

Israf's Behavior Towards The Use Of Pay Later In The Practice Of Selling And Purchasing In The Marketplace

Setiawan Bin Lahuri¹, Indah Taqiyah Mabarroh², Atina Rahma Mawaddah³

^{1,2} Universitas Darussalam Gontor, Ponorogo, Jawa Timur, Indonesia

³ Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, Yogyakarta, Indonesia

ARTICLE INFO

Article history:

Received 7/10/2022

Revised 16/11/2022

Accepted 5/12/2022

JEL Classification: D12, D18, G21

Key words:

Israf, Paylater, Tabdzir

DOI:

<http://dx.doi.org/10.51804/iej.v4i2>

ABSTRACT

The current development of e-commerce is followed by the development of payment methods for transactions. The majority of payment methods provided by e-commerce are digital payments, one of which is currently developing is paylater. The presence of the paylater feature makes online transactions more efficient and provides many conveniences. Finally increasing the consumer behavior of people in shopping that is close to waste. Waste in Islamic scholarship is a form of israf and tabdzir which is prohibited by religion because it can cause harm to humans. The purpose of this paper is to describe indications of israf behavior caused by paylater services. The writing method used is to use a normative approach, namely by approaching the problem based on the principles of Islamic Shari'ah and Islamic law. Then the analytical method used is a qualitative method, through an inductive mindset (specific to general), namely by analyzing the ideas and methodological framework of Islamic law which then draws general conclusions. The results of the study concluded that the existence of paylater payment services available in the marketplace can encourage someone to behave extravagantly which is in line with the concepts of israf and tabdzir in Islam. Convenience, bonuses, and paylater promotional services lead to impulse buying which makes a person shop not based on need, but on the basis of desire. This is one of the characteristics of israf and tabdzir behavior that is in accordance with the review of Surah al-A'raf Verse 31 and Surah Al-Isra` verses 26-27. The existence of this relevance provides information that encourages paylater users to be more careful in shopping and managing finances in order to avoid israf and tabdzir behavior which is prohibited by Islam.

ABSTRAK

Perkembangan e-commerce saat ini diikuti oleh perkembangan metode pembayaran untuk bertransaksi. Mayoritas metode pembayaran yang disediakan oleh e-commerce adalah pembayaran secara digital, salah satunya yang saat ini berkembang adalah paylater. Hadirnya fitur paylater membuat transaksi online menjadi semakin efisien dan memberikan banyak kemudahan. Akhirnya meningkatkan perilaku konsumtif masyarakat dalam berbelanja yang mendekati pemborosan. Pemborosan dalam keilmuan Islam merupakan salah satu bentuk israf dan tabdzir yang dilarang agama karena dapat menyebabkan kerugian bagi manusia. Tujuan dari tulisan ini adalah memaparkan adanya indikasi perilaku israf yang disebabkan adanya layanan paylater. Adapun metode penulisan yang digunakan adalah dengan menggunakan pendekatan normatif, yaitu dengan cara melakukan pendekatan terhadap masalah berdasarkan kaidah Syari'at Islam dan hukum Islam. Kemudian metode analisa yang digunakan adalah metode kualitatif, melalui pola pikir induktif (khusus ke umum) yaitu dengan cara menganalisa gagasan dan kerangka metodologi hukum Islam yang kemudian diambil kesimpulan umum. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa adanya layanan pembayaran paylater yang tersedia di marketplace dapat mendorong seseorang berperilaku boros yang sejalan dengan konsep israf dan tabdzir dalam Islam. Kemudahan, bonus-bonus, dan layanan promosi paylater menyebabkan adanya impulse buying yang membuat seseorang tidak berbelanja berdasarkan kebutuhan, tapi atas dasar keinginan. Hal ini menjadi salah satu ciri dari perilaku israf dan tabdzir yang sesuai dengan tinjauan Surah al-A'raf Ayat 31 dan surat Al-Isra` ayat 26-27. Adanya relevansi tersebut memberikan informasi yang mendorong pengguna paylater untuk lebih berhati-hati dalam berbelanja dan mengatur keuangan agar terhindar dari perilaku israf dan tabdzir yang dilarang Islam.

1. INTRODUCTION

Kemajuan teknologi dan kemudahan akses informasi merupakan wujud dari usaha manusia untuk mempermudah urusan dan mengefisiensi waktu dalam pelaksanaan kegiatannya. Salah satu implementasinya adalah adanya pasar virtual atau *e-commerce* dalam perdagangan. Transaksi tersebut bisa dilakukan kapanpun dan dimanapun hanya dengan menggunakan komputer ataupun *smartphone* yang terkoneksi internet. Konsumen yang semula harus berbelanja secara offline dengan datang langsung ke pusat perbelanjaan, pasar, maupun toko, kini dapat dengan mudah dilakukan hanya dengan berada di rumah secara online (Maulida, 2021).

Perkembangan *e-commerce* juga diikuti oleh perkembangan metode pembayarannya. Mayoritas metode pembayaran yang disediakan oleh *e-commerce* adalah pembayaran secara digital seperti transfer bank, *virtual account*, kartu kredit online, kartu debit online, *e-wallet*, dan jenis lainnya. Terdapat juga opsi pembayaran secara tunai seperti sistem pembayaran *Cash On Delivery* (COD). Namun beberapa tahun terakhir, dimulai sejak tahun 2018, muncul metode pembayaran baru di *e-commerce* yang diperkenalkan pada masyarakat, yaitu metode pembayaran sistem *paylater* (Sari, 2021).

Secara umum *Paylater* dipahami sebagai fitur dengan metode pembayaran berbasis kredit namun tanpa menggunakan kartu kredit. Skema metode pembayaran mirip dengan kartu kredit dimana perusahaan aplikasi menalangi pembayaran tagihan pengguna kepada *merchant*. Setelah itu, pengguna membayar tagihannya ke perusahaan aplikasi (S. N. Safitri, 2020). Konsep utama dari yang ditawarkan dari fitur ini adalah “Beli sekarang bayar nanti”. Selanjutnya pengguna akan melakukan pembayaran atas tagihan kepada perusahaan aplikasi *paylater* sesuai dengan tenggang waktu dan nominal yang ditentukan. Pembayaran tagihan dapat dilakukan secara cicil ataupun langsung, yang dalam penggunaannya tidak perlu menyediakan jaminan apapun (Prastiwi & Fitria, 2021).

Hadirnya fitur *paylater* membuat transaksi online menjadi semakin efisien. Baik dari segi persyaratan, pendaftaran, ataupun proses pengaktifan yang bisa dikatakan mudah menjadikan *paylater* sebagai sistem pembayaran yang lebih menarik dibandingkan bank. Banyak

perusahaan *e-commerce* yang telah menggunakan teknologi tersebut dalam sistem pembayaran mereka. *E-commerce* pertama yang memperkenalkan *paylater* di Indonesia adalah Traveloka dengan menggandeng perusahaan *fintech* PT. Dana Pasar Pinjaman. Fitur *paylater* ini dapat mempermudah konsumen untuk memenuhi segala kebutuhannya, baik dari kebutuhan *primer* seperti makanan dan pakaian hingga kebutuhan *sekunder* seperti pembelian tiket pesawat, pemesanan hotel, tiket rekreasi, dan lainnya (Sari, 2021).

Kemudahan akses yang diberikan *paylater* menjadikan fitur atau metode pembayaran ini semakin banyak digemari masyarakat. Hal ini ditandai dengan meningkatnya jumlah pengguna *paylater* dari waktu ke waktu. Menurut hasil survei *Katadata Insight Center* (KIC) dan Kredivo, menunjukkan bahwa mayoritas atau lebih dari setengah konsumen *e-commerce* di Tanah Air telah menggunakan *paylater* selama lebih dari setahun, dengan presentase sebanyak 56%. Salah satu *platform* penyedia *paylater* yang mengalami kenaikan di *marketplace* adalah Shopee dengan jumlah presentase sebesar 78,4%. Kemudian *Gopay Paylater* besutan GoTo berada di posisi kedua dengan 33,8% responden yang menggunakannya (Databoks.katadata.co.id, n.d.)

Dengan semakin dikenalnya fitur *paylater* dan kemudahan yang ditawarkan, sering kali membuat konsumen tidak dapat mengabaikan keinginannya untuk berperilaku lebih konsumtif bahkan membeli produk hanya karena produk tersebut menarik, tanpa mempertimbangkan produk tersebut merupakan keinginan ataupun kebutuhan. Kondisi ataupun perilaku tersebut dalam terminologi agama disebut dengan *israf*. *Israf* berasal dari *asrafa yusrifu isrâfan* yang artinya berlebih-lebihan, ataupun melebihi batas tujuan. Secara garis besar *Israf* dapat dipahami sebagai mempergunakan sesuatu yang melewati batas-batas yang patut menurut ajaran Islam. Selain perilaku *israf* Islam juga melarang perilaku *tabzir*. *Tabzir* berasal dari kata *bazzara yubazziru tabzîran* yang artinya pemborosan, ataupun merusak harta dan membelanjakannya dengan boros (Aisyah Sulastri, 2019).

Islam mengajarkan bahwa dalam memenuhi kebutuhan hendaknya secara adil, artinya tidak kurang dan tidak berlebihan dari yang semestinya. Misalnya melarang berperilaku kikir maupun

* Corresponding author, email address: indataqiyahmabarroh27@student.hes.unida.gontor.ac.id

boros. Jika dilihat dari fenomena semakin gencarnya orang berbelanja karena adanya layanan *paylater* yang saat ini terjadi, maka hal tersebut bisa jadi indikasi perilaku *israf* dan *tabzir*, terutama di kalangan muda. Misalnya dijelaskan pada penelitian yang dilakukan oleh Sumartono (2002), bahwa secara umum mahasiswa berbelanja didasarkan atas keinginan semata melainkan bukan karena kebutuhan. Hal ini salah satu jenis perilaku yang dinamakan *israf*. Perilaku *israf* adalah tindakan individu dalam mendapatkan suatu produk tidak berdasarkan pada faktor kebutuhan, melainkan keinginan semata.

Pada penelitian lain, yang dilakukan oleh Sari dengan judul “Pengaruh Penggunaan *Paylater* Terhadap Perilaku *Impulse Buying* Pengguna *E-Commerce* di Indonesia” menyebutkan bahwa perilaku *impulse buying* dari pengguna *paylater* di Indonesia berada pada kategori cukup tinggi. Artinya bahwa pengguna *paylater* cenderung masih sering melakukan *impulse buying* dalam belanja *online* pada *e-commerce*.

Melihat adanya efek dari penggunaan *paylater* terhadap perilaku konsumtif masyarakat, maka dalam penelitian ini penulis akan memfokuskan pembahasan pada perilaku *israf* dalam penggunaan *paylater*. Sehingga penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis konsep *israf* dalam penggunaan *paylater* di *e-commerce* yang terjadi belakangan ini. Pembahasan topik pada *paylater* dilakukan karena *paylater* merupakan sebuah layanan dan fitur baru dalam hal pembayaran digital. Sehingga perlu dilakukan pembahasan dan pengkajian dalam tulisan ini tentang bagaimana perilaku konsumsi yang sesuai dengan ajaran Islam dan tidak masuk dalam kategori *israf* khususnya dalam penggunaan *paylater*. Selain itu, dapat menjadi pertimbangan penting berdasar Islam bagi pengguna dalam melakukan transaksi nantinya.

2. METHOD

Jenis penelitian pada tulisan ini termasuk dalam jenis penelitian studi pustaka (*Library Research*). Dimana bentuk penelitian yang sumber datanya diperoleh dari buku-buku atau karya-karya tulis yang relevan dengan pokok permasalahan yang diteliti. Pengumpulan data-data yang relevan dan beberapa jenis poin penting (Suryabrata, 2010).

Penelitian ini menggunakan pendekatan Normatif. pendekatan normatif merupakan pendekatan penelitian yang dilakukan dengan cara meneliti data yang didapatkan dan dilakukan

analisa menggunakan bahan pustaka atau data sekunder.² Disamping meneliti bahan-bahan pustaka yang ada dalam penelitian ini seperti buku, jurnal ilmiah, media, internet, hasil penelitian yang diterbitkan dan yang lainnya peneliti juga menambah bahan pelengkap dengan melihat perkembangan kasus yang ada di masyarakat melalui data-data yang ditampilkan di media. Metode pendekatan ini digunakan untuk meneliti data yang telah di dapatkan kemudian data tersebut dianalisa dengan hukum Islam, dalam hal ini perilaku *israf* dalam praktek penggunaan *paylater* (Soekanto dan Mamudji, 1990)

Sumber data dalam penelitian ini diambil dari berbagai literatur baik dari jurnal ilmiah, media, internet atau referensi lainnya yang akurat. Sementara itu, teknik analisis data dilakukan secara kualitatif, dimana data yang dianalisis merupakan data dari referensi yang didapatakan dalam periode waktu tertentu. Analisis data kualitatif yaitu sebuah proses analisis yg terbagi menjadi tiga alur kegiatan yang terjadi dengan bersama-sama yaitu:

1. *Data Reduction* yaitu menyatukan, menentukan data-data yg inti, mengarahkan kepada sesuatu yg penting ditemukan tema dan polanya. Maksudnya data-data yang ditemukan pada saat proses penggalian data melalui studi literatur tentang *israf* dan penggunaan *paylater*. Data-data penelitian tersebut disatukan dan dipilih agar bisa menggambarkan hasil yang mudah dimengerti.
2. *Data display* yaitu mengemukakan data dengan hasil uraian informasi yang disusun secara singkat.
3. *Conclusion Drawing* yaitu memperoleh kesimpulan dari sesuatu yang telah terjadi.

3. RESULT AND DISCUSSION

Secara etimologis, kata *israf* berasal dari bahasa Arab *asrofa-yusrifu-isroofan* yang berarti melakukan suatu perbuatan yang melampaui batas atau ukuran yang sewajarnya (Ibnu Mandzhur, 2013) *israf* diartikan sebagai sikap yang hanya menuruti apa yang diinginkan oleh hati, berlebih-lebihan, hingga melampaui batas dalam hal harta maupun ibadah. *Israf* Juga mengandung arti penghamburan yang melebihi batas kewajarannya serta mengakibatkan boros (Aisyah Sulastri, 2019).

Rafiq Yunus al-Mashri berpendapat, bahwa

yang dimaksud *israf* adalah membelanjakan harta dengan tujuan yang sepele atau melampaui batas kewajaran dalam berbelanja (Ridwan dan Adriyanto, 2019) Maka secara garis besar *Israf* dapat dipahami sebagai mempergunakan sesuatu yang melewati batas-batas yang patut menurut ajaran Islam (Daud Sukoco, 2018). Kata *israf* terulang dalam Al-Qur'an sebanyak 23 kali, dalam 21 ayat, pada 17 surat, dengan bentuk fi'il madhi, mudhari' ataupun masdarnya (Aisyah Sulastri, 2019). Salah satu ayat Al-Qur'an yang menyebutkan larangan *israf* diantaranya adalah Surah al-A'raf Ayat 31:

يٰۤاَيُّهَا اٰدَمُ خُذْ وَاٰتِىٰكَ مِنْ حَيْثُ شِئْتَ وَلَا تُسْرِفْ ۗ اِنَّهُ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِيْنَ.
(الأعراف: 31)

Wahai anak cucu Adam, Pakailah pakaianmu yang bagus pada setiap (memasuki) masjid, makan dan minumlah, tetapi jangan berlebihan. Sungguh, Allah tidak menyukai orang yang berlebih-lebihan. (QS. Al-A'raf : 31)

a. Pengertian *tabdzir*

Adapun kata *tabdzir*, secara etimologis, juga berasal dari bahasa Arab *badzara-yubadzdziru-tabdziiiron* yang berarti pemborosan ataupun merusak harta dan membelanjakannya dengan boros (Ibnu Mandzhur, 2013). Sedangkan pengertian *tabdzir* secara istilah adalah penggunaan harta dengan cara salah pada tujuan yang dilarang Allah. (N. L. Safitri, 2022).

Menurut Abu Ubaidah *tabdzir* adalah perbuatan *israf* yang cenderung kepada *fasid* (merusak sesuatu atau harta). Sedangkan menurut Ibnu Mas'ud dan Ibnu Abbas *tabdzir* adalah membelanjakan harta diluar kebutuhan yang dibenarkan. Maka dalam pengertian ini *tabdzir* dimaknai sebagai perilaku berlebih-lebihan dalam konsumsi dan berpotensi merusak harta karena belanja yang melebihi kebutuhan (Daud Sukoco, 2018).

Menurut Yusuf Qardhawi *tabdzir* adalah menyelewengkan harta dan pangkat sehingga menjadikan kerusakan dimuka bumi, serta hilangnya barokah nikmat dari Allah SWT. Dengan begitu *tabdzir* berarti mempergunakan harta dengan cara yang salah, yaitu menuju tujuan-tujuan yang terlarang (Rianto al Arif, 2015). Dalam Al-Qur'an, kata *Tabdzir* terulang sebanyak 3 kali dalam 2 ayat pada 1 surat yakni surat Al-Isra` ayat 26-27:

وَاٰتِ دَا الْفَرْقِ حَقَّهُ. وَالْمَسْكِيْنَ وَاٰتِ السَّبِيْلَ وَلَا تُبْدِرْ تَبْدِيْرًا. اِنَّ الْمُبْدِيْرِيْنَ كَانُوْا اِخْوٰنَ الشَّيْطٰنِ، وَكَانَ الشَّيْطٰنُ لِرَبِّهٖ كَفُوْرًا.

“Dan berikanlah kepada keluarga-keluarga yang dekat akan haknya, kepada orang miskin dan orang yang dalam perjalanan dan janganlah kamu

menghambur-hamburkan (hartamu) secara boros. Sesungguhnya pemboros-pemboros itu adalah saudara-saudara syaitan dan syaitan itu adalah sangat ingkar kepada Tuhannya”. (QS. Al-Isra` :26-27)

Zamaksyari mengatakan bahwa ayat tersebut merupakan sebuah permisalan dalam perbuatan tercela. Permisalan tersebut merupakan puncak dari ungkapan perbuatan yang sangat tercela, karena sumber perbuatan tercela itu adalah bersumber dari syaitan (Aisyah Sulastri, 2019). Sehingga perbuatan dan perilaku tersebut perlu untuk diketahui dan dihindari.

b. Hubungan antara *israf* dan *tabdzir*

Sikap *israf* dan *tabdzir* merupakan suatu sikap tercela yang tidak disukai oleh Allah SWT. Perilaku tersebut termasuk perbuatan dapat merusak diri sendiri dan juga orang lain yang terkena dampaknya. Sikap tersebut juga berkaitan erat dengan harta, karena harta merupakan cobaan bagi pemiliknya. Jika harta digunakan dengan baik, maka harta bisa menjadi baik, sebaliknya jika harta digunakan pada jalan yang salah maka harta itu akan menjadi musuh dan kerugian bagi manusia.

Dari berbagai pengertian dan pemahaman mengenai *tabdzir* dan *israf*, terdapat perbedaan dan juga persamaan antara pengertian *tabdzir* dan *israf*. Dalam kamus al-Munawir menyebutkan bahwa *tabdzir* dan *israf* memiliki arti yang sama yaitu pemborosan dan menghambur-hamburan harta. Hal serupa juga dikatakan Ibnu Asyur dalam Tafsir Al-Tahrir wa Al-Tanwir, menyatakan bahwa *tabdzir* adalah sinonim *israf*.

Namun kedua kata ini, meskipun selalu diartikan dengan satu makna dalam bahasa Indonesia yaitu “boros” keduanya tetap saja memiliki perbedaan. Diantara perbedaan antara *israf* dan *tabdzir* adalah:

1. konsep *israf* jauh lebih luas dibandingkan dengan konsep *tabdzir*. Konsep *tabdzir* hanya menunjukkan pola relasi interaksi antara seseorang manusia dengan orang lain dalam relasi kebendaan, sedangkan konsep *israf* mencakup semua pola relasi yang ada. Sehingga dapat dikatakan bahwa setiap *tabdzir* adalah *israf*, namun tidak setiap *israf* adalah *tabdzir*.
2. Konsep *israf* diungkapkan dalam ragam perubahan kata yang lebih variatif daripada konsep *tabdzir*. Hal ini menunjukkan cakupan penggunaan konsep *israf* yang lebih luas dalam menunjukkan pola perilaku manusia.

3. Sifat mubadzir lebih mengarah kepada sifat kesenangan, yang mencakup penyalahgunaan harta dan berlebihan sedangkan *israf* cakupannya tidak hanya sesaat (Abdurrahman, 2005).

Terlepas dari persamaan dan perbedaan tersebut, keduanya merupakan suatu konsep yang bermakna negatif dan dilarang oleh Islam. Islam melalui Al-Qur'an telah memberikan petunjuk-petunjuk kepada kita yang sangat jelas dalam hal konsumsi dan menggunakan harta benda. Petunjuk tersebut mendorong penggunaan barang-barang baik dan bermanfaat serta melarang adanya pemborosan dan pengeluaran terhadap hal-hal yang tidak penting, juga melarang orang muslim untuk makan dan berpakaian kecuali yang baik.

Berlebih-lebihan merupakan tindakan yang tidak didasarkan pada pertimbangan yang rasional, melainkan karena adanya keinginan yang sudah mencapai taraf tidak rasional lagi. Biasanya perilaku *israf* dilakukan semata-mata demi kesenangan sehingga menyebabkan seseorang menjadi boros (Daud Sukoco, 2018). Dalam hal ini, sebagian manusia membelanjakan hartanya dalam rangka memuaskan keinginannya atau hal yang disenangi. Bukan membelanjakannya terhadap apa yang dibutuhkan. Padahal seharusnya, pengeluaran dilakukan seseorang didasarkan terhadap apa yang dibutuhkan, bukan hanya terhadap apa yang diinginkan. Jika kebiasaan tersebut terus dibiarkan bahkan dipupuk subur, tanpa adanya peringatan atau pencegahan, akan menyebabkan pemborosan. Perilaku semacam ini adalah perilaku *israf* dan *tabdzir*.

c. Cakupan *israf* dan *tabdzir*

Manusia memiliki kebutuhan yang beragam jenisnya baik bersifat fisik maupun non fisik (rohani). Bagian kebutuhan manusia secara fisik meliputi: pangan, sandang, papan, pengobatan, dan keseimbangan lingkungan. Sedang kebutuhan manusia secara mental spiritual, atau suatu kebutuhan yang secara mutlak tidak bersifat kebendaan, adalah pendidikan, informasi, kebebasan berkeyakinan, dan menyatakan diri.

Dalam pandangan Islam, salah satu cara untuk menumpuk dan meningkatkan pahala menuju falah (kebahagiaan dunia dan akhirat) adalah kegiatan ekonomi dalam berkonsumsi. Kebutuhan manusia dalam berkonsumsi sebenarnya memiliki tingkat urgensi yang tidak sama antara satu dengan yang lain. Terdapat prioritas-prioritas diantara satu dengan yang

lainnya yang menunjukkan tingkat kemanfaatan dan mendesakkan dalam pemenuhannya (Abdurrahman, 2005).

Dalam lingkup pemikiran umat Islam, jenis kebutuhan tersebut, secara teori, dibagi menjadi tiga tingkatan:

1. kebutuhan *dlaruriat*, atau elementer.

Kebutuhan *dharuriyat* yaitu suatu kebutuhan yang jika tidak terpenuhi, dapat mengakibatkan kebinasaan eksistensi manusia yang bersangkutan secara fisik maupun mental. Kebutuhan *dharuriyat* menunjukkan kebutuhan tingkat dasar (*essential/basic need*) atau primer. Dalam kehidupan yang semakin berkembang, kebutuhan primer (*dharuriyat*) meliputi lima unsur pokok yang harus sesuai dengan perkembangan zaman. Lima unsur pokok tersebut diantaranya:

1. *Hifdz ad-din* (memelihara agama)
2. *Hifdz an-nafs* (memelihara jiwa)
3. *Hifdz al-aql* (memelihara akal)
4. *Hifdz an-nasl* (memelihara kehormatan)
5. *Hifdz al-mal* (memelihara harta)

Semua kebutuhan *dharuriyat* harus dipenuhi dan dipelihara dengan baik, karena jika tidak dapat terpenuhi, justru akan mengancam kehidupan manusia. (N. L. Safitri, 2022)

2. kebutuhan *hajiat*, atau komplementer

Kebutuhan *hajiat* yaitu suatu kebutuhan yang jika tidak terpenuhi tidak sampai mengancam eksistensi akan tetapi dapat mendatangkan kesulitan dalam perkembangannya. Kebutuhan *hajiat* menunjukkan tingkat kebutuhan pelengkap atau penunjang (*complementarities need*) atau sekunder. Kebutuhan tersebut jika dipenuhi akan meningkatkan efisiensi, efektivitas, dan nilai tambah (*added value*) bagi aktivitas manusia.

3. kebutuhan *tahsiniat*, atau suplementer

Kebutuhan *tahsiniat* yaitu kebutuhan yang jika tidak terpenuhi tidak mendatangkan kesulitan, apalagi kebinasaan, akan tetapi kurang memberikan kemudahan dan kelengkapan. Kebutuhan *tahsiniat* menunjukkan tingkat kebutuhan kemewahan (*amelioratpries need*) atau tersier. Dimana kebutuhan tersebut jika terpenuhi akan meningkatkan kepuasan dan kenikmatan, meskipun tidak menambah efisiensi dan nilai tambah bagi aktivitas manusia (Daud Sukoco, 2018).

Tingkatan pemenuhan kebutuhan harus sesuai dengan tahapan-tahapan di atas artinya keperluan hidup berawal dari pemenuhan keperluan hidup yang bersifat kebutuhan dasar (*basic needs*), kemudian kemudian pemenuhan keperluan hidup yang lebih tinggi

kualitasnya seperti keamanan, kenyamanan, dan aktualisasi (*complementarities need*). Setelah itu *amelioratpries need*, setelah *basic* dan *complementarities*-nya terpenuhi. Di atas kebutuhan *tahsini* yang ada adalah keinginan. Berbeda dengan kebutuhan (*needs/hawaij*) yang bersumber pada kesadaran manusia untuk mengaktualisasikan hakikat dirinya yang spiritual dan *transcendental*. keinginan (*wants/syahwat*) pijakannya adalah nafsu manusia semata-mata sebagai makhluk kebendaan dan kekinian (Abdurrahman, 2005).

Sebagai contoh ketika lapar manusia harus makan untuk mengisi perutnya dan menghilangkan rasa lapar tersebut. Namun yang menjadi persoalan adalah keinginan dalam hal makan tersebut diwakili oleh lidah. Perut hanya butuh sepiring nasi dan segelas air, tetapi lidah menginginkan pizza, burger dan lain-lainnya. Maka dari itu sering kali, manusia membeli barang yang sesungguhnya tidak diperlukan namun hanya menjadi keinginan dan nafsu belaka. Akibatnya, barang itu menjadi tidak bermanfaat dan terjadi pemborosan.

Ekonomi Syari'ah pada hakikatnya tidak memisahkan antar keinginan dan kebutuhan, akan tetapi mengidentifikasi dan menentukan skala prioritas dalam prakteknya. Memenuhi keinginan dalam Islam tidak dilarang selama masih dalam batasan norma syari'ah. Maka dari itu untuk mensublimasikan perilaku konsumen yang sesuai dengan syariat islam sangat diperlukan peran aqidah, syari'ah dan akhlak (Daud Sukoco, 2018).

d. Paylater sebagai metode pembayaran di marketplace

Pada pertengahan 2018 perusahaan *fintech* memperkenalkan sebuah teknologi pembayaran dengan konsep cicilan tanpa kartu kredit, yaitu *paylater*. Kehadiran *paylater* adalah sebuah inovasi dari layanan kartu kredit yang susah diakses sebelumnya. Dimana layanan tersebut memudahkan konsumen untuk menggunakannya saat itu juga, kemudian konsumen akan membayarnya di kemudian hari (Syarifuddin et al., 2022).

Kehadiran *paylater* merupakan hasil dari kerjasama *platform* digital dengan pihak ketiga sebagai penyedia layanan cicilan. Konsep utama yang ditawarkan fitur pembayaran ini adalah kemudahan untuk membeli sekarang dan membayar nanti. Metode pembayaran pada *paylater* sama dengan kartu kredit, di mana perusahaan aplikasi menalangi dulu pembayaran tagihan pengguna di merchant setelahnya

pengguna membayar tagihan tersebut kepada perusahaan aplikasi (Prastiwi & Fitria, 2021).

Fitur *paylater* ini dapat mempermudah konsumen untuk memenuhi segala kebutuhannya, baik dari kebutuhan *primer* seperti makanan dan pakaian hingga kebutuhan *sekunder* seperti pembelian tiket pesawat, pemesanan hotel, tiket rekreasi, dan lainnya. (Sari, 2021) Diantara kemudahan yang ditawarkan *paylater* diantaranya:

1. Proses yang cepat, mudah dan lebih praktis
2. Jangka waktu pembayaran yang bervariasi
3. Banyaknya promosi menarik yang diberikan

Disamping kemudahan terdapat pula resiko dalam menggunakan *paylater*, diantaranya:

1. Membiasakan berhutang
2. Memicu lebih boros
3. Membebani keuangan bulanan
4. Adanya bahaya retasan

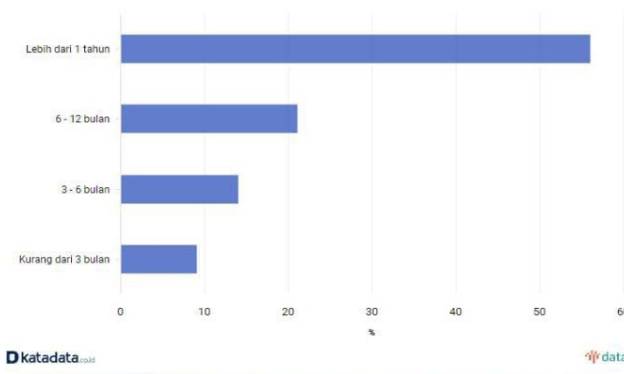
Mekanisme awal untuk dapat menggunakan layanan pembayaran *paylater*, para pengguna harus mendaftarkan diri terlebih dahulu di platform yang dipilih. Setiap platform *paylater* memiliki persyaratan pengajuan pinjaman yang berbeda-beda antara satu dengan lainnya. Meskipun begitu, secara umum pengguna harus memenuhi beberapa syarat yaitu mengirimkan informasi data pribadi, kemudian foto diri, foto KTP, dan informasi lainnya (Farras, 2019). Selain itu pengguna juga harus mengisi formulir yang sudah disediakan secara online (Maulida, 2021).

Setelah memenuhi persyaratan yang ditentukan, pengguna akan memperoleh limit pinjaman yang akan digunakan nantinya. Besarnya limit setiap pengguna bergantung pada Skoring kredit nasabah. Besaran limit pinjaman yang ditawarkan oleh setiap platform *paylater* cukup beragam. Dimulai dari batas minim Rp 750.000-Rp 30.000.000. Tingkat bunga pinjaman yang ditawarkan juga beragam. Bergantung pada jenis platform *paylater* yang dipilih yaitu diantara 0% - 6%. Sedangkan tenor pembayaran yang banyak diterapkan di beberapa sistem *paylater* mulai dari 1 bulan hingga 12 bulan. Jika pengguna telat 1 bulan maka akan dikenakan denda dan bunga yang berlaku yang terus bertambah sejak tanggal jatuh tempo dengan perhitungan biaya keterlambatan (S. N. Safitri, 2020).

e. Data Penggunaan paylater di Indonesia

Kemudahan akses yang diberikan *paylater* menjadikan fitur atau metode pembayaran ini semakin banyak digemari masyarakat. Hal ini ditandai dengan meningkatnya jumlah pengguna *paylater* dari waktu ke waktu. Menurut hasil survei

Katadata Insight Center (KIC) dan Kredivo, menunjukkan bahwa *paylater* menempati peringkat ketiga paling banyak digunakan di *e-commerce* Indonesia setelah *e-wallet* dan transfer bank/*virtual account*. Survey juga menunjukkan bahwa mayoritas atau lebih dari setengah konsumen *e-commerce* di Tanah Air telah menggunakan *paylater* selama lebih dari setahun, dengan presentase sebanyak 56%. Berikutnya, sebanyak 21% responden telah menggunakan *paylater* untuk transaksi *e-commerce* selama 6-12 bulan. Ada pula sebanyak 14% responden yang menggunakan fitur bayar nanti ini selama 3-6 bulan terakhir. Sementara itu, sebanyak 9% responden mengatakan baru menggunakan *paylater* selama kurang dari 3 bulan. (Databoks.katadata.co.id, n.d.) Presentase durasi penggunaan *paylater* ditunjukkan pada gambar 2.1.

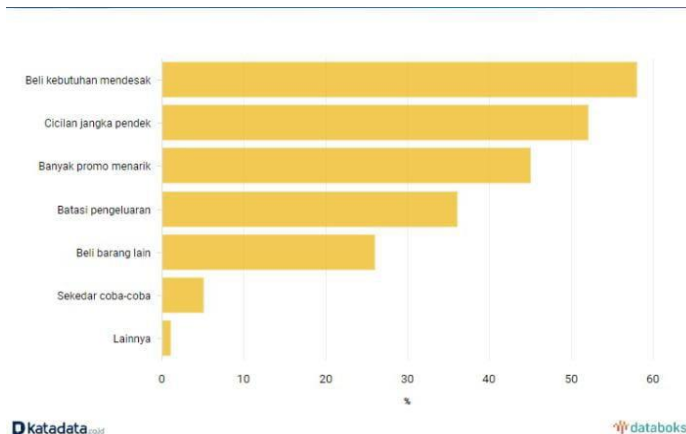


Gambar 1. Data lama penggunaan *paylater* di Indonesia

Sumber: databoks 2022

Mayoritas konsumen menggunakan *paylater* lebih dari setahun. Hal tersebut menunjukkan bahwa *paylater* sangat digemari masyarakat luas. Kemudahan layanan "beli sekarang bayar nanti" yang ditawarkan *paylater*, dinilai sebagian orang bisa membuat candu para penggunanya. Kecanduan ini jika tidak diobati akan mengarah pada perilaku pemborosan.

Salah satu *platform* penyedia *paylater* yang mengalami kenaikan di *marketplace* adalah Shopee dengan jumlah presentase sebesar 78,4%. Kemudian *Gopay Paylater* besutan GoTo berada di posisi kedua dengan 33,8% responden yang menggunakannya (Databoks.katadata.co.id, n.d.). Survey juga menunjukkan alasan-alasan konsumen menggunakan *paylater* ditunjukkan pada gambar 2.2.



Gambar 2. Data hasil survei alasan konsumen menggunakan *paylater*

Sumber: Databoks 2022

Berdasarkan data di atas menunjukkan bahwa kebanyakan mayoritas atau 58% responden menggunakan *paylater* karena alasan untuk membeli kebutuhan mendesak. Selain itu, ada juga responden yang beralasan belanja dengan cicilan jangka pendek atau kurang dari setahun sebanyak 52%, dan ingin mendapatkan lebih banyak promo menarik dengan persentase sebesar 45%. Ada pula responden yang ingin membatasi dan mengelola pengeluaran bulanan, yakni sebanyak 36%. Berikutnya, sebanyak 26% ingin membeli barang selain keperluan bulanan. Lalu, sebanyak 5% responden menggunakan *paylater* karena hanya sekedar mencoba-coba. Sementara itu, sebanyak 1% responden lainnya mengatakan alasan lainnya.

Ada sebanyak 26% masyarakat pengguna *paylater* menggunakan *paylater* selain untuk keperluan bulanan (*basic need*), dan mungkin hanya untuk memenuhi keinginannya saja. Hal tersebut menunjukkan adanya indikasi *israf*. Pemakaian fitur tersebut karena ada promo yang ditawarkan juga sangat banyak. Promo-promo yang ditawarkan *paylater* dapat menarik konsumen untuk berperilaku *israf* dan membeli barang yang belum tentu menjadi kebutuhannya.

f. Perilaku *israf* akibat penggunaan *paylater*

Berdasarkan Hasil penelitian yang dilakukan Sari (2020), menunjukkan bahwa penggunaan *paylater* memberikan pengaruh terhadap perilaku *impulse buying* konsumen pada *e-commerce* di Indonesia. Didapatkan nilai pengaruh sebesar 6,14%. Meskipun nilai pengaruhnya cukup rendah, namun menunjukkan arah yang positif. Sehingga setiap ada penambahan penggunaan *paylater* memberikan pengaruh pada perilaku *impulse buying* karena pengguna merasakan kemudahan serta manfaat dari teknologi tersebut dalam bertransaksi *online* (Sari, 2021).

Perilaku *impulse buying* secara spesifik ada kaitannya dengan *israf*. *Impulsive buying* adalah dorongan yang muncul untuk membeli sebuah produk, dimana konsumen akan membeli produk atas dasar dorongan tanpa mempertimbangkan akibat jangka panjang dari pembelian. Perilaku *impulsive buying* terjadi secara mendadak dan individu tersebut tidak dapat menahan hasrat untuk membeli suatu barang walaupun barang tersebut bukan merupakan kebutuhan atau tujuannya.

Tawaran kemudahan dan kepraktisan saat bertransaksi membuat *paylater* secara tidak langsung mendukung pola hidup konsumtif dan boros. Selain tawaran berupa kemudahan dan promo yang ditawarkan, efek psikologi berupa kenyamanan karena pembayaran yang tidak dilakukan secara langsung ketika bertransaksi akan muncul. Perasaan tanpa khawatir karena tidak secara langsung membayar saat bertransaksi juga memberikan efek *buying impulse*. Selain berefek pada pemborosan, juga memberikan tambahan tagihan dan hutang yang seharusnya hal tersebut belum tentu perlu untuk dilakukan. Akhirnya tumpukan cicilan, tagihan, ataupun hutang akan tetap perlu dibayar pada saat jatuh tempo pembayaran. Tentunya jika kebiasaan tersebut dilakukan tanpa berlandaskan manfaat, maka efeknya adalah menjadi perilaku *israf* yang dilarang Islam.

Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Pyta dan Irwan dalam Pola Penggunaan Fitur Shopee *Paylater* di kalangan mahasiswa Universitas Mataram menunjukkan bahwa mayoritas mereka menghabiskan rata-rata Rp 100.000,00-Rp 300.000,00 dalam sebulan bertransaksi menggunakan fitur Shopee PayLater pada periode Februari-April 2022. Dari penelitian tersebut, beberapa jenis produk menjadi kategori yang sering dibeli menggunakan ShopeePayLater adalah Perawatan & Kecantikan (Rahima & Cahyadi, 2022).

Pada dasarnya manusia mempunyai sifat alami konsumtif yang bisa dikontrol dengan akal dalam melakukan pengeluaran. Selain diberikan alat berupa akal untuk menentukan mana yang manfaat dan tidak, agama juga memberikan aturan yang detail mengenai hal tersebut. Fenomena adanya aktifitas pemborosan yang dilakukan manusia, bisa jadi karena tidak menggunakan akal dan aturan agama dengan semestinya. Salah satu aturan dan larangan agama terhadap pemborosan adalah perilaku *israf*. *Israf* mempunyai arti berlebih-lebihan, dalam hal

hubungannya dengan pengeluaran ekonomi dan harta. *Israf* juga dapat diartikan membelanjakan sesuatu diluar batas kebutuhan, yang hanya didasari oleh keinginan dan nafsu belaka.

Adanya fitur dan layanan *paylater* dapat menjadi salah satu faktor perilaku *israf*. Hal ini disebabkan fitur yang disediakan sangat memudahkan pengguna dengan beberapa efek psikologi yang mendorong seseorang menjadi lebih konsumtif bahkan pemborosan. Ditambah lagi mayoritas pengguna *paylater* berdasarkan penelitian sebelumnya, motivasi transaksi atau belanja tidak berdasarkan kebutuhan dan mencari manfaat, tapi hanya keinginan bahkan hanya untuk memenuhi gaya hidup dan gengsi. Jika perilaku tersebut terus dibiarkan, maka akan menjadi kebiasaan yang tidak baik dan melanggar norma agama. Melihat fenomena tersebut agama hadir untuk memberikan batasan-batasan pada perilaku manusia yang bisa jadi akan merugikan manusia itu sendiri maupun orang lain. Adanya konsep *israf* dapat memberikan alarm untuk dapat meminimalisir terjadinya pemborosan dan lebih mempertimbangkan kebermanfaatan dari aktifitas transaksi ataupun berbelanja. Bagaimanapun fitur atau layanan *paylater* hanya merupakan alat bantu manusia untuk mempermudah transaksi dan melakukan pembayaran. Kemanfaatan dan kemadlorotannya kembali lagi pada manusia yang menggunakan alat tersebut.

4. CONCLUSION, IMPLICATION, SUGGESTION, AND LIMITATIONS

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, disimpulkan bahwa perilaku *israf* dan *tabdzir* merupakan salah satu bentuk pemborosan. Keduanya merupakan perilaku yang dilarang oleh Islam karena menyebabkan kerugian bagi diri sendiri maupun orang lain. Perilaku boros dapat dipengaruhi banyak hal salah satunya adalah adanya layanan yang memudahkan seseorang untuk melakukan pengeluaran harta benda. Salah satu bentuk kemudahan yang saat ini sering dijumpai adalah adanya layanan pembayaran *paylater* yang tersedia di *marketplace*. Dari beberapa penelitian, diketahui bahwa *paylater* menyebabkan adanya *impulse buying* yang membuat seseorang menjadi lebih konsumtif bahkan sampai berperilaku boros. Hal ini menjadi salah satu ciri dari perilaku *israf* dan *tabdzir* yang sesuai dengan tinjauan Surah al-A'raf Ayat 31 dan surat Al-Isra' ayat 26-27. Sikap berhati-hati dan mengatur keuangan dengan baik dapat membuat seseorang terhindar dari perilaku *israf* dan *tabdzir*.

REFERENCES

- Abdurrahman, D. (2005). Israf Dan Tabdzir: Konsepsi Etika-Religijs Dalam Al Qur'an Dan Perspektif Materialisme-Konsumerisme. *Mimbar Jurnal Sosial Dan Pembangunan*, 21, 65–80.
- Aisyah Sulastri. (2019). *MUBAZIR DAN ISRAF DALAM AL-QUR'AN (Studi Tafsir Al-Kasysyâ f 'an Haq âiq al-Tanzî l wa 'uy ûn al- Aqâwîl fî Wujûh al-Ta`wîl)*. 15210636.
- Databoks.katadata.co.id. (n.d.). *Paylater Kian Populer, Mayoritas Konsumen Sudah Gunakan PayLater Lebih dari Setahun*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/06/03/paylater-kian-populer-mayoritas-konsumen-sudah-gunakan-paylater-lebih-dari-setahun>
- Daud Sukoco. (2018). *Konsep Tabdhir dan Israf Dalam Kajian Ekonomi Syariah*. Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Ponorogo.
- Maulida, D. M. (2021). Pandangan Ekonomi Islam terhadap Sikap Konsumerisme Akibat Metode Pembayaran Tunda Bayar (PayLater). *Transformatif*, 5(2), 131–144. <https://doi.org/10.23971/tf.v5i2.2980>
- Prastiwi, I. E., & Fitria, T. N. (2021). Konsep Paylater Online Shopping dalam Pandangan Ekonomi Islam. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(1), 425. <https://doi.org/10.29040/jiei.v7i1.1458>
- Rahima, P., & Cahyadi, I. (2022). Pengaruh Fitur Shopee Paylater terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Mataram. *Target: Jurnal Manajemen Bisnis*, 4(1), 39–50.
- Safitri, N. L. (2022). *Implementasi Aplikasi E-bekal Dalam Mengatasi Perilaku Israf dan Tabdzir pada Pola Konsumsi Santriwati di Pondok Pesantren Nurul Jadid Patton Probolinggo*.
- Safitri, S. N. (2020). *Aspek Hukum Perlindungan Konsumen Pengguna Paylater traveloka*. 1–85.
- Sari, R. (2021). *Pengaruh Penggunaan Paylater Terhadap Perilaku Impulse Buying Pengguna E-Commerce di Indonesia*. 7(1), 44–57.
- Syaifuddin, A. M., Ruslang, R., Hasriani, H., & Muslimin, S. (2022). Perspektif Ekonomi Islam Terhadap Transaksi Shopee Paylater. *Al-Azhar Journal of Islamic Economics*, 4(2), 109–120. <https://doi.org/10.37146/ajie.v4i2.176>