

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

Dwi Handayani¹, Husna Ni'matul Ulya²

Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, Indonesia

Email: dwihandayani929@gmail.com, husna@iainponorogo.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perilaku konsumsi warga Muslim di Kelurahan Tegal Alur, Kalideres, Jakarta Barat dalam berbelanja online menggunakan metode pembayaran Shopee PayLater serta dampaknya ditinjau dari perspektif ekonomi Islam. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode penelitian lapangan. Data diperoleh dari lima informan melalui teknik purposive sampling, dengan pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan, promo menarik, fleksibilitas pembayaran, serta pengaruh lingkungan sosial menjadi faktor utama yang mendorong perilaku konsumtif. Warga cenderung berbelanja impulsif, membeli barang yang tidak dibutuhkan, dan mengalami kesulitan dalam pengelolaan keuangan, menabung, serta berinfak. Temuan ini menunjukkan ketidaksesuaian dengan prinsip konsumsi dalam Islam, yang menekankan keseimbangan, kesederhanaan, dan penghindaran pemborosan. Dampak positif Shopee PayLater seperti aksesibilitas dan peningkatan daya beli turut diakui, namun lebih banyak ditemukan konsekuensi negatif yang mengarah pada ketidakstabilan finansial pribadi. Penelitian ini memberikan kontribusi empiris terhadap studi perilaku konsumsi digital dalam perspektif syariah dan dapat menjadi dasar bagi pengembangan edukasi keuangan Islami serta pengembangan kebijakan pembayaran digital yang lebih etis dan berkelanjutan.

Kata Kunci: Perilaku Konsumsi, Warga Muslim, Belanja Online dan Shopee PayLater

Abstract

This study aims to analyze the consumption behavior of Muslims in Tegal Alur Village, Kalideres, West Jakarta in online shopping using the Shopee PayLater payment method and its impact is reviewed from the perspective of Islamic economics. This research uses a qualitative approach with field research methods. Data were obtained from five informants through purposive sampling techniques, with data collection through interviews, observations, and documentation. The results show that ease of use, attractive promos, payment flexibility, and the influence of the social environment are the main factors that encourage consumptive behavior. Residents tend to shop impulsively, buy unneeded goods, and experience difficulties in managing finances, saving, and infak. These findings show a discrepancy with the principles of consumption in Islam, which emphasize balance, simplicity, and avoidance of waste. The positive impact of Shopee PayLater, such as accessibility and increased purchasing power, is also recognized, but more negative consequences are found that lead to personal financial instability. This research makes an empirical contribution to the study of digital consumption behavior in a sharia perspective and can be the basis for the development of Islamic financial education as well as the development of more ethical and sustainable digital payment policies.

Keywords: Consumer Behavior, Muslim Consumers, Online Shopping, and Shopee PayLater Payments

*Correspondence Author: Dwi Handayani

Email: dwihandayani929@gmail.com



PENDAHULUAN

Teknologi yang pesat membawa perubahan besar dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk ekonomi, sosial, budaya dan politik (Asari et al., 2023; Cholik, 2021; Mahran & Sebyar, 2023; Rabbani & Najicha, 2023). Meningkatnya kebutuhan informasi dapat mendorong individu untuk mengakses internet. Masyarakat yang terbuka dengan adanya teknologi mampu mengubah cara masyarakat hidup, mampu bekerja, dan mampu berinteraksi satu sama lain (Ulum et al., 2021). Teknologi internet berpotensi menghasilkan berbagai aplikasi yang memberikan banyak kemudahan proses bisnis atau jual beli yang dilakukan secara online, dan tidak harus berinteraksi secara langsung. Ruang yang

disediakan dalam aplikasi belanja online disebut dengan ecommerce. E-commerce saat ini memiliki banyak pilihan yang memuat banyak fitur yang memberikan kenyamanan dan kemudahan bagi pengguna (Arvianti, 2023).

Shopee merupakan salah satu platform belanja online atau marketplace, yang menawarkan berbagai macam produk, mulai dari makanan, minuman, fashion, tas, perhiasan, aksesoris, smartphone, elektronik, bahkan barang berat seperti pakaian, televisi, dan kebutuhan sehari-hari lainnya (Cahyaningrum, 2024; Mapuna, 2022; Wulandari & Subandiyah, 2022). Dilengkapi dengan berbagai fitur pembayarannya yang memudahkan pengguna. Seperti sistem pembayaran seperti pembayaran tunai di tempat (cash on delivery), mobile banking, Shopee Pay, kartu kredit ataupun PayLater dengan melakukan pembayaran secara berangsur atau dicicil. Shopee juga menawarkan pembayaran melalui mini market seperti Indomaret atau Alfamart ((Badriyah, 2014). Aplikasi Shopee telah berinovasi dalam penggunaan sistem pembayarannya yaitu Shopee PayLater dengan menawarkan kepada pengguna (Prayuti, 2024). Shopee PayLater ditawarkan oleh PT Commerce Finance untuk belanja online dan pembayaran dana dengan sistem kredit dengan menggunakan metode pembayaran dana talang yang melibatkan pihak ketiga atau perusahaan terkait (Utami, 2021a).

Shopee PayLater menawarkan produk pinjaman dengan pinjaman awal nol persen tanpa minimum transaksi, pinjaman ini hanya dapat digunakan untuk membeli produk di Shopee dengan menggunakan pinjaman dengan jangka waktu pembayaran selama tiga puluh hari mulai dari satu bulan, tiga bulan, enam bulan hingga dua belas bulan, seperti pada sistem kredit pada umumnya, semakin lama jangka waktu pembayaran yang dipilih maka tingkat bunga yang didapatkan semakin tinggi (Khofifah, 2022). Selain itu, bunga atau biaya penanganan yang ditawarkan Shopee PayLater 1% disetiap transaksinya sedangkan terdapatnya kebijakan baru yang mulai diberlakukan yakni pada tanggal 28 April 2020 mengenai besaran suku bunga sebesar 2,95% untuk setiap transaksinya (Wahid, 2023). Banyaknya penawaran kemudahan yang diberikan Shopee terkait fitur Shopee Paylater sebagai metode pembayaran tidak selalu membawa dampak yang positif (Khasanah & Ridwan, 2022; Ramadani & Riska, 2023; Utami, 2021b). Salah satu dampak negatif yang muncul adalah munculnya fenomena baru, yaitu perilaku konsumtif. Perilaku konsumtif merujuk pada tindakan yang tidak lagi didasarkan pada pertimbangan yang rasional, melainkan dipicu oleh keinginan yang telah berkembang hingga ke tingkat yang tidak rasional (Anggraeni et al., 2024)

Sebagaimana yang dikemukakan oleh Dahlan bahwa perilaku konsumtif merupakan tindakan pemakaian barang secara berlebihan dan memiliki keyakinan bahwa barang tersebut adalah barang yang paling mahal dan mewah, sehingga dapat memberikan rasa kepuasan tersendiri bagi pengguna yang diikuti adanya pola gaya hidup dalam memenuhi segala keinginannya. Memaknai dengan kata lain bahwasannya pembelian barang yang berlebihan disebabkan oleh adanya faktor gaya hidup yang dilakukan pada setiap individu tersebut (Abu Al-Ghirfari, 2003). Perilaku konsumtif ini banyak dianut oleh warga Indonesia, khususnya warga yang tinggal di perkotaan. Salah satunya seperti yang terdapat di Kelurahan Tegal Alur Kecamatan Kalideres Kota Jakarta Barat yang mayoritas keadaan sosial ataupun gaya hidup yang dihasilkan oleh warganya.

Penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat potensi besar dalam pengantaran paket kepada masyarakat terutama pada saat promo event yang dilakukan disetiap bulannya. Melalui observasi sederhana, dapat diketahui bahwa sebagian besar warga Kelurahan Tegal

Alur Kecamatan Kalideres Kota Jakarta Barat berbelanja online menggunakan aplikasi Shopee dan menggunakan Shopee PayLater sebagai metode pembayaran. Penggunaan Shopee PayLater yang berlebihan dapat menimbulkan konsekuensi finansial yang negative dan tidak sejalan dengan prinsip ekonomi Islam. Hal tersebut membuat orang-orang yang tidak memiliki uang untuk menutupi keadaan darurat dan pengeluaran di masa mendatang. Sesungguhnya Islam telah mengajarkan umatnya untuk menggunakan hartanya sesuai dengan kemampuan dan tidak boleh berlebihan, apalagi melebihi penghasilannya. Karena manusia pun harus memikirkan terkait kebutuhan akhiratnya seperti infaq, sedekah dan zakat.

Dalam Islam terdapat aturan tentang cara yang benar dalam melakukan sesuatu yang berkaitan dengan perekonomian, salah satunya adalah konsumsi. Konsumsi yang berlebihan merupakan tanda ketidaktahuan terhadap aturan agama sedangkan dalam Islam sifat berlebihan tersebut disebut dengan *ishraf* atau pemborosan. Pemborosan adalah penggunaan sumber daya secara berlebihan untuk membeli barang dan hal-hal lain untuk hal-hal yang tidak penting (Hani, 2017). Penelitian ini juga dilatarbelakangi oleh hasil penelitian terdahulu seperti penelitian yang dilakukan oleh Risukmasari yang menunjukkan hasil bahwa kemudahan penggunaan, pendapatan, motivasi hedonis dan keamanan merupakan faktor yang dapat mempengaruhi minat masyarakat untuk membeli menggunakan Shopee PayLater. Sementara itu suku bunga tidak berpengaruh terhadap minat masyarakat untuk membeli menggunakan Shopee PayLater (Risukmasari, 2024).

Penelitian ini membahas mengenai bagaimana perilaku konsumsi warga muslim di Kelurahan Tegal Alur Kecamatan Kalideres Kota Jakarta Barat dalam belanja online menggunakan pembayaran Shopee PayLater, faktor apa saja yang memengaruhi perilaku konsumsi warga muslim di Kelurahan Tegal Alur Kecamatan Kalideres Kota Jakarta Barat dalam belanja online menggunakan pembayaran Shopee PayLater serta bagaimana dampak yang dihasilkan dari penggunaan Shopee PayLater warga muslim di Kelurahan Tegal Alur Kota Jakarta Barat. Berdasarkan paparan data tersebut, maka penelitian ini memiliki tujuan penelitian untuk dapat memahami bagaimana perilaku warga muslim daerah setempat, bagaimana faktor yang dapat memengaruhi perilaku konsumsi serta dampak perilaku konsumsi yang dirasakan setelah menggunakan Shopee PayLater dalam membeli suatu produk kalangan warga muslim dilingkungan tersebut (Fatimatu Zahro & Santoso, 2019).

Penelitian ini menawarkan kebaruan dengan mengeksplorasi secara khusus perilaku konsumsi warga Muslim di Kelurahan Tegal Alur, Kalideres, Jakarta Barat dalam konteks penggunaan Shopee PayLater, yang sebelumnya belum banyak dikaji secara mendalam di wilayah urban Jakarta Barat. Berbeda dengan Risukmasari (2024) yang menyoroti faktor-faktor seperti kemudahan penggunaan, pendapatan, dan motivasi hedonis sebagai penentu minat penggunaan Shopee PayLater secara umum, penelitian ini menekankan sisi perilaku konsumsi berlebihan yang tidak sesuai dengan prinsip syariah, serta mengaitkannya dengan kurangnya pemahaman etika konsumsi Islam dalam konteks sosial-keagamaan lokal. Selain itu, dibandingkan dengan studi-studi terdahulu yang lebih fokus pada mahasiswa Arvianti (2023); Anggraeni et al. (2024), penelitian ini memperluas cakupan subjek pada masyarakat umum dengan latar belakang sosial dan ekonomi yang beragam.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif yang menggunakan jenis penelitian lapangan (field research) yaitu penelitian yang dilakukan secara langsung dilapangan untuk memperoleh data yang diperlukan (Kartini Kartono, 1998). Penelitian kualitatif lebih bersifat deskriptif, data yang terkumpul berbentuk kata-kata atau gambar, sehingga tidak menekankan pada angka. Penelitian deskriptif kualitatif digunakan untuk menganalisis sebuah fenomena, kejadian atau kendala sosial seperti masalah dalam penelitian ini yaitu banyaknya intensitas pengiriman paket yang dikirimkan ke lingkungan Kelurahan Tegal Alur Kecamatan Kalideres Kota Jakarta Barat. Analisis deskriptif yang digunakan dalam penelitian ini ialah untuk memahami perilaku konsumsi warga muslim di Kelurahan Tegal Alur Kecamatan Kalideres dalam belanja online menggunakan pembayaran Shopee PayLater. Selain itu untuk dapat mengetahui faktor-faktor yang dapat memengaruhi perilaku konsumsi beserta dampak yang dihasilkan dalam penggunaan pembayaran Shopee PayLater.

Dalam penelitian ini berupa data primer dan data sekunder. Data primer yang diperoleh dalam penelitian ini adalah hasil observasi dan wawancara dengan warga atau masyarakat muslim di Kelurahan Tegal Alur Kecamatan Kalideres Kota Jakarta Barat yang menggunakan Shopee PayLater dalam berbelanja online (Sri Mamuji dkk, 2005). Sedangkan data sekunder yang terdapat pada penelitian ini dapat berupa artikel, buku maupun literatur-literatur yang berkaitan dengan judul penelitian yang berfungsi sebagai rujukan dan alat bantu dalam proses analisis peneliti. Dengan menggunakan metode deskriptif, peneliti mendapatkan pemahaman yang unik serta hasil temuan baru yang sifatnya deskriptif mengenai objek penelitian.

Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data yang dilakukan oleh penulis yaitu melalui observasi, wawancara serta dokumentasi. Observasi yang dilakukan peneliti yakni dengan melakukan pengamatan kepada masyarakat muslim di Kelurahan Tegal Alur Kecamatan Kalideres Kota Jakarta Barat untuk mengetahui fenomena perilaku konsumsi berlebih dalam belanja online menggunakan pembayaran Shopee PayLater dikarenakan banyaknya intensitas pengiriman paket yang dikirimkan ke lingkungan Kelurahan Tegal Alur Kecamatan Kalideres Kota Jakarta Barat. Sedangkan wawancara yang digunakan dalam penelitian ini memerlukan beberapa warga muslim yang dapat dijadikan sebagai informan. Teknik yang digunakan pada pemilihan informan dalam penelitian ini yaitu dengan cara purposive sampling.

Purposive sampling merupakan teknik pengambilan sampling yang memiliki tujuan ialah untuk mengambil informasi secara terencana (Sugiyono, 2006). Kriteria informan yang terdapat pada penelitian ini yaitu: Pertama, warga muslim di Kelurahan Tegal Alur Kecamatan Kalideres Kota Jakarta Barat. Kedua, pernah melakukan belanja online. Ketiga, menggunakan e-commerce Shopee dan mengaktifkan serta menggunakan fitur pembayaran Shopee PayLater. Keempat, jarak informan tidak lebih dari satu kilometer (1km). Kelima, memilih berdasarkan tingkat pendidikan, pendapatan dan usia. Keenam, tingkat pendidikan SMA sampai dengan tingkat sarjana karena memiliki pengetahuan dan sadar akan keputusan pembelian. Ketujuh, pendapatan serta memahami struktur risiko atas keputusannya. Kedelapan, usia dapat menjadi fenomena mengenai psikologisnya yang memiliki perilaku konsumtif. Setelah melakukan pengumpulan data yang didapatkan melalui observasi, wawancara serta dokumentasi yang dihasilkan dengan informan maka

proses selanjutnya yaitu proses pengolahan data (Sugiyono, 2006). Data yang diperoleh selanjutnya diolah dengan proses reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Data yang telah diolah selanjutnya dilakukan proses analisis data.

HASIL DAN PEMBAHASAN

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

Perilaku konsumsi warga muslim di Kelurahan Tegal Alur Kecamatan Kalideres Kota Jakarta Barat menunjukkan bahwa kemudahan berbelanja dengan cicilan Shopee PayLater telah mengubah kebiasaan belanja warga Muslim. Meskipun memberikan kemudahan, fitur ini justru mendorong perilaku konsumtif yang tidak sesuai dengan ajaran Islam. Warga muslim di Kelurahan Tegal Alur Kecamatan Kalideres Kota Jakarta Barat cenderung membeli barang secara impulsif yang dimana kegiatan pembelian tersebut mengabaikan kualitas dan kebutuhan sebenarnya, serta sulit mengelola keuangan. Hal ini disebabkan oleh kurangnya pemahaman tentang prinsip-prinsip ekonomi Islam dan pengaruh gaya hidup konsumtif yang disebabkan oleh beberapa faktor lainnya. Meskipun terdapat sebagian warga yang mampu mengelola pengeluaran dengan baik, jika dilihat secara umum, tren konsumsi yang terjadi cenderung negatif dan tidak sesuai dengan prinsip ekonomi Islam.

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

Perkembangan teknologi telah mengubah cara orang berbelanja, yang kini dapat dilakukan secara online tanpa harus pergi ke toko offline. Metode pembayaran seperti Shopee PayLater memudahkan konsumen, memungkinkan mereka berbelanja meskipun tidak memiliki uang tunai saat itu. Faktor utama yang mendorong penggunaan Shopee PayLater antara lain:

a. Kemudahan atau Fleksibilitas

Pengguna merasakan kemudahan berbelanja hanya dengan smartphone dan bisa berutang tanpa masalah keuangan saat itu, meskipun dapat menyebabkan perilaku konsumtif dan penumpukan utang.

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

Penawaran promo terbatas menarik warga untuk berbelanja online karena harga yang lebih murah dibandingkan toko fisik, serta berbagai insentif seperti cashback dan gratis ongkir.

c. Adanya Penambahan Limit atau Jumlah Saldo Kredit

Pengguna Shopee PayLater dapat memperoleh limit kredit yang lebih besar seiring semakin seringnya penggunaan, memicu keinginan untuk berbelanja lebih banyak.

d. Banyaknya Pilihan

E-commerce seperti Shopee menyediakan banyak pilihan produk, yang memudahkan pembeli menemukan barang yang diinginkan sehingga hal tersebut dapat memicu adanya keinginan untuk berbelanja lebih banyak dan berperilaku konsumtif.

e. Efektivitas

Belanja online menawarkan efisiensi waktu dan biaya, dengan proses pembayaran yang cepat dan mudah melalui Shopee PayLater. Kesimpulannya, kemudahan dan efektivitas dari Shopee PayLater berkontribusi pada peningkatan perilaku konsumtif di kalangan warga Muslim di wilayah tersebut.

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

Konsumsi adalah pemanfaatan sumber daya, barang, dan jasa yang dianjurkan dalam Islam untuk dilakukan secara moderat dan sederhana, menghindari perilaku boros. Dalam konteks penggunaan pembayaran digital seperti Shopee PayLater, meskipun menawarkan kemudahan, terdapat dampak negatif yang signifikan, terutama perilaku konsumtif yang dapat merugikan pengguna. Yusuf Qardhawi menekankan pentingnya menghindari pengeluaran berlebihan dan hutang. Dampak positif Shopee PayLater meliputi kemudahan akses dan peningkatan daya beli, yang dapat mendukung pertumbuhan ekonomi. Namun, dampak negatif seperti manajemen keuangan yang buruk, godaan untuk berbelanja impulsif, kesulitan menabung, serta egoisme dalam konsumsi menjadi tantangan yang serius. Tanpa pengelolaan yang bijak, penggunaan Shopee PayLater dapat bertentangan dengan prinsip konsumsi dalam Islam yang mendorong penghindaran terhadap pemborosan. Oleh karena itu, penting bagi pengguna, terutama dalam kalangan muslim untuk mengelola penggunaan Shopee PayLater dengan baik, termasuk memahami manajemen keuangan, menetapkan prioritas pengeluaran, dan menyeimbangkan antara kebutuhan dan keinginan.

KESIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa perilaku konsumsi warga Muslim di Kelurahan Tegal Alur, Kalideres, Jakarta Barat dalam menggunakan Shopee PayLater tidak selaras dengan prinsip syariat Islam, ditandai dengan perilaku boros, pembelian barang tidak sesuai kebutuhan, serta pengaruh tren dan minimnya pemahaman etika konsumsi Islami. Faktor utama pemicu perilaku konsumtif meliputi kemudahan penggunaan, harga murah, dan promo menarik dari layanan tersebut, yang berdampak positif dalam hal aksesibilitas dan pertumbuhan ekonomi, namun juga memunculkan dampak negatif seperti manajemen keuangan yang buruk dan kesulitan menabung atau berinfak. Berdasarkan temuan ini, disarankan penelitian lanjutan mencakup: efektivitas edukasi keuangan Islami dalam meredam perilaku konsumtif; perbandingan antar platform PayLater dalam konteks syariah; eksplorasi kualitatif atas motif konsumtif Muslim urban; pengembangan model prediktif berbasis psikografis dan religiusitas; serta kajian fiqih terhadap struktur akad PayLater agar selaras dengan prinsip keuangan syariah.

REFERENSI

- Anggraeni, D. K., Zakariah, M., Rizal, A., & Suwarna, A. P. (2024). Pengaruh Penggunaan Fitur Shopee Paylater Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa di Kabupaten Kolaka. *Ekonomi Bisnis Syariah*, 7(7), 23–32.
- Arvianti, P. (2023). *Perilaku Konsumtif Pengguna Shopeepaylater di Kalangan Mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya*.
- Asari, N. A., Tarigan, E. P. B., Fatimah, U., Ramadhania, J. A., Hutapea, D. O., Nababan, R., & Ibrahim, M. (2023). Peran Hukum Dalam Menanggapi Perubahan Sosial Dan Teknologi Di Era Revolusi Industri 4.0. *Mediation: Journal of Law*, 38–44.
- Badriyah, H. (2014). *Rahasia Sukses Besar Bisnis Online Tanpa Modal*. Kunci Komunikasi.
- Cahyaningrum, Y. (2024). Pengembangan Website E-Commerce untuk Meningkatkan Efektivitas Media Promosi dan Penjualan Online. *INVENTOR: Jurnal Inovasi Dan Tren Pendidikan Teknologi Informasi*, 2(1), 29–35.
- Cholik, C. A. (2021). Perkembangan teknologi informasi komunikasi/ICT dalam berbagai bidang. *Jurnal Fakultas Teknik UNISA Kuningan*, 2(2), 39–46.
- Fatimatuzzahro, L., & Santoso, L. (2019). Pengaruh Penguasaan Mata Kuliah Etika Bisnis Islam Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa. *SERAMBI: Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis Islam*, 1(2), 13–20. <https://doi.org/10.36407/serambi.v1i2.67>
- Hani, U. (2017). *Teori Konsumsi Dalam Ekonomi Islam Dan Ekonomi Konvensional (Analisis Perbandingan)*. Central Library of State Islamic College Parepare.
- Khasanah, R., & Ridwan, M. (2022). Tinjauan Hukum Islam Tentang Transaksi E-Commerce Aplikasi Shopee Dengan Metode Paylater. *Jurnal Indragiri Penelitian Multidisiplin*, 2(2), 123–131.
- Khofifah, S. N. (2022). *Pengaruh Penggunaan Fitur Shopeepaylater Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat*.
- Mahrar, Z. A., & Sebyar, M. H. (2023). Pengaruh Peraturan Menteri Perdagangan (PERMENDAG) Nomor 31 Tahun 2023 terhadap Perkembangan E-commerce di Indonesia. *Hakim: Jurnal Ilmu Hukum Dan Sosial*, 1(4), 51–67.
- Mapuna, H. D. (2022). Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Transaksi Jual Beli Pada Online Marketplace Shopee. *El-Iqthisady: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 77–87.
- Prayuti, Y. (2024). Dinamika perlindungan hukum konsumen di era digital: Analisis hukum terhadap praktik e-commerce dan perlindungan data konsumen di Indonesia. *Jurnal Interpretasi Hukum*, 5(1), 903–913.
- Rabbani, D. A., & Najicha, F. U. (2023). Pengaruh Perkembangan Teknologi terhadap Kehidupan dan Interaksi Sosial Masyarakat Indonesia. *Researchgate. Net*, 10(3), 1–13.
- Ramadani, M. R., & Riska, C. W. (2023). Analisis Penggunaan Fitur Shopee Paylater Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Mahasiswa Perbankan Syariah FAI UMSU). *Al-Sharf: Jurnal Ekonomi Islam*, 4(2), 129–141.
- Risukmasari. (2024). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Berbelanja Konsumen Pada Penggunaan Fitur Shopee Pay Later. *Jurnal Sosial Teknologi*, 4(2), 101–108. <https://doi.org/10.59188/jurnalsostech.v4i2.1150>
- Ulum, M., Rahman, A. A., Maharani, S., & Purnomo, A. (2021). Islamic Education and Social Media Transformation in Pandemic Era: Challenges and Opportunities in

- Indonesia. *Cendekia: Jurnal Kependidikan Dan Kemasyarakatan*, 1(1), 185–196.
<https://doi.org/10.21154/cendekia.v1i1.2662>
- Utami, B. P. (2021a). *Praktek Kredit Barang Melalui Shopee Paylater Dari Marketplace Shopee Berdasarkan Hukum Ekonomi Islam Dan Kitab Undang-Undang Hukum Perdata*.
- Utami, B. P. (2021b). *Praktek Kredit Barang Melalui Shopee Paylater Dari Marketplace Shopee Berdasarkan Hukum Ekonomi Islam Dan Kitab Undang-Undang Hukum Perdata. Jurnal Ilmiah Mahasiswa Hukum [JIMHUM]*, 1(3).
- Wahid, A. (2023). *Analisis Persepsi Pengguna Paylater Terhadap Risiko Dari Pemanfaatan Layanan Pada Aplikasi E-Commerce Shopee*.
- Wulandari, H. P., & Subandiyah, A. E. (2022). Pengaruh ulasan produk, harga dan pembayaran non tunai (Shopee paylater) terhadap keputusan pembelian pada market place Shopee di Yogyakarta. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Akuntansi*, 9(2), 80–93.



© 2025 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY SA) license (<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>).