Later*



Gambar 5. Dorongan *Pay Later* Untuk Belanja Berlebihan

Aplikasi belanja *Online* menyediakan macam-macam metode pembayaran termasuk *Pay Later*. *Pay Later* sendiri merupakan metode pembayaran tunda bayar dimana pembeli dapat membayar transaksinya di bulan berikutnya ataupun dengan cicilan setiap bulan. Dalam gambar 5 menunjukkan bahwa dengan adanya fitur *Pay Later* dalam aplikasi belanja

dapat mendorong sebagian kecil mahasiswa untuk membeli produk secara berlebihan dan berperilaku konsumtif.

5) Trend yang Viral



Gambar 6. Dorongan Trend Untuk Belanja Berlebihan

Adanya media sosial menjadikan informasi dan trend dari berbagai budaya dapat menyebar luas dengan cepat (viral). Trend yang sering muncul biasanya fashion. Bagi tipikal orang FOMO (*Fear of Missing Out*) yaitu pola perilaku seseorang yang merasa khawatir dan ketakutan akan ketinggalan trend, maka ia akan cenderung mengikuti dan membeli barang yang sedang populer pada saat itu juga tidak peduli berapapun harganya. Dalam gambar 6 menunjukkan bahwa sebagian kecil mahasiswa merupakan tipikal orang yang FOMO dalam berbelanja *Online* sehingga mendorong perilaku konsumtif.

Konsumsi dalam Perspektif Ekonomi Islam

Setiap manusia telah Allah SWT ciptakan ke muka bumi ini dilengkapi dengan potensi kehidupan (*thaqat al-hayawiyah*) akan kebutuhan untuk makan, minum, dan juga kepuasan spiritual dan keagamaan dalam kehidupannya. Allah SWT memberikan kebebasan kepada setiap manusia untuk mengkonsumsi sesuatu yang dia inginkan, asalkan masih tetap terikat dengan perintah Allah SWT dalam firman-Nya:

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلْالَ الْأَطْيَابِ وَلَئِنَّ الشَّيْطَانَ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُبِينٌ

Artinya: Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan; karena Sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu.

Allah SWT menganugerahkan rezeki kepada setiap manusia. Hal ini berarti setiap manusia telah Allah berikan nikmat untuk mengkonsumsi dan menggunakan berbagai hal yang ada di muka bumi ini yaitu makan yang halal dan memiliki manfaat bagi dirinya serta

tidak menimbulkan bahaya bagi tubuh dan akalunya. Namun, dalam konteks ini Allah telah memberikan peringatan bahwa dalam mengkonsumsi sesuatu tidak boleh secara berlebihan. Perintah tersebut tertuang dalam firman-Nya:

يٰۤاَيُّهَا اٰدَمُ خُذْ زِيْنَتَكَمْ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوْا وَاشْرَبُوْا وَلَا تُسْرِفُوْا اِنَّهٗ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِيْنَ

Artinya: Wahai anak cucu Adam! Pakailah pakaianmu yang bagus pada setiap (memasuki) masjid, makan dan minumlah, tetapi jangan berlebihan. Sungguh, Allah tidak menyukai orang yang berlebih-lebihan.

Berkaitan dengan perihal konsumsi ini, Rasulullah SAW juga melarang umatnya untuk berlebih-lebihan dan melampaui batas. Sebagaimana dalam sabda Nabi Muhammad SAW berikut:

كُلْ وَاشْرَبْ وَالْبَسْ وَتَصَدَّقْ فِي غَيْرِ سَرَفٍ وَلَا مَخِيلَةٍ

Artinya: "Makanlah dan minumlah, dan berpakaianlah, dan bersedekahlah, tanpa berlebihan (isrāf) dan tanpa kesombongan". Hal ini telah Allah isyaratkan dalam Al-Qur'an dengan menentukan batasan kepada umatnya dalam mengkonsumsi sesuatu. Batasan ini dilandasi oleh adanya pandangan dasar bahwa Allah telah memberikan anugerah yang harus dimanfaatkan oleh umat manusia untuk mencapai kesejahteraan.

Dalam Islam, perihal konsumsi sangat berkaitan dengan peranan keimanan. Keimanan menjadi tolak ukur utama karena didalamnya termuat cara pandang Islam yang mempengaruhi kehidupan manusia mulai dari tingkah laku, selera, gaya hidup, sikap terhadap sesama manusia, lingkungan alam dan lainnya.

Berkaitan dengan konsumsi, Islam tidak menganjurkan adanya pemenuhan kebutuhan yang tidak terbatas. Secara umumnya, pemenuhan kebutuhan manusia ini dapat berupa keperluan, kesenangan, dan kemewahan. Dalam memenuhi kebutuhan manusia, Islam menganjurkan agar manusia mengkonsumsi sesuatu hanya pada tingkat sederhana atau pertengahan saja. Pembelanjaan yang seharusnya dilakukan menurut ajaran Islam adalah hanya untuk memenuhi "kebutuhan" secara rasional. Islam melarang Israf (mengkonsumsi secara berlebihan) dan Tabzir (membelanjakan uang untuk hal yang batil).

Konsumsi dalam Islam mempunyai beberapa karakteristik yang membedakan dengan konsumsi pada umumnya, yaitu sebagai berikut:

- a. Konsumsi bukan kegiatan yang dilakukan tanpa batas, akan tetapi dibatasi oleh kehalalan dan keharaman yang sudah disyariatkan.
- b. Konsumen membelanjakan hartanya pada berbagai jenis barang dan jasa sesuai dengan kebutuhan jasmani dan rohani.

- c. Menjaga keseimbangan dalam mengkonsumsi sesuai dengan batasan-batasan yang diperbolehkan dalam islam.
- d. Memperhatikan skala prioritas antara *daruriyat*, *hajiyat*, dan *tahsiniyat*. *Daruriyat* adalah barang yang memenuhi kebutuhan dasar. Kemudian, *hajiyat* adalah barang yang menghilangkan kesulitan seseorang. Sedangkan *tahsiniyat* adalah barang pelengkap yang tidak boleh lebih banyak dari dua prioritas diatas.

Berdasarkan penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa karakteristik konsumsi dalam perspektif ekonomi Islam adalah konsumsi sesuai dengan kebutuhan dengan mengutamakan peran akal dan prioritas barang yang akan dibeli. Ekonomi Islam tidak hanya membahas tentang pemuasan materi yang bersifat fisik, namun berbicara juga dengan hal abstrak yang berkaitan dengan posisi manusia sebagai hamba Allah SWT.¹⁶

Dalam hadits nabi juga sudah disampaikan bahwa sebaiknya seorang hamba mengetahui batasan dalam berbelanja dan diperintahkan untuk menabung. Rasulullah bersabda: “Allah memberi rahmat kepada seorang hambanya yang sudah berusaha dengan baik, membelanjakan secara tidak berlebih-lebihan, dan dapat menyisihkan kelebihan hartanya untuk menjaga saat miskin dan saat lagi membutuhkan.”.

Penggunaan *Pay Later* dalam Belanja *Online* di Kalangan Mahasiswa

Pay Later merupakan fasilitas keuangan yang memungkinkan penggunaanya melakukan pembayaran dengan metode cicilan tanpa kartu kredit. Beberapa platform fintech saat ini banyak diperbincangkan mengenai cara kredit kekinian tersebut. Bahkan fitur ini juga banyak dimiliki oleh ecommerce ticketing liburan hingga marketplace-marketplace demi memfasilitasi siapa saja yang hendak liburan ataupun berbelanja.

Fitur *Pay Later* merupakan salah satu tren yang diminati kaum milenial belakangan ini. Beberapa perusahaan aplikasi besar secara terus menerus mempromosikan fitur *Pay Later* di platformnya untuk menawarkan fasilitas kredit tanpa kartu kredit dengan manfaat yang sama. Fasilitas seperti ‘beli sekarang, bayar nanti’ dapat dipakai untuk travelling, pembelian makanan, transportasi hari-hari hingga banyak produk konsumsi lainnya. *Pay Later* yang biasanya ada di situs-situs ecommerce, tidak memerlukan kartu dalam bentuk fisik. Proses pendaftaran metode pembayaran *Pay Later* sangat singkat dan cepat. Selain itu, penggunaannya sangat mudah dan praktis, bisa dimanfaatkan kapanpun dan dimanapun.

¹⁶ M. Ridwan dan I. G. Wahyudi, “Perilaku Konsumtif Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi kasus Pada Pengguna Situs Belanja Online Aplikasi Lazada di Medan),” 16 Desember 2019, 326–27.

Pay Later merupakan metode pembayaran yang kegunaanya sama seperti kartu kredit di mana perusahaan aplikasi membayarkan terlebih dahulu pembayaran tagihan pengguna di merchant setelahnya pengguna membayar tagihan tersebut kepada perusahaan aplikasi. Untuk bisa menggunakan layanan ini pengguna akan diminta memberikan data pribadi, seperti foto diri dan foto KTP. Selain itu, pengguna harus mengisi informasi data pribadi pada formulir yang disediakan secara *Online*.¹⁷



Gambar 7. Metode Pembayaran yang Digunakan Untuk Belanja *Online*

Penggunaan *Pay Later* dalam belanja *Online* di kalangan mahasiswa yang terdapat pada data survey diatas adalah sebanyak 10,5% mahasiswa menggunakan metode pembayaran *Pay Later*. Yang dimana hal tersebut bisa berpotensi meningkatkan perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa, mengingat dimana dengan fitur pembayaran *Pay Later* memudahkan mahasiswa membeli sesuatu dengan “beli sekarang bayar nanti” yang akan membuat mahasiswa akan segera membeli barang yang diinginkan meskipun saat membeli barang tersebut uang untuk pembayarannya belum ada.

Metode *Pay Later* dalam Perspektif Ekonomi Islam

Seiring menjamurnya fitur pembayaran *Pay Later*, banyak sekali pertanyaan tentang bagaimana pandangan Ekonomi Islam mengenai jual beli dimana konsumen (pembeli) dibebaskan membeli barang apapun yang diinginkan, kemudian akan ada laporkan setiap pembelian kepada penjual, lalu tagihannya disampaikan di waktu yang telah disepakati sesuai total barang yang dibeli.

¹⁷ Gusi Putu Lestara Permana dan Adek Ika Elsiani, “APAKAH METODE PEMBAYARAN PAYLATER AMAN? :SEBUAH INVESTIGASI DARI DIMENSI KEPERCAYAAN DAN KEAMANAN,” *JAZ:Jurnal Akuntansi Unihaz* 5, no. 1 (Juni 2022): 47–57, <https://doi.org/10.32663/jaz.v5i1.2808>.

Menurut, (Baits, 2019), dalam webnya “Konsultasi Syariah” (atau Ustadz Ammi Nur Baits (Dewan Pembina Konsultasisyariah.com) mengatakan bahwa model jual beli dengan cara konsumen membeli barang dari penjual, lalu di akhir periode dibayar total seluruh harganya, disebut dengan jual beli istijrar. Istilah istijrar dalam hal ini diambil dari kata jarra – yajurru [جر يجر] yang mempunyai arti menyeret atau menarik. Karena konsumen membeli barang dari penjual sedikit demi sedikit, kemudian di total di akhir waktu yang disepakati. (Hasyiyah Ibnu Abidin, 4/516).

Istilah jual beli istijrar banyak digunakan dalam madzhab Hanafi dan Syafiiyah. Sementara dalam madzhab Maliki, jual beli ini diistilahkan dengan ‘bai’ ahli Madinah’. Para ulama lalu sepakat, jual beli istijrar diperbolehkan jika harganya pasti atau sudah diketahui.

Seperti misalnya, toko A yang menyediakan aneka barang kebutuhan. Di masing-masing produk yang akan dijual, akan ada harga yang tertera. Setiap konsumen (pembeli) yang membeli atau mengambil barang, sudah tahu berapa harga barang yang akan dibelinya. Ulama berbeda berpendapat jika harganya tidak diketahui oleh pembeli ketika membeli barang. Pembeli baru mengetahui harga setelah di total di akhir, ketika hendak melakukan pembayaran. Maka, jual belinya dilarang jika tidak ada harga pasar dan jual belinya sah dan diperbolehkan selama ada harga pasar (as-Si’rul Mitsl) yang berlaku umum.

Dari kedua pendapat di atas, pendapat kedua lebih mendekati. Istijar diatas yang dimana harga ditentukan setelah semua transaksi jual beli dilakukan relevan dengan pembiayaan syariah. Jenis ini diperbolehkan menurut syariah dengan syarat-syarat tertentu. Syarat syarat tersebut adalah:

- 1) Penjual memberikan informasi harga barang pada setiap transaksi dan jual beli dianggap sah apabila pembeli menerima kepemilikan barang tersebut.
- 2) Jika penjual tidak mengungkapkan harga barang yang akan dijual maka pembeli wajib mengetahui bahwa harga barang tersebut sesuai dengan harga yang terdapat dipasaran dan harga barang tersebut harus spesifik dan harganya tidak berubah ubah sehingga harga jual beli sama dengan harga yang lain.
- 3) Jual beli dianggap sah sekalipun harga barang tidak diketahui sebelumnya oleh pembeli dan pembeli menyetujui berapapun harga yang ditentukan oleh penjual. Tetapi harga barang tersebut harus tetap sesuai dengan harga yang ada di pasaran karena jika terjadi perbedaan yang terlalu signifikan maka akan terjadi sengketa.

Menurut hasil wawancara yang diperoleh dari narasumber berinisial R beliau mengatakan bahwa *Pay Later* masih banyak pro dan kontra dari para ulama. Setelah pelajari

lebih lanjut ternyata ada pengecualian *Pay Later* menggunakan ba'i bi al wafa, akad terjadi dalam keadaan dimana ketika penjual dan pembeli tidak dapat bertemu dalam suatu kondisi atau tempat yang mengharuskan adanya pihak ketiga dan ketika ada akad yang orang-orang itu sama-sama suka dan ridho dengan adanya kelebihan. Sedangkan dalam sudut pandang lain metode *Pay Later* ini memiliki unsur ziyadah/tambahan bunga yang disyaratkan oleh pihak pemberi kepada konsumennya maka hukumnya haram. Maka, dari itu lebih baik menghindari daripada terus menerus terjebak dalam riba karena dalam *Pay Later* juga terdapat unsur gharar (ketidakjelasan). Kemudian, harta riba juga tidak akan diberkahi oleh Allah sebagaimana dalam firman-Nya:

وَمَا آتَيْتُم مِّن رِّبَا لِّتَرْبُوا فِي أَمْوَالِ النَّاسِ فَلْیَرْبُوا عِنْدَ اللَّهِ وَمَا آتَيْتُم مِّن زُكَاةٍ تُرِيدُونَ وَجْهَ اللَّهِ فَأُولَٰئِكَ هُمُ الْمُضْعِفُونَ

Artinya: “Dan sesuatu riba (tambahan) yang kamu berikan agar harta manusia bertambah, maka tidak bertambah dalam pandangan Allah. Dan apa yang kamu berikan berupa zakat yang kamu maksudkan untuk memperoleh keridhaan Allah, maka itulah orang-orang yang melipat gandakan (pahalanya).” (Q.S Ar-Rum Ayat 39).

Menurut pendapat narasumber kedua berinisial S mengatakan bahwa dirinya bukan pengguna. Menurutnya apapun hal yang dibayar di kemudian hari dengan jumlah yang lebih dari harga asli atau pada saat pembelian satu kali secara cash. Baik itu berupa cicilan yang ketika dijumlahkan melebihi harga awal, maka itu termasuk riba karena ada bunga didalamnya. Di zaman sekarang, walaupun bahasanya menggunakan kredit pinjaman pembelian ataupun pinjaman *Online* itu hanya sebuah istilah yang diperhalus saja untuk meyakinkan kepada masyarakat bahwa mereka tidak melakukan riba.

Apabila ditinjau dari perspektif Al-Qur'an, sejatinya Allah telah melarang kita untuk mendekati, melakukan riba, dan memakan harta sebagaimana dalam firman-Nya:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا الرِّبَا أَضْعَافًا مُّضَاعَفَةً وَاتَّقُوا اللَّهَ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu memakan riba dengan berlipat ganda dan bertakwalah kepada Allah agar kamu beruntung.” (Q.S Ali ‘Imran Ayat 130).

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَرِّ سِ لَكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَٰئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ

Artinya: “Orang-orang yang memakan riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kerasukan setan karena gila. Yang demikian itu karena mereka berkata bahwa jual beli sama dengan riba. Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Barangsiapa mendapat peringatan dari Tuhannya, lalu dia berhenti, maka apa yang telah diperolehnya dahulu menjadi miliknya dan urusannya (terserah) kepada Allah. Barangsiapa mengulangi, maka mereka itu penghuni neraka, mereka kekal di dalamnya.”.

KESIMPULAN

Aplikasi belanja *Online* memberikan kemudahan kepada mahasiswa dalam membeli berbagai produk yang mereka inginkan. Hal ini dikarenakan dalam aplikasi belanja *Online* kita bisa mengecek stok barang yang tersedia dengan mudah, komunikasi yang dilakukan tidak terbatas, melihat review dari pelanggan sebelumnya secara detail, dan tidak perlu mengeluarkan biaya transportasi. Hal ini berarti setiap manusia telah Allah berikan nikmat untuk mengkonsumsi dan menggunakan berbagai hal yang ada di muka bumi ini yaitu makan yang halal dan memiliki manfaat bagi dirinya serta tidak menimbulkan bahaya bagi tubuh dan akalnya. Namun, dalam konteks ini Allah telah memberikan peringatan bahwa dalam mengkonsumsi sesuatu tidak boleh secara berlebihan.

Batasan ini dilandasi oleh adanya pandangan dasar bahwa Allah telah memberikan anugerah yang harus dimanfaatkan oleh umat manusia untuk mencapai kesejahteraan. Keimanan menjadi tolak ukur utama karena didalamnya termuat cara pandang Islam yang mempengaruhi kehidupan manusia mulai dari tingkah laku, selera, gaya hidup, sikap terhadap sesama manusia, lingkungan alam dan lainnya. Berkaitan dengan konsumsi, Islam tidak menganjurkan adanya pemenuhan kebutuhan yang tidak terbatas. Pembelanjaan yang seharusnya dilakukan menurut ajaran Islam adalah hanya untuk memenuhi “kebutuhan” secara rasional.

Adanya fitur *Pay Later* dalam aplikasi belanja juga mendorong sebagian kecil mahasiswa untuk membeli produk secara berlebihan dan berperilaku konsumtif. Dalam sudut pandang lain metode *Pay Later* ini memiliki unsur ziyadah/tambahan bunga yang disyaratkan oleh pihak pemberi kepada konsumennya maka hukumnya haram karena termasuk perbuatan riba. Apabila ditinjau dari perspektif Al-Qur'an, sejatinya Allah telah

melarang kita untuk mendekati, melakukan riba, dan memakan harta sebagaimana dalam firman-Nya dalam Q.S. Ali Imran Ayat 130 dan Q.S Al-Baqarah Ayat 275.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Universitas Pendidikan Indonesia yang telah memberikan dukungan akademik dalam penyelesaian penelitian ini. Apresiasi juga disampaikan kepada Badan Pusat Statistik (BPS) dan Sirclo atas ketersediaan data publik yang menjadi sumber penting dalam analisis penelitian ini. Ucapan terima kasih ditujukan kepada para reviewer dan editor jurnal yang telah memberikan masukan konstruktif untuk perbaikan kualitas artikel. Penulis juga berterima kasih kepada seluruh pihak yang telah memberikan referensi literatur dan dukungan dalam proses penyusunan artikel ini hingga dapat dipublikasikan.

PERNYATAAN KONTRIBUSI PENULIS

LN bertanggung jawab dalam konseptualisasi penelitian, pengumpulan dan analisis data literatur, penulisan draf awal naskah, dan korespondensi dengan jurnal. NB berkontribusi dalam desain metodologi penelitian, review literatur ekonomi Islam, dan editing naskah. HN berkontribusi dalam pengumpulan data sekunder dari BPS dan Sirclo, serta analisis data statistik perilaku konsumtif mahasiswa. MA berkontribusi dalam kajian perspektif ekonomi Islam, interpretasi data berdasarkan prinsip syariah, dan review naskah. PW berkontribusi dalam penyusunan kerangka teoritis, visualisasi data, dan finalisasi naskah. Seluruh penulis telah membaca dan menyetujui versi final naskah yang dipublikasikan.

DAFTAR PUSTAKA

- Amatulloh, Fathimah Azzami, Fitri Utami, dan Pipit Afifah. “Analisis Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Paylater Akulalu Di Indonesia.” *Co-Value Jurnal Ekonomi Koperasi Dan Kewirausahaan* 15, no. 5 (Oktober 2024). <https://doi.org/10.59188/covalue.v15i5.4780>.
- Andriana, Anita, Ziyan Nahry Abidah, dan Rizki Monica Rahmadhani. “Perubahan Sosial Masyarakat: Studi Kasus Pola Konsumerisme Pengguna Media Sosial Twitter Pada Event Tanggal Kembar Shopee.” *Bersatu: Jurnal Pendidikan Bhinneka Tunggal Ika* 2, no. 1 (2024): 43–55. <https://doi.org/10.51903/bersatu.v2i1.519>.
- Anggraini, Tasya Hanifah, dan Ariawan Gunandi. “Analisis Penerapan Prinsip Kehati-Hatian Dalam Pemberian Kredit Pada Layanan Pinjam Meminjam Uang Berbasis

- Teknologi Informasi Dalam Fitur Pembayaran Paylater.” *Jurnal Hukum Adigama* 4, no. 2 (2021): 3664–86. <https://doi.org/10.24912/adigama.v4i2.17960>.
- Aulia, Indah. *Pengaruh Kepercayaan, Risiko, Dan Sikap Terhadap Niat Untuk Bertransaksi Online*. Tarakan: Universitas Borneo Tarakan, 2022. Perpustakaan UBT. [//repository.ubt.ac.id/2Findex.php%3Fp%3Dshow_detail%26id%3D8760%26keywords%3D](https://repository.ubt.ac.id/2Findex.php%3Fp%3Dshow_detail%26id%3D8760%26keywords%3D).
- Chaffey, Dave, dan Fiona Ellis-Chadwick. *Digital Marketing*. Pearson UK, 2019.
- Dianingsih, Fera Rian, dan S. Pd Agus Susilo. “Pengaruh Penggunaan Aplikasi Belanja Online Dan Fasilitas Digital Payment Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Program Studi Akuntansi Syariah Di IAIN Surakarta.” S1, Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2020. <https://doi.org/10/Surat%20Pernyataan%20Publikasi%20Ilmiah.pdf>.
- Kucuk, S. Umit. “Consumerism in the Digital Age.” *Journal of Consumer Affairs* 50, no. 3 (2016): 515–38. <https://doi.org/10.1111/joca.12101>.
- Marginingsih, Ratnawaty, dan Imelda Sari. “Nilai Transaksi Non Tunai Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Di Indonesia Periode 2014-2018.” *Inovator* 8, no. 2 (September 2019): 13–24. <https://doi.org/10.32832/inovator.v8i1.2504>.
- Olfa, Nuzila Delima. “Pelaksanaan Transaksi Jual Beli Online Melalui Elektronik (E-Commerce) Dengan Metode Pembayaran Shopee Paylater Ditinjau Menurut Hukum Islam.” Other, Universitas Islam Riau, 2022. <https://repository.uir.ac.id/13704/>.
- Permana, Gusi Putu Lestara, dan Adek Ika Elsiani. “Apakah Metode Pembayaran Paylater Aman? :Sebuah Investigasi Dari Dimensi Kepercayaan Dan Keamanan.” *JAZ:Jurnal Akuntansi Unihaz* 5, no. 1 (Juni 2022): 47–57. <https://doi.org/10.32663/jaz.v5i1.2808>.
- Permata, Sherlina, dan Hendra Haryanto. “Perlindungan Hukum Terhadap Pengguna Aplikasi Shopee Pay Later.” *Krisna Law : Jurnal Mahasiswa Fakultas Hukum Universitas Krisnadwipayana* 4, no. 1 (Mei 2022): 33–47. <https://doi.org/10.37893/krisnalaw.v4i1.13>.
- Prastiwi, I. E., dan T. N. Fitria. “Budaya Hedonisme dan Konsumtif dalam Berbelanja Online Ditinjau dari Perpektif Ekonomi Syariah.” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 6, no. 3 (2020): 731. <https://doi.org/10.29040/jiei.v6i3.1486>.
- . “Konsep Pay Later Online Shopping dalam Pandangan Ekonomi Islam.” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 7, no. 1 (2021): 425. <https://doi.org/10.29040/jiei.v7i1.1458>.
- Rachman, Muafi Aulia, dan Muhammad Lathoif Ghazali. “Studi Fenomenologi: Perilaku Konsumtif Game Online Pada Remaja Di Kelurahan Siwalankerto Kota Surabaya Perspektif Maslahah.” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 9, no. 2 (Juni 2023): 1698–704. <https://doi.org/10.29040/jiei.v9i2.7912>.

Tribunnews. "6 Marketplace Indonesia Siap Bantu Pemerintah Online-kan UMKM." Tribunnews.com, 17 Oktober 2018. <https://www.tribunnews.com/kilas-kementerian/2018/04/29/6-marketplace-indonesia-siap-bantu-pemerintah-online-kan-umkm>.

Widyayanti, Evi Rosalina. *Analisis Pengaruh Kecenderungan Pergeseran Sistem Pembayaran Dari Tunai Ke Non-Tunai/Online Payment Terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha (Studi Pada UMKM Di Yogyakarta)*. Yogyakarta: STIE Widya Wiwaha, 2020. <http://stieww.ac.id>.

Copyright Holder :

© Layla Novitasari. (2023).

First Publication Right :

© TAFACQUH : Jurnal Hukum Ekonomi Syariah dan Ahwal Syahsiyah