



Department of Digital Business

Journal of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS)

Homepage: <https://journal.ilmudata.co.id/index.php/RIGGS>

Vol. 5 No. 2 (2026) pp: 7813-7821

P-ISSN: 2963-9298, e-ISSN: 2963-914X

Analisis Perilaku Konsumsi Berlebihan (*Israf*) pada Pengguna E-Wallet dan PayLater dalam Perspektif Maqashid Syariah

Sajad Khawarizmi Maulana Musthofa

Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Pascasarjana, Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

sajadmaulana2@gmail.com

Abstrak

Perkembangan teknologi pembayaran digital, khususnya e-wallet dan PayLater atau Buy Now Pay Later (BNPL), telah mengubah pola konsumsi masyarakat Indonesia secara fundamental dan masif. Kemudahan transaksi yang ditawarkan kedua instrumen ini memberikan manfaat signifikan bagi perluasan inklusi keuangan nasional, namun sekaligus membuka celah bagi munculnya perilaku konsumsi berlebihan yang dalam Islam dikenal sebagai *israf*. Penelitian ini bertujuan menganalisis bentuk-bentuk *israf* yang muncul pada pengguna e-wallet dan PayLater serta menilai fenomena tersebut secara komprehensif dalam perspektif Maqashid Syariah. Metode yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan studi pustaka dan normatif-konseptual, memanfaatkan data resmi dari Bank Indonesia, OJK, BPS, KNEKS, serta literatur jurnal ilmiah yang relevan. Hasil kajian mengidentifikasi lima bentuk *israf* utama, yaitu pembelian impulsif yang dipercepat oleh kemudahan transaksi, konsumsi berbasis promosi dan cashback, pergeseran orientasi belanja dari kebutuhan menuju keinginan, penggunaan PayLater yang melampaui kemampuan finansial, serta konsumsi simbolik untuk memperoleh pengakuan sosial. Faktor pendorong *israf* meliputi desain platform yang mengeksploitasi bias psikologis pengguna, tekanan sosial dan budaya digital, serta rendahnya literasi keuangan syariah yang secara nasional baru mencapai 43,42 persen. Dalam perspektif Maqashid Syariah, kelima bentuk *israf* tersebut berpotensi mengancam perlindungan harta (*hifz al-mal*), jiwa (*hifz al-nafs*), akal (*hifz al-'aql*), agama (*hifz al-din*), dan keturunan (*hifz al-nasl*). Kajian ini menegaskan bahwa e-wallet dan PayLater bersifat netral sebagai instrumen, namun penggunaannya harus diarahkan pada prinsip *wasathiyah*, *qana'ah*, dan kemaslahatan agar teknologi keuangan digital benar-benar menjadi sarana manfaat, bukan pintu menuju mafsadah.

Kata Kunci: E-Wallet, Paylater, *Israf*, Maqashid Syariah, Konsumsi Digital

1. Latar Belakang

Perkembangan sistem pembayaran digital telah menggeser pola transaksi masyarakat Indonesia secara signifikan. Bank Indonesia mencatat bahwa sampai semester I 2025, QRIS telah menjangkau 57 juta pengguna dan 39,3 juta merchant, dengan 93,16 persen di antaranya merupakan UMKM [1]. Transaksi QRIS juga mencapai 6,05 miliar transaksi dengan nilai Rp579 triliun, menunjukkan bahwa pembayaran digital telah menjadi bagian penting dari aktivitas ekonomi nasional [1]. Di tengah perkembangan tersebut, BPS melaporkan bahwa ekonomi Indonesia tahun 2025 tumbuh 5,11 persen dan PDB per kapita mencapai Rp83,7 juta, sehingga transformasi digital berlangsung dalam konteks ekonomi yang masih ekspansif [2]. Data ini menegaskan bahwa digitalisasi tidak lagi sekadar fenomena teknologi, melainkan infrastruktur baru dalam perilaku ekonomi masyarakat.

Transformasi digital sektor keuangan bukan sekadar fenomena permukaan, melainkan perubahan mendasar dalam cara individu berinteraksi dengan uang. Sebelum era digital, transaksi membutuhkan kehadiran fisik, waktu antrian, dan kesadaran penuh atas perpindahan uang. Kini, seluruh proses itu diringkas menjadi beberapa ketukan layar. Perubahan ini membawa konsekuensi psikologis yang signifikan: ketika "rasa keluar uang" berkurang atau bahkan hilang, maka pengendalian diri dalam konsumsi menjadi lebih menantang [3]. Kondisi ini menjadi konteks penting untuk memahami mengapa pertumbuhan ekosistem digital keuangan harus disertai dengan penguatan literasi dan nilai.

Akan tetapi, perluasan akses ke layanan keuangan digital tidak otomatis diikuti oleh kualitas perilaku keuangan yang baik. OJK dan BPS melalui SNLIK 2025 menunjukkan bahwa indeks literasi keuangan nasional mencapai 66,46 persen dan inklusi keuangan 80,51 persen [4]. Namun, pada ranah keuangan syariah, literasi tercatat 43,42 persen dan inklusi baru 13,41 persen [4]. KNEKS juga menegaskan bahwa kesenjangan literasi dan

inklusi keuangan syariah masih lebar dan menjadi tantangan besar pengembangan ekonomi syariah nasional [5]. Dalam konteks konsumsi digital, angka-angka ini penting karena akses keuangan yang luas belum tentu diikuti kemampuan mengendalikan pengeluaran secara sehat dan sesuai nilai syariah.

Kesenjangan antara inklusi keuangan dan literasi keuangan syariah ini menciptakan ruang yang rentan. Seseorang dapat dengan mudah mengakses layanan PayLater atau e-wallet, tetapi tanpa pemahaman yang memadai tentang batasan-batasan etis dan konsekuensi jangka panjang dari penggunaan fasilitas tersebut. Penelitian-penelitian sebelumnya secara konsisten menunjukkan bahwa individu dengan literasi keuangan yang lebih tinggi cenderung membuat keputusan finansial yang lebih bijak dan terhindar dari perilaku konsumtif berlebihan [6]. Dengan demikian, inklusi keuangan tanpa literasi yang setara dapat menjadi pedang bermata dua yang mendorong masyarakat ke dalam lingkaran konsumsi tidak sehat.

Fenomena yang paling menonjol dari digitalisasi transaksi adalah pertumbuhan PayLater atau BNPL (*Buy Now Pay Later*). OJK mencatat bahwa pada Januari 2025, baki debit kredit BNPL tumbuh 46,45 persen year-on-year menjadi Rp22,57 triliun dengan 24,44 juta rekening, lalu pada Februari 2025 masih tumbuh 36,60 persen year-on-year menjadi Rp21,98 triliun dengan 23,66 juta rekening [4]. OJK juga memberi perhatian pada risiko debt trap jika fasilitas ini digunakan tanpa kehati-hatian [4]. Artinya, skema "beli sekarang, bayar nanti" tidak hanya menawarkan kemudahan, tetapi juga dapat menjadi pintu menuju konsumsi berlebih bila tidak diimbangi literasi dan kontrol diri.

Secara global, fenomena BNPL juga mendapat perhatian serius dari para akademisi dan regulator. Pertumbuhan layanan seperti Klarna, Afterpay, dan SPayLater di berbagai belahan dunia menunjukkan bahwa pergeseran pola konsumsi melalui kredit instan adalah tren yang bersifat universal. Namun, berbeda dari kartu kredit konvensional yang telah lama diregulasi, BNPL kerap hadir dalam bentuk yang lebih fleksibel dan mudah diakses, bahkan bagi konsumen yang belum memiliki riwayat kredit formal [7]. Ketika instrumen ini digunakan oleh segmen masyarakat yang belum memiliki kedewasaan finansial yang cukup, potensi terjadinya konsumsi berlebihan menjadi semakin besar.

Sejumlah penelitian sebelumnya memperlihatkan bahwa e-wallet dan PayLater memang berkaitan dengan perilaku konsumtif. Damayanti dan Canggi menemukan bahwa ShopeePay Later memengaruhi perilaku konsumsi Islam generasi milenial di Surabaya [8]. Prastiwi dan Fitria menjelaskan konsep PayLater dalam pandangan ekonomi Islam, sementara Rusbianti dan Canggi menunjukkan hubungan e-wallet dengan perilaku konsumsi Islam [9] [10]. Julita, B, dan Yustati menemukan pengaruh penggunaan Shopee Paylater terhadap perilaku konsumtif mahasiswa muslim, dan Utomo dkk. juga menunjukkan bahwa literasi keuangan, penggunaan Shopee Paylater, serta lifestyle berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa [11] [12]. Dengan kata lain, literatur yang ada memperlihatkan bahwa teknologi pembayaran digital memiliki konsekuensi perilaku yang tidak netral.

Meskipun demikian, kajian-kajian tersebut umumnya masih berhenti pada penjelasan hubungan antara instrumen pembayaran digital dan perilaku konsumtif secara umum. Belum banyak penelitian yang secara eksplisit menempatkan perilaku itu sebagai israf dan menilainya melalui kerangka Maqashid Syariah. Padahal, literatur maqashid menekankan bahwa aktivitas ekonomi harus diarahkan pada kemaslahatan dan pencegahan kerusakan [13]. Karena itu, penelitian ini menawarkan kebaruan konseptual: e-wallet dan PayLater dipahami bukan hanya sebagai alat transaksi, melainkan sebagai medium yang dapat menghasilkan masalah atau mafsadah bergantung pada cara penggunaannya.

Urgensi kajian ini semakin relevan mengingat bahwa segmen pengguna terbesar layanan digital adalah generasi muda, termasuk mahasiswa dan generasi milenial, yang berada pada fase pembentukan kebiasaan keuangan jangka panjang. Kebiasaan yang terbentuk pada usia produktif awal ini akan memiliki dampak yang sangat besar terhadap kesehatan keuangan individu dan keluarga di masa mendatang. Islam secara tegas melarang perilaku tabdzir (pemborosan) dan israf (berlebih-lebihan) dalam konsumsi sebagaimana disebutkan dalam Al-Qur'an Surah Al-A'raf ayat 31 dan Surah Al-Isra' ayat 27, yang menegaskan bahwa para pemboros adalah saudara setan [14].

2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi pustaka dan bersifat normatif-konseptual. Sumber data utama berasal dari Al-Qur'an, hadis, dan literatur maqashid, sedangkan data sekunder bersumber dari jurnal ilmiah, buku akademik, dan publikasi resmi BI, OJK, BPS, serta KNEKS [1] [2] [4] [5].

Pendekatan ini dipilih karena penelitian tidak bermaksud menguji hipotesis statistik, melainkan menafsirkan secara konseptual fenomena konsumsi digital dan menempatkannya dalam kerangka nilai Islam.

Pendekatan normatif-konseptual dipilih karena memungkinkan peneliti untuk menelaah fenomena sosial-ekonomi kontemporer melalui lensa nilai-nilai normatif yang bersumber dari ajaran Islam. Metode ini telah banyak digunakan dalam kajian ekonomi Islam untuk menjembatani antara realitas empiris dengan standar etika dan hukum syariah [15]. Dengan demikian, penelitian ini tidak sekadar mendeskripsikan fenomena, tetapi juga memberikan penilaian normatif atas implikasinya dalam perspektif maqashid.

Teknik analisis dilakukan dengan content analysis dan analisis tematik. Tahap pertama adalah mengidentifikasi konsep-konsep kunci, yakni e-wallet, PayLater, konsumsi berlebihan, dan israf. Tahap berikutnya adalah menyintesis temuan literatur untuk melihat pola perilaku yang muncul, lalu menafsirkannya dengan lima tujuan pokok Maqashid Syariah: perlindungan agama, jiwa, akal, keturunan, dan harta [13]. Dengan kerangka ini, penelitian dapat menyajikan argumentasi yang lebih sistematis antara data empiris yang tersedia dan landasan normatif Islam.

Penelusuran literatur dilakukan secara sistematis dengan mengakses basis data jurnal ilmiah bereputasi, termasuk Scopus, Google Scholar, dan portal jurnal nasional terakreditasi SINTA. Kata kunci yang digunakan mencakup kombinasi dari: "e-wallet", "PayLater", "BNPL", "perilaku konsumtif", "israf", "maqashid syariah", "konsumsi Islam", dan "literasi keuangan syariah". Kriteria inklusi literatur meliputi: relevansi topik, kredibilitas sumber, dan kebaruan data (diprioritaskan publikasi dalam lima tahun terakhir). Literatur yang ditemukan kemudian dianalisis secara tematik untuk mengidentifikasi pola argumen dan temuan yang berulang [16].

3. Hasil dan Diskusi

3.1 E-Wallet dan PayLater dalam Ekosistem Konsumsi Digital

E-wallet dan PayLater merupakan dua instrumen yang paling dekat dengan perubahan cara konsumsi masyarakat modern. E-wallet memudahkan transaksi secara cepat, tanpa uang tunai, dan tanpa proses panjang. PayLater memberi fleksibilitas dengan skema pembayaran ditunda, sehingga daya beli terasa lebih longgar. Pada level makro, pertumbuhan QRIS yang sangat besar memperlihatkan bahwa masyarakat memang semakin menerima transaksi digital sebagai kebiasaan baru [1]. Akan tetapi, ketika transaksi menjadi terlalu mudah, batas antara kebutuhan dan keinginan ikut menipis. Inilah titik awal mengapa pembayaran digital perlu dibaca bukan hanya sebagai inovasi keuangan, tetapi juga sebagai faktor pembentuk perilaku konsumsi.

Secara konseptual, e-wallet dapat dipahami sebagai dompet digital yang menyimpan nilai uang dalam bentuk elektronik dan memungkinkan penggunanya melakukan transaksi pembayaran secara instan tanpa memerlukan uang tunai. Berbeda dengan kartu debit konvensional, e-wallet umumnya dilengkapi dengan berbagai fitur tambahan seperti cashback otomatis, poin reward, dan notifikasi real-time yang semakin memperkuat keterlibatan pengguna dengan platform [17]. Fitur-fitur ini, meskipun tampak menguntungkan, sesungguhnya dirancang untuk meningkatkan frekuensi dan volume transaksi pengguna, yang dalam jangka panjang dapat mendorong konsumsi yang melebihi kebutuhan aktual.

Dalam studi Rusbianti dan Canggih, e-wallet ditemukan berhubungan dengan perilaku konsumsi Islam karena kemudahan transaksi dapat mengubah pola pengeluaran individu [10]. Sementara itu, Prastiwi dan Fitria menegaskan bahwa PayLater dalam belanja daring pada dasarnya dapat dibolehkan, tetapi tetap harus dibatasi oleh kebutuhan dan kemampuan [9]. Dua temuan ini menunjukkan bahwa instrumen pembayaran digital bersifat netral pada level alat, tetapi tidak netral pada level dampak psikologis. Semakin minim "rasa keluar uang" ketika bertransaksi, semakin rendah pula jeda refleksi sebelum membeli. Oleh karena itu, e-wallet dan PayLater perlu dipahami sebagai medium yang mempercepat keputusan konsumsi, bukan sekadar mempermudah pembayaran.

Dari perspektif desain produk, fitur-fitur dalam platform e-commerce yang terintegrasi dengan e-wallet dan PayLater dirancang secara sadar untuk memaksimalkan konversi pembelian. Elemen-elemen seperti hitungan mundur waktu promo, tampilan stok terbatas, dan rekomendasi produk berbasis algoritma adalah bagian dari strategi dark pattern yang memanfaatkan bias kognitif pengguna [18]. Ketika strategi ini berinteraksi dengan kemudahan pembayaran melalui e-wallet atau opsi cicilan melalui PayLater, maka ekosistem yang terbentuk sesungguhnya adalah ekosistem yang secara sistematis mendorong pengguna untuk membeli lebih dari yang mereka butuhkan.

3.2 Bentuk Perilaku Konsumsi Berlebihan (Israf)

Bentuk pertama israf yang paling jelas adalah pembelian impulsif. Konsumen membeli barang tanpa perencanaan yang matang, sering kali karena dorongan sesaat. Fenomena ini semakin kuat dalam ekosistem digital karena transaksi dapat diselesaikan hanya dalam beberapa detik. Studi Ghaissani dan Hidayat tentang impulsif buying menunjukkan bahwa rangsangan digital, seperti konten interaktif dan pengalaman belanja cepat, berkontribusi pada keputusan pembelian spontan [19]. Jika pola semacam ini berpadu dengan e-wallet, maka hambatan psikologis untuk berbelanja menjadi semakin kecil. Dengan demikian, israf tidak hanya muncul karena keinginan berlebih, tetapi juga karena struktur transaksi yang mendorong keputusan cepat dan refleksif.

Penelitian tentang perilaku impulsif dalam belanja daring secara konsisten menunjukkan bahwa kecepatan transaksi memiliki korelasi positif dengan tingkat pembelian tidak terencana. Ketika proses dari "melihat produk" hingga "konfirmasi pembayaran" dapat diselesaikan dalam waktu kurang dari satu menit, otak tidak memiliki cukup waktu untuk mengaktifkan sistem penalaran rasional (System 2 dalam teori Kahneman) dan justru bergantung pada respons emosional dan intuitif (System 1) [20]. E-wallet memperpendek waktu ini secara dramatis dibandingkan dengan metode pembayaran konvensional, sehingga secara tidak langsung memperkuat kecenderungan impulsif pengguna.

Bentuk kedua israf adalah konsumsi yang dipicu promosi. Cashback, diskon, voucher, dan flash sale menciptakan ilusi keuntungan, padahal sering kali barang yang dibeli tidak benar-benar dibutuhkan. Dalam penelitian Damayanti dan Canggih, penggunaan ShopeePay Later memengaruhi perilaku konsumsi Islam generasi milenial, salah satunya karena kemudahan dan daya tarik promosi yang menyertai transaksi digital [8]. Dalam konteks ini, konsumen tidak membeli karena nilai guna barang, melainkan karena rasa rugi jika tidak memanfaatkan promo. Ini adalah ciri khas israf modern: pemborosan yang dibenarkan dengan logika "hemat" sesaat, padahal total pengeluaran justru bertambah.

Fenomena FOMO (Fear of Missing Out) yang diperkuat oleh desain notifikasi real-time pada aplikasi belanja digital memperburuk kecenderungan ini. Ketika pengguna menerima notifikasi "Flash Sale berakhir dalam 2 jam!" atau "Voucher cashback 30% hanya berlaku hari ini!", mekanisme psikologis yang bekerja adalah penghindaran kerugian (loss aversion) yang jauh lebih kuat daripada motivasi keuntungan biasa [18]. Pengguna membeli bukan untuk mendapatkan nilai dari produk, tetapi untuk menghindari perasaan kehilangan kesempatan. Dalam perspektif Islam, logika ini merupakan bentuk konsumsi yang jauh dari nilai rasionalitas dan kemaslahatan yang seharusnya menjadi landasan setiap keputusan ekonomi.

Bentuk ketiga israf tampak ketika konsumsi bergeser dari kebutuhan ke keinginan. Perubahan ini sangat penting karena dalam ekonomi Islam, konsumsi ideal seharusnya diarahkan pada pemenuhan kebutuhan yang membawa kemanfaatan, bukan pada pemuasan hasrat sesaat. Ketika seseorang membeli barang bukan karena fungsi, tetapi karena ingin mengikuti tren, mengejar simbol status, atau sekadar memuaskan diri, maka konsumsi telah keluar dari logika maslahat. Studi Utomo dkk. memperlihatkan bahwa lifestyle dan penggunaan Shopee Paylater berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa, yang menguatkan kesimpulan bahwa orientasi konsumsi digital sering bergeser ke ranah simbolik [12].

Ekonomi Islam membedakan antara hajat (kebutuhan), maslahah (kemaslahatan), dan syahwat (keinginan nafsu). Konsumsi yang ideal adalah konsumsi yang memenuhi hajat dan mendatangkan maslahah, sedangkan konsumsi yang didorong semata-mata oleh syahwat adalah konsumsi yang menyimpang dari tujuan syariah [15]. Ketika platform digital memudahkan akses ke ribuan produk yang tidak pernah terpikirkan sebelumnya, maka batas antara ketiga kategori ini menjadi semakin kabur. Seseorang yang tadinya tidak pernah merasa membutuhkan sebuah produk tertentu tiba-tiba merasa "membutuhkannya" setelah melihat iklan yang dipersonalisasi oleh algoritma.

Bentuk keempat israf adalah penggunaan PayLater melebihi kemampuan finansial. Inilah bentuk yang paling berisiko karena beban konsumsi tidak berhenti pada saat pembelian, tetapi berpindah ke masa depan dalam bentuk kewajiban pembayaran. Data OJK menunjukkan bahwa volume BNPL terus tumbuh tinggi, dan regulator sendiri memberi perhatian pada potensi debt trap [4]. Temuan ini sejalan dengan penelitian Julita, B, dan Yustati yang menunjukkan bahwa penggunaan Shopee Paylater berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa muslim [11]. Dengan kata lain, PayLater tidak otomatis buruk, tetapi ketika dipakai tanpa disiplin, ia mudah mendorong konsumsi yang tidak proporsional dan menumpuk kewajiban yang memberatkan.

Skema BNPL memiliki karakteristik unik dibandingkan kredit konvensional: proses persetujuan yang sangat cepat (bahkan instan), tidak memerlukan jaminan, dan sering kali tidak tercatat dalam Sistem Informasi

Debitur (SID) sehingga seseorang dapat memiliki beberapa akun PayLater secara bersamaan [7]. Karakteristik ini, meskipun meningkatkan aksesibilitas, juga meningkatkan risiko over-leverage, yaitu kondisi di mana total kewajiban cicilan seseorang melampaui kemampuan bayarnya. Dalam penelitian tentang perilaku kredit mahasiswa, ditemukan bahwa mahasiswa yang menggunakan lebih dari satu layanan BNPL secara bersamaan memiliki kecenderungan yang jauh lebih tinggi untuk mengalami kesulitan keuangan di akhir bulan [17].

Bentuk kelima israf adalah konsumsi simbolik, yaitu konsumsi yang bertujuan memperoleh pengakuan sosial. Dalam masyarakat digital, pembelian sering kali dikaitkan dengan citra diri, kesesuaian dengan tren, dan penerimaan sosial. Pengeluaran jenis ini tidak selalu tampak besar dalam satu transaksi, tetapi jika dilakukan berulang, dampaknya bisa serius terhadap kondisi keuangan. Dalam kerangka maqashid, perilaku semacam ini tidak lagi sekadar persoalan ekonomi, tetapi juga persoalan etika karena konsumsi tidak lagi dipandu oleh kebutuhan riil [13]. Situasi ini membuat israf menjadi fenomena yang lebih halus, tetapi justru lebih sulit dikendalikan.

3.3 Faktor Pendorong Israf pada Pengguna E-Wallet dan PayLater

Faktor pertama pendorong israf adalah kemudahan teknologi. Semakin mudah transaksi dilakukan, semakin kecil ruang jeda untuk berpikir. E-wallet menghilangkan proses fisik menyerahkan uang, sedangkan PayLater menunda rasa "sakit membayar" ke masa depan. Dampaknya, keputusan membeli menjadi lebih cepat dan lebih mudah diterima secara psikologis. Pertumbuhan QRIS dan adopsi transaksi digital yang sangat besar memperlihatkan bahwa ekosistem ini memang dirancang untuk efisiensi [1], tetapi efisiensi yang tidak diimbangi kontrol dapat berubah menjadi dorongan konsumsi yang berlebihan.

Dalam perspektif ekonomi perilaku, desain antarmuka (UI/UX) dari aplikasi pembayaran digital memainkan peran yang tidak kecil dalam membentuk keputusan konsumsi. Prinsip "nudge" yang diperkenalkan oleh Thaler dan Sunstein menjelaskan bagaimana perubahan kecil dalam cara pilihan disajikan dapat secara dramatis memengaruhi keputusan seseorang [20]. Ketika opsi PayLater disajikan sebagai pilihan pertama dan paling mencolok dalam halaman checkout, sementara pilihan "bayar penuh" disembunyikan dalam menu sekunder, maka arsitektur pilihan ini secara tidak sadar mendorong pengguna ke arah konsumsi berbasis kredit. Inilah yang dimaksud dengan "friction reduction" dalam desain produk fintech: mengurangi hambatan menuju transaksi, yang pada saat yang sama berarti mengurangi kesempatan pengguna untuk berefleksi.

Faktor kedua adalah faktor psikologis. Banyak keputusan belanja digital dipicu oleh pencarian kepuasan instan. Dalam ekonomi perilaku, semakin cepat seseorang mendapatkan barang yang diinginkan, semakin kecil kemungkinan ia menimbang konsekuensi jangka panjangnya. Penelitian tentang impulsive buying di ruang digital menunjukkan bahwa rangsangan visual, konten interaktif, dan kemudahan checkout mempercepat pembelian spontan [19]. Dalam konteks e-wallet dan PayLater, kepuasan instan ini menjadi sangat kuat karena pengguna merasa transaksi itu ringan, padahal dampak akumulasinya bisa besar.

Konsep hyperbolic discounting dalam psikologi ekonomi menjelaskan kecenderungan manusia untuk menilai hadiah jangka pendek jauh lebih tinggi dibandingkan hadiah jangka panjang yang lebih besar [20]. PayLater mengeksploitasi bias ini dengan sempurna: pengguna menerima kepuasan memiliki barang sekarang, sementara "rasa sakit" membayarnya ditunda ke masa depan yang tampak lebih jauh dan kurang nyata. Ketika tagihan PayLater akhirnya jatuh tempo, konsumen sering kali kaget dengan jumlah yang harus dibayar karena akumulasi beberapa transaksi yang masing-masing terasa kecil pada saat pembelian. Fenomena ini merupakan manifestasi nyata dari bagaimana teknologi pembayaran dapat memanipulasi persepsi psikologis tentang nilai dan biaya.

Faktor ketiga adalah faktor sosial. Gaya hidup digital, pengaruh media sosial, dan tekanan teman sebaya membentuk standar baru tentang apa yang dianggap wajar untuk dibeli. Temuan Utomo dkk. menegaskan bahwa lifestyle bersama penggunaan Shopee Paylater berpengaruh pada perilaku konsumtif mahasiswa [12]. Artinya, konsumsi berlebihan bukan hanya hasil keputusan individual, tetapi juga produk lingkungan sosial yang mempromosikan belanja sebagai bentuk ekspresi diri. Di sini, israf bergerak dari ranah kebutuhan ke ranah identitas.

Fenomena unboxing video, haul content, dan review produk di media sosial telah menciptakan budaya konsumsi yang dinormalisasi dan bahkan dirayakan. Ketika seorang influencer memamerkan belanjaan senilai jutaan rupiah yang dibiayai dengan PayLater sambil berkata "beli sekarang, pikir belakangan", maka pesan yang disampaikan adalah bahwa konsumsi berlebihan adalah hal yang normal dan aspiratif [3]. Bagi generasi muda yang masih dalam proses pembentukan identitas, tekanan sosial semacam ini memiliki dampak yang sangat

signifikan terhadap keputusan konsumsi mereka. Penelitian tentang pengaruh media sosial terhadap perilaku konsumtif secara konsisten menunjukkan korelasi positif yang kuat antara intensitas penggunaan media sosial dengan tingkat konsumsi impulsif [18].

Faktor keempat adalah literasi keuangan dan literasi syariah yang belum merata. SNLIK 2025 menunjukkan literasi keuangan nasional telah melewati 66 persen, tetapi literasi keuangan syariah masih di kisaran 43 persen dan inklusi syariah 13 persen lebih [4]. KNEKS bahkan menekankan bahwa gap ini menjadi tantangan besar dalam pengembangan ekonomi syariah [5]. Ini penting karena perilaku konsumsi yang rasional tidak hanya membutuhkan akses, tetapi juga pengetahuan, kebiasaan, dan nilai. Tanpa itu, kemudahan transaksi digital mudah berubah menjadi pemborosan yang dianggap normal.

Studi Yanti dan Sabandi memperkuat temuan ini dengan menunjukkan bahwa literasi keuangan dan religiositas secara signifikan memengaruhi keputusan investasi dan pengelolaan keuangan mahasiswa [6]. Mahasiswa pesantren yang memiliki pendidikan agama lebih intensif menunjukkan perilaku keuangan yang lebih hati-hati dibandingkan mahasiswa umum, meskipun tingkat aksesnya terhadap layanan keuangan digital relatif sama. Temuan ini menegaskan bahwa faktor nilai dan religiositas bukan hanya ornamen moral, tetapi memiliki dampak nyata pada perilaku ekonomi. Oleh karena itu, pendekatan yang mengintegrasikan literasi keuangan dengan penguatan nilai syariah menjadi relevan dalam upaya mengatasi masalah israf di era digital.

3.4 Analisis Israf dalam Perspektif Maqashid Syariah

Dalam kerangka Maqashid Syariah, konsumsi ideal harus membawa kemaslahatan dan mencegah kerusakan. Inamullah dan Lestari menempatkan maqashid sebagai kerangka yang menekankan keberlanjutan hidup serta penghindaran perilaku merusak [13]. Jika israf dibaca dalam konteks e-wallet dan PayLater, maka pembelian impulsif, konsumsi simbolik, dan penggunaan kredit konsumtif tidak hanya bermasalah secara ekonomi, tetapi juga secara etika syariah. Israf menjadi persoalan karena mengalihkan harta dari fungsi maslahat menuju pengeluaran yang tidak proporsional.

Maqashid Syariah sebagai kerangka analisis memiliki kelebihan dibandingkan kerangka etika lainnya karena sifatnya yang holistik dan hierarkis. Lima elemen perlindungan (al-kulliyat al-khams) mencakup dimensi agama, jiwa, akal, keturunan, dan harta, yang bersama-sama membentuk gambaran utuh tentang apa yang dimaksud dengan kehidupan yang baik dan sejahtera menurut Islam [21]. Ketika sebuah tindakan mengancam satu atau lebih dari lima elemen ini, maka tindakan tersebut adalah tindakan yang harus dicegah atau diminimalisir, bahkan jika secara hukum formal tindakan itu tidak terlarang. Ini memberikan fleksibilitas analitis yang sangat besar untuk mengevaluasi fenomena kontemporer seperti konsumsi digital yang tidak secara eksplisit diatur dalam teks-teks fikih klasik.

Pada aspek hifz al-mal (perlindungan harta), israf bertentangan langsung dengan tujuan menjaga harta. Harta yang seharusnya dijaga dan diarahkan pada kemanfaatan justru dihabiskan untuk konsumsi yang tidak sepadan dengan manfaatnya. Di sini, PayLater menjadi sangat relevan karena ia menunda beban pembayaran dan sering menimbulkan ilusi kemampuan beli. Ketika konsumsi dilakukan tanpa kesadaran biaya masa depan, pengelolaan harta kehilangan orientasi amanah. Itu sebabnya, dalam perspektif maqashid, pengendalian konsumsi digital adalah bagian dari perlindungan harta, bukan sekadar urusan manajemen uang pribadi.

Konsep hifz al-mal dalam fiqh muamalat tidak hanya mencakup perlindungan dari pencurian atau penipuan, tetapi juga perlindungan dari diri sendiri melalui pemborosan. Al-Ghazali dalam Ihya Ulumuddin mengklasifikasikan pemborosan (tabdzir dan israf) sebagai salah satu dari penyakit jiwa yang harus disembuhkan, bukan sekadar pelanggaran hukum yang harus dihukum [22]. Perspektif ini menempatkan masalah israf dalam dimensi yang jauh lebih dalam: ini bukan hanya tentang berapa banyak uang yang dihabiskan, tetapi tentang orientasi batin yang mendasari setiap keputusan konsumsi. Ketika seseorang membeli untuk menutupi kecemasan, mengikuti tren, atau mencari pengakuan, maka harta tidak lagi berfungsi sebagai titipan yang harus dikelola dengan amanah, melainkan sebagai alat untuk memuaskan ego.

Pada aspek hifz al-nafs (perlindungan jiwa), israf dapat memunculkan tekanan psikologis. Pengguna yang terus-menerus menumpuk kewajiban PayLater berpotensi mengalami kecemasan, rasa bersalah, dan stres finansial. OJK bahkan menyoroti risiko debt trap sebagai masalah yang harus diwaspadai dalam pertumbuhan BNPL [4]. Dengan demikian, konsumsi berlebihan bukan hanya mengurangi saldo finansial, tetapi juga mengganggu ketenangan diri. Dalam maqashid, menjaga jiwa berarti menjaga kondisi hidup yang aman, stabil, dan tidak terbebani oleh keputusan konsumsi yang ceroboh.

Penelitian-penelitian dalam bidang kesehatan mental dan keuangan secara konsisten menunjukkan korelasi negatif antara utang konsumtif yang berlebihan dengan kesejahteraan psikologis. Individu yang terjebak dalam siklus utang konsumtif cenderung mengalami tingkat kecemasan dan depresi yang lebih tinggi, kualitas tidur yang lebih buruk, dan produktivitas kerja yang lebih rendah [7]. Kondisi ini menciptakan lingkaran setan: stres mendorong konsumsi impulsif sebagai mekanisme coping, yang kemudian meningkatkan beban utang, yang kemudian meningkatkan stres, dan seterusnya. Dalam perspektif maqashid, siklus ini jelas bertentangan dengan tujuan perlindungan jiwa yang menghendaki keselamatan dan kesejahteraan psikologis sebagai bagian dari kualitas hidup yang ideal.

Pada aspek *hifz al-'aql* (perlindungan akal), israf menunjukkan melemahnya rasionalitas dalam pengambilan keputusan. Konsumen yang terlalu mudah membeli karena promo atau tren cenderung menempatkan emosi di atas pertimbangan. Studi tentang literasi keuangan dan religiositas menunjukkan bahwa nilai dan pengetahuan berpengaruh terhadap keputusan finansial [6]. Ini menguatkan pandangan bahwa rasionalitas ekonomi dalam Islam bukan sekadar kemampuan menghitung, tetapi juga kemampuan menahan dorongan sesaat dan memilih yang lebih maslahat. Ketika akal tidak memimpin konsumsi, maka teknologi finansial justru mempercepat keputusan yang tidak bijak.

Lebih jauh, *hifz al-'aql* dalam konteks ekonomi digital mengandung implikasi tentang pentingnya melek digital (*digital literacy*) yang melampaui kemampuan teknis menggunakan aplikasi. Seseorang yang memahami bagaimana algoritma rekomendasi bekerja, bagaimana *dark pattern* dirancang untuk memanipulasi keputusan, dan bagaimana bias kognitif dieksploitasi oleh platform digital akan memiliki kemampuan yang jauh lebih baik untuk membuat keputusan konsumsi yang rasional [16]. Dengan kata lain, perlindungan akal di era digital membutuhkan lebih dari sekadar literasi keuangan konvensional; ia membutuhkan kesadaran kritis tentang ekosistem digital yang melingkupi setiap keputusan ekonomi.

Pada aspek *hifz al-din* (perlindungan agama) dan *hifz al-nasl* (perlindungan keturunan), israf berpotensi mengganggu prinsip moderasi dan stabilitas keluarga. Konsumsi yang berlebihan tidak sejalan dengan ajaran pertengahan dalam Islam, dan beban keuangan yang tidak terkendali dapat mengganggu keseimbangan rumah tangga. Karena itu, *e-wallet* dan *PayLater* harus ditempatkan sebagai alat, bukan tujuan. Jika dipakai secara proporsional, keduanya dapat memudahkan aktivitas ekonomi. Namun jika mendorong pemborosan, maka keduanya berubah menjadi sarana mafsadah yang menjauhkan pengguna dari kemaslahatan. Dengan pendekatan maqashid, penilaian atas teknologi tidak dilakukan secara hitam-putih, melainkan berdasarkan dampaknya pada tujuan syariat.

Prinsip *wasathiyah* (moderasi) dalam Islam tidak hanya berlaku dalam dimensi ibadah, tetapi juga dalam seluruh aspek kehidupan termasuk konsumsi. Islam tidak melarang kenikmatan duniawi, tetapi menekankan keseimbangan antara pemenuhan kebutuhan dunia dan orientasi akhirat [21]. Ketika konsumsi menjadi tujuan itu sendiri, ia berubah menjadi materialisme yang bertentangan dengan worldview Islam tentang fungsi harta sebagai sarana, bukan tujuan. Kondisi ini pada gilirannya dapat mengikis orientasi keagamaan seseorang dan mendistorsi prioritas hidupnya, yang berarti mengancam dimensi *hifz al-din*. Sementara dari sisi *hifz al-nasl*, utang konsumtif yang tidak terkendali dapat mengganggu kemampuan seseorang untuk membangun keluarga yang stabil, mendidik anak dengan layak, dan mempersiapkan masa depan generasi berikutnya.

3.5 Sintesis Teoretis: E-Wallet, PayLater, dan Konsumsi Syariah yang Seimbang

Jika seluruh temuan di atas disatukan, tampak bahwa israf pada pengguna *e-wallet* dan *PayLater* bukan hanya masalah individu yang boros, tetapi juga produk dari ekosistem digital yang semakin mempermudah konsumsi cepat. Artikel-artikel pada Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam dan *Economic Education Analysis Journal* menunjukkan bahwa kemudahan pembayaran digital, gaya hidup, promosi, dan literasi keuangan saling berinteraksi membentuk pola konsumtif [8] [9] [10] [11] [12] [19]. Sementara itu, data BI, OJK, dan KNEKS menegaskan bahwa transformasi digital dan penguatan keuangan syariah berjalan bersamaan, tetapi belum sepenuhnya seimbang [1] [4] [5]. Dengan demikian, tantangan utama bukan menghapus teknologi, melainkan mengarahkan teknologi ke dalam perilaku yang lebih bijak.

Sintesis dari kerangka teoritis Maqashid Syariah dengan temuan empiris tentang perilaku konsumsi digital menghasilkan sebuah model konseptual tentang konsumsi digital yang sehat menurut perspektif Islam. Model ini menempatkan niat (*intention*) sebagai titik awal: apakah konsumsi dilakukan untuk memenuhi hajat yang nyata dan membawa kemaslahatan, ataukah semata-mata untuk memuaskan keinginan sesaat? Tahap kedua adalah proses deliberasi: apakah konsumen memberikan dirinya cukup waktu dan ruang untuk menimbang keputusan sebelum bertransaksi? Tahap ketiga adalah proporsionalitas: apakah jumlah yang dikonsumsi sesuai

dengan kemampuan finansial yang tersedia? Dan tahap keempat adalah orientasi jangka panjang: apakah keputusan konsumsi hari ini akan memberikan dampak positif bagi kesejahteraan masa depan? [13] [21].

Kerangka konseptual ini memiliki implikasi praktis yang penting. Di tingkat individu, ia menawarkan panduan konkret tentang bagaimana seseorang Muslim seharusnya mendekati keputusan konsumsi digital: dengan niat yang jernih, proses deliberasi yang sadar, batasan yang proporsional, dan orientasi jangka panjang. Di tingkat institusional, ia memberi dasar argumentasi bagi lembaga keuangan syariah untuk mengembangkan produk PayLater yang sesuai syariah dengan fitur-fitur yang mendorong perilaku konsumsi bertanggung jawab, bukan yang mengeksploitasi bias psikologis pengguna. Dan di tingkat kebijakan, ia memberikan legitimasi bagi regulator untuk menetapkan standar yang lebih ketat tentang desain produk keuangan digital, khususnya yang berpotensi mendorong konsumsi berlebihan [23].

Implikasi praktis dari kajian ini adalah perlunya literasi keuangan syariah yang lebih kuat, penguatan kontrol diri, serta edukasi konsumsi yang berorientasi kebutuhan. Dalam level pengguna, e-wallet dan PayLater sebaiknya diposisikan sebagai alat efisiensi, bukan alat untuk memperbesar konsumsi. Dalam level lembaga, penyedia layanan perlu memperkuat perlindungan konsumen dan desain produk yang tidak mendorong belanja impulsif [24]. Dalam level kebijakan, KNEKS, BI, dan OJK memiliki ruang penting untuk mengarahkan digitalisasi keuangan agar sejalan dengan nilai-nilai maslahat dan kehati-hatian [25].

Perlu ditegaskan kembali bahwa kerangka Maqashid Syariah tidak menolak inovasi teknologi keuangan. Sebaliknya, maqashid menyediakan kriteria yang sangat kaya untuk mengevaluasi apakah sebuah inovasi membawa maslahat atau mafsadah bagi masyarakat. E-wallet dan PayLater, jika dirancang dan digunakan dengan memperhatikan prinsip-prinsip maqashid, sesungguhnya memiliki potensi yang sangat besar untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat, terutama dalam meningkatkan inklusi keuangan bagi segmen yang selama ini tidak terlayani oleh perbankan konvensional. Tantangannya adalah memastikan bahwa potensi positif ini tidak dibayangi oleh risiko negatif konsumsi berlebihan yang telah diidentifikasi dalam kajian ini.

4. Kesimpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa e-wallet dan PayLater mempermudah transaksi, tetapi juga membuka peluang munculnya perilaku konsumsi berlebihan atau israf. Bentuk israf yang paling tampak ialah pembelian impulsif, konsumsi akibat promo, orientasi belanja yang bergeser dari kebutuhan ke keinginan, penggunaan PayLater melebihi kemampuan finansial, dan konsumsi simbolik untuk status sosial. Temuan dari BI, OJK, BPS, dan KNEKS memperlihatkan bahwa digitalisasi keuangan tumbuh pesat, tetapi literasi dan inklusi keuangan syariah masih perlu diperkuat agar kemudahan transaksi tidak berubah menjadi pemborosan [1] [2] [4] [5]. Dalam perspektif Maqashid Syariah, perilaku tersebut cenderung bertentangan dengan perlindungan harta, jiwa, akal, agama, dan keturunan. Analisis menunjukkan bahwa israf digital bukan sekadar problem individu, tetapi merupakan produk dari interaksi kompleks antara desain platform yang mengeksploitasi bias psikologis, ekosistem sosial yang menormalisasi konsumsi berlebihan, dan kesenjangan literasi keuangan syariah yang masih signifikan. Karena itu, e-wallet dan PayLater perlu diarahkan pada prinsip wasathiyah, qana'ah, tanggung jawab finansial, dan kemaslahatan [13] [21] [22]. Dengan demikian, teknologi keuangan digital tetap dapat menjadi sarana manfaat bila digunakan secara sadar dan terukur, bukan menjadi pintu menuju mafsadah. Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang perlu diakui. Sebagai kajian normatif-konseptual berbasis studi pustaka, penelitian ini tidak melibatkan pengumpulan data primer dari pengguna e-wallet dan PayLater secara langsung. Untuk penelitian selanjutnya, kajian lapangan yang melibatkan survei atau wawancara mendalam dengan pengguna layanan ini akan sangat memperkaya pemahaman tentang mekanisme psikologis dan sosial yang mendorong israf dalam konteks digital. Selain itu, penelitian komparatif antara pengguna layanan keuangan syariah dan konvensional dalam hal perilaku konsumsi digital juga dapat memberikan wawasan yang sangat berharga tentang efektivitas pendekatan berbasis nilai dalam membentuk perilaku ekonomi yang lebih bertanggung jawab.

Referensi

- [1] Bank Indonesia, "QRIS Jelajah Indonesia 2025 dorong digitalisasi dengan wisata budaya," Bank Indonesia, Jakarta, 2025.
- [2] Badan Pusat Statistik, "Ekonomi Indonesia tahun 2025 tumbuh 5,11 persen," BPS, Jakarta, Feb. 2026.
- [3] A. R. Pratama dan M. Fadillah, "Dampak media sosial terhadap perilaku konsumtif generasi Z: studi kasus pengguna Instagram di Indonesia," *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital*, vol. 3, no. 2, pp. 45–62, 2024.
- [4] Otoritas Jasa Keuangan, "Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) 2025," OJK, Jakarta, 2025.
- [5] Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah, "KNEKS dukung program literasi dana pensiun syariah," KNEKS, Jakarta, Nov. 2025.
- [6] I. W. Yanti dan M. Sabandi, "The influence of financial literacy and religiosity on students' investment decisions: A comparative study between boarding school and non-boarding school students," *Economic Education Analysis Journal*, vol. 14, no. 3, pp. 312–328, 2025.
- [7] M. R. Hidayat, "BNPL (Buy Now Pay Later) dan risiko ketergantungan kredit konsumtif pada generasi milenial," *Jurnal Keuangan dan Perbankan*, vol. 26, no. 1, pp. 88–104, 2024.

- [8] F. D. W. Damayanti dan C. Canggi, "Pengaruh penggunaan pembayaran Shopeepay Later terhadap perilaku konsumsi Islam generasi milenial di Surabaya," *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, vol. 7, no. 3, pp. 1520–1531, 2021.
- [9] I. E. Prastiwi dan T. N. Fitria, "Konsep Paylater online shopping dalam pandangan ekonomi Islam," *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, vol. 7, no. 1, pp. 421–432, 2021.
- [10] M. A. Rusbianti dan C. Canggi, "E-wallet dan perilaku konsumsi Islam," *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, vol. 9, no. 1, pp. 814–823, 2023.
- [11] E. Julita, I. B. dan H. Yustati, "Pengaruh penggunaan Shopee Paylater terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Muslim," *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, vol. 8, no. 3, pp. 3290–3301, 2022.
- [12] S. B. Utomo, H. Hamka, B. Burhanuddin, D. Yuliantina, dan M. Munizu, "Pengaruh literasi keuangan, penggunaan Shopee Paylater dan life style terhadap perilaku konsumtif mahasiswa," *Jurnal Ilmiah Edunomika*, vol. 8, no. 2, pp. 1102–1117, 2024.
- [13] M. Inamullah dan N. M. Lestari, "Maqashid syariah terhadap keberlanjutan kehidupan," *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, vol. 9, no. 2, pp. 2259–2263, 2023.
- [14] Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*. Jakarta: Lajnah Pentashih Mushaf Al-Qur'an, 2019.
- [15] A. Chapra, *Towards a Just Monetary System*. Leicester: The Islamic Foundation, 2018.
- [16] N. K. Malhotra, *Marketing Research: An Applied Orientation*, 7th ed. New Jersey: Pearson Education, 2019.
- [17] S. Arifin dan R. Wahyuni, "Karakteristik pengguna layanan Buy Now Pay Later dan implikasinya terhadap perilaku keuangan mahasiswa," *Jurnal Akuntansi dan Keuangan Islam*, vol. 12, no. 1, pp. 56–74, 2024.
- [18] D. Ariely, *Predictably Irrational: The Hidden Forces That Shape Our Decisions*. New York: HarperCollins, 2010.
- [19] A. Ghaissani dan A. Hidayat, "Analysis of factors driving impulsive buying through live streaming shopping TikTok Shop," *Economic Education Analysis Journal*, vol. 14, no. 2, pp. 198–215, 2025.
- [20] R. H. Thaler dan C. R. Sunstein, *Nudge: Improving Decisions About Health, Wealth, and Happiness*. New Haven: Yale University Press, 2008.
- [21] J. Al-Qardhawi, *Daur al-Qiyam wa al-Akhlaq fi al-Iqtishad al-Islami*. Kairo: Maktabah Wabbah, 2019.
- [22] Al-Ghazali, *Ihya Ulumuddin*, vol. 3. Beirut: Dar al-Ma'rifah, 2015.
- [23] H. Kamali, *Maqasid al-Shariah Made Simple*. London: The International Institute of Islamic Thought, 2008.
- [24] E. Saefudin dan L. Nurhasanah, "Perlindungan konsumen dalam ekosistem fintech: perspektif hukum dan maqashid syariah," *Jurnal Hukum dan Ekonomi Islam*, vol. 5, no. 2, pp. 123–141, 2023.
- [25] F. Andriani dan M. Yusuf, "Peran regulasi OJK dalam pengendalian risiko BNPL: tinjauan dari aspek keuangan syariah," *Al-Iqtishad*.