
Analisis Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Paylater Akulaku di Indonesia

Fathimah Azzami Amatulloh¹, Fitri Utami², Pipit Afifah³

^{1,2,3} STAI Darussalam Lampung, Indonesia

Email: amiaazzami@gmail.com, fitriutami222@gmail.com, afifahpipit091@gmail.com

Abstrak

Fitur PayLater adalah layanan yang memungkinkan pengguna untuk melakukan pembelian atau transaksi tanpa harus membayar secara langsung. Pengguna dapat melakukan pembelian terlebih dahulu dan membayar nanti dalam waktu yang ditentukan, biasanya dengan opsi cicilan atau pembayaran penuh dalam jangka waktu tertentu. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis apa saja motivasi pengguna paylater akulaku dalam berbelanja kebutuhannya, mengkaji dampak positif dan negatif dari penggunaan paylater akulaku baik jangka pendek hingga jangka panjang, serta menganalisis fitur paylater akulaku berdasarkan pandangan ekonomi islam. Metode peneliti ini menggunakan pendekatan kualitatif studi kepustakaan. Adapun hasil penelitian yaitu bahwa mayoritas ulama berpendapat bahwa jika pembeli tidak mengetahui harga barang saat membeli atau mengambilnya, dan harga tersebut baru diungkapkan saat total pembayaran dilakukan, maka transaksi jual beli tersebut dilarang. Meskipun, dalam kasus di mana harga pasar yang umum dikenal (*as-Si'rul Mitsl*) ada, maka transaksi tersebut dapat dianggap sah dan diperbolehkan. Kesimpulan penelitian ini yaitu penggunaan PayLater Akulaku menjadi populer karena memberikan kemudahan akses, fleksibilitas pembayaran, dan dapat digunakan untuk kebutuhan mendesak. Dampak positifnya termasuk kemudahan dan kepuasan konsumen, serta bermanfaat sebagai alat manajemen keuangan. Namun, penggunaan PayLater Akulaku juga membawa risiko overindebtedness, biaya tambahan, dan ketergantungan pada kredit konsumen. Oleh karena itu, penting bagi pengguna untuk menggunakan PayLater dengan bijaksana dan mengelola keuangan dengan hati-hati.

Kata Kunci: paylater, akulaku, pandangan Islam, faktor-faktor

Abstract

*The PayLater feature is a service that allows users to make purchases or transactions without having to pay directly. Users can make purchases first and pay later within a specified time, usually with the option of installments or full payment within a certain period of time. The purpose of this study is to analyze the motivations of Akulaku paylater users in shopping for their needs, to examine the positive and negative impacts of using Akulaku paylater both in the short and long term, and to analyze the features of Akulaku paylater based on Islamic economic views. This research method uses a qualitative approach of literature study. The results of the study are that the majority of scholars are of the opinion that if the buyer does not know the price of the goods when buying or picking them up, and the price is only disclosed when the total payment is made, then the sale and purchase transaction is prohibited. Although, in cases where a commonly known market price (*as-Si'rul Mitsl*) exists, then the transaction can be considered legitimate and permissible. The conclusion of this study is that the use of PayLater Akulaku has become popular because it provides easy access, payment flexibility, and can be used for urgent needs. The positive impact includes convenience and consumer satisfaction, as well as being useful as a financial management tool. However, the use of PayLater Akulaku also carries the risk of overindebtedness, additional costs, and dependence on consumer credit. Therefore, it is important for users to use PayLater wisely and manage their finances carefully.*

Keywords: paylater, akulaku, Islamic view, factors

PENDAHULUAN

Fenomena paylater mengacu pada tren penggunaan layanan keuangan yang memungkinkan pengguna untuk melakukan pembelian secara tunai dengan membayar nanti dalam jangka waktu tertentu, sering kali tanpa bunga atau biaya tambahan (Amelia et al., 2023; Triyana et al., 2024). Layanan ini umumnya tersedia melalui aplikasi perbankan digital atau platform finansial (Ifadiyah, 2024). Hal ini memungkinkan konsumen untuk melakukan pembelian secara lebih fleksibel tanpa perlu membayar segera, namun tetap memerlukan kewajiban pembayaran di masa mendatang. Namun, penggunaan layanan ini juga memerlukan kedisiplinan finansial agar tidak berujung pada hutang yang tidak terkendali (Ansar et al., 2022).

Fenomena paylater telah menjadi subjek perbincangan yang hangat dalam dunia keuangan modern. Layanan ini memungkinkan pengguna untuk melakukan pembelian tanpa pembayaran segera, dengan opsi membayar nanti dalam jangka waktu tertentu. Meskipun menawarkan fleksibilitas yang menarik bagi konsumen, penggunaan paylater telah menghadirkan sejumlah masalah dan dampak. Salah satunya adalah potensi meningkatnya utang konsumen akibat pembelian impulsif tanpa mempertimbangkan ketersediaan dana di masa mendatang. Selain itu, ada juga risiko ketergantungan pada layanan keuangan ini, yang dapat mengganggu kemampuan konsumen untuk mengelola keuangan secara bertanggung jawab. Masalah lain termasuk risiko pembayaran tertunda atau tidak tepat waktu, peningkatan persaingan di pasar layanan paylater, dan perhatian regulator terhadap perlindungan konsumen dan stabilitas pasar keuangan. Oleh karena itu, sementara paylater dapat memberikan kenyamanan dalam berbelanja, penggunaannya perlu diimbangi dengan pemahaman yang baik tentang implikasi dan risikonya terhadap keuangan pribadi (Yusuf, 2022).

Antusiasme masyarakat terhadap teknologi paylater terlihat dari pertumbuhan jumlah pengguna yang terus meningkat. Beberapa platform penyedia layanan paylater telah melaporkan lonjakan signifikan dalam jumlah pengguna. Misalnya, Traveloka mencatat peningkatan pengguna hingga 10 kali lipat sejak layanan ini diluncurkan sementara Gojek, platform e-commerce penyedia jasa layanan transportasi online, mengalami lonjakan hingga 14 kali lipat. Tekanan untuk terus meningkatkan keamanan data pengguna pun semakin meningkat. Shopee juga merasakan manfaat positif dari layanan paylater. Pada tahun 2020, jumlah pengguna Shopee Paylater mencapai 1,27 juta, dengan sekitar 850 ribu pengguna aktif yang memanfaatkan layanan pinjaman. Total pinjaman yang disalurkan oleh Shopee Paylater mendekati Rp1,5 Triliun, dengan tingkat keberhasilan hampir 95% (Sanoesi & Setiawan, 2022; R. Sari, 2021).

Fitur PayLater menjadi pilihan yang lebih praktis dan nyaman bagi masyarakat untuk mengakses kredit tanpa harus memiliki kartu kredit. Proses pengajuan kartu kredit di bank biasanya melibatkan beberapa tahapan yang cukup rumit. Oleh karena itu, pemahaman yang baik mengenai fitur PayLater sangat penting agar pengguna bisa terhindar dari masalah utang dan cicilan yang rumit. Keterlibatan berbagai pihak, termasuk perbankan, dalam pengembangan fitur ini juga memberikan lebih banyak opsi yang menguntungkan bagi pengguna. Dengan penggunaan yang bijaksana, fitur pembayaran ini dapat membantu meningkatkan inklusi keuangan di Indonesia (Panjalu & Mirati, 2022).

PayLater yang umumnya tersedia di platform e-commerce, tidak membutuhkan kartu fisik untuk penggunaannya (Hardhika, 2021). Proses pendaftaran PayLater sangat cepat dan efisien. Penggunaannya juga sangat praktis dan mudah, memungkinkan pengguna untuk mengaksesnya kapan saja dan di mana saja. PayLater bekerja seperti kartu kredit, di mana perusahaan aplikasi menalangi pembayaran pengguna di merchant terlebih dahulu, dan pengguna kemudian membayar tagihan tersebut kepada perusahaan. Untuk menggunakan layanan ini, pengguna perlu mengunggah data pribadi, foto diri, dan foto KTP, serta mengisi formulir data pribadi yang disediakan secara online (Abrilia, 2020).

Berdasarkan data dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK) tahun 2023, penggunaan metode *Buy Now Pay Later* (BNPL) telah meningkat secara signifikan dalam beberapa tahun terakhir (Nurliani et al., 2024). Dalam kurun waktu satu tahun, jumlah kontrak BNPL meningkat sebesar 33,25 persen menjadi 72,88 juta kontrak per Mei 2023, dibandingkan dengan periode yang sama tahun sebelumnya. Survei menunjukkan bahwa sekitar 51 persen responden menggunakan layanan paylater kurang dari sekali sebulan. Selain itu, 82 persen responden hanya memanfaatkan satu aplikasi paylater. Dari berbagai merek penyedia paylater, Shopee PayLater adalah yang paling dikenal dan diingat oleh responden, dengan 89 persen menjadikannya pilihan utama, diikuti oleh GoPay Later 50%, Kredivo Paylater 38 %, Akulaku Paylater 36%, Traveloka PayLater 27%, Home Credit 16%, Indodana 13%, dan Atome 5%. Selain menjadi yang paling dikenal, Shopee PayLater juga merupakan layanan yang paling sering digunakan, dipilih oleh 77% responden, diikuti oleh GoPay Later 28%, Akulaku Paylater 18%, Kredivo Paylater 14%, Traveloka PayLater 9%, Indodana 4%, Home Credit 3%, dan Atome 2% (Waluyo et al., 2022).

Populix melakukan riset terkait paylater di Indonesia, dimana metode paylater ini sering digunakan untuk memenuhi berbagai kebutuhan, seperti pembelian paket data/internet/listrik (48%), pakaian (48%), pengeluaran bulanan (35%), elektronik dan aksesoris (21%), gadget terbaru (19%), serta liburan (10%). Ketika memilih brand paylater, responden mempertimbangkan beberapa faktor, seperti terhubung dengan marketplace (71%), terdaftar di OJK (67%), kemudahan pembayaran cicilan yang fleksibel (57%), proses registrasi yang mudah (52%), dan bunga yang rendah (50%) (Yusuf, 2022).

Pertumbuhan penggunaan metode paylater di Indonesia dianggap signifikan karena mudah diterima oleh masyarakat, terutama karena rendahnya tingkat kepemilikan kartu kredit dan tren e-commerce yang terus berkembang. Kemudahan dalam pembuatan akun dan pengajuan pinjaman menjadi salah satu faktor utama yang menarik bagi masyarakat, terutama mereka yang mengalami penurunan pendapatan dan membutuhkan dana untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan, khususnya dalam situasi darurat. Berdasarkan survei BNPL pada Q4 2021, penggunaan metode pembayaran paylater di Indonesia diperkirakan akan meningkat sebesar 94,7 persen secara tahunan, mencapai US\$ 2.669,3 juta pada tahun 2022. Pertumbuhan paylater di Indonesia dapat meningkatkan volume transaksi, mendukung perkembangan ekonomi digital, serta sejalan dengan tujuan pembangunan berkelanjutan (SDGs) nomor 8, yaitu mendorong pertumbuhan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan.

Salah satu platform paylater dengan jumlah pengguna terbesar di Indonesia adalah Akulaku. Akulaku merupakan platform digital terkemuka di bidang perbankan dan keuangan di Asia Tenggara, dengan operasi di Indonesia, Filipina, dan Malaysia. Platform

ini berfokus pada pasar negara berkembang, menyediakan solusi keuangan sehari-hari bagi pelanggan yang kurang terlayani dalam hal perbankan, pendanaan, investasi digital, dan layanan asuransi. Selain menawarkan kartu kredit virtual dan platform e-commerce, Akulaku juga menjalankan Asetku, sebuah platform pengelolaan kekayaan online, serta Neobank, bank digital berbasis seluler yang didukung oleh Bank Neo Commerce. Misi Akulaku adalah untuk melayani 50 juta pengguna di seluruh Asia Tenggara pada tahun 2025.

Pada tahun 2016, Akulaku meluncurkan aplikasinya di Indonesia, Malaysia, dan Filipina. Menurut laman resmi mereka, lebih dari 1.000 mitra platform telah menggunakan layanan teknologi finansial dari Akulaku. Awalnya, aplikasi Akulaku dikenal sebagai platform e-commerce dengan sistem pembayaran pay later. Seiring waktu, mereka memperluas layanan dengan menambahkan fitur pinjaman tunai dan layanan bank digital.

Namun, Otoritas Jasa Keuangan (OJK) baru-baru ini memberlakukan pembatasan pada kegiatan usaha tertentu PT Akulaku Finance Indonesia karena perusahaan fintech lending tersebut tidak melaksanakan pengawasan yang memadai atas layanan BNPL (*buy now, pay later*). Selain layanan pay later, Akulaku juga dilarang menyalurkan pembiayaan melalui skema channeling maupun joint financing. Sanksi ini diumumkan oleh OJK melalui surat bernomor SR-1/PL.1/2023 pada 5 Oktober 2023.

Meski demikian, OJK mencabut sanksi tersebut pada 29 Februari. Akulaku telah memenuhi semua rekomendasi dari pemeriksaan OJK, sehingga pembatasan kegiatan usaha terkait BNPL dicabut. Dengan pencabutan sanksi ini, Akulaku dapat kembali menjalankan kegiatan BNPL seperti biasa. Ke depannya, Akulaku diharapkan dapat meningkatkan tata kelola perusahaan yang baik dan manajemen risiko sesuai ketentuan yang berlaku.

Dengan adanya fenomena kemudahan berbelanja menggunakan metode "*beli sekarang, bayar nanti*" dapat mendorong konsumen muda untuk menikmati kepuasan instan dan menanggung hutang di masa depan. Pola pikir ini mencerminkan preferensi kepuasan instan dari pemegang layanan paylater tertentu, yang dapat mengarah pada penyalahgunaan paylater untuk memperoleh kesenangan materialistis (Arif et al., 2019). Penyalahgunaan paylater mengacu pada pengeluaran yang tidak bertanggung jawab dan berlebihan yang dapat menyebabkan terjerat hutang pada layanan paylater tersebut. Jika tidak dikendalikan, penyalahgunaan paylater dapat memicu pola perilaku pembelian impulsif yang berbahaya bagi masyarakat (Palan et al., 2011). Pembelian impulsif merupakan pola pembelian yang kronis dan berulang yang terjadi sebagai respons terhadap peristiwa atau perasaan negatif yang dialami seseorang. Pembeli yang bersifat impulsif cenderung membeli barang hanya untuk memenuhi kepuasan pribadi dan bukan karena kebutuhan yang sebenarnya (Lesmana et al., 2017).

Fatwa Dewan Syariah Nasional dan Majelis Ulama Indonesia Nomor 116/DSN-MUI/II/IX/2017 tentang Uang Elektronik Syariah menyatakan bahwa penyelenggaraan dan penggunaan uang elektronik harus bebas dari transaksi yang mengandung unsur riba, gharar, tadlis, risywah, dan israf. Selain itu, transaksi tersebut harus terhindar dari objek yang haram. Fatwa DSN-MUI Nomor 117/DSN-MUI/II/2018 tentang Layanan Pembiayaan Berbasis Teknologi Informasi Berdasarkan Prinsip Syariah menyatakan bahwa layanan ini diperbolehkan dengan syarat sesuai dengan prinsip syariah. Jenis akad

yang digunakan meliputi jual beli, ijarah, musyarakah, mudharabah, qardh, wakalah, dan wakalah bil ujroh (Akad & Akulaku, 2021).

Penelitian relevan dari Galih, (2024) penelitian ini adalah untuk menyelidiki dampak penggunaan sistem paylater terhadap pengguna serta menganalisis keuntungan dan kerugian fitur tersebut, serta mengeksplorasi perspektif Ekonomi Islam terhadap fitur paylater. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, yang merupakan metode penelitian positivis untuk mengumpulkan data dari populasi atau sampel tertentu. Sumber data penelitian ini dikumpulkan melalui penggunaan kuesioner yang disebar kepada 100 mahasiswa Program Studi Manajemen Bisnis Syariah UIN Sayyid Ali Rahmatullah yang aktif sebagai pengguna paylater. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa sistem pembayaran paylater memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, dengan tingkat pengaruh sebesar 31,9%. Dengan demikian, fitur pembayaran paylater dan indikatornya memiliki dampak signifikan terhadap keputusan pembelian.

Tujuan dari penelitian ini didasari oleh rumusan masalah dan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, yaitu mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan layanan PayLater Akulaku di Indonesia, mengeksplorasi persepsi pengguna terhadap layanan PayLater Akulaku dibandingkan dengan layanan paylater lainnya, mengungkap hambatan dan tantangan yang dihadapi pengguna dalam menggunakan layanan PayLater Akulaku, mempelajari dampak layanan PayLater Akulaku terhadap perilaku belanja konsumen di Indonesia, dan menganalisis sudut pandang Islam dalam melihat tren pembelian barang melalui Akulaku paylater.

Manfaat penelitian ini menambah wawasan dan kontribusi dalam studi ekonomi dan keuangan modern, serta relevansi dengan praktek keuangan konvensional dan Islami, membangun reputasi universitas dan prodi dalam melakukan penelitian yang relevan dan berdampak pada Masyarakat dan mendorong kerjasama dengan institusi keuangan dan organisasi terkait untuk pengembangan pengetahuan dan solusi yang berkelanjutan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif studi kepustakaan. Artinya, penelitian akan didasarkan pada analisis informasi yang diperoleh dari berbagai sumber pustaka, seperti buku, jurnal, laporan penelitian, ensiklopedia, dan sumber-sumber tertulis lainnya yang relevan dengan topik yang diteliti. Peneliti akan memeriksa teori-teori, pendapat, dan pokok-pokok pikiran yang terdapat dalam literatur ilmiah untuk memahami isu atau masalah yang sedang diteliti. Melalui pendekatan ini, peneliti akan mengeksplorasi berbagai perspektif, konsep, dan temuan yang ada dalam literatur untuk memperdalam pemahaman tentang topik penelitian.

Pendekatan ini menggunakan studi kepustakaan untuk memahami topik yang diteliti. Untuk memastikan kualitas penelitian, informasi dari berbagai sumber pustaka perlu dikumpulkan. Dalam studi kepustakaan, sumber data utama berasal dari literatur atau dokumen yang relevan dengan topik penelitian. Ini bisa berupa buku, jurnal ilmiah, laporan penelitian, artikel online, ensiklopedia, dan sumber-sumber tertulis lainnya.

Metode pengumpulan data dalam studi kepustakaan melibatkan pencarian, seleksi, dan penelaahan literatur yang relevan dengan topik penelitian. Peneliti melakukan

pencarian di basis data elektronik, perpustakaan, atau sumber-sumber online lainnya untuk mengumpulkan literatur yang sesuai. Seleksi dilakukan dengan memilih literatur yang paling relevan dan berkualitas tinggi untuk dimasukkan dalam analisis. Penelaahan dilakukan dengan membaca, menelaah, dan mengumpulkan informasi dari literatur yang dipilih.

Setelah mengumpulkan data sejumlah data mentah yang perlu dihubungkan satu sama lain untuk mendapatkan materi yang relevan dengan pembahasan penelitian. Menurut Fadli, (2021) dalam analisis data kualitatif, ada tiga tahap yang dilakukan setelah pengumpulan data, yaitu reduksi data, klasifikasi data, dan *display* data.

a. Reduksi Data

Pada tahap ini, peneliti harus mengolah data mentah yang telah diperoleh melalui proses screening untuk mendapatkan intisari dari sumber yang telah dikumpulkan. Data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas dan mempermudah dalam melengkapi data jika diperlukan. Melalui proses reduksi data akan lebih mudah mengarahkan hasil analisis sesuai dengan masalah dan tujuan penelitian.

b. Klasifikasi Data

Tahap kedua dalam analisis data adalah melakukan klasifikasi data. Setelah data direduksi peneliti akan memahami serta memperoleh inti dari data tersebut. Klasifikasi data dilakukan dengan mengelompokkan data berdasarkan ciri dan jenisnya.

c. Display Data

Proses *Display* data melibatkan penyusunan data yang telah diklasifikasikan sebelumnya dalam sebuah sistem yang sesuai dengan masalah penelitian. Proses ini merupakan langkah sistematis untuk membangun konstruksi teoretis, karena dituntut untuk menggabungkan unsur-unsur data satu dengan lainnya saat melakukan *Display* data.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Akulaku

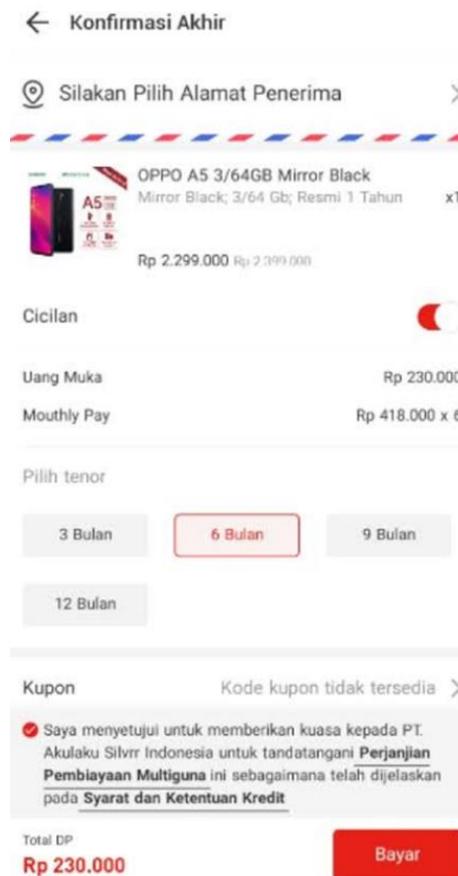
Masyarakat Indonesia yang notabennya memiliki penghasilan di rata – rata UMR ke bawah terkadang sulit untuk memenuhi kebutuhan sekundernya dalam rumah tangga. Barang –barang elektronik saat ini tidaklah murah terutama bagi masyarakat perekonomian menengah ke bawah. Untuk itu, Akulaku hadir dalam memudahkan masyarakat membeli produk–produk yang dibutuhkan dengan sistem beli sekarang bayar nanti. Adanya kesulitan peminjaman modal di bank menjadi latar belakang platform Akulaku berkembang memfasilitasi masyarakat dalam memenuhi pembelian barang–barang dengan harga yang cukup mahal seperti barang elektronik, sepatu, dan barang branded.

Akulaku adalah platform jual beli online yang menggunakan sistem pembayaran non-tunai atau kredit, meskipun pembayaran tunai juga memungkinkan. Diluncurkan pada 2016, Akulaku menawarkan produk dari penjual resmi lokal dan internasional. Layanan dalam aplikasi ini disediakan oleh PT. Akulaku Silvr Indonesia, yang berlokasi di Gedung Graha Lestari Lantai 11 zona 5, Jl. Kesehatan Raya No. 48 atau Jl. Petojo Sabangan No. 2A, Cideng, Jakarta Pusat 10160. Selain di Indonesia, Akulaku juga tersedia di negara seperti Malaysia dan Filipina. Namun, pengguna di Indonesia tidak dapat membeli produk dari Malaysia atau Filipina



Gambar 1. Tampilan Aplikasi Akulaku

Gambar diatas merupakan tampilan aplikasi Akulaku yang muncul di layar hp ketika pengguna pertama kali membuka aplikasi tersebut. Tampilan utama terlihat bahwa aplikasi ini terdapat kode akun pengguna, poin – poin yang dimiliki untuk dapat ditukarkan dengan diskon pembelian atau barang, riwayat pesanan, tagihan, pilihan pinjaman, paylater, keuangan, dan informasi akun. Aplikasi ini cukup mudah dipahami oleh masyarakat dari setiap kalangan. Tampilannya menarik, dan proses pendanaannya juga cukup cepat sekitar 15 menit dengan syarat yang mudah hanya ktp dan foto diri



Gambar 2. Mekanisme Pembelian Barang di Akulaku

Gambar diatas merupakan gambaran ketika pengguna telah memilih barang yang akan dibeli dengan *paylater* akulaku. Saat pengguna membeli, pengguna wajib mengisi alamat pengiriman, mengecek jenis barang dan harga barang yang akan dibeli, memilih lama waktu cicilan yang berpengaruh pada jumlah DP dan cicilan yang harus dibayar dan bunga yang di dapatkan. Semakin lama cicilan maka semakin rendah cicilan namun bunganya semakin tinggi. Semakin tinggi harga barang maka DP yang harus dibayarkan semakin besar. Setelah klik tombol bayar, Akulaku akan meninjau apakah pembelian di setuju atau tidak.

Mekanisme Penggunaan Akulaku PayLater

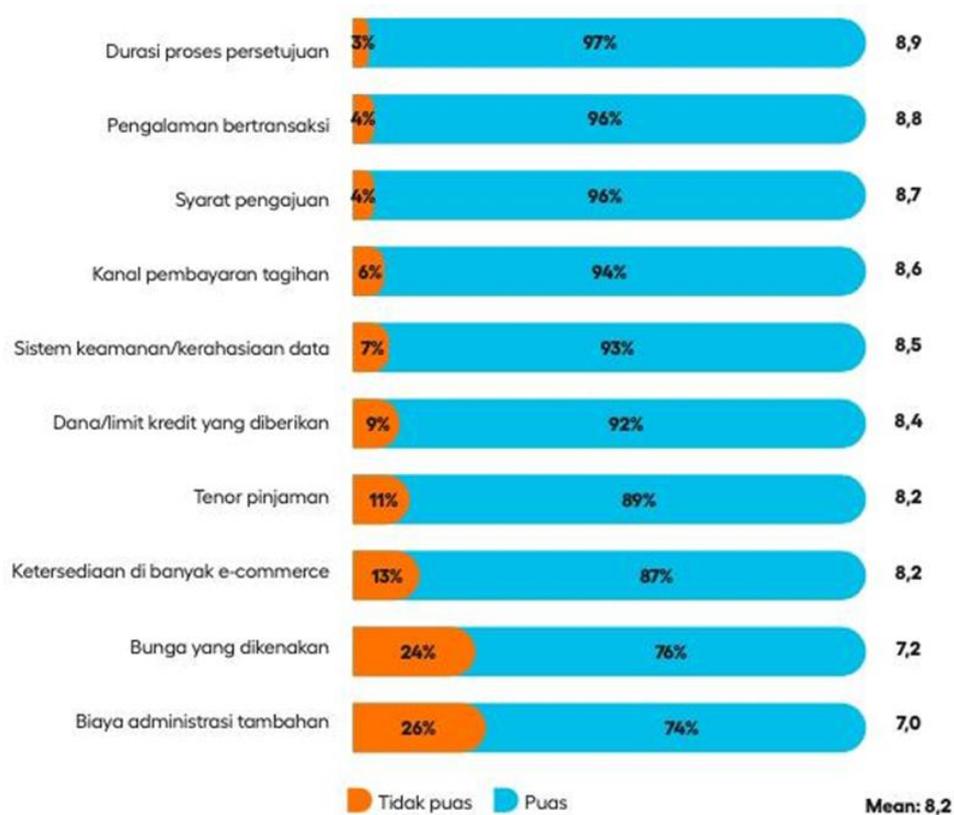
1. Definisi

- a. Aplikasi Pihak Ketiga: Aplikasi mobile pihak ketiga yang memungkinkan pengguna memanfaatkan layanan PayLater dari Akulaku Finance.
- b. Aplikasi Akulaku Finance: Aplikasi mobile yang dikelola oleh Akulaku Finance untuk memfasilitasi layanan PayLater.
- c. Cicilan: Metode pembayaran angsuran dengan bunga tertentu.
- d. Data: Informasi pengguna yang diidentifikasi atau dapat diidentifikasi, termasuk foto dan KTP.
- e. Hukum: Undang-undang yang berlaku di Indonesia.

- f. **Jangka Waktu:** Periode pembayaran angsuran pokok dan bunga.
 - g. **Layanan PayLater:** Metode pembiayaan dengan pembayaran angsuran (Cicilan atau Tunda Bayar) yang ditawarkan oleh Akulaku Finance.
 - h. **Limit PayLater:** Batas maksimal pembiayaan yang dapat digunakan.
 - i. **Merchant:** Penjual yang bekerja sama dengan Akulaku Finance.
 - j. **Otoritas Jasa Keuangan (OJK):** Lembaga yang mengatur dan mengawasi sektor jasa keuangan di Indonesia.
 - k. **Pembayaran:** Jumlah yang harus dibayar kembali oleh pengguna sesuai perjanjian kredit.
 - l. **Peminjam:** Pengguna yang telah diverifikasi dan disetujui untuk menggunakan layanan PayLater.
 - m. **Pengguna:** Individu yang mendaftar dan menggunakan layanan PayLater.
 - n. **Perjanjian Kredit:** Perjanjian pembiayaan PayLater antara peminjam dan Akulaku Finance.
 - o. **Produk:** Barang atau jasa yang dijual oleh Merchant.
 - p. **Rekening Virtual Akulaku Finance:** Rekening untuk proses pembayaran.
 - q. **SLIK:** Sistem Layanan Informasi Keuangan yang dikelola oleh OJK.
2. **Ketentuan Pengguna**
- a. Pengguna harus memenuhi syarat: WNI, usia 18-60 tahun, dan berada di area jangkauan Akulaku Finance.
 - b. Pengguna mengajukan permohonan limit PayLater melalui aplikasi, menjalani verifikasi data, dan mengikuti prinsip KYC.
 - c. Akulaku Finance memiliki hak penuh untuk menerima atau menolak permohonan, menentukan atau mengubah limit PayLater.
3. **Penggunaan Layanan**
- a. Pengguna hanya dapat menggunakan layanan PayLater jika telah disetujui.
 - b. Pilihan jangka waktu pembayaran menjadi tanggung jawab pengguna, namun Akulaku Finance berhak menolak pilihan tersebut.
 - c. Akulaku Finance dapat meminta pembayaran di muka untuk produk tertentu.
 - d. Pembayaran angsuran dan bunga harus dilakukan tepat waktu sesuai perjanjian kredit.
4. **Pembayaran dan Denda**
- a. Pembayaran harus dilakukan melalui Rekening Virtual Akulaku Finance.
 - b. Keterlambatan pembayaran dikenakan denda yang ditagih pada bulan berikutnya.
 - c. Kelebihan pembayaran akan dialokasikan untuk angsuran berikutnya.
 - d. Pengguna bertanggung jawab atas biaya tambahan yang mungkin timbul akibat perbedaan bank.
5. **Pengelolaan Risiko**
- a. Akulaku Finance berhak mengelola data pengguna untuk keperluan pemberian layanan PayLater, termasuk verifikasi dan penilaian data melalui SLIK atau biro kredit.
 - b. Pengguna menyetujui bahwa data mereka dapat dialihkan ke mitra atau afiliasi Akulaku Finance untuk keperluan penagihan dan verifikasi kredit.

Data Statistik Akulaku

PayLater adalah salah satu layanan pembiayaan digital untuk konsumen yang memungkinkan pembelian produk dengan pembayaran dalam 30 hari atau cicilan dalam periode tertentu. Menurut laporan Populix berjudul "Unveiling Indonesia's Financial Evolution: Fintech Lending & Paylater Adoption" edisi Oktober 2023, Shopee PayLater memiliki brand awareness tertinggi di antara layanan sejenis. GoPay Later menempati posisi kedua dengan dikenal oleh 50% responden, diikuti oleh Kredivo (38%) dan Akulaku Paylater (36%)

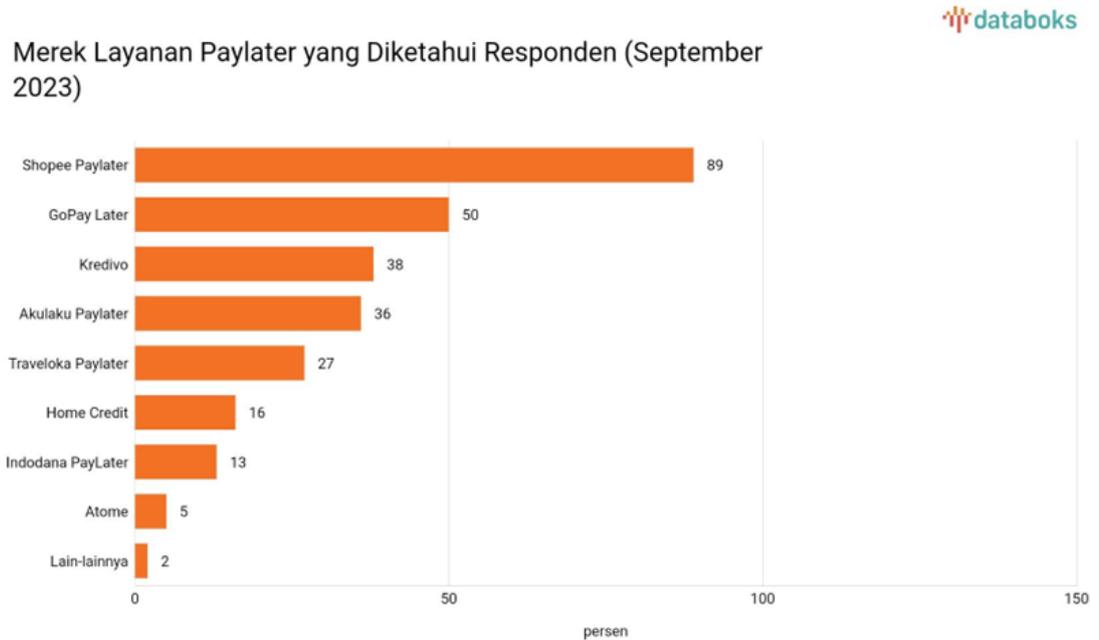


Gambar 3. Grafik Alasan Konsumen Memilih Paylater

Responden yang mengenal Traveloka PayLater, Home Credit, Indodana PayLater, Atome, dan lainnya memiliki persentase lebih kecil, seperti terlihat pada grafik survei. Survei ini dilakukan pada 15-18 September 2023 dengan melibatkan 1.017 responden dari seluruh Indonesia. Mayoritas responden berasal dari Pulau Jawa (79%), diikuti oleh Pulau Sumatra (12%) dan pulau lainnya (9%). Responden didominasi oleh kelompok usia 17-25 tahun (55%) dan 26-35 tahun (31%). Survei brand awareness layanan paylater melibatkan 555 responden yang sudah pernah menggunakan layanan tersebut.

Menurut laporan Data.ai, Akulaku menjadi aplikasi ritel yang paling banyak diunduh di Indonesia tahun lalu, mengalahkan Shopee dan Tokopedia. Akulaku, yang dikenal dengan layanan pinjaman online, juga menyediakan layanan e-commerce. Namun, Data.ai,

yang sebelumnya dikenal sebagai App Annie, tidak memerinci jumlah unduhan aplikasi tersebut



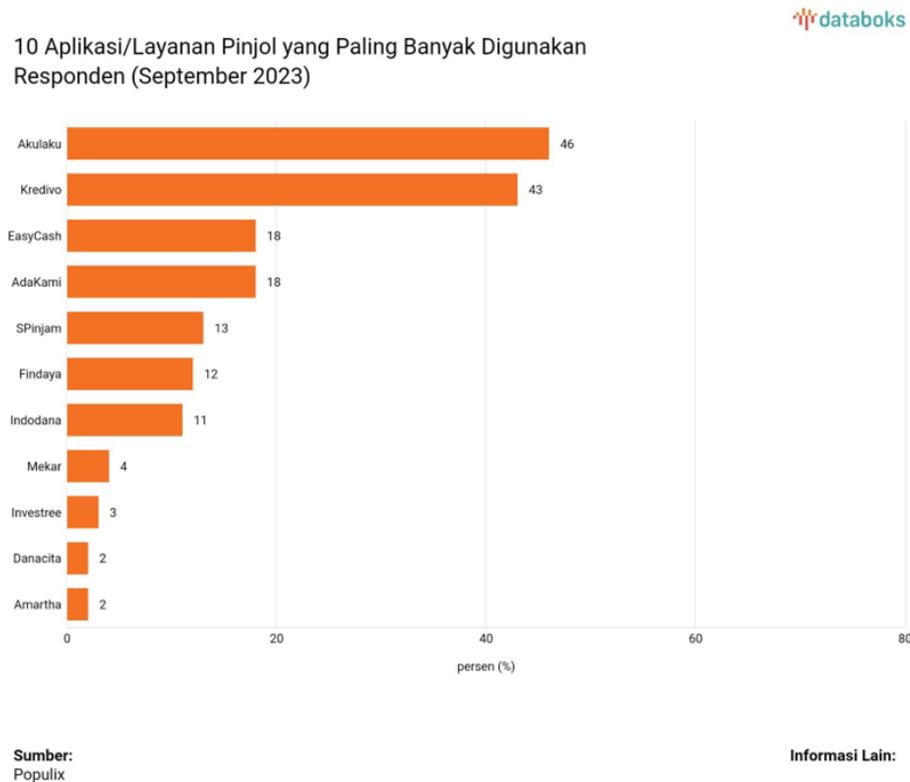
Sumber:
Populix

Informasi Lain:

Gambar 4. Grafik Paylater di Indonesia

Negara-negara dengan pertumbuhan tercepat termasuk Indonesia, Singapura, dan Brasil, dengan pertumbuhan masing-masing sebesar 52%, 46%, dan 45% secara tahunan (year-on-year/yoy). Di bawah Akulaku, ada MyPoin Indomart, Tokopedia, Mitra Bukalapak, dan Kaya. Posisi keenam ditempati oleh ShopeeFood Driver, diikuti oleh JD.ID, Uniqlo ID, Maxim, dan Mekkaya.

Menurut laporan e-Conomy SEA 2021, paylater menjadi salah satu solusi untuk memperluas akses keuangan, mengingat rendahnya penetrasi kartu kredit di Indonesia. Selain itu, paylater menawarkan kemudahan akses dan penggunaan, karena produk ini sudah banyak terintegrasi dalam proses *check-out di platform e-commerce*.



Gambar 5. Grafik Paylater yang paling diminati

Hasil survei Populix yang berjudul *Unveiling Indonesia's Financial Evolution: Fintech Lending and Paylater Adoption* menyatakan bahwa Akulaku merupakan aplikasi fintech lending yang paling banyak digunakan oleh konsumen di Indonesia. Sekitar 46% responden mengklaim menggunakan aplikasi Akulaku. Mayoritas dari pengguna meminjam jumlah uang kurang dari Rp1 juta, yaitu sekitar 66%, diikuti oleh kisaran Rp2 juta-Rp3 juta (24%), Rp3 juta-Rp4 juta (5%), Rp4 juta-Rp5 juta (3%), dan lebih dari Rp5 juta (3%).

Posisi kedua dalam penggunaan diduduki oleh Kredivo, yang digunakan oleh 43% responden. Kemudian, EasyCash dan AdaKami menempati posisi ketiga dan keempat dengan proporsi masing-masing 18%. Terdapat juga 13% responden yang menggunakan aplikasi Spinjam milik Shopee. Selanjutnya, ada 12% responden yang menggunakan Findaya, diikuti oleh pengguna aplikasi pinjol lainnya seperti Indodana (11%), Mekar (4%), Investree (3%), Danacita (2%), dan Amarnya (2%).

Mayoritas pengguna aplikasi pinjol menggunakan layanan peminjaman dana kurang dari satu kali sebulan (66%), diikuti oleh pengguna yang meminjam sekali sebulan (21%), dan dua sampai tiga kali sebulan (13%). Responden survei ini berasal dari berbagai latar belakang demografis dan profesi, dengan mayoritas dari Pulau Jawa (79%) dan kelompok usia 17-35 tahun yang mendominasi (86%). Sekitar 56% responden merupakan pekerja, 21% pelajar, 11% pengusaha, 6% ibu rumah tangga, dan 6% dari profesi lainnya.

Karakteristik Perekonomian Masyarakat Indonesia

Menurut Bank Indonesia, uang elektronik didefinisikan sebagai alat pembayaran dalam bentuk elektronik di mana nilai uangnya disimpan dalam media elektronik tertentu. Media elektronik ini bisa berupa *chip* atau server. Penggunaan uang elektronik sebagai alat pembayaran yang inovatif dan praktis diharapkan dapat memfasilitasi kelancaran pembayaran kegiatan ekonomi yang bersifat massal, cepat, dan mikro. Perkembangan uang elektronik ini dapat membantu kelancaran transaksi di jalan tol, transportasi seperti kereta api dan angkutan umum lainnya, serta transaksi di minimarket, *food court*, atau parkir.

Pemerintah sangat mendukung ekonomi digital, yang merupakan penerapan dari konsep ekonomi baru (*new economy*) yang secara spesifik mengarah pada transaksi barang dan jasa melalui media internet, atau yang dikenal dengan istilah *e-commerce*. Meskipun konsumen dan penjual tidak bertemu langsung, transaksi tetap berjalan lancar. Dengan kata lain, *e-commerce* menawarkan kemudahan dalam berbelanja secara online (Dianari, 2018).

Teknologi telah mengubah model transaksi jual-beli yang dulunya dilakukan secara tatap muka menjadi belanja online melalui *marketplace* seperti Akulaku dan Tokopedia. Konsumen kini menginginkan kemudahan, kepraktisan, dan keuntungan dalam berbelanja, dan faktor-faktor ini menjadi kunci dalam keputusan pembelian barang atau jasa (Senangsa & Sirait, 2022). Kemudahan pencarian produk harus disertai dengan kemudahan transaksi pembayaran, yang didukung oleh metode pembayaran *cashless* seperti *E-Payment* dan *E-Wallet*. Menurut Think With Google, sebanyak 66% atau sekitar 194 juta penduduk Indonesia tidak memiliki akun bank (Nugroho & Samudera, 2018; Senangsa & Sirait, 2022), sehingga akses ke layanan perbankan masih sangat terbatas bagi mayoritas masyarakat. Metode *cashless* seperti *E-Wallet* dan *paylater* menjadi solusi penting karena memberikan layanan serupa perbankan tanpa proses yang rumit.

Data Bank Indonesia menunjukkan bahwa hingga Februari 2019, hanya sekitar 17,61 juta kartu kredit yang beredar di Indonesia, angka yang sangat kecil dibandingkan total populasi yang mencapai 260 juta jiwa (Lusa et al., 2024; Nindyatmoko, 2021). Kartu kredit memang lebih sulit diperoleh dibandingkan metode *paylater*, yang hanya memerlukan KTP sebagai jaminan. *Paylater* menargetkan pembelian dengan nilai transaksi yang lebih kecil dan dapat digunakan tanpa setoran atau penandatanganan surat tertentu, cukup dengan sekali tekan. Kemudahan inilah yang membuat *paylater* lebih diminati oleh masyarakat saat ini dalam melakukan transaksi di *platform e-commerce*.

Fitur *paylater* membuat sistem transaksi online menjadi lebih praktis. Persyaratan, pendaftaran, dan proses pengaktifan yang singkat menjadikan *PayLater* sebagai metode pembayaran yang lebih unggul dibandingkan bank. Dengan berkembangnya *e-commerce*, masyarakat terdorong untuk memenuhi semua keinginan dan kebutuhan mereka, yang kini menjadi prioritas. Namun, kemampuan untuk memenuhi kebutuhan tersebut terbatas karena tidak semua orang mampu membayar secara tunai. Oleh karena itu, beberapa perusahaan *e-commerce* di Indonesia kini menyediakan layanan *paylater* untuk memfasilitasi cicilan.

Menurut Saragih & Lestari, (2022), Perkembangan zaman menyebabkan kebutuhan dan gaya hidup individu terus berkembang. Kemajuan inovasi yang cepat sangat berguna untuk memenuhi kebutuhan dan cara hidup masyarakat. Dalam era teknologi saat ini, hampir semua orang tidak bisa lepas dari internet, baik untuk berkomunikasi, mencari

informasi, atau kegiatan lainnya. Salah satu manfaatnya adalah memudahkan individu mencari apa pun yang mereka inginkan, termasuk berbelanja. Teknologi ini memungkinkan pengguna dengan mudah mendapatkan informasi dan menggunakannya untuk berbagai kebutuhan, seperti mengirim pesan, membaca informasi, berbagi data, mempermudah pekerjaan, dan berbelanja secara online tanpa harus datang ke toko fisik, yang kita kenal sebagai *e-commerce*.

Perilaku konsumtif adalah perilaku mengkonsumsi barang atau jasa secara terus menerus melebihi kebutuhan sebenarnya, tanpa mempertimbangkan apakah barang atau jasa tersebut memiliki manfaat atau hanya digunakan untuk meningkatkan status sosial. Berdasarkan penelitian Resstiani, kegiatan belanja sering menjadi pelampiasan yang membuat mahasiswa menjadi konsumtif, terutama mahasiswa dari luar daerah dengan orang tua yang berpenghasilan tinggi. Mereka cenderung menjadi konsumtif saat tinggal di kota dan terpengaruh oleh gaya hidup perkotaan dan tuntutan pergaulan. Remaja sering mengkonsumsi barang atau jasa untuk meningkatkan konsep diri mereka melalui simbol-simbol harga diri atau status sosial yang mereka peroleh dari konsumsi tersebut.

Penduduk Indonesia memiliki karakteristik yang unik dalam memandang layanan paylater, yang dipengaruhi oleh berbagai aspek demografi, ekonomi, budaya, dan teknologi. Mayoritas pengguna paylater berasal dari kelompok usia muda, yaitu antara 17-35 tahun, yang lebih terbiasa dengan teknologi digital dan cepat beradaptasi dengan metode pembayaran baru. Penduduk perkotaan juga lebih banyak menggunakan paylater dibandingkan mereka yang tinggal di pedesaan karena akses yang lebih mudah terhadap teknologi dan e-commerce di kota-kota besar.

Secara ekonomi, masyarakat dengan pendapatan menengah ke bawah cenderung menggunakan paylater untuk memenuhi kebutuhan konsumsi yang tidak bisa dipenuhi dengan pembayaran tunai, menjadikannya solusi finansial yang efektif. Banyak penduduk Indonesia yang belum memiliki akses ke layanan perbankan tradisional, sehingga paylater menjadi alternatif penting bagi mereka untuk melakukan transaksi digital tanpa harus memiliki akun bank atau kartu kredit.

Budaya konsumtif juga mempengaruhi pandangan masyarakat terhadap paylater. Dengan meningkatnya popularitas e-commerce, masyarakat Indonesia semakin terbiasa dengan belanja online dan memanfaatkan paylater karena fleksibilitas dalam melakukan pembayaran. Beberapa konsumen menggunakan paylater untuk memenuhi gaya hidup tertentu dan meningkatkan status sosial mereka dengan mengakses barang-barang yang diinginkan tanpa pembayaran langsung.

Dalam hal teknologi, tingginya adopsi smartphone dan akses internet mendorong penggunaan paylater. Aplikasi e-commerce dan fintech yang terintegrasi dengan paylater memudahkan proses pendaftaran dan penggunaan layanan ini. Kesadaran dan literasi digital yang meningkat di kalangan masyarakat, terutama generasi muda, juga berkontribusi pada peningkatan penggunaan layanan paylater.

Namun, persepsi terhadap keamanan dan risiko penipuan masih menjadi kekhawatiran bagi sebagian masyarakat. Edukasi dan transparansi dari penyedia layanan sangat penting untuk meningkatkan kepercayaan konsumen. Selain itu, konsumen cenderung memilih layanan paylater dari brand atau perusahaan yang sudah dikenal dan terpercaya, seperti Akulaku, Kredivo, dan Shopee PayLater.

Secara keseluruhan, penggunaan paylater di Indonesia didorong oleh kebutuhan akan fleksibilitas finansial, kemudahan akses, dan adaptasi terhadap gaya hidup digital. Tantangan seperti literasi digital, keamanan, dan kepercayaan masih perlu diatasi untuk meningkatkan adopsi layanan ini di seluruh lapisan masyarakat.

Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Konsumen terhadap Akulaku

Menurut Saragih & Lestari, (2022), terdapat dua faktor utama yang mempengaruhi perilaku kalangan remaja dalam menggunakan paylater, yaitu faktor eksternal dan faktor internal.

- a. **Faktor Eksternal** mencakup beberapa aspek, seperti kebudayaan, kelas sosial, kelompok sosial, keluarga, dan sistem pembayaran paylater. Budaya berperan penting dalam membentuk perilaku konsumtif, karena merupakan hasil dari inovasi manusia yang terus berkembang dari satu zaman ke zaman berikutnya. Dalam konteks kelas sosial, masyarakat Indonesia terbagi menjadi kelas atas, menengah, dan bawah, yang masing-masing memiliki perilaku konsumtif yang berbeda. Sistem pembayaran paylater, yang disediakan oleh aplikasi e-commerce, juga mendorong perilaku konsumtif, khususnya di kalangan mahasiswa. Dengan paylater, mereka bisa mendapatkan barang yang diinginkan dan membayarnya di awal bulan berikutnya, sesuai dengan tagline "bayar nanti" (Wibangga & Kasiyati, 2024).
- b. **Faktor Internal** terdiri dari faktor psikologis dan faktor pribadi. Dari segi psikologis, persepsi dan motivasi sangat berkaitan. Persepsi yang baik dapat meningkatkan motivasi, yang pada gilirannya mempengaruhi individu untuk bertindak secara rasional. Keyakinan dan kepercayaan, yang diperoleh melalui pengalaman dan pembelajaran, juga berperan penting. Kepercayaan berlebihan pada penjual atau situasi yang tidak sehat dapat mendorong perilaku konsumtif.
- c. **Faktor Pribadi** yang mempengaruhi perilaku konsumtif remaja di Sumatera Utara mencakup keadaan ekonomi dan jenis kelamin. Keputusan membeli sangat dipengaruhi oleh keadaan ekonomi individu. Remaja yang memiliki kondisi ekonomi lebih baik cenderung lebih suka mengeluarkan uang untuk membeli barang, sedangkan mereka yang ekonominya lebih rendah cenderung menggunakan paylater secara konsumtif. Jenis kelamin juga memainkan peran, di mana wanita pada masa pubertas cenderung lebih konsumtif dibandingkan laki-laki.

Menurut Laksita & Jatmika, (2022), faktor-faktor yang memengaruhi minat nasabah menggunakan pinjaman pada aplikasi Akulaku meliputi faktor ekonomi, kebudayaan, dan psikologis. Dari segi ekonomi, banyak masyarakat memilih berbelanja online karena harga yang lebih murah dibandingkan toko offline serta adanya voucher diskon. Kebudayaan juga memainkan peran penting, di mana masyarakat kini lebih melek teknologi, memungkinkan mereka berbelanja online melalui smartphone dengan mudah, menghemat waktu, dan mendapatkan barang dengan cepat. Akulaku hadir untuk memudahkan masyarakat dalam kegiatan berbelanja.

Secara psikologis, masyarakat tertarik menggunakan aplikasi pinjaman *online* karena aplikasi tersebut mudah digunakan dan dipahami oleh semua kalangan. Proses pembayaran yang dapat dilakukan melalui m-banking atau mini market yang telah bekerja sama di seluruh Indonesia menambah kemudahan bagi pengguna. Berdasarkan hasil

wawancara, faktor-faktor yang memengaruhi minat nasabah pada aplikasi pinjaman online ini relevan dengan penelitian oleh (D. P. Sari, 2022; Sugiono & Dewi, 2021). Kedua penelitian tersebut menganalisis pengaruh persepsi ketertarikan konsumen terhadap penggunaan aplikasi Akulaku, namun tidak secara mendetail menjelaskan faktor-faktor spesifik yang menjadi minat pengguna aplikasi tersebut. Analisis faktor deskriptif menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan memiliki persentase sebesar 80,35%, persepsi pemanfaatan 79,5%, dan kepercayaan merek 68,31%. Temuan juga menunjukkan bahwa semua variabel independen, baik secara parsial maupun simultan, mempengaruhi tren pengguna Akulaku di Indonesia sebesar 59,2%.

Kecenderungan tinggi konsumen pengguna Akulaku dipengaruhi oleh variabel persepsi kemudahan penggunaan, persepsi kegunaan, dan kredibilitas merek (Sugiono & Dewi, 2021). Dua faktor utama yang sangat mempengaruhi penggunaan aplikasi Akulaku adalah aspek waktu dan aspek harga. Penggunaan aplikasi yang mudah dan bisa diakses secara online menghemat waktu, sementara penawaran diskon dan promo pada setiap transaksi membuat aspek harga menjadi faktor penting.

Penelitian mengenai *paylater* juga didapati dalam studi oleh (Aisah, 2022) dan (Canestren & Saputri, 2021), yang menyatakan bahwa risiko mempengaruhi keputusan penggunaan transaksi *paylater*. Pengguna *paylater* dengan cermat mempertimbangkan risiko potensial yang mungkin muncul di masa depan akibat transaksi yang dilakukan melalui sistem 'beli sekarang, bayar nanti' (Rachmadany et al., 2023). Sebaliknya, hasil penelitian Purnamasari et al., (2021) menunjukkan bahwa risiko tidak mempengaruhi keputusan pembelian menggunakan *paylater*. Penelitian lain oleh Anggono & AB, (2020) Hal ini juga menunjukkan bahwa risiko tidak mempengaruhi keputusan penggunaan. Masyarakat cenderung lebih mengutamakan kemudahan dalam memperoleh barang daripada mempertimbangkan risiko yang mungkin timbul. Selain itu, kebutuhan mendesak menjadi alasan yang lebih logis untuk segera dipenuhi daripada memikirkan risiko yang belum terjadi (Amalia, 2024).

Dampak Perekonomian Akibat Penggunaan Paylater Akulaku

Transaksi digital melalui e-commerce memiliki risiko yang cukup besar bagi penggunaannya (Bernada, 2017). Hal yang sama berlaku untuk transaksi *paylater* di e-commerce, yang berpotensi menimbulkan risiko signifikan jika tidak dipikirkan dengan baik. Menurut Grant Thornton, penggunaan *paylater* dapat menimbulkan beberapa risiko bagi pengguna, di antaranya: (Prastiwi & Fitriana, 2021) mendorong perilaku konsumtif, adanya biaya tersembunyi, gangguan pada arus kas, tunggakan pembayaran yang dapat mempengaruhi reputasi, serta risiko peretasan oleh pihak yang tidak bertanggung jawab. Risiko-risiko ini perlu diperhatikan dengan serius oleh pengguna layanan *paylater*, terutama kaum muda yang sering kali mengabaikan berbagai risiko saat bertransaksi.

Sejak pandemi COVID-19, risiko terbesar bagi pengguna *paylater* adalah ketidakmampuan membayar. Pandemi telah menyebabkan penurunan pendapatan masyarakat, sementara kebutuhan konsumsi tetap harus dipenuhi. Kondisi ini meningkatkan risiko gagal bayar bagi pengguna *paylater*. Menurut CNBC Indonesia, layanan 'beli sekarang, bayar nanti' atau *paylater* sedang populer di kalangan anak muda, namun risiko utama dalam bisnis ini adalah ketidakmampuan membayar utang. Beberapa

penyedia layanan paylater tidak melakukan pemeriksaan atau penilaian kredit pengguna, sehingga risiko gagal bayar menjadi sangat besar. Selain itu, risiko lain yang dihadapi pengguna paylater adalah pembobolan akun oleh peretas. Sebagai contoh, salah satu pengguna paylater menerima tagihan hingga puluhan juta rupiah atas transaksi yang dilakukan oleh peretas yang berhasil mengakses akunnya.

Menurut Wardah, (2021) gaya hidup berbelanja berakar dari kebiasaan berbelanja dalam kehidupan sehari-hari. Tingginya aktivitas berbelanja dapat meningkatkan kebutuhan konsumsi yang terkait dengan gaya hidup. Kemudahan akses dan penggunaan belanja online melalui platform e-commerce memiliki pengaruh besar terhadap pola belanja harian (Khairunnisa et al., 2022). Beragamnya produk yang ditawarkan di e-commerce menjadi faktor utama yang memicu perilaku impulsif, karena mendorong konsumen untuk melakukan pembelian secara spontan dan refleks (Angela & Paramita, 2020; Wahyuni & Setyawati, 2020).

Menurut Reddyson et al., (2022), paylater bisa menjadi solusi untuk memenuhi kebutuhan tanpa terlalu membebani kondisi finansial. Namun, penggunaan paylater perlu didukung oleh pengetahuan dan wawasan yang memadai agar tidak menimbulkan kecanduan. Motivasi dalam penggunaan paylater dipengaruhi oleh beberapa faktor, termasuk faktor interpersonal, eksternal, motivasi hedonis, dan motivasi utilitarian. Faktor-faktor ini dapat mendorong perilaku konsumtif dalam masyarakat. Penggunaan paylater secara impulsif sering kali terjadi karena faktor interpersonal yang dipengaruhi oleh motivasi hedonis dan utilitarian, serta informasi eksternal seperti iklan yang mempengaruhi keputusan interpersonal menuju perilaku konsumtif.

Sudut Pandang Islam terhadap Tren Paylater Akulaku

Maksum et al., (2023) Secara bahasa, jual beli kredit (*bai' at-taqsih*) berarti membagi sesuatu menjadi beberapa bagian terpisah. Secara istilah, jual beli kredit merupakan transaksi jual beli di mana pembayaran dilakukan secara cicilan dalam jangka waktu tertentu, dengan harga yang lebih tinggi dibandingkan pembayaran tunai. Pembelian kredit adalah pembelian barang dengan pembayaran yang dilakukan secara angsuran, bukan secara tunai atau kontan (Nahidloh, 2014). Tahapan pembayaran angsuran dalam jual beli kredit ditentukan berdasarkan kesepakatan antara kedua belah pihak yang terlibat dalam akad (Khaer & Nurhayati, 2019).

Muhammad Aqlah Ibrahim menjelaskan beberapa pedoman dalam memahami jual beli kredit: pedagang menjual barang secara kredit dengan harga lebih tinggi dibandingkan pembayaran tunai, pembayaran dilakukan secara angsuran pada waktu yang telah disepakati, dan angsuran tersebut harus dibayarkan sesuai cicilan yang telah ditentukan (Muhibbuddin, 2017). Kenaikan harga dalam jual beli kredit tidak dianggap sebagai riba, karena tidak melibatkan barang ribawi, dan tambahan harga tersebut dianggap sebagai bentuk kemudahan dalam transaksi (Maksum et al., 2023).

Rukun dan syarat dalam jual beli kredit sama dengan jual beli tunai, namun pada jual beli kredit terdapat ketentuan bahwa pembayaran dilakukan secara bertahap. Transaksi kredit dianggap sah apabila jangka waktunya ditentukan dengan jelas dan tidak ada syarat yang bertentangan dengan akad. Menurut mayoritas ulama, rukun jual beli meliputi sighth

al-aqd (ijab kabul), ‘aqidain (penjual dan pembeli), ma’qud alaih (objek akad), dan maudhu’ al-‘aqd (tujuan akad) (Maksum et al., 2023).

Maqasid al-syari’ah merujuk pada tujuan-tujuan yang ingin dicapai oleh syariat Islam demi kebaikan manusia, yang meliputi perlindungan terhadap agama, jiwa, akal, keturunan, dan hart (Nst & Nurhayati, 2022; Pertiwi & Herianingrum, 2024; Rafi, 2023). Akad adalah kesepakatan yang dibuat oleh mukalaf dalam berbagai hubungan antar manusia. Pada Akulaku paylater, akad merupakan bentuk jual beli tanpa pertemuan langsung antara penjual dan pembeli. Suatu akad dianggap sah jika rukun dan syaratnya terpenuhi, termasuk ‘aqid (pihak yang melakukan akad), ma’qud ‘alaih (objek akad), maudhu’ al-‘aqd (tujuan akad), dan sighthat al-‘aqd (kesepakatan antara kedua belah pihak).

Transaksi melalui Akulaku PayLater telah memenuhi rukun dan syarat akad jual beli kredit. Akulaku PayLater menawarkan tiga pilihan cicilan dengan suku bunga 2,95% dan biaya penanganan tambahan sebesar 1% per transaksi, serta denda keterlambatan sebesar 5% per bulan dari total tagihan yang jatuh tempo. Kenaikan harga dalam bai’ at-taqsih tidak dianggap sebagai riba, melainkan sebagai kompensasi bagi penjual yang telah menahan sejumlah dana untuk jangka waktu tertentu. Namun, terdapat ketidakjelasan dalam mekanisme akad Akulaku PayLater yang mengandung unsur gharar karena tidak mencantumkan besaran bunga secara transparan.

Berdasarkan analisis, akad jual beli menggunakan akulaku PayLater sudah memenuhi beberapa rukun dan syarat akad jual beli kredit. Namun, ketidakjelasan besaran bunga menimbulkan unsur gharar, yang dapat menyebabkan akad menjadi fasid (rusak) dan batal. Ketidakjelasan ini dapat menimbulkan penipuan dan melanggar prinsip-prinsip syariat dalam jual beli.

Dari sudut pandang menjaga akal (hifz al-aql), penggunaan Akulaku PayLater berpotensi mendorong perilaku kecanduan atau dorongan untuk terus berutang demi memenuhi kebutuhan mendesak tanpa memiliki uang. Akal manusia berfungsi untuk membedakan, merasakan, dan memahami hal-hal yang dinilai baik atau buruk bagi diri mereka. Kecanduan berutang, terutama untuk kebutuhan sekunder seperti membeli make up dan skincare, merupakan perilaku yang tidak baik. Meskipun Akulaku PayLater memudahkan pengguna dalam bertransaksi, kemudahan dan kecepatan ini dapat mendorong mereka untuk terus membeli barang sehari-hari tanpa mempertimbangkan apakah barang tersebut merupakan kebutuhan pokok atau tidak. Hal ini bertentangan dengan maqasid syari’ah dari aspek menjaga agama (hifz al-din), karena Islam mengajarkan untuk tidak berlebihan dalam bermuamalah.

Dari perspektif maqasid syari’ah, penggunaan Akulaku PayLater memiliki dampak positif dan negatif. Dampak positifnya adalah memudahkan pengguna dalam bertransaksi karena prosesnya yang cepat dan sederhana, yang sejalan dengan tujuan maqasid syari’ah yaitu menciptakan kemaslahatan atau memberikan manfaat. Namun, dampak negatifnya adalah memicu perilaku konsumtif dan dorongan untuk terus berutang dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari

Dampak positif dan negatif ini sangat bergantung pada perilaku pengguna Akulaku PayLater. Jika pengguna hanya membeli kebutuhan pokok dan sekunder tanpa menciptakan budaya konsumtif atau kecanduan, maka mereka akan merasakan dampak positif. Sebaliknya, jika pengguna lebih sering membeli barang yang tidak penting dan

menjadi kecanduan, mereka akan mengalami dampak negatif dari penggunaan Akulaku PayLater.

Unsur Ribawi pada Paylater Akulaku

Ulama memperbolehkan praktik jual beli selama memenuhi syarat-syarat yang telah ditetapkan, termasuk kejelasan dan kesepahaman antara penjual dan pembeli. Dalam transaksi kredit atau angsuran, penjual harus memberitahu bahwa harga pembayaran kredit lebih tinggi daripada pembayaran tunai. Jika penjual memberikan perbedaan harga antara kredit dan tunai, dan pembeli menyetujuinya, maka kesepakatan antara kedua belah pihak sah, dan transaksi tersebut tidak dianggap haram.

Penerapan akad *qardh* pada Akulaku *PayLater* memungkinkan pengguna untuk mendapatkan batas kredit awal sesuai dengan syarat dan ketentuan. Batas kredit ini digunakan untuk membeli barang sesuai preferensi pengguna dan dapat ditingkatkan sesuai dengan aktivitas transaksi dan kepatuhan pembayaran tagihan. Namun, dalam *qardh*, tidak boleh ada unsur riba. Ketika terlambat membayar tagihan Akulaku *PayLater*, dikenakan biaya keterlambatan, yang dianggap sebagai riba jahiliah dalam Islam.

Dilihat dari akad *hiwalah*, Akulaku *PayLater* dapat dikategorikan sebagai *hiwalah muthlaqah*. Dalam mekanisme ini, Akulaku *PayLater* membayar barang kepada penjual, dan pengguna membayar utang kepada Akulaku *PayLater*, bukan kepada penjual. Dalam *hiwalah mutlaqah*, penerima *hiwalah* dapat menerima ujah atas ketersediaannya untuk membayar utang. Namun, dalam kasus Akulaku *PayLater*, pengguna seharusnya membayar langsung kepada penjual, tetapi karena tidak memiliki uang pada saat itu, utang dibayarkan oleh Akulaku *PayLater*. Pengguna harus membayar utangnya kepada Akulaku *PayLater* beserta biaya tambahan karena telah membayar utang pengguna kepada penjual.

Analisis berdasarkan prinsip-prinsip ekonomi Islam:

- a. Prinsip Tauhid: Prinsip ini mengajarkan bahwa kekayaan adalah milik Allah, dan aktivitas ekonomi harus dilandasi oleh prinsip-prinsip syariah. Penggunaan Akulaku memudahkan transaksi tetapi juga menimbulkan konsekuensi yang bertentangan dengan ajaran agama, seperti penggunaan riba. Islam mengatur hubungan ekonomi agar sesuai dengan prinsip tauhid dan mendekatkan manusia kepada Allah.
- b. Prinsip Keadilan: Prinsip ini melarang ketidakadilan dalam transaksi, seperti pengenaan riba. Namun, praktik Akulaku terkadang melibatkan denda dan biaya tambahan, yang bertentangan dengan prinsip ekonomi Islam yang menekankan keadilan dan solidaritas.
- c. Prinsip Tolong-menolong: Fitur Akulaku sebenarnya membantu pengguna dalam memenuhi kebutuhan, tetapi jika tidak digunakan dengan bijak, dapat merugikan. Hal ini tidak sesuai dengan prinsip tolong-menolong dalam ekonomi Islam yang menekankan saling membantu tanpa menimbulkan kerugian.
- d. Prinsip Maslahat: Prinsip ini menekankan bahwa kegiatan ekonomi harus memberikan manfaat bagi kehidupan manusia tanpa menimbulkan kerugian. Namun, jika terjadi kerugian, harus dihindari. Praktik penggunaan Akulaku belum sepenuhnya sesuai dengan prinsip maslahat karena dapat menimbulkan kerugian bagi pengguna.

KESIMPULAN

Layanan PayLater Akulaku telah menjadi salah satu opsi yang populer di Indonesia bagi konsumen yang ingin melakukan pembelian barang secara online tanpa harus membayar secara langsung. Faktor-faktor seperti kemudahan akses, proses yang cepat, dan promosi yang agresif telah mempengaruhi penggunaan layanan ini di tengah adopsi teknologi digital yang semakin meningkat dan kebiasaan belanja online yang sudah menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat Indonesia. Meskipun demikian, penggunaan layanan ini juga menimbulkan tantangan bagi pengguna, termasuk risiko kecanduan belanja, biaya tambahan seperti bunga dan denda keterlambatan pembayaran, serta kesulitan untuk mengontrol pengeluaran dan hutang yang terakumulasi.

Persepsi pengguna terhadap layanan PayLater Akulaku umumnya positif karena memberikan kemudahan dalam bertransaksi tanpa harus membayar segera, namun, ada juga ketidakpastian terkait dengan risiko finansial yang mungkin timbul. Dari sudut pandang Islam, tren pembelian barang melalui layanan PayLater Akulaku dapat dipandang sebagai penggunaan riba, yang bertentangan dengan prinsip-prinsip ekonomi Islam yang menekankan keadilan dan kebersamaan. Oleh karena itu, penggunaan layanan ini harus dibarengi dengan pemahaman risiko yang jelas serta manajemen keuangan yang baik untuk menghindari dampak negatif seperti ketergantungan kredit dan overindebtedness.

DAFTAR PUSTAKA

- Abrilia, N. D. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Fitur Layanan terhadap Minat Menggunakan E-Wallet pada Aplikasi Dana di Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (Jptn)*, 8(3), 1006–1012.
- Aisah, S. (2022). *Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, dan Persepsi Resiko terhadap Keputusan Pembelian pada Penggunaan Transaksi Shopee Paylater (Studi Kasus Mahasiswa FEB Unisma)*.
- Akad, A. H. I. T. P., & Akulaku, K. F. D. I. A. (2021). لا ديدش هلا هلا اوقتاو ناودغلاو نؤلا. *Jurnal Ulumul Syar'i*, 10(1).
- Amalia, R. (2024). *Pengaruh Fraud Pentagon Theory dalam Mendeteksi Fraudulent Financial Reporting pada Perusahaan Consumer Goods yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018-2022*. Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
- Amelia, P. N., Fidiansa, P. A., & Risa, C. S. (2023). Fenomena Penggunaan Paylater di Kalangan Mahasiswa. *Prosiding Seminar Nasional Ilmu Ilmu Sosial (Sniis)*, 2, 176–187.
- Angela, V., & Paramita, E. L. (2020). Pengaruh Lifestyle dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Impulse Buying Konsumen Shopee Generasi Z. *Jurnal Ekobis: Ekonomi Bisnis & Manajemen*, 10(2), 248–262.
- Anggono, B. N. T., & Ab, S. H. (2020). Persepsi Kemudahan, Resiko dan Kepercayaan terhadap Keputusan Penggunaan Gopay (Studi Kasus pada Mahasiswa Uniba Surakarta). *Jurnal Ilmiah Ekonomi*, 15(1), 144–153.
- Ansar, M. A. N. R., Nurfatikha, R. P., Saraswati, N. P. S. D., & Rakhmawati, N. A. (2022). Analisis Penggunaan Paylater untuk Belanja Online Mahasiswa di Surabaya pada

- Masa New Normal. *Jurnal Riset Bisnis Dan Investasi*, 8(3).
- Arif, S., Zainudin, H. K., & Hamid, A. (2019). Influence Of Leadership, Organizational Culture, Work Motivation, and Job Satisfaction of Performance Principles of Senior High School in Medan City. *Budapest International Research and Critics Institute-Journal (Birci-Journal)*, 2(4), 239–254.
- Bernada, T. (2017). Upaya Perlindungan Hukum pada Konsumen dalam Transaksi E-Commerce untuk Mendukung Pertumbuhan Ekonomi Digital di Indonesia. *Jurnal Hukum dan Peradilan*, 6(1), 1–24.
- Canestren, I. A., & Saputri, M. E. (2021). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, dan Resiko terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Metode Pembayaran Shopee Paylater. *Eproceedings Of Management*, 8(3).
- Dianari, R. G. F. (2018). Pengaruh E-Commerce terhadap Pertumbuhan Ekonomi Indonesia. *Bina Ekonomi*, 22(1), 43–62.
- Fadli, M. R. (2021). Memahami Desain Metode Penelitian Kualitatif. *Humanika, Kajian Ilmiah Mata Kuliah Umum*, 21(1), 33–54.
- Hardhika, R. E. B. (2021). Pengalaman Pengguna Paylater Mahasiswa di Surabaya. *The Commercium*, 4(02), 19–32.
- Ifadiyah, N. (2024). *Metode Pembayaran Melalui Paylater pada Transaksi Jual Beli Di E-Commerce dalam Perspektif Ekonomi Syariah*. Institut Agama Islam Negeri Madura.
- Khaer, M., & Nurhayati, R. (2019). Jual Beli Taqsith (Kredit) dalam Perspektif Hukum Ekonomi Islam. *Al Maqashidi: Jurnal Hukum Islam Nusantara*, 2(1), 99–110.
- Khairunnisa, S. A., Rahman, M. C., Apriyanti, C., Putri, D. O., & Fajrussalam, H. (2022). Perilaku Konsumtif Penggunaan Online Shopping dan Sistem Pay Later dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Fondatia*, 6(1), 130–147.
- Laksita, A. R., & Jatmika, S. (2022). *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta terhadap Aplikasi Pinjaman Online pada PT Akulaku*. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Lesmana, T., Mar'at, S., & Risnawati, W. (2017). Application of CBT in Coping With Compulsive Buying on Online Shopping By Young Adult Woman. *Jurnal Muara Ilmu Sosial, Humaniora, Dan Seni*, 1 (1), 65–75.
- Lusa, S., Purbo, O. W., & Lestari, T. (2024). *Peran E-Commerce dalam Mendukung Ekonomi Digital Indonesia*. Penerbit Andi.
- Maksum, M., Saputri, A. H., & Anggraini, R. M. (2023). Analisis Hukum Islam terhadap Transaksi Shopee Paylater Mahasiswa Iain Ponorogo. *Journal of Sharia Economic Law*, 1(2), 53–62.
- Muhibbuddin, M. (2017). Credit: An Islamic Law Perspective. *Al-Mizan (E-Journal)*, 13(2), 227–242.
- Nahidloh, S. (2014). Sistem Kredit dalam Ekonomi Islam Tinjauan Tafsir Ahkam. *Et-Tijarie: Jurnal Hukum Dan Bisnis Syariah*, 1(1).
- Nindyatmoko, A. (2021). *Resolusi Konflik Klaim Atas Kepemilikan Tanah Adat di Desa Bebidas, Nusa Tenggara Barat dalam Perspektif Collaborative Governance*. UNS (Sebelas Maret University).
- Nst, M. Z. A., & Nurhayati, N. (2022). Teori Maqashid Al-Syari'ah dan Penerapannya pada Perbankan Syariah. *Jesya (Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah)*, 5(1), 899–908.
- Nugroho, Y., & Samudera, I. (2018). All Eyes On E-Money: The Race To Reach 180m Unbanked Indonesians. *Think With Google*.
- Nurliani, A. P., Madya, D., Putri, I., Ananda, M. F., App, S. N., & Syahwildan, M. (2024). Analisis Realisasi Optimalisasi Profit Perusahaan Melalui Pengelolaan Piutang PT Bumiputera Bot Finance. *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis (Jemb)*, 1(6), 249–257.

- Palan, K. M., Morrow, P. C., Trapp, A., & Blackburn, V. (2011). Compulsive Buying Behavior In College Students: The Mediating Role of Credit Card Misuse. *Journal of Marketing Theory And Practice*, 19(1), 81–96.
- Panjalu, D. A., & Mirati, R. E. (2022). Analisis Pengaruh Minat Pengguna Fitur Paylater pada Aplikasi Shopee. *Seminar Nasional Akuntansi dan Manajemen Pnj*, 3.
- Pertiwi, T. D., & Herianingrum, S. (2024). Menggali Konsep Maqashid Syariah: Perspektif Pemikiran Tokoh Islam. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 10(1), 807–820.
- Prastiwi, I. E., & Fitria, T. N. (2021). Konsep Paylater Online Shopping dalam Pandangan Ekonomi Islam. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(1), 425–432.
- Purnamasari, R. D. A., Sasana, H., & Novitaningtyas, I. (2021). Pengaruh Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, Perceived Risk, dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Metode Pembayaran Shopee Paylater. *Jurnal Manajemen*, 13(3), 420–430.
- Rachmadany, D., Nuryadi, N., & Arifin, S. (2023). Pengaruh Brand Trust, Kemudahan Fintech, dan Risiko terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Paylater Payment:(Studi Kasus di Kelurahan Gading Rt. 10 Rw. 07 Kota Surabaya). *Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Manajemen*, 2(4), 94–112.
- Rafi, A. (2023). *Penyalahgunaan Keadaan (Undue Influence) Sebagai Alasan dalam Pembatalan Surat Pengunduran Diri Pekerja Perspektif Maqashid Syariah*. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim.
- Reddyson, R., Franky, F., Leonardy, L., Yeng, H., & Leonardo, V. (2022). Pengaruh Fitur Paylater terhadap Sifat Belanja yang Konsumtif pada Remaja di Kota Batam. *Jurnal Ecodemica: Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 6(2), 261–268.
- Sanoesi, R. N. W. O., & Setiawan, H. (2022). Pengaruh Presepsi Kemudahan, Manfaat, Intensitas Penggunaan, Gaya Hidup terhadap Impulse Buying pada Pengguna Shopee Paylater. *Simba: Seminar Inovasi Manajemen, Bisnis, dan Akuntansi*, 4.
- Saragih, F. I., & Lestari, D. (2022). Pengaruh Adanya Paylater di Kalangan Remaja di Sumatera Utara. *Inisiatif: Jurnal Ekonomi, Akuntansi dan Manajemen*, 1(4), 190–198.
- Sari, D. P. (2022). *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat terhadap Produk Bank Syariah (Studi Pada Kelurahan Purwoasri Kecamatan Metro Utara)*. Institut Agama Islam Negeri Metro.
- Sari, R. (2021). Pengaruh Penggunaan Paylater terhadap Perilaku Impulse Buying Pengguna E-Commerce di Indonesia. *Jurnal Riset Bisnis dan Investasi*, 7(1), 44–57.
- Senangsa, P., & Sirait, G. M. (2022). Analisis Pengaruh Hubungan Persepsi Kemudahan dan Promosi terhadap Keputusan Menggunakan Fasilitas Paylater:(Studi pada Mahasiswa Atma Jaya Pengguna Shopee Paylater. *Transaksi*, 14(2), 1–16.
- Sugiono, O. D., & Dewi, C. K. (2021). Pengaruh Perceived Ease Of Use, Perceived Utility, dan Brand Trust terhadap Propensity to Consume pada Pengguna Akulaku di Indonesia. *Eproceedings Of Management*, 8(5).
- Triyana, T., Asnaini, A., & Polindi, M. (2024). Analisis Perilaku Konsumtif Pengguna Layanan Buy Now Pay Later dalam Konsep Konsumsi Menurut Muhammad Abdul Mannan. *Jesya (Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi Syariah)*, 7(2), 1445–1456.
- Wahyuni, R. S., & Setyawati, H. A. (2020). Pengaruh Sales Promotion, Hedonic Shopping Motivation dan Shopping Lifestyle terhadap Impulse Buying pada E-Commerce Shopee. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis dan Akuntansi (Jimmba)*, 2(2), 144–154.
- Waluyo, W., Nurohman, Y. A., & Qurniawati, R. S. (2022). Buy Now, Pay Later: Apakah Paylater Mempengaruhi Pembelian Impulsif Generasi Muda Muslim? *Among Makarti*, 15(3).

- Wardah, N. A. (2021). Pengaruh Gaya Hidup Berbelanja dan Promosi Penjualan terhadap Pembelian Impulsif Avoskin di Shopee. *Mandar: Management Development and Applied Research Journal*, 4(1), 121–132.
- Wibangga, K. P., & Kasiyati, S. (2024). *Penggunaan Paylater di Lingkungan Mahasiswa Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta Menurut Perspektif Sosiologi Hukum Islam*. Uin Raden Mas Said.
- Yusuf, B. L. A. (2022). *Pengaruh Layanan Financial Technology Berbasis Metode Pembayaran Paylater terhadap Perilaku Impulsive Buying*.



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/)
