

# Perilaku Konsumsi Islam Mahasiswa Dalam Penggunaan *Shopee paylater*

Mira Agmiranthi,<sup>1</sup> Ali Pangestu,<sup>2</sup> Andri Brawijaya<sup>3</sup>

**Abstract:** The aim of this research is to determine whether students' consumption behavior is in accordance with Islamic law. The research method used for this research is a qualitative method, so that it will produce data which is then analyzed in the form of a descriptive case study type. The data collection procedure techniques used were observation, interviews and documentation. The results of this research found that students at the Islamic Faculty of Teacher Education, Djuanda Bogor University, used *paylater* based on several factors, namely economic factors, pressing needs, and being tempted by offers of vouchers and discounts. So the use of *SPaylater* is not only based on financial issues. Then, students at the Faculty of Islamic Religion, Teacher Education, Djuanda Bogor University who use *SPaylater* tend to behave in a consumptive manner that is not in accordance with the characteristics of Islamic consumption by shopping excessively and always buying goods according to their wishes and following fashion trends or current products which means wasteful or excessive.

**Keywords:** market place, Islamic Consumption Behavior, *Shopee paylater*,

**Abstrak:** Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui perilaku konsumsi mahasiswa apakah sudah sesuai dengan syariat Islam. Metode penelitian yang digunakan untuk penelitian ini adalah ialah metode kualitatif, sehingga nantinya menghasilkan data yang kemudian dianalisis berbentuk deskriptif jenis studi kasus. Teknik prosedur pengumpulan data yang digunakan yaitu observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil dari penelitian ini menemukan bahwasanya Mahasiswa Fakultas Agama Islam Pendidikan Guru Universitas Djuanda Bogor menggunakan *paylater* dilatarbelakangi oleh beberapa faktor yaitu faktor ekonomi, desakan kebutuhan, faktor tergiur tawaran voucher dan diskon. Sehingga penggunaan *SPaylater* tidak hanya didasari oleh masalah keuangan saja. Kemudian mahasiswa Fakultas Agama Islam Pendidikan Guru Universitas Djuanda Bogor pengguna *SPaylater* cenderung berperilaku konsumtif tidak sesuai dengan karakteristik konsumsi Islam dengan berbelanja secara berlebihan dan selalu membeli barang sesuai keinginan serta mengikuti trend fashion atau produk kekinian yang berarti boros atau berlebihan.

**Kata Kunci:** market place, perilaku konsumsi Islam, *shopee aylater*,

## A. Pendahuluan

Perkembangan bidang teknologi informatika pada saat ini sudah semakin maju dan berkembang pesat, hal ini tidak terlepas dari adanya internet. Bahkan sekarang internet sudah berdampingan pada kehidupan manusia. Dengan adanya internet ini semakin memudahkan aktivitas masyarakat, di era modern ini semua kegiatan yang dilakukan masyarakat akan terasa cepat dan efisien karena terminimalisasi oleh alat bantu berupa ponsel.<sup>4</sup> Salah satu kemajuan teknologi dan internet yang saat ini sangat banyak diminati

---

<sup>1</sup> Universitas Djuanda | agmiranthimira@gmail.com

<sup>2</sup> Universitas Djuanda | pangestu.ali@djuanda.ac.id

<sup>3</sup> Universitas Djuanda | brawijaya.andri@djuanda.ac.id

<sup>4</sup> Muh Syarifudin Ali, "Perspektif Ekonomi Islam Terhadap Transaksi *Shopee Paylater*," *E-Journal.Staialazhar.Ac.Id* 4, no. 2 (2022): 2654–5543.

oleh masyarakat untuk berbisnis maupun berbelanja adalah e-commerce. electronic-Commerce (e-commerce) atau perdagangan elektronik adalah cara untuk menjual dan membeli barang dan jasa lewat jaringan internet. Pada saat ini banyak sekali e-commerce yang digunakan oleh masyarakat baik untuk berbisnis maupun untuk berbelanja dalam kehidupan sehari-hari, seperti Tokopedia, Buka Lapak, Lazada, Blibli, dan masih banyak e-commerce lainnya.<sup>5</sup>

Salah satu fitur yang menarik dalam platform Shopee adalah *Shopee paylater*. *Shopee paylater* adalah salah satu metode pembayaran yang tersedia di aplikasi Shopee dengan sistem pembayaran cicilan/kredit dimana para pengguna *Shopee paylater* dapat membeli barang dengan cara pembayaran dicicil jadi pengguna tidak perlu melakukan transaksi pembayaran lewat transfer Bank maupun minimarket seperti Indomaret atau Alfamart.

Pada saat ini mahasiswa menjadi salah satu bagian target pasar dari adanya kemajuan teknologi *paylater*. Dengan adanya *Shopee paylater* dapat mendorong mahasiswa menjadi melakukan perilaku berhutang. Utang merupakan kegiatan yang biasa dilakukan dalam kehidupan sehari-hari baik oleh masyarakat yang sudah berumah tangga maupun oleh pelajar contohnya mahasiswa. Utang ini juga dapat menimbulkan masalah yang sangat sulit untuk diatasi, sehingga menimbulkan rasa tertekan yang sangat amat besar.<sup>6</sup> Salah satu konsep moral dalam konsumsi adalah membelanjakan kekayaan untuk hal-hal yang baik dan hemat. Islam menghalalkan yang baik oleh karena itu dijelaskan bahwa Islam memanggil manusia supaya suka makan hidangan besar yang baik, yang telah disediakan oleh Allah kepada mereka, yaitu bumi lengkap dengan isinya, dan kiranya manusia tidak mengikuti kerajaan dan jejak syaitan yang selalu menggoda manusia supaya mau mengharamkan yang sudah di halalkan oleh Allah, dan mengharamkan kebaikan-kebaikan yang dihalalkan oleh Allah, dan syaitan juga menghendaki manusia supaya terjerumus dalam lembah kesesatan.<sup>7</sup>

## B. Kajian Teori

### 1. Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen merupakan suatu perilaku atau tindakan individu maupun kelompok (konsumen) dalam membeli atau menggunakan produk ataupun jasa yang

<sup>5</sup> Diah Pranitasari and Ahmad Nurafif Sidqi, "Analisis Kepuasan Pelanggan Elektronik Shopee Menggunakan Metode E-Service Quality Dan Kartesius," *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen* 18, no. 2 (October 6, 2021): 12–31, <https://doi.org/10.36406/jam.v18i02.438>.

<sup>6</sup> Nada Ayu Abrina, "Analisis Sistem Shopee Paylater Menurut Teori Konsumsi Islam (Studi Mahasiswa IAIN Bengkulu Angkatan 2018)" (diploma, UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu, 2022), <http://repository.iainbengkulu.ac.id/10304/>.

<sup>7</sup> Yusuf Abdullah al-Qardhawi, *Halal dan Haram dalam Pandangan Islam* (Surabaya: P.T. Bina Ilmu, 1978).

melibatkan proses pengambilan keputusan sehingga mereka akan mendapatkan produk ataupun jasa yang diinginkan oleh seorang konsumen. Ada tiga faktor perilaku konsumen yaitu: faktor Budaya; faktor Sosial; faktor pribadi.<sup>8</sup>

## 2. Perilaku Konsumen Islam

Teori Konsumen Islam berlandaskan pada Al-Quran dan Al-Hadist sebagai sumber ajaran Islam, sementara teori konvensional melandaskan pada atas manfaat dalam relativitas manusia. Teori Islam pernah diaplikasikan dalam kehidupan masyarakat selam kurang lebih 13 abad ketika daulah Islam tegak memayungi seluruh sistem kehidupan manusia, termasuk ekonomi.

Terdapat 3 dasar yang menjadi fondasi berperilaku bagi konsumen muslim, yaitu :<sup>9</sup>

1. Meyakini adanya hari akhir dan kehidupan setelah dunia, prinsip ini melekat pada jiwa diri seorang muslim sehingga mengerahkan konsumen muslim untuk mengutamakan kebahagiaan akhirat disbanding dunia.
2. Kesuksesan seorang muslim bukan diukur dengan jumlah kekayaan, namun dengan moral yang dimiliki. Ketaqwaan kepada Allah SWT merupakan kunci moralitas Islam untuk mencapai moralitas tersebut seorang muslim harus menaat perintah Allah SWT dan menghindari larangannya.
3. Harta merupakan anugerah dari Allah SWT dan tidak selalu bersifat buruk. Harta akan menjadi keberkahan bagi seorang muslim apabila didapatkan dan dimanfaatkan dengan benar.

Dalam ekonomi Islam, kepuasan konsumen tergantung kepada nilai-nilai Islam yang diterapkan olehnya dan tercermin pada apa yang dibelanjakannya. Apabila nilai-nilai Islam dijalankan dengan baik oleh seorang muslim, maka dia akan terhindar dari sikap boros yang didasari oleh nafsunya. Islam telah mengajarkan kepada umat agar tidak berperilaku boros (*tabdzir*), kikir (*taqtiir*), suka bermewah-mewah (*tasriif*), termasuk juga larangan menyimpan harta tanpa ada keperluan sama sekali (*kanzul maal*).<sup>10</sup>

---

<sup>8</sup> Philip Kotler and Kevin Lane Keller, *Marketing Management* (Pearson, 2016).

<sup>9</sup> S. E. Rokhmat Subagiyo, *Ekonomi Mikro Islam* (Jakarta: Alim's Publishing, 2016), [https://doi.org/10/bab9\\_Efisiensi\\_alokasi\\_rokhat\\_ok\\_book\\_antiq\\_arab.pdf](https://doi.org/10/bab9_Efisiensi_alokasi_rokhat_ok_book_antiq_arab.pdf).

<sup>10</sup> Santoso Santoso, "Sejarah Ekonomi Islam Masa Kontemporer," *An-Nisbah: Jurnal Ekonomi Syariah* 3, no. 1 (2016).

### 3. Kaidah-Kaidah Konsumsi Islam

Konsumen non muslim tidak mengenal istilah halal atau haram dalam masalah konsumsi. Karena itu dia akan mengonsumsi apa saja, kecuali jika ia tidak bisa memperolehnya, atau tidak memiliki keinginan untuk mengonsumsinya. Adapun konsumen muslim berkomitmen dengan kaidah-kaidah atau hukum yang disampaikan dalam syariat untuk mengatur konsumsi agar mencapai kemanfaatan konsumsi seoptimal mungkin, dan mencegah penyelewengan dari jalan kebenaran dan dampak mudaratnya, baik bagi konsumen sendiri maupun yang selainnya.<sup>11</sup>

Berikut ini merupakan kaidah-kaidah terpenting dalam konsumsi Islam:<sup>12</sup>

1. Kaidah Kuantitas
2. Kaidah Prioritas Konsumsi
3. Kaidah Larangan Mngikuti dan Mniru

Sesungguhnya konsumsi untuk kebanggaan itu menyeleweng dari garis kebenaran, dan menjadikan konsumsi sebagai tujuan intrinsiknya. Di mana Islam melarang konsumsi karena ingin menonjol, dan melarang setiap pembelanjaan dengan tujuan kebanggaan, atau menampakkan kebesaran, dan hal-hal lain yang menyebabkan semakin luasnya jurang pemisah antara orang kaya dan orang miskin.

#### C. Metode Penelitian

Penelitian yang digunakan dalam skripsi ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan metode pendekatan studi kasus, penelitian kualitatif bergantung pada pengamatan manusia dalam keadaannya sendiri dan berhubungan dengan orang-orang tersebut. Objek penelitian ini yaitu Mahasiswa Universitas Djuanda Bogor Fakultas Agama Islam Pendidikan Guru angkatan 2019.

Teknik pengumpulan data adalah teknik atau cara pengumpulan data agar dapat mempermudah pengumpulan data. Pengumpulan data menggunakan metode

---

<sup>11</sup> Abrina, "Analisis Sistem Shopee Paylater Menurut Teori Konsumsi Islam (Studi Mahasiswa IAIN Bengkulu Angkatan 2018)."

<sup>12</sup> Eri Fatmawati, "Perilaku Konsumtif Santriwati Pondok Pesantren Miftahul Huda Kaliwungu Kendal Dalam Pembelian Jilbab" (Skripsi, Semarang, Universitas Islam Negeri Walisongo, 2014).

wawancara, metode observasi, dan metode dokumentasi. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini ialah teknik analisis isi. Analisis isi (*content analysis*) adalah penelitian yang bersifat pembahasan mendalam terhadap isi suatu informasi tertulis. Pelopor analisis isi adalah Harold D. Lasswell, yang memelopori teknik simbol coding, yaitu mencatat llambangatau pesan secara sistematis, kemudian diberi interpretasi. Adapun langkah-langkah tahapan analisis isi adalah sebagai berikut: menentukan objek penelitian, menemukan bahan-bahan yang hendak dikaji, menentukan kategori-kategori yang akan di teliti, menentukan unit analisis, memilih sample penelitian, membuat blanko koding, menganalisis data dan membuat laporan penelitian.

#### D. Hasil dan Pembahasan

##### Penggunaan *Shopee paylater* Pada Mahasiswa FAIPG Universitas Djuanda Bogor

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan peneliti, dimana hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa fitur *shopee paylater* mengakibatkan terjadinya perubahan konsumsi mahasiswa lebih meningkat dari sebelumnya, hal ini dikarenakan *Shopee paylater* “Beli dulu bayar nanti” memudahkan penggunaannya memenuhi kebutuhan, serta pemberian pinjaman yang diberikan Shopee sangat besar nominalnya bagi kalangan mahasiswa serta yang disebabkan oleh beberapa faktor dalam penggunaannya. Oleh karena itu perubahan konsumsi mahasiswa dapat diuraikan sebagai berikut:

##### Faktor Budaya

Faktor budaya menyebabkan perubahan terhadap perilaku konsumen mahasiswa. Hal ini sangat dimanfaatkan dalam dunia pemasaran yang mengarah pada perilaku pembelian kompulsif dengan memberikan tekanan pada proses pengambilan keputusan konsumen. Pemberian tekanan pada proses pengambilan keputusan dapat berupa rasa cemas jika tidak melakukan hal yang sama dengan orang-orang.

Setelah dianalisis oleh penulis, perilaku konsumen yang dilakukan oleh mahasiswa memang mengikuti perubahan budaya atau perubahan zaman, di mana mahasiswa membeli produk hanya karena ingin terlihat trendi sesuai dengan perkembangan zaman bukan karena produk yang dibeli tersebut sesuai dengan kebutuhan mahasiswa. Serta dengan adanya *shopee paylater* memudahkan mahasiswa tersebut untuk memenuhi gaya hidupnya.

#### 4. Faktor Sosial

Faktor sosial menjadi salah satu perubahan dalam perilaku konsumen karena adanya pengaruh dari lingkungan sekitar yang akan memperkenalkan perilaku dan gaya hidup kepada seseorang, kemudian mempengaruhi sikap dan konsep diri serta akan menciptakan tekanan kenyamanan yang dapat mempengaruhi pilihan produk dan merek.

Menurut analisa penulis, faktor sosial ini sangat berpengaruh terhadap perubahan perilaku konsumen mahasiswa karena teman atau keluarga serta kelompok menjadi sumber informasi penting dalam norma perilaku. Mereka akan menawarkan atau membuat mahasiswa tertarik untuk menggunakan *shopee paylater* dengan cara menginformasikan bahwa *shopee paylater* mempunyai banyak kemudahan untuk mendapatkan produk yang diinginkan dengan banyaknya promo, tanpa pembayaran terlebih dahulu, serta adanya gratis ongkos kirim.

## 5. Faktor Pribadi

Keadaan ekonomi serta kepribadian merupakan salah satu faktor mahasiswa dalam penggunaan *shopee paylater*. Pilihan terhadap suatu produk sangat dipengaruhi oleh keadaan ekonomi seseorang. Orang dengan ekonomi rendah cenderung akan merasa kekurangan dalam memenuhi kebutuhan dan gaya hidupnya, dimana kepribadian seseorang menentukan bagaimana cara mereka merespons lingkungannya.

Setelah dianalisis oleh penulis, keadaan ekonomi mahasiswa yang memiliki pendapatan yang rendah menjadi faktor yang sangat berpengaruh terhadap penggunaan *shopee paylater*, karena adanya sistem cicil dan tanpa uang dimuka mempermudah mahasiswa dalam penggunaannya.

### **Analisis Isi Perilaku Konsumsi Islam Mahasiswa FAIPG Universitas Djuanda Dalam Penggunaan *Shopee paylater***

Penerapan konsumsi Islam pada beberapa mahasiswa Fakultas Agama Islam Pendidikan Guru (FAIPG) Universitas Djuanda belum sepenuhnya menerapkan prinsip-prinsip konsumsi dalam Islam. Pada perilaku berkonsumsi mahasiswa masih ada yang mengutamakan keinginan bukan kebutuhan serta berkonsumsi secara berlebihan (Israf). Perilaku konsumsi ini diakibatkan oleh adanya pengaruh budaya di sekitar lingkungan, pengaruh sosial yang terlalu mementingkan gaya hidup, serta pengaruh dari pribadi karena rendahnya ekonomi.

## Blangko Koding Kaidah Konsumsi Islam Kuantitas

No.	Variabel	Kuantitas Konsumsi Islam Mahasiswa FAIPG
1.	Faktor Budaya	Beberapa mahasiswa membeli barang yang terkesan mewah karena faktor lingkungannya.
2.	Faktor Sosial	Mahasiswa membeli barang lebih dari satu karena tergiur tawaran promo pada <i>shopee paylater</i> .
3.	Faktor Pribadi	Mahasiswa membeli barang tidak sesuai dengan kemampuan ekonomi.

Tabel tersebut menjelaskan bahwa terkait dengan perilaku konsumen yang memiliki beberapa faktor seperti faktor budaya, faktor sosial, dan faktor pribadi, pada sebagian mahasiswa FAIPG belum menerapkan kaidah konsumsi Islam yaitu Kuantitas. Karena dalam kaidah konsumsi Islam salah satunya ialah kuantitas umat muslim dilarang boros, bermewah-mewahan serta hemat.

#### E. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan bahwasanya aktivitas berbelanja yang dilakukan oleh mahasiswa FAIPG Universitas Djuanda Bogor saat ini telah mengalami perkembangan bahwa, Mahasiswa FAI Universitas Djuanda Bogor pengguna *shopee paylater* memiliki perilaku konsumtif dengan melakukan berbelanja online secara berlebihan. Mahasiswa pengguna *shopee paylater* ini lebih gampang tergiur membeli barang terus-menerus. Penggunaan *shopee paylater* ini menjadi mahasiswa mengalami pola perubahan perilaku konsumtif secara berlebihan dengan membeli suatu produk hingga mengalami kenaikan saat berbelanja hingga 2 kali lipat dilihat dari perbandingan sebelum menggunakan *shopee paylater* dan saat menggunakan *shopee paylater*.

Kesimpulan kedua, Tinjauan teori konsumsi Islam terhadap Analisis sistem *Shopee paylater* pada mahasiswa FAIPG Universitas Djuanda Bogor Angkatan 2019 masih belum menerapkan teori konsumsi Islam, baik dalam segi etika, kaidah dan prinsip konsumsi muslim, walaupun pada realitasnya mereka mengetahui arti dari konsumsi Islam namun belum diterapkan dengan baik. Hal ini dilakukannya karena mahasiswa cenderung

konsumtif terhadap adanya layanan sistem *Shopee paylater* yang sangat memudahkan mereka dalam melakukan konsumsi.

#### Daftar Pustaka

- Abrina, Nada Ayu. "Analisis Sistem *Shopee paylater* Menurut Teori Konsumsi Islam (Studi Mahasiswa IAIN Bengkulu Angkatan 2018)." Diploma, UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu, 2022.  
<http://repository.iainbengkulu.ac.id/10304/>.
- Fatmawati, Eri. "Perilaku Konsumtif Santriwati Pondok Pesantren Miftahul Huda Kaliwungu Kendal Dalam Pembelian Jilbab." Skripsi, Universitas Islam Negeri Walisongo, 2014.
- Kotler, Philip, and Kevin Lane Keller. *Marketing Management*. Pearson, 2016.
- Pranitasari, Diah, and Ahmad Nurafif Sidqi. "Analisis Kepuasan Pelanggan Elektronik Shopee Menggunakan Metode E-Service Quality Dan Kartesius." *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen* 18, no. 2 (October 6, 2021): 12–31.  
<https://doi.org/10.36406/jam.v18i02.438>.
- Qardhawi, Yusuf Abdullah al-. *Halal dan Haram dalam Pandangan Islam*. Surabaya: P.T. Bina Ilmu, 1978.
- Rokhmat Subagiyo, S. E. *Ekonomi Mikro Islam*. Jakarta: Alim's Publishing, 2016.  
[https://doi.org/10/bab9\\_Efisiensi\\_alokasi\\_rokhmat\\_ok\\_book\\_antiq\\_arab.pdf](https://doi.org/10/bab9_Efisiensi_alokasi_rokhmat_ok_book_antiq_arab.pdf).
- Santoso, Santoso. "Sejarah Ekonomi Islam Masa Kontemporer." *An-Nisbah: Jurnal Ekonomi Syariah* 3, no. 1 (2016).
- Syarifudin Ali, Muh. "Perspektif Ekonomi Islam Terhadap Transaksi *Shopee paylater*." *E-Journal.Staialazhar.Ac.Id* 4, no. 2 (2022): 2654–5543.