

Fenomena PayLater di Kalangan Generasi Z Muslim: Antara Literasi Syariah, Kemudahan Digital, dan Perilaku Konsumtif

Octary Nur¹, Michiko Ayu Islamiati², Eki Widyaningsih³

^{1,2,3} Universitas Islam Negeri Sultan Aji Muhammad Idris Samarinda, Indonesia

octarynur@gmail.com¹, michiko2841@gmail.com², Ekkyfaz68@gmail.com³

Abstract: This study examines the financial dilemma of Muslim Generation Z in using paylater or Buy Now Pay Later services from the perspective of Islamic economics. The issue is important because paylater has become embedded in digital shopping practices, while sharia financial literacy has not fully kept pace with digital credit access. This research uses a descriptive qualitative approach through library research. Data were collected from regulations, national financial literacy reports, industry reports, scientific articles, and books published from 2020 onward, including works by lecturers of UINSI Samarinda. The data were analyzed using thematic content analysis. The findings show that the dilemma is shaped by instant credit access, lifestyle pressure, fear of missing out, limited ability to read contracts and financing costs, and weak self-control in distinguishing needs from wants. From an Islamic economic perspective, paylater must be criticized when it contains interest, late-payment penalties, unclear costs, excessive consumption, and mechanisms that weaken wealth protection. The study recommends Gen Z-oriented sharia financial literacy and transparent sharia-compliant digital financing.

ARTICLE HISTORY

Received: 15 February 2026

Accepted: 20 April 2026

Published: 30 April 2026

KEY WORDS

*Paylater,
Gen Z Muslim,
Riba,
Literasi Keuangan Syariah,
Ekonomi Syariah*

Pendahuluan

Perkembangan ekonomi digital telah mengubah cara generasi muda melakukan transaksi, mengambil keputusan belanja, dan memaknai kebutuhan. Bagi Generasi Z, aktivitas ekonomi tidak lagi sepenuhnya berlangsung melalui proses perencanaan yang panjang, tetapi sering dimulai dari aktivitas scroll media sosial, promosi marketplace, rekomendasi influencer, dan tren gaya hidup yang bergerak cepat. Ruang digital mempertemukan kebutuhan, keinginan, citra diri, dan teknologi pembayaran dalam satu layar. Dalam kondisi tersebut, paylater atau Buy Now Pay Later hadir sebagai fitur yang terasa praktis karena pengguna dapat memperoleh barang atau jasa terlebih dahulu dan membayarnya pada waktu berikutnya melalui skema cicilan atau pembayaran tertunda.

Popularitas paylater tidak dapat dilepaskan dari karakter Gen Z sebagai digital native yang akrab dengan aplikasi, transaksi nontunai, promosi cepat, dan budaya serba instan. Laporan Perilaku Pengguna Paylater Indonesia 2024 yang disusun Kredivo bersama Katadata Insight Center menunjukkan bahwa kajian tersebut menggunakan data transaksi lebih dari dua juta sampel pengguna di 34 provinsi dan survei daring hampir tujuh ribu responden. Gambaran ini memperlihatkan bahwa paylater bukan lagi fitur pinggiran dalam e-commerce, tetapi telah menjadi instrumen pembayaran digital yang melekat dengan perilaku konsumsi masyarakat muda (Kredivo & Katadata Insight Center, 2024). Di sisi lain, hasil Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan 2025 menunjukkan bahwa indeks literasi keuangan nasional mencapai 66,46 persen dan indeks inklusi keuangan mencapai 80,51 persen. Pada sektor syariah, literasi keuangan syariah berada pada angka 43,42 persen dan inklusi keuangan syariah 13,41 persen (Otoritas Jasa Keuangan & Badan Pusat Statistik, 2025). Kesenjangan antara kemudahan akses keuangan digital dan pemahaman keuangan syariah ini menjadi titik penting dalam membaca perilaku Gen Z Muslim, sebab pengguna dapat mengakses produk keuangan lebih cepat daripada kemampuannya memahami akad, biaya, risiko, dan konsekuensi etikanya.

Dalam ekonomi syariah, aktivitas konsumsi tidak dipandang semata-mata sebagai tindakan ekonomi, tetapi juga sebagai tindakan moral yang terkait dengan keadilan, kemaslahatan, kejujuran, dan tanggung jawab terhadap harta. Iswanto (2022) menegaskan bahwa ekonomi Islam tidak hanya mengatur transaksi pada tataran teknis, tetapi juga menempatkan nilai ketuhanan dan etika sosial sebagai dasar dalam produksi, distribusi, dan konsumsi. Dengan demikian, keputusan menggunakan paylater tidak cukup dinilai dari aspek kemudahan aplikasi, melainkan juga dari kejelasan akad, sumber tambahan biaya, tujuan penggunaan, dan dampaknya terhadap perilaku konsumsi.

Bagi Gen Z Muslim, paylater melahirkan dilema yang khas. Di satu sisi, terdapat kesadaran religius bahwa transaksi keuangan harus menghindari riba, gharar, zalim, dan pemborosan. Di sisi lain, paylater menawarkan kemudahan, promo, cicilan ringan, dan pengalaman konsumsi yang dianggap wajar dalam budaya digital. Ungkapan 'anti riba tapi suka paylater' dalam judul artikel ini bukan dimaksudkan sebagai penghakiman moral, melainkan sebagai pintu masuk akademik untuk membaca kontradiksi antara idealitas nilai syariah dan praktik konsumsi digital anak muda Muslim.

Dilema tersebut semakin kuat karena paylater sering dipersepsikan sebagai fasilitas pembayaran biasa, bukan sebagai bentuk pembiayaan atau utang digital. Dalam banyak kasus, pengguna lebih fokus pada nominal cicilan yang terlihat kecil daripada total kewajiban yang harus dibayar. Ketika pembayaran tertunda dianggap sebagai fitur yang normal dan ringan, risiko konsumsi berlebihan menjadi lebih sulit dikendalikan. Buku Ekonomi Syariah bagi Perguruan Tinggi Hukum Strata 1 yang disusun Bank Indonesia bersama

Fakultas Hukum Universitas Gadjah Mada (2021) menjelaskan bahwa hukum ekonomi syariah diarahkan untuk mengatur aktivitas produksi, distribusi, dan konsumsi agar selaras dengan larangan riba, maysir, gharar, serta pengelolaan harta yang adil dan produktif.

Kajian mengenai paylater dalam beberapa tahun terakhir umumnya membahas pengaruhnya terhadap perilaku konsumtif, kemudahan transaksi, atau kepuasan pengguna. Utomo et al. (2024) menunjukkan bahwa penggunaan Shopee PayLater dan gaya hidup berkaitan dengan perilaku konsumtif mahasiswa. Triyana et al. (2024) menyoroti bahwa layanan Buy Now Pay Later dapat menimbulkan perilaku konsumtif ketika tidak dikendalikan oleh prinsip konsumsi yang rasional. Namun, pembahasan yang secara khusus menempatkan bahasa Gen Z, kesadaran anti riba, literasi keuangan syariah, dan rujukan buku ekonomi syariah kontemporer dalam satu kerangka analisis masih perlu diperkuat.

Kebaruan artikel ini terletak pada upaya membaca paylater bukan hanya sebagai fitur keuangan digital, tetapi sebagai arena dilema nilai bagi Gen Z Muslim. Pembahasan tidak berhenti pada pertanyaan apakah paylater boleh atau tidak, tetapi bergerak pada pertanyaan mengapa Gen Z Muslim tertarik menggunakan paylater, bagaimana mekanisme paylater membentuk kebiasaan konsumsi, dan bagaimana literasi keuangan syariah dapat dirancang dengan bahasa yang lebih dekat dengan pengalaman anak muda. Dengan demikian, artikel ini diharapkan memberi kontribusi bagi pengembangan edukasi ekonomi syariah yang lebih kontekstual, aplikatif, dan relevan dengan kehidupan digital.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini berfokus pada tiga pertanyaan utama. Pertama, bagaimana bentuk dilema keuangan Gen Z Muslim dalam menggunakan paylater. Kedua, faktor apa saja yang mendorong ketertarikan Gen Z Muslim terhadap paylater. Ketiga, bagaimana penggunaan paylater ditinjau dari prinsip ekonomi syariah. Tujuan penelitian ini adalah mendeskripsikan secara sistematis dilema tersebut dan menawarkan arah edukasi keuangan syariah yang lebih dekat dengan realitas Gen Z.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan jenis studi kepustakaan. Pendekatan ini dipilih karena penelitian tidak bermaksud mengukur pengaruh antarvariabel secara statistik, tetapi memahami makna, pola, dan persoalan etis yang muncul dari penggunaan paylater di kalangan Gen Z Muslim. Desain kualitatif memberi ruang bagi peneliti untuk menafsirkan data secara kontekstual, terutama ketika objek yang dikaji berkaitan dengan perilaku, nilai, pengalaman sosial, dan perubahan budaya konsumsi dalam ekosistem digital (Creswell & Creswell, 2023).

Sumber data penelitian terdiri atas sumber primer dan sekunder. Sumber primer meliputi POJK Nomor 32 Tahun 2025 tentang Penyelenggaraan Beli

Sekarang Bayar Nanti, siaran pers hasil SNLIK 2025, dan Laporan Perilaku Pengguna Paylater Indonesia 2024. Sumber sekunder meliputi artikel ilmiah tahun 2020 ke atas tentang paylater, perilaku konsumtif mahasiswa, literasi keuangan digital, literasi keuangan syariah, fikih muamalah kontemporer, serta buku ekonomi syariah, maqashid syariah, pemasaran syariah, dan perilaku konsumen yang relevan.

Pemilihan referensi dilakukan dengan mempertimbangkan tiga kriteria. Pertama, sumber diterbitkan tahun 2020 ke atas agar sesuai dengan karakter isu yang mutakhir. Kedua, sumber memiliki relevansi langsung dengan tema paylater, ekonomi syariah, perilaku konsumsi, akad, maqashid syariah, literasi keuangan, atau pemasaran digital. Ketiga, komposisi referensi diperkuat dengan buku-buku kontemporer, termasuk karya dosen Universitas Islam Negeri Sultan Aji Muhammad Idris Samarinda yang relevan dengan ekonomi Islam, keuangan syariah, manajemen syariah, dan pemasaran syariah.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui dokumentasi, yaitu menelusuri, memilih, membaca, dan mengklasifikasi dokumen yang relevan dengan kata kunci paylater, Buy Now Pay Later, Gen Z Muslim, riba, gharar, konsumtif, literasi keuangan syariah, maqashid syariah, marketing syariah, dan ekonomi Islam. Dokumen yang dipilih kemudian disaring berdasarkan relevansi topik, tahun terbit, kredibilitas sumber, dan kontribusinya terhadap pembahasan.

Analisis data dilakukan menggunakan analisis isi tematik. Tahap pertama adalah reduksi data, yaitu memilih informasi yang berkaitan langsung dengan bentuk dilema keuangan, faktor pendorong penggunaan paylater, serta tinjauan ekonomi syariah. Tahap kedua adalah penyajian data, yaitu menyusun temuan dalam uraian naratif dan tabel tematik. Tahap ketiga adalah penarikan kesimpulan, yaitu menghubungkan pola-pola temuan dengan prinsip riba, gharar, israf, tabdzir, hifz al-mal, literasi keuangan syariah, dan etika konsumsi Islam (Miles et al., 2020).

Keabsahan data dijaga melalui triangulasi sumber, yaitu membandingkan informasi dari regulasi, laporan resmi, laporan industri, artikel ilmiah, dan buku akademik. Penelitian ini juga menggunakan kecukupan referensi dengan mengutamakan sumber yang relevan, mutakhir, dan berkaitan langsung dengan paylater serta ekonomi syariah. Dengan cara ini, pembahasan tidak dibangun dari opini semata, tetapi dari sintesis dokumen yang dapat ditelusuri secara akademik.

Hasil dan Pembahasan

Paylater sebagai Kemudahan Transaksi dan Pintu Utang Konsumtif

Paylater pada dasarnya menawarkan kemudahan transaksi. Konsumen tidak perlu menunggu uang terkumpul untuk membeli barang atau jasa karena pembayaran dapat ditunda atau dicicil. Dari sisi teknologi, fitur ini cocok dengan

karakter transaksi Gen Z yang cepat, berbasis aplikasi, dan terhubung dengan ekosistem marketplace. Namun, kemudahan tersebut membawa konsekuensi yang tidak sederhana. Batas antara kemampuan membeli dan kemampuan membayar menjadi kabur. Barang yang semula tidak masuk kebutuhan mendesak dapat terlihat terjangkau karena dibingkai dalam nominal cicilan kecil.

Kajian Halim et al. (2024) menunjukkan bahwa BNPL berkaitan dengan gratifikasi instan dan dapat memengaruhi stabilitas keuangan konsumen jika tidak diimbangi kemampuan mengelola pembayaran. Triyana et al. (2024) juga menunjukkan bahwa layanan Buy Now Pay Later memiliki dampak ganda. Di satu sisi, fitur ini memberi fleksibilitas dalam memperoleh barang atau layanan. Di sisi lain, penggunaan berlebihan dapat mendorong mahasiswa ke dalam perilaku konsumtif, terutama ketika literasi finansial belum kuat dan konsumsi dipengaruhi oleh dorongan sesaat.

Dalam bahasa Gen Z, *paylater* sering terasa seperti solusi cepat saat dompet sedang tipis, tetapi keinginan membeli sedang tinggi. Di sinilah dilema dimulai. Fitur yang awalnya dimaksudkan untuk membantu pembayaran dapat berubah menjadi normalisasi utang konsumtif. Jika tidak dikendalikan, pengguna dapat terjebak pada pola gali lubang tutup lubang, keterlambatan pembayaran, beban denda, dan tekanan psikologis karena tagihan menumpuk. Dari perspektif ekonomi mikro Islam, keputusan konsumsi seharusnya mempertimbangkan manfaat, prioritas, kemampuan, dan konsekuensi. Bank Indonesia (2023) menekankan bahwa perilaku ekonomi dalam perspektif mikro Islam diarahkan pada pembentukan pelaku ekonomi yang bersahaja dengan nilai kejujuran, keadilan, dan kepedulian. Dengan kerangka ini, *paylater* perlu dipahami sebagai fitur yang boleh jadi memudahkan transaksi, tetapi berisiko menurunkan kehati-hatian apabila pengguna tidak memiliki disiplin keuangan.

Kemudahan teknologi tidak otomatis identik dengan kemaslahatan. Teknologi pembayaran baru dapat disebut membawa maslahat apabila memperjelas informasi, melindungi konsumen, mengurangi biaya transaksi yang tidak perlu, serta tidak mendorong konsumen pada beban utang yang melampaui kemampuan. Sebaliknya, apabila teknologi membuat pengguna merasa mampu membeli sesuatu hanya karena cicilannya terlihat kecil, maka kemudahan tersebut dapat berubah menjadi pintu masuk utang konsumtif.

Kesadaran Anti-Riba dan Ambivalensi Penggunaan Keuangan Digital dalam Perspektif Syariah

Dilema Gen Z Muslim bukan sekadar persoalan mengetahui atau tidak mengetahui hukum riba. Banyak anak muda Muslim memahami bahwa riba dilarang, tetapi belum semua mampu mengidentifikasi bentuk riba dalam produk keuangan digital. *Paylater* sering dipersepsikan sebagai fitur pembayaran biasa, bukan sebagai pembiayaan atau utang. Akibatnya, pengguna

lebih fokus pada promo, limit, tenor, dan kemudahan checkout, sementara struktur biaya, denda, akad, dan konsekuensi syariah kurang diperhatikan.

Dalam perspektif fikih muamalah, transaksi digital dapat diterima selama memenuhi prinsip kejelasan akad, kerelaan para pihak, tidak mengandung riba, gharar yang merusak, penipuan, dan kezaliman. Obaid (2024) menegaskan bahwa skema BNPL perlu dievaluasi secara hati-hati dari sisi syariah karena struktur biaya, denda, dan penundaan pembayaran dapat memunculkan masalah riba dan ketidakjelasan apabila tidak dirancang secara transparan. Otoritas Jasa Keuangan melalui POJK Nomor 32 Tahun 2025 juga menempatkan BNPL sebagai layanan yang membutuhkan tata kelola, manajemen risiko, perlindungan konsumen, perlindungan data pribadi, penagihan, pelaporan, dan penyelenggaraan berdasarkan prinsip syariah (Otoritas Jasa Keuangan, 2025).

Kritik syariah terhadap paylater perlu diletakkan secara proporsional. Paylater tidak dapat otomatis dihukumi sama pada semua platform karena desain akad dan struktur biayanya dapat berbeda. Masalah muncul ketika transaksi berbasis utang melahirkan tambahan yang disyaratkan atas pokok utang, biaya tidak dibuka secara transparan, atau denda keterlambatan menjadi sumber keuntungan. Dalam kondisi demikian, pengguna bukan hanya menghadapi risiko finansial, tetapi juga risiko etik dan religius.

Pada titik inilah muncul jarak antara identitas religius dan praktik finansial. Seorang pengguna dapat menolak riba secara prinsip, tetapi tetap menggunakan paylater karena merasa transaksi tersebut kecil, praktis, dan umum dilakukan teman sebaya. Jarak ini bukan hanya menunjukkan kelemahan individu, tetapi juga menunjukkan belum kuatnya ekosistem edukasi keuangan syariah dalam menjelaskan produk digital secara sederhana.

Tabel 1. Peta Dilema Keuangan Gen Z Muslim Pengguna Paylater

Dimensi Dilema	Gejala pada Gen Z	Tinjauan Ekonomi Syariah	Implikasi Praktis
Akses instan	Mudah checkout meskipun dana belum tersedia	Utang konsumtif perlu dibatasi karena dapat melemahkan hifz al-mal	Membuat batas belanja dan daftar prioritas kebutuhan
Promo dan FOMO	Diskon, flash sale, dan tren sosial mendorong pembelian impulsif	Israf dan tabdzir bertentangan dengan etika konsumsi Islam	Menunda pembelian dan membandingkan kebutuhan dengan keinginan
Ketidakjelasan biaya	Pengguna fokus pada cicilan kecil, bukan total kewajiban	Gharar muncul ketika biaya dan risiko tidak dipahami	Membaca akad, biaya, tenor, dan konsekuensi keterlambatan
Riba dan denda	Tambahan biaya sering dianggap	Tambahan atas utang dan denda yang menjadi	Memilih layanan yang transparan

	normal dalam aplikasi	keuntungan perlu dikritisi	dan sesuai prinsip syariah
Identitas religius	Sadar anti riba tetapi tetap tergoda kenyamanan digital	Nilai religius harus hadir dalam keputusan finansial sehari-hari	Edukasi syariah perlu memakai bahasa yang dekat dengan Gen Z

Sumber: Hasil analisis penulis berdasarkan OJK (2025), OJK & BPS (2025), Kredivo & Katadata Insight Center (2024), Triyana et al. (2024), Obaid (2024), dan Iswanto (2022).

Faktor Pendorong Gen Z Muslim Menggunakan Paylater

Berdasarkan penelusuran literatur, setidaknya terdapat lima faktor yang mendorong Gen Z Muslim tertarik menggunakan paylater. Pertama, faktor kemudahan akses. Paylater biasanya terintegrasi langsung dalam aplikasi belanja sehingga pengguna tidak perlu berpindah platform. Proses aktivasi yang ringkas membuat layanan ini terasa lebih sederhana dibanding pembiayaan formal. Kemudahan inilah yang membuat pengguna muda merasa paylater merupakan bagian alami dari pengalaman belanja digital.

Kedua, faktor promosi dan desain platform. Marketplace sering menempatkan voucher, cashback, gratis ongkir, dan cicilan sebagai pesan utama yang mudah dilihat pengguna. Ketika promosi ditampilkan berulang, pengguna terdorong untuk merasa bahwa pembelian saat itu adalah kesempatan yang tidak boleh dilewatkan. Pola ini memperkuat fear of missing out atau FOMO, yaitu perasaan takut tertinggal dari tren atau kesempatan. Dalam pemasaran syariah, promosi tidak cukup dilihat dari kemampuan menarik minat konsumen, tetapi juga dari nilai kejujuran, kewajaran, dan tanggung jawab. Nuryadin (2021) menekankan bahwa marketing dalam perspektif syariah harus menjaga etika, kejujuran, dan nilai maslahat sehingga aktivitas pemasaran tidak boleh memanipulasi kebutuhan atau menciptakan tekanan konsumtif yang berlebihan. Dengan demikian, promosi paylater perlu dikritisi ketika ia membingkai utang sebagai kesempatan belanja tanpa menonjolkan risiko pembayaran.

Ketiga, faktor gaya hidup dan citra diri. Bagi sebagian anak muda, belanja bukan hanya tindakan ekonomi, tetapi juga cara membangun identitas sosial. Produk fashion, skincare, gawai, kuliner, dan pengalaman hiburan dapat menjadi simbol aktualisasi diri. Ketika kemampuan finansial belum sebanding dengan keinginan tampil, paylater hadir sebagai jembatan yang memungkinkan konsumsi dilakukan lebih dulu.

Keempat, faktor literasi keuangan yang belum kuat. Utomo et al. (2024) menunjukkan bahwa penggunaan Shopee PayLater dan gaya hidup berkaitan dengan perilaku konsumtif mahasiswa. Pengguna dapat merasa sanggup membayar satu cicilan kecil, tetapi tidak memperhitungkan akumulasi tagihan dari beberapa transaksi sekaligus. Akhirnya, beban pembayaran menjadi lebih besar daripada perkiraan awal.

Kelima, faktor literasi keuangan syariah yang masih terbatas. SNLIK 2025 menunjukkan bahwa literasi keuangan syariah masih lebih rendah dibanding literasi keuangan nasional (Otoritas Jasa Keuangan & Badan Pusat Statistik, 2025). Kondisi ini membuat sebagian Gen Z Muslim belum memiliki bekal cukup untuk menilai apakah suatu produk digital sesuai dengan prinsip syariah. Keterbatasan literasi ini bukan hanya pada aspek hafalan istilah, tetapi pada kemampuan praktis membaca akad, menilai biaya, memahami risiko denda, dan membedakan kebutuhan dengan gaya hidup.

Perilaku Konsumsi Gen Z Muslim: Antara Self-Reward, FOMO, dan Etika Qanaah

Pembahasan paylater tidak dapat dilepaskan dari budaya konsumsi Gen Z. Istilah self-reward, healing, dan checkout sering digunakan untuk memberi pembenaran sosial terhadap konsumsi. Pada satu sisi, memberikan penghargaan kepada diri sendiri setelah bekerja atau belajar keras bukanlah tindakan yang salah. Islam tidak melarang kenikmatan dan penggunaan harta untuk kebutuhan yang baik. Namun, masalah muncul ketika self-reward berubah menjadi pola konsumsi berulang yang tidak mempertimbangkan kemampuan finansial.

Iswanto et al. (2024) dalam kajian tentang makanan halal dan pilihan konsumen di Indonesia memperlihatkan bahwa pilihan konsumen Muslim tidak hanya terkait label halal, tetapi juga dipengaruhi oleh pengetahuan, kesadaran, preferensi, dan perilaku pasar. Pemahaman ini dapat diperluas pada isu paylater: konsumen Muslim tidak cukup hanya memiliki identitas religius, tetapi juga perlu memiliki kesadaran perilaku yang mampu mengarahkan keputusan konsumsi secara halal, baik, dan bertanggung jawab. Dalam konteks Gen Z, FOMO bekerja melalui tekanan sosial yang halus. Pengguna merasa harus memiliki produk yang sedang viral, mengikuti tren yang sedang ramai, atau mengambil promo sebelum habis. Paylater membuat tekanan tersebut lebih mudah diterjemahkan menjadi tindakan belanja karena hambatan dana tunai menjadi berkurang. Dengan demikian, FOMO tidak hanya menjadi fenomena psikologis, tetapi juga menjadi fenomena ekonomi digital yang berhubungan dengan desain platform, promosi, dan kemudahan kredit.

Etika konsumsi Islam menawarkan jalan tengah melalui konsep qanaah, wasathiyah, dan maslahah. Qanaah bukan berarti menolak kemajuan teknologi atau hidup dalam kekurangan, tetapi kemampuan menempatkan keinginan pada batas kewajaran. Wasathiyah mengarahkan konsumen untuk tidak berlebihan dan tidak kikir. Maslahah menuntut agar setiap keputusan finansial memberi manfaat nyata dan tidak menimbulkan mudarat bagi diri, keluarga, dan masyarakat. Dalam kerangka ini, paylater harus ditempatkan secara kritis: dapat dimanfaatkan jika benar-benar darurat atau produktif, tetapi perlu dihindari jika hanya mendorong konsumsi impulsif.

Analisis Ekonomi Syariah: Riba, Gharar, Israf, dan Maqashid Syariah

Dalam perspektif ekonomi syariah, penggunaan paylater dapat dibaca melalui beberapa prinsip. Pertama, aspek riba. Masalah muncul apabila terdapat tambahan atas pokok utang yang disyaratkan sejak awal atau denda keterlambatan yang menjadi keuntungan penyelenggara. Dalam transaksi syariah, tambahan yang timbul dari utang harus diposisikan dengan sangat hati-hati. Apabila tambahan tersebut merupakan bunga atau kompensasi waktu atas uang, maka ia bertentangan dengan prinsip larangan riba.

Kedua, aspek gharar. Masalah muncul ketika pengguna tidak benar-benar memahami total biaya, tenor, konsekuensi keterlambatan, dan mekanisme penagihan. Dalam banyak kasus, informasi sebenarnya tersedia di aplikasi, tetapi tidak dibaca secara utuh karena pengguna terburu-buru mengejar promo atau ingin segera checkout. Ketidakjelasan yang bersumber dari rendahnya pemahaman konsumen tetap dapat menimbulkan kerentanan etis.

Ketiga, aspek israf dan tabdzir. Paylater dapat memperkuat perilaku konsumtif ketika digunakan untuk barang non-esensial, pembelian impulsif, atau gaya hidup yang tidak sebanding dengan kemampuan ekonomi. Islam tidak melarang konsumsi, kenyamanan, dan pemanfaatan teknologi. Namun, konsumsi dalam ekonomi syariah diarahkan pada keseimbangan antara kebutuhan, kemaslahatan, kemampuan, dan pertanggungjawaban moral.

Keempat, aspek maqashid syariah. Pengelolaan harta atau *hifz al-mal* menuntut konsumen menjaga stabilitas keuangan, menghindari utang yang tidak perlu, dan menempatkan belanja pada skala prioritas. Mursyid dan Kusuma (2021) menempatkan maqashid syariah sebagai pendekatan penting dalam menilai kinerja lembaga keuangan syariah, sehingga aspek perlindungan harta, keadilan, dan kemaslahatan tidak boleh diabaikan dalam evaluasi produk keuangan. Jika paylater membuat pengguna kehilangan kendali finansial, maka ia berlawanan dengan tujuan perlindungan harta.

Analisis syariah tidak cukup berhenti pada status hukum produk. Analisis juga harus menyentuh perilaku pengguna. Produk yang secara akad tampak jelas tetap dapat menimbulkan mudarat apabila digunakan untuk konsumsi berlebihan. Sebaliknya, teknologi pembiayaan digital dapat memiliki manfaat apabila diarahkan pada kebutuhan prioritas, seperti pembelian alat kerja, biaya pendidikan, kebutuhan kesehatan, atau kebutuhan mendesak yang benar-benar terukur. Mursyid (2023) dalam pembahasan fikih pengelolaan zakat menekankan pentingnya pengelolaan harta secara bertanggung jawab dan berorientasi pada kemaslahatan. Meskipun zakat dan paylater merupakan dua isu yang berbeda, keduanya bertemu pada satu titik penting, yaitu bagaimana harta harus dikelola agar tidak menimbulkan kerentanan sosial dan finansial. Prinsip tanggung jawab harta ini perlu ditanamkan kepada Gen Z Muslim agar keputusan belanja tidak hanya didorong oleh rasa ingin, tetapi juga oleh pertimbangan maslahat.

Maqashid Syariah dan Perlindungan Harta Gen Z

Maqashid syariah memberi dasar normatif untuk menilai apakah suatu praktik ekonomi membawa maslahat atau justru menimbulkan mudarat. Dalam konteks paylater, maqashid yang paling dekat adalah hifz al-mal atau perlindungan harta. Perlindungan harta tidak hanya berarti menjaga uang dari pencurian atau penipuan, tetapi juga menjaga kemampuan seseorang agar tidak terjebak dalam utang konsumtif yang merusak stabilitas hidup. Ibrahim et al. (2021) menjelaskan bahwa ekonomi Islam dibangun di atas paradigma yang menyatukan dimensi material dan spiritual, sehingga pilihan ekonomi perlu diarahkan pada keadilan, keseimbangan, dan kesejahteraan. Dengan landasan ini, penggunaan paylater harus dinilai dari dampaknya terhadap keseimbangan keuangan pribadi. Apabila cicilan membuat pendapatan bulanan habis untuk membayar konsumsi masa lalu, maka terjadi pergeseran yang tidak sehat antara kebutuhan hari ini dan beban masa depan.

Subekti dan Mursyid (2022) menempatkan pertumbuhan ekonomi sebagai proses yang tidak hanya berkaitan dengan peningkatan angka, tetapi juga dengan kualitas kesejahteraan. Pada tingkat individu, pemahaman ini dapat diterjemahkan bahwa pertumbuhan kemampuan konsumsi tidak boleh dibangun dari utang konsumtif yang rapuh. Gen Z Muslim perlu diarahkan untuk membangun pertumbuhan finansial pribadi melalui tabungan, investasi halal, pengelolaan pendapatan, dan kemampuan menunda konsumsi. Dalam konteks ini, paylater dapat dikategorikan menjadi tiga penggunaan. Pertama, penggunaan konsumtif-impulsif, yaitu penggunaan untuk barang yang tidak mendesak karena dorongan promo atau tren. Kedua, penggunaan konsumtif-terencana, yaitu penggunaan untuk barang kebutuhan dengan perhitungan pembayaran yang jelas. Ketiga, penggunaan produktif, yaitu penggunaan untuk kebutuhan yang mendukung kerja, pendidikan, atau usaha. Dari sudut pandang maqashid syariah, penggunaan produktif dan terencana lebih mudah diarahkan pada maslahat, sedangkan penggunaan impulsif lebih dekat pada risiko israf dan tabdzir.

Literasi Keuangan Syariah sebagai Jalan Tengah

Hasil SNLIK 2025 memperlihatkan bahwa literasi keuangan syariah masih tertinggal dibanding literasi keuangan nasional. Ini menunjukkan bahwa edukasi keuangan syariah belum cukup hanya berbicara tentang bank syariah, zakat, atau investasi halal, tetapi juga harus masuk ke ruang-ruang baru tempat Gen Z mengambil keputusan finansial, seperti marketplace, dompet digital, pinjaman daring, dan paylater. Edukasi yang terlalu formal sering tidak menjangkau cara berpikir Gen Z yang visual, cepat, dan berbasis pengalaman. Karena itu, literasi keuangan syariah perlu dikemas dengan bahasa

yang dekat dengan kehidupan Gen Z. Misalnya, bukan hanya mengatakan riba itu haram, tetapi menjelaskan cara membaca total tagihan, membedakan kebutuhan dan keinginan, mengenali biaya tersembunyi, memahami konsekuensi denda, dan membuat batas aman penggunaan cicilan. Materi literasi juga perlu memberi contoh konkret, seperti membandingkan harga tunai dan harga cicilan, menghitung risiko keterlambatan, serta menilai apakah suatu transaksi bersifat kebutuhan, produktif, atau sekadar FOMO.

Nuryadin (2023) menekankan pentingnya pengelolaan dan pengambilan keputusan dalam perspektif manajemen yang tidak hanya rasional secara organisasi, tetapi juga selaras dengan nilai. Prinsip ini relevan untuk literasi keuangan personal Gen Z Muslim. Keputusan menggunakan paylater seharusnya tidak didasarkan pada dorongan emosional semata, tetapi melalui proses manajemen sederhana: merencanakan kebutuhan, menghitung kemampuan bayar, menilai risiko, dan mengendalikan perilaku konsumsi. Dalam konteks kelembagaan, perguruan tinggi, lembaga keuangan syariah, organisasi mahasiswa, dan otoritas keuangan dapat berkolaborasi membuat edukasi finansial syariah yang lebih aplikatif. Program seperti kelas ngaji finansial, simulasi membaca akad digital, kampanye anti-utang konsumtif, dan konten pendek di media sosial dapat menjadi strategi yang relevan. Gen Z tidak cukup diberi larangan; mereka perlu dibekali cara mengambil keputusan keuangan yang rasional, syar'i, dan realistis dalam ekosistem digital.

Selain edukasi, dibutuhkan inovasi produk keuangan syariah yang mudah diakses. Jika alternatif syariah dianggap lambat, rumit, dan tidak kompatibel dengan gaya hidup digital, maka Gen Z akan kembali memilih produk konvensional yang lebih praktis. Dengan demikian, tantangan ekonomi syariah bukan hanya mengkritik paylater konvensional, tetapi juga menghadirkan pembiayaan digital syariah yang transparan, kompetitif, dan sesuai kebutuhan generasi muda.

KESIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa paylater melahirkan dilema keuangan bagi Gen Z Muslim karena berada pada titik temu antara kemudahan teknologi, dorongan gaya hidup digital, keterbatasan literasi keuangan syariah, dan tuntutan kepatuhan terhadap prinsip ekonomi Islam. Ungkapan 'anti riba tapi suka paylater' menggambarkan adanya jarak antara kesadaran normatif tentang larangan riba dan praktik konsumsi harian yang sering dipengaruhi promo, FOMO, serta kenyamanan transaksi instan. Dalam perspektif ekonomi syariah, paylater perlu dikritisi apabila mengandung bunga, denda keterlambatan yang bersifat tambahan atas utang, ketidakjelasan biaya, serta dorongan konsumsi berlebihan. Namun, teknologi pembayaran digital tidak otomatis bertentangan dengan syariah selama akad, biaya, risiko, dan tujuan penggunaannya jelas serta bebas dari unsur riba, gharar, dan kezaliman. Karena

itu, isu utama bukan hanya pada fitur paylater sebagai teknologi, tetapi pada tata kelola akad, transparansi informasi, perilaku konsumsi, dan kemampuan pengguna memahami konsekuensi finansial.

Faktor yang mendorong Gen Z Muslim menggunakan paylater meliputi kemudahan akses, promosi digital, gaya hidup, FOMO, rendahnya literasi keuangan, dan keterbatasan literasi keuangan syariah. Faktor-faktor tersebut membuat paylater terasa ringan di awal, tetapi dapat menjadi beban ketika pengguna tidak memiliki kemampuan mengelola cicilan dan membaca konsekuensi akad. Rekomendasi penelitian ini adalah perlunya penguatan literasi keuangan syariah yang lebih dekat dengan bahasa Gen Z, pengembangan konten edukasi berbasis kasus nyata, peningkatan transparansi penyelenggara layanan, serta inovasi pembiayaan digital syariah yang mudah diakses. Untuk penelitian berikutnya, kajian ini dapat dikembangkan menjadi studi kasus lapangan dengan wawancara mendalam kepada Gen Z Muslim pengguna paylater agar temuan konseptual dalam artikel ini dapat diuji melalui pengalaman empiris pengguna.

REFERENCES

- Bank Indonesia. (2023). Ekonomi mikro Islam. Departemen Ekonomi dan Keuangan Syariah Bank Indonesia.
- Bank Indonesia & Fakultas Hukum Universitas Gadjah Mada. (2021). Ekonomi syariah bagi perguruan tinggi hukum strata 1. Departemen Ekonomi dan Keuangan Syariah Bank Indonesia.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2023). Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches (6th ed.). SAGE Publications.
- Halim, N. A., Salleh, S. M., Mustapa, S. N. S., Rozali, N., & Khairi, S. M. M. (2024). From instant gratification to long-term consequences: How Buy Now, Pay Later influences consumer behavior and financial stability. *International Journal of Research and Innovation in Social Science*, 8(9), 403-411. <https://doi.org/10.47772/IJRISS.2024.809035>
- Ibrahim, A., Amelia, E., Akbar, N., Kholis, N., Utami, S. A., & Nofrianto. (2021). Pengantar ekonomi Islam. Departemen Ekonomi dan Keuangan Syariah Bank Indonesia.
- Iswanto, B. (2022). Pengantar ekonomi Islam. PT RajaGrafindo Persada.
- Iswanto, B., Rahmah, F., Fadhila, N., & Anwar, I. (2024). Makanan halal dan pilihan konsumen di Indonesia. Rajawali Pers.
- Kredivo & Katadata Insight Center. (2024). Laporan perilaku pengguna paylater Indonesia 2024.

<https://databoks.katadata.co.id/publikasi/2024/06/25/laporan-perilaku-pengguna-paylater-indonesia-2024>

- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldana, J. (2020). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook* (4th ed.). SAGE Publications.
- Miptahudin, I., & Nurrahman, A. G. (2025). Penggunaan fitur Shopee PayLater dalam perspektif ekonomi Islam di kalangan mahasiswa Program Studi Ekonomi Islam. *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 4(1), 87-92. <https://doi.org/10.37968/jhesy.v4i1.1434>
- Mursyid. (2023). *Fikih pengelolaan zakat*. Aureka Media Aksara.
- Mursyid, & Kusuma, H. (2021). Menilai kinerja perbankan syariah dengan maqashid syariah. *Ekonisia*.
- Mursyid, & Lamtana. (2021). *Dasar-dasar ekonomi mikro*. BPFE Yogyakarta.
- Nabilah, R. (2025). Reconstructing Islamic law on the Buy Now Pay Later (BNPL) scheme in the context of the Sustainable Development Goals (SDGs). *Profetika: Jurnal Studi Islam*. <https://journals2.ums.ac.id/profetika/article/view/11710>
- Nuryadin, M. B. (2021). *Marketing dalam perspektif syariah*. Alim's Publishing.
- Nuryadin, M. B. (2023). *Pengantar manajemen perspektif konvensional & syariah*. Alim's Publishing.
- Obaid, A. (2024). Evaluation of Buy Now, Pay Later (BNPL) services from Islamic Sharia perspective: An analytical jurisprudence study. *Jurnal Fiqh*, 21(2), 253-292. <https://doi.org/10.22452/fiqh.vol21no2.4>
- Otoritas Jasa Keuangan. (2025). Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 32 Tahun 2025 tentang Penyelenggaraan Beli Sekarang Bayar Nanti (Buy Now Pay Later/BNPL). <https://ojk.go.id/id/regulasi/Pages/POJK-32-Tahun-2025-Penyelenggaraan-Beli-Sekarang-Bayar-Nanti-BNPL.aspx>
- Otoritas Jasa Keuangan & Badan Pusat Statistik. (2025). Siaran pers bersama: Indeks literasi dan inklusi keuangan masyarakat meningkat, OJK dan BPS umumkan hasil SNLIK Tahun 2025. <https://ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/siaran-pers/Pages/OJK-dan-BPS-Umumkan-Hasil-Survei-Nasional-Literasi-Dan-Inklusi-Kuangan-SNLIK-Tahun-2025.aspx>
- Putri, V. A., Tartila, L., Nadya, A., & Sari, N. (2025). Implikasi Buy Now Pay Later (BNPL) pada perilaku konsumtif Generasi Z dalam perspektif ekonomi Islam. *Media Riset Bisnis Manajemen Akuntansi*, 1(1), 114-126. <https://doi.org/10.71312/mrbima.v1i1.351>

- Rahayu, R. (2022). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat literasi keuangan digital: Studi pada Generasi Z di Indonesia. *Reviu Akuntansi dan Bisnis Indonesia*, 6(1), 74-87. <https://doi.org/10.18196/rabin.v6i1.14268>
- Subekti, A., & Mursyid. (2022). *Pertumbuhan ekonomi*. BPFE Yogyakarta.
- Triyana, T., Asnaini, A., & Polindi, M. (2024). Analisis perilaku konsumtif pengguna layanan Buy Now Pay Later dalam konsep konsumsi menurut Muhammad Abdul Mannan. *Jesya*, 7(2), 1445-1456. <https://doi.org/10.36778/jesya.v7i2.1605>
- Utomo, S. B., Hamka, H., Burhanuddin, B., Yuliantina, D., & Munizu, M. (2024). Pengaruh literasi keuangan, penggunaan Shopee PayLater dan life style terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 8(2). <https://doi.org/10.29040/jie.v8i2.13069>