

Analisis Dampak Perilaku Konsumtif Remaja: Perspektif Riba Dalam Penggunaan PayLater di Platform E-Commerce Shopee

Nayla Izzatul Laili
Universitas Al-Azhar Indonesia

Madian Muhammad Muchlis
Universitas Islam Jakarta

Korespondensi penulis: naailaa12@gmail.com

Abstract. *Discounts and promotions are the main motivation, while most feel that the financial risks outweigh the benefits. This research aims to highlight aspects of financial risk associated with adolescent consumption choices in the e-commerce era so that this study contains an analysis of the impact of using the "PayLater" option on Shopee on adolescent consumption behavior, focusing on financial implications and usury perspectives. The method used in this study was qualitative and literature with research subjects of adolescents aged 17-21 years. The results of this study show that the use of the "PayLater" option on Shopee affects teenagers' consumption behavior in a complex way. The majority of teenagers have a neutral point of view influenced by friends and Shopee promotions.*

Keywords: *Adolescent Consumptive, PayLater, Riba*

Abstrak. Diskon dan promosi menjadi motivasi utama, sementara sebagian besar merasa risiko finansial lebih besar daripada manfaatnya. Penelitian ini bertujuan menyoroti aspek-aspek risiko finansial yang terkait dengan pilihan konsumsi remaja di era e-commerce sehingga penelitian ini berisi tentang menganalisis dampak penggunaan opsi "PayLater" di Shopee terhadap perilaku konsumtif remaja, dengan fokus pada implikasi keuangan dan perspektif riba. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dan kepustakaan dengan subjek penelitian remaja usia 17-21 tahun. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan opsi "PayLater" di Shopee memengaruhi perilaku konsumtif remaja secara kompleks. Mayoritas remaja memiliki pandangan netral yang dipengaruhi oleh faktor teman dan promosi Shopee.

Kata kunci: Perilaku Konsumtif, PayLater, Riba

LATAR BELAKANG

Jual beli produk industri pada sektor perekonomian dalam metode belanja online yang mudah dan cepat menjadi kenyataan melalui perkembangan dan kemajuan teknologi yang pesat sehingga membawa perubahan sosial yang cepat dan signifikan. Hal tersebut menjadi sarana yang dapat diandalkan dalam melakukan banyak hal untuk mencapai tujuan dalam pembelian produk. Dalam era digital yang serba canggih dan berkembang pesat seperti saat ini, remaja semakin tertarik untuk menggunakan layanan finansial melalui internet. Pelanggan dapat melakukan pembelian sekarang dan membayarnya nanti dengan "PayLater" merupakan salah satu layanan yang sedang naik daun. PayLater memungkinkan pengguna melakukan pembayaran melalui aplikasi atau platform digital tanpa harus membayar secara tunai. Dalam kasus ini, remaja memiliki banyak alasan untuk mendukung PayLater. Banyak platform yang mulai menawarkan layanan PayLater seiring dengan berkembangnya teknologi dan

pertumbuhan E-Commerce salah satunya adalah aplikasi shopee. Remaja sangat tertarik dengan fitur ini karena dapat membuat pembelian lebih mudah, terutama bagi mereka yang tidak memiliki banyak uang.

Fenomena tersebut menjadi daya tarik perhatian banyak orang karena memberikan kemudahan akses tanpa perlu memiliki banyak uang. Salah satu fenomena yang sering terjadi di kalangan remaja adalah maraknya penggunaan PayLater di lingkungan remaja sehingga memberikan kemudahan untuk remaja dalam membeli berbagai barang karena pembayaran barang tidak dilakukan di awal, melainkan setelah barangnya sampai di tangan konsumen. Hal tersebut menyebabkan remaja mulai menggunakan sistem pembayaran PayLater. Layanan PayLater merupakan perubahan besar dalam cara generasi muda berbelanja dan mengelola uang di era komputer dan internet saat ini. Alasannya, karena PayLater memberikan kemudahan dan kenyamanan dalam bertransaksi bagi remaja. Selain itu, remaja dapat melakukan pembayaran dengan cepat dan praktis dengan menggunakan aplikasi smartphone PayLater. Mereka tidak perlu membawa uang tunai atau kredit fisik yang mungkin hilang atau dicuri. PayLater menawarkan solusi praktis bagi remaja di era digital saat ini yang sering menghadapi masalah keuangan, terutama berlaku untuk biaya kuliah dan kebutuhan sehari-hari. Oleh karena itu, PayLater dianggap sebagai cara untuk memenuhi kebutuhan mereka tanpa harus mempertimbangkan pembayaran cepat.

Penjualan, pemasaran, pembelian, dan layanan barang serta jasa secara daring terjadi melalui jaringan internet. Banyak perusahaan memanfaatkan peluang ini, termasuk dalam layanan e-commerce seperti aplikasi Shopee, yang merupakan salah satu platform belanja daring terkemuka di Indonesia. Shopee menyajikan opsi pembayaran bernama Shopee Paylater, yang mencakup tiga kategori cicilan dengan jangka waktu mulai dari 1 hingga 12 bulan dan bunga minimal sebesar 2,95%. Terdapat pula biaya penanganan sebesar 1% dari setiap transaksi dan denda sebesar 5% dari total tagihan bulanan terkait dengan opsi ini. Dalam konteks ekonomi Islam, Shopee Paylater dianggap sebagai akad qardh, yakni akad hutang piutang. Namun, dari perspektif hukum Islam, Shopee Paylater dapat dianggap haram karena terlibat dalam riba qardh, di mana terdapat tambahan atau kelebihan dari hutang yang harus dibayarkan. Pembayaran bunga minimal 2,95% dari total transaksi setiap bulan membuat Shopee Paylater termasuk dalam transaksi yang mengandung unsur riba, yang semakin meningkat seiring dengan jangka waktu angsuran. Selain itu, biaya penanganan 1% dari total transaksi dan biaya keterlambatan pembayaran sebesar 5% per bulan juga dikenakan oleh Shopee Paylater.

Fenomena dampak dari penggunaan PayLater di kalangan remaja sebenarnya masih banyak perdebatan dan pertanyaan yang menimbulkan pro dan kontra dalam fenomena tersebut sehingga dalam penelitian ini, penulis menggunakan pendekatan riba untuk menggali implikasi keuangan dari keputusan konsumsi remaja yang cenderung konsumtif melalui model pembayaran ini. Tujuan utama dalam penelitian ini adalah memberikan pemahaman mendalam tentang dampak fenomena ini, menyoroti aspek-aspek risiko finansial yang terkait dengan pilihan konsumsi remaja di era e-commerce. Dalam penelitian ini, peneliti mencoba mengisi kesenjangan penelitian sebelumnya yang belum secara khusus menyelidiki dampak penggunaan opsi "PayLater" di Shopee terhadap perilaku konsumtif remaja dengan pendekatan perspektif riba. Penelitian ini menawarkan analisis baru dari perspektif riba, memberikan wawasan mendalam tentang implikasi finansial dari pilihan konsumsi remaja melalui opsi pembayaran ini. Terdapat kesesuaian temuan dengan prinsip-prinsip ekonomi Islam, di mana Shopee Paylater dianggap sebagai akad qardh (hutang piutang) dan, dari perspektif hukum Islam, haram karena melibatkan riba qardh dengan penambahan bunga yang meningkat seiring dengan jangka waktu angsuran.

Penelitian sebelumnya mungkin lebih umum atau tidak spesifik pada platform tertentu, dan belum mempertimbangkan secara khusus dampak penggunaan opsi "PayLater" di Shopee terhadap perilaku konsumtif remaja. Beberapa penelitian cenderung tidak fokus pada aspek keuangan dan dampak riba yang dapat muncul dalam konteks penggunaan model pembayaran tersebut. Oleh karena itu, makalah ini mencoba mengisi kesenjangan pengetahuan dengan mempertimbangkan secara lebih mendalam dampak finansial dan risiko riba yang terkait dengan keputusan konsumsi remaja pada era e-commerce, khususnya melalui opsi "PayLater" di Shopee.

KAJIAN TEORITIS

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan teori gaya hidup yang mana gaya hidup sangat berbeda dengan cara hidup. Gaya hidup berkaitan dengan bagaimana seseorang berperilaku dan bertemu dengan orang lain, sedangkan cara hidup berkaitan dengan karakteristik seseorang baik dari segi nilai maupun norma. Menurut (Nugroho, 2003), gaya hidup merupakan bagaimana seseorang dalam melakukan aktivitas untuk menghabiskan waktunya, bagaimana seseorang memiliki ketertarikan dalam lingkungannya, dan pendapat seseorang tentang dirinya serta lingkungannya.¹ Gaya hidup disebabkan oleh dua faktor.

¹ Aini, F., Maulidiyah, R., Hidayanto, M. F. 2022. Pengaruh Gaya Hidup dan Sikap Konsumen terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen*, 14(1), 83-90.

Pertama, faktor internal berupa sikap, pengalaman, kepribadian, konsep diri, motif, dan persepsi. Kedua, faktor eksternal berupa referensi, keluarga, kelas sosial, dan kebudayaan.

Penggunaan internet dan komputer dengan browser Web untuk membeli dan menjual barang adalah perspektif umum dalam e-commerce. Saat ini, istilah "e-commerce" sering digunakan dan dikaitkan dengan internet, namun banyak yang tidak mengerti pemahaman mengenai e-commerce tersebut. Menurut (David, 2002), E-commerce merupakan sesuatu set yang selalu berubah dari proses dan teknologi bisnis yang menghubungkan bisnis, konsumen, dan komunitas melalui transaksi elektronik yang melibatkan barang, jasa, dan informasi.² Selanjutnya, menurut (Laudon dan Laudon, 1998), E-commerce merupakan suatu proses membeli dan menjual barang—barang elektronik yang dibeli oleh pelanggan dan dikirim dari perusahaan ke perusahaan melalui komputer sebagai mediator transsi bisnis.³ Jadi, dapat disimpulkan bahwa E-Commerce merupakan proses transaksi jual beli yang dilakukan melalui jaringan internet, di mana website berfungsi sebagai platform.

Dalam ekonomi, istilah "usury" dan "interest" digunakan untuk menggambarkan riba (bunga). Pada dasarnya, kedua istilah ini memiliki makna yang sama, yaitu keuntungan yang diharapkan oleh pemberi pinjaman atas pinjaman uang atau barang yang tidak memiliki unsur tenaga kerja, sehingga apa yang dihasilkan oleh barang atau uang tersebut muncul tanpa risiko atau biaya. Oleh karena itu, istilah "interest" dan "usuary" termasuk dalam kategori riba. Secara umum, riba dibagi menjadi dua kategori: riba utang dan riba jual beli. Riba utang terdiri dari dua kategori: Riba Qardh dan Riba Jahiliyyah. Sementara riba jual beli terdiri dari dua kategori: Riba Fadhl dan Riba Nasi'ah.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif untuk mendapatkan pemahaman mendalam tentang dampak penggunaan opsi "PayLater" di platform e-commerce Shopee terhadap perilaku konsumtif remaja. Pendekatan Kualitatif merupakan metode-metode untuk mengeksplorasi dan memahami makna yang oleh sejumlah individu atau sekelompok orang dianggap berasal dari masalah sosial atau kemanusiaan (Creswell, 2016). Selain itu, penulis juga menggunakan penelitian kepustakaan (library research), yaitu penelitian yang dilaksanakan dengan menggunakan kepustakaan (literature) berupa buku, artikel, dan jurnal.

² Komalasari, D., Seprina, I. 2018. Penerapan E-Commerce pada Toko Mawar Songket Palembang Berbasis WEB. *Jurnal Ilmiah Betrik*, 9(1).

³ Maulana, S. M., Susilo, H., Riyadi. 2015. Implementasi E-Commerce sebagai Media Penjualan Online (Studi Kasus Pada Toko Pabstrik Kota Malang). *JAB: Jurnal Administrasi Bisnis*, 29(1).

Data primer dalam penelitian ini merupakan data yang dikumpulkan langsung dari subjek penelitian. Data primer tersebut diperoleh dari pengumpulan data kuisisioner melalui gform, sedangkan data sekunder merujuk pada data penggunaan fitur pada aplikasi belanja online seperti shopee. Berikut adalah langkah-langkah pelaksanaan penelitian:

- a. Pemilihan Partisipan: Partisipan penelitian akan dipilih dari kalangan remaja yang aktif menggunakan opsi "PayLater" di Shopee dan Kriteria inklusi melibatkan remaja berusia 17-21 tahun yang telah menggunakan opsi pembayaran tersebut minimal satu kali dalam enam bulan terakhir.
- b. Teknik Pengumpulan Data: Teknik kuisisioner mendalam akan digunakan sebagai metode utama untuk mengumpulkan data.
- c. Pengembangan Pedoman Kuisisioner: Pedoman kuisisioner akan dikembangkan dengan fokus pada dampak perilaku konsumtif remaja, aspek keuangan, dan perspektif riba dalam penggunaan opsi "PayLater".
- d. Pelaksanaan Kuisisioner: Kuisisioner akan dilakukan secara terstruktur dengan pertanyaan yang dirancang untuk mendapatkan informasi yang mendalam dan kontekstual dan Partisipan akan dijamin kerahasiaan identitas dan keamanan data.
- e. Analisis Data: Data kualitatif yang terkumpul akan dianalisis dengan menggunakan pendekatan analisis kualitatif dan Temuan kunci akan diidentifikasi dan dikelompokkan untuk memahami pola dan tren dalam dampak penggunaan "PayLater" pada perilaku konsumtif remaja.
- f. Validitas dan Reliabilitas: Untuk memastikan validitas data, triangulasi akan digunakan dengan membandingkan temuan dari berbagai sumber data dan Reliabilitas akan diperhatikan melalui konsistensi temuan yang muncul selama analisis.

Dengan mengikuti langkah-langkah ini, diharapkan penelitian ini dapat memberikan gambaran yang mendalam dan komprehensif bagi penulis tentang dampak perilaku konsumtif remaja melalui penggunaan opsi "PayLater" di platform e-commerce Shopee, dengan fokus khusus pada aspek keuangan dan perspektif riba.

HASIL DAN PEMBAHASAN

HASIL

Rentang usia yang diambil dalam penelitian ini adalah 17-21 tahun. Partisipan yang terlibat dalam penelitian ini adalah remaja usia 17-21 tahun yang aktif menggunakan opsi "PayLater" di platform e-commerce Shopee. Dalam rentang usia ini, penelitian bertujuan untuk

menggali pemahaman mendalam tentang dampak perilaku konsumtif remaja melalui penggunaan opsi "PayLater." Rentang usia ini dipilih karena pada usia remaja, individu cenderung lebih eksploratif dalam keputusan konsumsi mereka dan memiliki keterlibatan yang signifikan dalam transaksi e-commerce. Usia 17-21 tahun juga mencakup rentang di mana remaja mulai memiliki kemandirian finansial dan memahami konsep keuangan pribadi.

Dalam hasil dan pembahasan, perbandingan antara mereka yang menggunakan "PayLater" dan yang tidak akan membantu mengidentifikasi perbedaan perilaku konsumtif di antara kelompok tersebut. Analisis ini dapat memberikan wawasan tentang sejauh mana opsi pembayaran "PayLater" memengaruhi keputusan konsumtif remaja dalam rentang usia yang telah ditentukan.

Tabel 1. Pertanyaan Kepada Responden Tentang “Bagaimana pengalaman remaja dalam menggunakan opsi “PayLater” di Shopee, dan sejauh mana opsi pembayaran ini memengaruhi keputusan konsumtif mereka?”

HASIL PERSENTASE				
SANGAT POSITIF	POSITIF	NETRAL	NEGATIF	SANGAT NEGATIF
0%	12,5%	37,5%	25%	25%

Tabel 1 menunjukkan distribusi persentase pengalaman remaja dalam menggunakan opsi "PayLater" di Shopee. Hasil menunjukkan bahwa sebagian besar responden (37.5%) memiliki pandangan netral terhadap pengalaman tersebut, diikuti oleh pandangan negatif (25%) dan sangat negatif (25%). Meskipun ada sebagian kecil yang merasakan pengalaman positif (12.5%), tidak ada responden yang memberikan penilaian sebagai sangat positif. Analisis ini memberikan gambaran bahwa remaja cenderung memiliki pandangan yang beragam terkait opsi pembayaran "PayLater" di Shopee, dengan sebagian besar bersikap netral terhadap pengalaman tersebut.

Tabel 2. Pertanyaan Kepada Responden Tentang “Apakah remaja merasa ada tekanan atau pengaruh tertentu yang mendorong mereka untuk menggunakan opsi “PayLater” dalam berbelanja di platform e-commerce Shopee?”

HASIL PERSENTASE				
YA, DARI TEMAN	YA, DARI IKLAN	YA, DARI PROMOSI SHOPEE	TIDAK MERASA ADA PENGARUH	TIDAK YAKIN
25%	12,5%	25%	37,5%	0%

Tabel 2 menunjukkan hasil persentase jawaban dari pertanyaan mengenai faktor pengaruh atau tekanan yang mendorong remaja untuk menggunakan opsi "PayLater" di Shopee. Sebanyak 25% responden merasa ada pengaruh dari teman-teman mereka, 12.5% merasa terdorong oleh iklan, dan 25% melalui promosi Shopee. Sementara itu, 37.5% dari responden tidak merasa ada pengaruh tertentu, sementara tidak ada responden yang menyatakan tidak yakin. Hasil ini memberikan wawasan tentang faktor-faktor yang mungkin memengaruhi keputusan remaja dalam memilih opsi pembayaran "PayLater" di Shopee, dengan teman-teman dan promosi Shopee menjadi faktor yang cukup signifikan.

Tabel 3. Pertanyaan Kepada Responden Tentang “Bagaimana persepsi remaja terhadap risiko finansial yang mungkin timbul akibat penggunaan opsi “PayLater,” dan apakah mereka memiliki kesadaran tentang konsep riba dalam konteks ini?”

HASIL PERSENTASE				
SANGAT MENYADARI	MENYADARI	NETRAL	KURANG MENYADARI	TIDAK TAHU TENTANG KONSEP RIBA
25%	25%	37,5%	0%	12,5%

Tabel 3 menyajikan hasil persentase dari pertanyaan tentang persepsi remaja terhadap risiko finansial yang dapat timbul akibat penggunaan opsi "PayLater" di Shopee, serta kesadaran mereka tentang konsep riba dalam konteks ini. Sebanyak 25% responden menyatakan sangat menyadari risikonya, sedangkan 25% menyatakan menyadarinya. Sebanyak 37.5% responden bersikap netral terhadap risiko finansial, sementara 12.5% tidak tahu tentang konsep riba. Analisis ini mengindikasikan variasi persepsi dan tingkat kesadaran.

Tabel 4. Pertanyaan Kepada Responden Tentang “Apakah ada faktor-faktor tertentu yang mempengaruhi keputusan remaja dalam memilih opsi “PayLater,” dan apakah mereka mempertimbangkan implikasi jangka panjang dari keputusan konsumtif ini?”

HASIL PERSENTASE				
DISKON ATAU PROMO KHUSUS	KEMUDAHAN PEMBAYARAN	TIDAK MEMPERTIMBANGKAN IMPLIKASI JANGKA PANJANG	PERTIMBANGAN IMPLIKASI JANGKA PANJANG	LAINNYA
37,5%	25%	12,5%	25%	0%

Tabel 4 menggambarkan hasil persentase dari pertanyaan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan remaja dalam memilih opsi "PayLater" di Shopee, serta apakah mereka mempertimbangkan implikasi jangka panjang dari keputusan konsumtif ini. Sebanyak

37.5% responden memilih opsi pembayaran ini karena diskon atau promo khusus, 25% karena kemudahan pembayaran. Sebanyak 12.5% tidak mempertimbangkan implikasi jangka panjang, sementara 25% mempertimbangkan implikasi jangka panjang. Tidak ada responden yang menyatakan faktor lain yang mempengaruhi keputusan mereka. Analisis ini memberikan wawasan tentang motivasi dan pertimbangan remaja dalam memilih opsi "PayLater," dengan diskon atau promo khusus menjadi faktor yang cukup signifikan.

Tabel 5. Pertanyaan Kepada Responden Tentang “Bagaimana dampak penggunaan opsi “PayLater” di Shopee terhadap pola konsumsi remaja, dan apakah ada perubahan signifikan dalam perilaku konsumtif mereka setelah menggunakan opsi pembayaran ini?”

HASIL PERSENTASE				
LEBIH KONSUMTIF	TETAP SAMA	KURANG KONSUMTIF	TIDAK YAKIN	TIDAK BERLAKU UNTUK SAYA
25%	12,5%	37,5%	0%	25%

Tabel 5 memberikan gambaran hasil persentase dari pertanyaan mengenai dampak penggunaan opsi "PayLater" di Shopee terhadap pola konsumsi remaja, dan apakah ada perubahan signifikan dalam perilaku konsumtif mereka setelah menggunakan opsi pembayaran ini. Sebanyak 25% responden mengindikasikan bahwa mereka lebih konsumtif setelah menggunakan "PayLater," 12.5% menyatakan tetap sama, dan 37.5% mengalami penurunan konsumtif. Sementara itu, 25% responden menyatakan tidak yakin tentang dampaknya, dan 25% menyatakan bahwa pertanyaan tersebut tidak berlaku untuk mereka. Analisis ini menggambarkan variasi dalam dampak penggunaan opsi pembayaran "PayLater" terhadap pola konsumsi remaja, menyoroti bahwa sebagian besar responden mengalami penurunan konsumtif atau merasa tidak yakin tentang perubahan tersebut.

Tabel 6. Pertanyaan Kepada Responden Tentang “Bagaimana remaja menilai manfaat dan risiko finansial dari opsi “PayLater” secara keseluruhan, dan sejauh mana mereka merasa tanggung jawab terhadap keuangan pribadi mereka setelah menggunakan opsi pembayaran ini?”

HASIL PERSENTASE				
MANFAAT LEBIH BESAR DARI RESIKO	MANFAAT SEBANDING DENGAN RESIKO	RESIKO LEBIH BESAR DARI MANFAAT	TIDAK MERASA TANGGUNG JAWAB	TIDAK YAKIN
0%	12,5%	37,5%	12,5%	37,5%

Tabel 6 memberikan hasil persentase dari pertanyaan mengenai penilaian remaja terhadap manfaat dan risiko finansial dari opsi "PayLater" secara keseluruhan, serta sejauh mana mereka merasa tanggung jawab terhadap keuangan pribadi mereka setelah menggunakan opsi pembayaran ini. Tidak ada responden yang menyatakan manfaat lebih besar dari risiko. Sebanyak 12.5% merasa manfaat sebanding dengan risiko, sementara 37.5% menyatakan risiko lebih besar dari manfaat. Sebanyak 12.5% tidak merasa tanggung jawab terhadap keuangan pribadi mereka setelah menggunakan opsi "PayLater," dan 37.5% menyatakan tidak yakin. Analisis ini menunjukkan variasi dalam penilaian remaja terhadap manfaat dan risiko finansial dari opsi pembayaran "PayLater," dengan sebagian besar merasa risiko lebih besar daripada manfaat dan ada ketidakpastian seputar tanggung jawab keuangan pribadi.

PEMBAHASAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar remaja memiliki pandangan netral terhadap penggunaan opsi "PayLater" di Shopee, dengan faktor teman-teman dan promosi Shopee berperan signifikan dalam keputusan mereka. Meskipun mayoritas menyadari risiko finansial yang mungkin timbul, persepsi tersebut bervariasi. Diskon atau promo khusus menjadi motivasi utama pemilihan opsi pembayaran ini. Terkait dampaknya, pola konsumsi remaja mengalami variasi, dan mayoritas merasa risiko lebih besar daripada manfaat dari penggunaan "PayLater." Penting untuk mencatat bahwa hasil ini memberikan wawasan kontekstual terkait fenomena ini di Shopee, dan kesesuaian dengan penelitian terdahulu dapat membantu memahami evolusi perilaku konsumtif remaja di era e-commerce.

Temuan dari hasil penelitian menyoroti beberapa aspek yang penting terkait perilaku konsumtif remaja dalam menggunakan opsi "PayLater" di Shopee. Pertama, mayoritas remaja memiliki pandangan netral terhadap pengalaman menggunakan opsi tersebut, dengan teman-teman dan promosi Shopee menjadi faktor pengaruh utama. Meskipun menyadari risiko finansial, persepsi ini bervariasi di antara responden. Motivasi utama dalam memilih opsi ini adalah adanya diskon atau promo khusus. Dalam hal dampak, pola konsumsi remaja juga bervariasi, dan sebagian besar merasa risiko lebih besar daripada manfaatnya. Kesimpulannya, temuan ini menunjukkan kompleksitas dalam keputusan konsumtif remaja di era e-commerce, menggarisbawahi peran penting promosi dan diskon dalam memengaruhi pilihan pembayaran dan adopsi perilaku konsumtif remaja.

Analisis tajam dari data hasil penelitian menyoroti dua aspek kunci. Pertama, persepsi netral remaja terhadap pengalaman menggunakan opsi "PayLater" mencerminkan kompleksitas pandangan terhadap model pembayaran tersebut. Meskipun ada kesadaran akan

risiko finansial, adanya pengaruh teman dan promosi Shopee menunjukkan faktor luar yang signifikan dalam pengambilan keputusan. Kedua, motivasi dominan dalam memilih "PayLater" adalah diskon atau promo khusus, menyoroti bahwa faktor insentif keuangan memainkan peran utama. Namun, hasil menunjukkan bahwa sebagian besar remaja mengalami penurunan konsumtif setelah mengadopsi opsi pembayaran ini, menimbulkan pertanyaan tentang efektivitas jangka panjang dari model pembayaran ini terhadap perilaku konsumtif remaja. Analisis ini menunjukkan perluasan pemahaman terhadap dinamika konsumtif remaja di tengah transformasi e-commerce, dengan implikasi bagi pengembangan strategi pemasaran dan kebijakan finansial.

Kaitan dengan konsep riba dalam perspektif ekonomi Islam juga dapat diidentifikasi. Remaja yang menyadari risiko finansial dari opsi "PayLater" mencerminkan pemahaman tentang konsep riba, di mana ada tambahan biaya (bunga) yang perlu dibayar, yang bertentangan dengan prinsip-prinsip ekonomi Islam. Berbagai temuan penelitian menunjukkan kompleksitas persepsi dan dampak penggunaan opsi "PayLater" di Shopee pada perilaku konsumtif remaja. Argumen konstruktif dapat mengoreksi dan menguatkan pemahaman tersebut. Argumentasi konstruktif ini membantu mengembangkan pemahaman lebih lanjut tentang dampak penggunaan opsi "PayLater" di Shopee pada perilaku konsumtif remaja, sambil memberikan arahan untuk penelitian dan tindakan selanjutnya

1. Menguatkan Temuan: Hasil yang menunjukkan bahwa diskon atau promo khusus menjadi motivasi utama remaja dalam memilih opsi "PayLater" sesuai dengan konsep perilaku konsumen yang dipengaruhi oleh insentif finansial. Ini menggambarkan relevansi strategi pemasaran berbasis diskon dalam menarik perhatian konsumen muda.
2. Menguatkan Kesadaran Risiko: Penekanan pada kesadaran remaja terhadap risiko finansial adalah temuan yang positif. Dengan memperkuat pemahaman ini melalui edukasi keuangan atau kampanye informasi, dapat membantu meningkatkan tanggung jawab finansial mereka.
3. Pengembangan Penelitian Lanjutan: Temuan yang menyatakan ketidakpastian seputar tanggung jawab keuangan pribadi setelah menggunakan opsi "PayLater" dapat menjadi dasar untuk penelitian lanjutan yang mendalam, termasuk faktor-faktor sosial atau ekonomi yang mempengaruhi persepsi ini.
4. Koreksi pada Kesimpulan: Meskipun mayoritas remaja merasa risiko lebih besar daripada manfaat, penting untuk mempertimbangkan bahwa preferensi dan persepsi dapat berubah seiring waktu. Mungkin diperlukan penelitian lanjutan untuk mengamati perubahan perilaku konsumtif remaja dalam jangka waktu yang lebih panjang.

5. Perspektif Holistik: Memperluas perspektif penelitian untuk mencakup elemen-elemen seperti kondisi ekonomi global, tren konsumen nasional, atau perubahan regulasi dapat memberikan konteks holistik terhadap temuan penelitian.

KESIMPULAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan opsi "PayLater" di Shopee memengaruhi perilaku konsumtif remaja secara kompleks. Mayoritas remaja memiliki pandangan netral, dipengaruhi oleh faktor teman dan promosi Shopee. Diskon atau promo khusus menjadi motivasi utama, mencerminkan peran insentif finansial. Meskipun risiko finansial diakui, persepsi beragam. Pola konsumsi remaja setelah menggunakan opsi ini bervariasi, dan sebagian besar merasa risiko lebih besar daripada manfaat. Kesadaran terhadap konsep riba menunjukkan pemahaman tentang tambahan biaya yang bertentangan dengan prinsip ekonomi Islam. Diperlukan pendekatan holistik dengan edukasi keuangan dan strategi pemasaran berbasis diskon. Temuan ini relevan untuk penelitian dan kebijakan selanjutnya.

DAFTAR REFERENSI

- Ahmad, A. F. 2023. Pengaruh Persepsi dan Pengetahuan tentang Riba terhadap Keputusan Penggunaan Fitur Shopee PayLater: Studi Kasus Pada Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung (Doctoral dissertation, Uin Sunan Gunung Djati Bandung). Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati: Bandung.
- Akbar, A. R., Ramadani, Z. H., & Saputra, D. 2023. Tinjauan Hukum Islam Terhadap Praktek Qardh Bersyarat (Studi Kasus di Desa Lawe Sawah Kecamatan Kluet Timur Kabupaten Aceh Selatan). *Jurnal Pena Islam*, 3(2), 50-69.
- Amal, Muhammad Ikhlasul. 2021. Pengaruh Persepsi Risiko Riba Terhadap Niat Menggunakan Layanan PayLater. Skripsi, Fakultas Bisnis Dan Ekonomika, Universitas Islam Indonesia: Yogyakarta).
- Asmuni, A. 2023. Transaksi Paylater Perspektif Hukum Islam al-Mawarid. *Jurnal Syariah dan Hukum*, 5(1), 59-72.
- Hafiz, Haiqal. 2023. Pengaruh Religiusitas Terhadap Penggunaan Shopee PayLater Dengan Moderasi Financial Management Behavior, Riba, dan Pertimbangan Syari'ah (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Islam Indonesia. Skripsi, Fakultas Bisnis Ekonomika, Universitas Islam Indonesia: Yogyakarta).
- Jhon W. Creswell. 2016. *Research Design Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Nugroho, S. 2003. *Perilaku Konsumen : Konsep dan Implikasi untuk strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Prenada Media.
- Saragih, F. I., Lestari, D. 2022. Pengaruh Adanya PayLater di Kalangan Remaja di Sumatera Utara. *Inisiatif: Jurnal Ekonomi, Akuntansi, dan Manajemen*, 1(4), 191-198.