

## **Pengaruh Sistem Paylater, Literasi Keuangan, dan Pemahaman Ekonomi Syariah terhadap Pola Konsumsi Masyarakat dalam E-Commerce (Studi Kasus pada Masyarakat di Kecamatan Colomadu)**

**Nurul Munawaroh<sup>1</sup>, Iin Emy Prastiwi<sup>2</sup>, Muhammad Tho'in<sup>3</sup>**

<sup>1,2,3</sup>Institut Teknologi Bisnis AAS Indonesia

[nurulumunawaroh111@gmail.com](mailto:nurulumunawaroh111@gmail.com)<sup>1</sup>, [iinemyprastiwi24@gmail.com](mailto:iinemyprastiwi24@gmail.com)<sup>2</sup>,  
[thoin.itbaas@gmail.com](mailto:thoin.itbaas@gmail.com)<sup>3</sup>

### **Abstrak**

Perkembangan teknologi digital telah mendorong perubahan pola konsumsi masyarakat, khususnya melalui penggunaan e-commerce dan layanan keuangan digital seperti PayLater. Kemudahan yang ditawarkan oleh sistem pembayaran digital diduga dapat memengaruhi perilaku konsumsi masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh penggunaan sistem PayLater, literasi keuangan, dan pemahaman ekonomi syariah terhadap pola konsumsi masyarakat dalam e-commerce di Kecamatan Colomadu. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada 100 responden yang dipilih menggunakan teknik simple random sampling. Analisis data dilakukan menggunakan regresi linier berganda yang didahului dengan uji validitas, reliabilitas, dan uji asumsi klasik, serta pengujian hipotesis melalui uji t dan uji F. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial penggunaan sistem PayLater dan pemahaman ekonomi syariah tidak berpengaruh signifikan terhadap pola konsumsi masyarakat. Sebaliknya, literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap pola konsumsi masyarakat. Secara simultan, penggunaan sistem PayLater, literasi keuangan, dan pemahaman ekonomi syariah berpengaruh signifikan terhadap pola konsumsi masyarakat. Temuan ini menunjukkan bahwa literasi keuangan merupakan faktor yang lebih dominan dalam memengaruhi pola konsumsi dibandingkan dengan kemudahan layanan pembayaran digital maupun pemahaman nilai ekonomi syariah.

**Kata kunci:** PayLater, literasi keuangan, ekonomi syariah, pola konsumsi

### **Abstract**

*The development of digital technology has contributed to changes in consumer behavior, particularly through the use of e-commerce and digital financial services such as PayLater. The convenience offered by digital payment systems is assumed to influence consumer consumption patterns. This study aims to examine the effect of PayLater usage, financial literacy, and understanding of Islamic economics on consumer consumption patterns in e-commerce in Colomadu District. This research employs a quantitative approach using a survey method. Data were collected through questionnaires distributed to 100 respondents selected using simple random sampling. The data were analyzed using multiple linear regression preceded by validity, reliability, and classical assumption tests, as well as hypothesis testing using t-test and F-test. The results show that partially, PayLater usage and understanding of Islamic economics do not have a significant effect on consumer consumption patterns. In contrast, financial literacy has a significant effect on consumption patterns. Simultaneously, PayLater usage, financial literacy, and understanding of Islamic economics have a significant effect on consumption patterns. These findings indicate that financial literacy plays a more dominant role in shaping consumer behavior compared to the convenience of digital payment systems and the understanding of Islamic economic values.*

**Keywords:** *PayLater, financial literacy, Islamic economics, consumption patterns*

## Pendahuluan

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan masyarakat, termasuk dalam aktivitas ekonomi dan pola konsumsi. Salah satu bentuk transformasi tersebut adalah meningkatnya penggunaan platform *E-Commerce* yang memungkinkan masyarakat melakukan transaksi secara daring dengan lebih cepat dan praktis. Kemudahan akses teknologi serta meningkatnya penggunaan internet mendorong masyarakat untuk memanfaatkan *E-Commerce* dalam memenuhi berbagai kebutuhan sehari-hari. (Kumar et al., 2024)

Selain menyediakan berbagai produk dan layanan, platform *E-Commerce* juga menghadirkan inovasi layanan keuangan digital yang semakin mempermudah proses transaksi. Salah satu inovasi tersebut adalah sistem pembayaran PayLater, yaitu layanan yang memungkinkan konsumen melakukan pembelian terlebih dahulu dan melakukan pembayaran pada waktu tertentu di kemudian hari. Konsep buy now pay later memberikan fleksibilitas pembayaran bagi konsumen sehingga dapat meningkatkan kemudahan dalam melakukan transaksi digital. (Harfian et al., 2025)

Kemudahan yang ditawarkan oleh sistem PayLater berpotensi meningkatkan daya beli masyarakat karena konsumen dapat memperoleh barang atau jasa tanpa harus melakukan pembayaran secara langsung. Namun demikian, beberapa penelitian menunjukkan bahwa penggunaan layanan buy now pay later juga dapat memengaruhi perilaku konsumsi dan mendorong kecenderungan pembelian yang tidak direncanakan apabila tidak disertai dengan pengelolaan keuangan yang baik. (Ashby et al., 2025) Kondisi ini menunjukkan bahwa kemudahan akses pembiayaan dalam transaksi digital dapat menjadi faktor yang memengaruhi pola konsumsi masyarakat.

Selain penggunaan sistem pembayaran digital, faktor lain yang turut memengaruhi perilaku konsumsi masyarakat adalah tingkat literasi keuangan. Literasi keuangan berkaitan dengan kemampuan individu dalam memahami, mengelola, dan mengambil keputusan yang tepat terkait dengan keuangan pribadi. Individu dengan tingkat literasi keuangan yang baik cenderung mampu mengendalikan pengeluaran, mempertimbangkan risiko keuangan, serta mengambil keputusan konsumsi secara lebih rasional. (Annisa Marshanda Rahmawati et al., 2025)

Dalam konteks masyarakat muslim, perilaku konsumsi juga dipengaruhi oleh pemahaman terhadap nilai-nilai ekonomi syariah. Ekonomi syariah menekankan prinsip keadilan, keseimbangan, serta larangan terhadap perilaku konsumsi yang berlebihan (*israf*). Pemahaman terhadap prinsip-prinsip tersebut diharapkan dapat menjadi landasan etis dalam aktivitas ekonomi, termasuk dalam pengambilan keputusan konsumsi di tengah perkembangan layanan keuangan digital.

## Kajian Teori

### Sistem PayLater

Perkembangan teknologi finansial mendorong munculnya berbagai inovasi dalam sistem pembayaran digital, salah satunya adalah layanan PayLater. Layanan PayLater merupakan metode pembayaran yang memungkinkan konsumen memperoleh barang atau jasa terlebih dahulu dan melakukan pembayaran pada waktu yang telah ditentukan kemudian. Sistem ini dikenal dengan istilah *buy now pay later* (BNPL), yaitu sistem pembayaran yang memberikan

keleluasaan bagi konsumen dalam menunda pembayaran transaksi yang dilakukan. (Kumar et al., 2024)

Dalam penerapannya, layanan PayLater banyak digunakan pada platform e-commerce sebagai alternatif metode pembayaran selain transfer atau pembayaran langsung. Layanan ini memberikan kemudahan bagi konsumen karena proses pengajuan dan persetujuan penggunaan layanan umumnya dilakukan secara cepat dan tidak serumit sistem kredit konvensional. (Utami et al., 2023)

Di sisi lain, kemudahan yang diberikan oleh sistem PayLater juga dapat memengaruhi perilaku konsumsi masyarakat. Akses pembiayaan yang mudah serta fleksibilitas dalam pembayaran dapat mendorong konsumen melakukan pembelian tanpa perencanaan keuangan yang matang. Oleh karena itu, penggunaan PayLater sering dikaitkan dengan meningkatnya kecenderungan perilaku konsumtif dalam aktivitas belanja online. (Ashby et al., 2025)

### **Literasi Keuangan**

Literasi keuangan dapat diartikan sebagai kemampuan individu dalam memahami konsep keuangan dan mengelola keuangan pribadi secara tepat. Literasi keuangan tidak hanya berkaitan dengan pengetahuan mengenai uang, tetapi juga mencakup kemampuan dalam mengatur pendapatan, mengendalikan pengeluaran, menabung, berinvestasi, serta memahami risiko dalam setiap keputusan keuangan. (Ghozali, 2021)

Individu yang memiliki tingkat literasi keuangan yang baik cenderung mampu mengambil keputusan ekonomi secara lebih rasional dan terencana. Pemahaman terhadap pengelolaan keuangan membantu individu dalam mengendalikan pengeluaran serta mempertimbangkan dampak jangka panjang dari setiap keputusan keuangan yang diambil. (Annisa Marshanda Rahmawati et al., 2025)

Dalam penggunaan layanan keuangan digital seperti PayLater, literasi keuangan menjadi salah satu faktor yang memengaruhi perilaku konsumsi. Individu dengan literasi keuangan yang baik umumnya lebih berhati-hati dalam menggunakan fasilitas pembayaran berbasis kredit dan lebih mampu mengelola keuangan secara bijak sehingga dapat menghindari perilaku konsumsi yang berlebihan. (Asih et al., 2025)

### **Pemahaman Ekonomi Syariah**

Ekonomi syariah merupakan sistem ekonomi yang berlandaskan pada nilai-nilai Islam yang bersumber dari Al-Qur'an dan Hadis. Prinsip utama dalam ekonomi syariah menekankan keadilan, keseimbangan, serta kemaslahatan dalam aktivitas ekonomi. Selain itu, ekonomi syariah juga melarang praktik yang merugikan seperti riba, gharar, dan perilaku konsumsi yang berlebihan (israf). (Rozi & Aldianza, 2024)

Dalam perspektif ekonomi Islam, aktivitas konsumsi tidak hanya bertujuan untuk memenuhi kebutuhan material, tetapi juga harus mempertimbangkan nilai-nilai etika dan moral. Konsumsi yang dianjurkan adalah konsumsi yang dilakukan secara moderat, tidak berlebihan, dan sesuai dengan kebutuhan. (Sadali et al., 2024)

Pemahaman terhadap prinsip-prinsip ekonomi syariah diharapkan dapat menjadi landasan bagi individu dalam mengambil keputusan ekonomi yang lebih bijak. Dalam konteks konsumsi, individu yang memiliki pemahaman ekonomi syariah yang baik cenderung lebih berhati-hati dalam menggunakan fasilitas pembiayaan konsumtif serta mempertimbangkan kesesuaian perilaku konsumsi dengan nilai-nilai syariah. (Efendi & Nawsri, 2024).

## Pola Konsumsi Masyarakat

Pola konsumsi masyarakat merupakan gambaran perilaku individu atau kelompok dalam menggunakan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan hidup. Pola konsumsi dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti tingkat pendapatan, gaya hidup, lingkungan sosial, serta tingkat pemahaman individu terhadap pengelolaan keuangan. (Ashby et al., 2025)

Dalam era digital, pola konsumsi masyarakat mengalami perubahan seiring dengan berkembangnya teknologi informasi dan komunikasi. Kemudahan akses terhadap platform *E-Commerce* serta berbagai inovasi sistem pembayaran digital mendorong masyarakat untuk melakukan transaksi secara lebih praktis dan cepat. (Kumar et al., 2024)

Perubahan pola konsumsi tersebut dapat memberikan dampak positif dalam meningkatkan efisiensi transaksi, namun juga berpotensi meningkatkan perilaku konsumtif apabila tidak disertai dengan pengelolaan keuangan yang baik. Oleh karena itu, faktor seperti literasi keuangan dan pemahaman nilai ekonomi menjadi penting dalam membentuk perilaku konsumsi yang lebih rasional dan bertanggung jawab. (Utomo et al., 2024)

## Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Pendekatan kuantitatif digunakan karena penelitian ini bertujuan untuk menguji hubungan dan pengaruh antara variabel independen dan variabel dependen melalui pengolahan data dalam bentuk angka yang diperoleh dari responden. Metode survei digunakan untuk mengumpulkan data mengenai sikap, persepsi, dan perilaku masyarakat terkait penggunaan sistem *PayLater* dalam aktivitas belanja online. (Sugiyono, 2019)

Penelitian ini dilaksanakan di Kecamatan Colomadu, Kabupaten Karanganyar. Pemilihan lokasi penelitian didasarkan pada pertimbangan bahwa masyarakat di wilayah tersebut telah banyak menggunakan *e-commerce* serta layanan pembayaran digital seperti *PayLater* dalam aktivitas konsumsi sehari-hari. Penelitian dilaksanakan pada periode November 2025 sampai Januari 2026.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat Kecamatan Colomadu yang berjumlah 68.663 jiwa berdasarkan data Badan Pusat Statistik. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah simple random sampling, yaitu teknik pengambilan sampel secara acak di mana setiap anggota populasi memiliki peluang yang sama untuk menjadi sampel penelitian (Sugiyono & Lestari, 2021). Penentuan jumlah sampel menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 10%, sehingga diperoleh jumlah sampel sebanyak 100 responden.

Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner yang disebarikan kepada responden yang telah memenuhi kriteria penelitian, yaitu masyarakat yang pernah menggunakan *e-commerce* dan mengetahui atau pernah menggunakan sistem *PayLater*. Instrumen penelitian disusun menggunakan skala Likert dengan lima kategori jawaban, yaitu sangat tidak setuju, tidak setuju, netral, setuju, dan sangat setuju..

Variabel dalam penelitian ini terdiri dari variabel independen dan variabel dependen. Variabel independen meliputi penggunaan sistem *PayLater* (X1), literasi keuangan (X2), dan pemahaman ekonomi syariah (X3), sedangkan variabel dependen adalah pola konsumsi masyarakat (Y). Masing-masing variabel diukur menggunakan indikator yang disusun berdasarkan konsep teoritis yang relevan dengan penelitian.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linear berganda untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Sebelum dilakukan analisis regresi, terlebih dahulu dilakukan uji kualitas data yang meliputi uji validitas dan uji

reliabilitas. Selanjutnya dilakukan uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas untuk memastikan bahwa model regresi memenuhi asumsi statistik (Ghozali, 2021). Pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan uji t untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial. Selanjutnya, uji F digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen secara simultan terhadap variabel dependen. Selain itu, koefisien determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk mengetahui kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen.

## Hasil dan Pembahasan

### Karakteristik Responden

Penelitian ini melibatkan 100 responden yang berdomisili di Kecamatan Colomadu dan telah memenuhi kriteria sebagai pengguna atau mengetahui sistem PayLater dalam *E-Commerce*. Berdasarkan distribusi jenis kelamin, responden perempuan lebih dominan dibandingkan responden laki-laki. Sebanyak 62 responden (62%) merupakan perempuan, sedangkan 38 responden (38%) merupakan laki-laki. Kondisi ini menunjukkan bahwa perempuan cenderung lebih aktif dalam aktivitas belanja online serta lebih responsif terhadap promosi dan kemudahan pembayaran yang ditawarkan oleh platform *E-Commerce*.

Berdasarkan usia responden, mayoritas responden berada pada rentang usia 21–25 tahun dengan jumlah 37 responden (37%). Selanjutnya diikuti kelompok usia 26–30 tahun sebanyak 25 responden (25%), usia 31–35 tahun sebanyak 20 responden (20%), dan usia 17–20 tahun sebanyak 18 responden (18%). Distribusi ini menunjukkan bahwa mayoritas responden berada pada kelompok usia produktif yang memiliki tingkat penggunaan teknologi digital yang relatif tinggi.

### Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui sejauh mana instrumen penelitian mampu mengukur variabel yang diteliti secara tepat. Suatu item pernyataan dinyatakan valid apabila nilai korelasi lebih besar daripada nilai r tabel pada tingkat signifikansi tertentu (Ghozali, 2018, 2021). Hasil pengujian menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan pada variabel penggunaan sistem PayLater, literasi keuangan, pemahaman ekonomi syariah, dan pola konsumsi memiliki nilai korelasi yang lebih besar daripada r tabel sebesar 0,1966 dengan tingkat signifikansi di bawah 0,05. Dengan demikian seluruh item pernyataan dinyatakan valid.

**Tabel 1. Hasil Uji Validitas**

Variabel	r tabel	Indikator	Pearson	Sig	Keterangan
Penggunaan Sistem PayLater (X1)	0,1966	X1.1	0,724	0,000	VALID
	0,1966	X1.2	0,836	0,000	VALID
	0,1966	X1.3	0,793	0,000	VALID
	0,1966	X1.4	0,662	0,000	VALID
Literasi Keuangan (X2)	0,1966	X2.1	0,800	0,000	VALID
	0,1966	X2.2	0,846	0,000	VALID
	0,1966	X2.3	0,870	0,000	VALID
	0,1966	X2.4	0,850	0,000	VALID
	0,1966	X3.1	0,777	0,000	VALID

Pemahaman Ekonomi Syariah (X3)	0,1966	X3.2	0,743	0,000	VALID
	0,1966	X3.3	0,821	0,000	VALID
	0,1966	X3.4	0,730	0,000	VALID
Pola Konsumsi (Y)	0,1966	Y1	0,839	0,000	VALID
	0,1966	Y2	0,824	0,000	VALID
	0,1966	Y3	0,917	0,000	VALID
	0,1966	Y4	0,808	0,000	VALID

Selanjutnya, dilakukan uji reliabilitas untuk mengetahui konsistensi instrumen penelitian. Instrumen penelitian dinyatakan reliabel apabila nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,60 (Ghozali, 2021). Hasil pengujian menunjukkan bahwa seluruh variabel penelitian memiliki nilai Cronbach's Alpha di atas 0,60 sehingga instrumen penelitian dinyatakan reliabel dan layak digunakan dalam pengumpulan data penelitian.

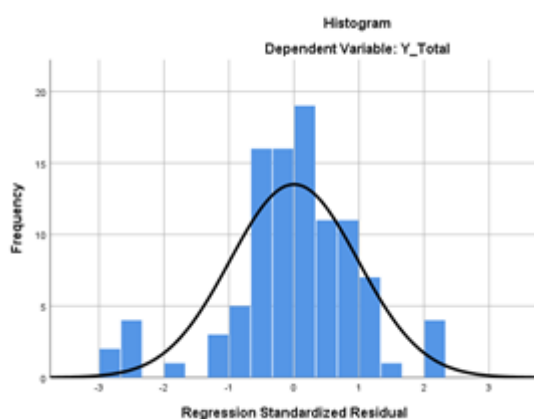
**Tabel 2. Hasil Uji Reabilitas**

Variabel	Jumlah Item	Cronbach's Alpha	Standar	Keterangan
X1	4	0,744	> 0,60	Reliabel
X2	4	0,601	> 0,60	Reliabel
X3	4	0,875	> 0,60	Reliabel
Y	4	0,608	> 0,60	Reliabel

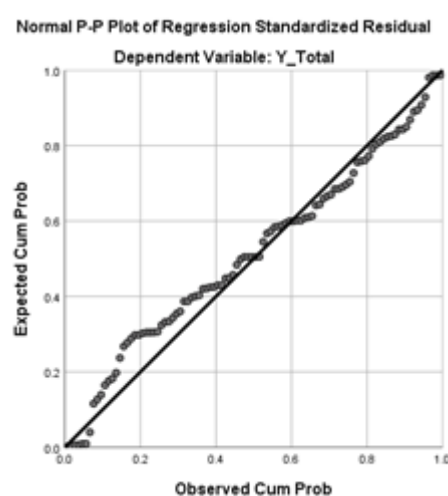
### Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan untuk memastikan bahwa model regresi linear berganda yang digunakan dalam penelitian memenuhi persyaratan statistik sehingga hasil analisis dapat diinterpretasikan secara tepat (Ghozali, 2018).

Hasil uji normalitas menunjukkan bahwa distribusi residual pada model regresi mengikuti pola distribusi normal yang ditunjukkan oleh grafik histogram dan normal probability plot.



**Gambar 1. Grafik Histogram**



**Gambar 2. Grafik P-Plot**

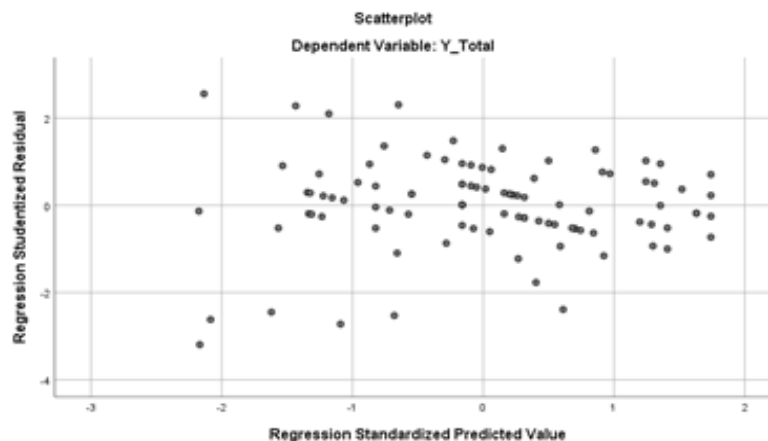
Selanjutnya, uji multikolinearitas menunjukkan bahwa nilai tolerance seluruh variabel independen lebih besar dari 0,10 dan nilai Variance Inflation Factor (VIF) lebih kecil dari 10, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas dalam model regresi.

**Tabel 3. Hasil Perhitungan Tolerance dan VIF**

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	X1_Total	.547	1.828
	X2_Total	.319	3.134
	X3_Total	.282	3.546

a. Dependent Variable: Y\_Total

Uji heteroskedastisitas dilakukan dengan menggunakan analisis grafik scatterplot antara nilai residual dan nilai prediksi. Hasil pengujian menunjukkan bahwa titik-titik pada grafik menyebar secara acak dan tidak membentuk pola tertentu, sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak mengalami heteroskedastisitas.



**Gambar 3. Grafik Scatterplot**

### Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh penggunaan sistem PayLater, literasi keuangan, dan pemahaman ekonomi syariah terhadap pola konsumsi masyarakat dalam *E-Commerce* (Ghozali, 2018).

Berdasarkan hasil analisis diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 5,768 + 0,149X_1 + 0,518X_2 - 0,029X_3$$

Persamaan regresi tersebut menunjukkan bahwa variabel literasi keuangan memiliki koefisien terbesar dibandingkan dengan variabel lainnya, yang mengindikasikan bahwa literasi keuangan merupakan faktor yang paling dominan dalam memengaruhi pola konsumsi masyarakat.

Nilai F hitung sebesar 13,086 yang lebih besar dari F tabel serta nilai signifikansi sebesar 0,000 (<0,05) menunjukkan bahwa model regresi yang digunakan dalam penelitian ini layak dan mampu menjelaskan hubungan antara variabel independen dan variabel dependen.

**Tabel 4. Hasil Uji Coefficients**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients	
		B	Std. Error
1	(Constant)	5.768	1.695
	X1_Total	.149	.108
	X2_Total	.518	.174
	X3_Total	-.029	.145

**Uji Simultan (Uji F)**

**Tabel 5. Hasil Uji F**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	178.029	3	59.343	13.086	.000 <sup>b</sup>
	Residual	435.361	96	4.535		
	Total	613.390	99			

**Uji Parsial (Uji t)**

**Tabel 6. Hasil Uji t**

Model		Coefficients <sup>a</sup>		
		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
1	(Constant)		3.403	.001
	X1_Total	.160	1.376	.172
	X2_Total	.454	2.985	.004
	X3_Total	-.032	-.200	.842

Hasil uji parsial (uji t) menunjukkan bahwa variabel penggunaan sistem PayLater memiliki nilai signifikansi sebesar 0,172 ( $>0,05$ ), sehingga tidak berpengaruh signifikan terhadap pola konsumsi masyarakat. Hal ini menunjukkan bahwa kemudahan fasilitas pembayaran PayLater tidak secara langsung mendorong peningkatan konsumsi masyarakat.

Sebaliknya, variabel literasi keuangan memiliki nilai signifikansi sebesar 0,004 ( $<0,05$ ), sehingga berpengaruh signifikan terhadap pola konsumsi masyarakat. Hasil ini menunjukkan bahwa kemampuan individu dalam mengelola keuangan memiliki peran penting dalam menentukan keputusan konsumsi. Sementara itu, variabel pemahaman ekonomi syariah memiliki nilai signifikansi sebesar 0,842 ( $>0,05$ ), sehingga tidak berpengaruh signifikan terhadap pola konsumsi masyarakat. Hal ini mengindikasikan bahwa pemahaman terhadap prinsip ekonomi syariah belum tentu diimplementasikan secara langsung dalam perilaku konsumsi sehari-hari.

## Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Tabel 7. Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics		
					R Square Change	F Change	df1
1	.539 <sup>a</sup>	.290	.268	2.130	.290	13.086	3

Nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,290 menunjukkan bahwa sebesar 29% variasi pola konsumsi masyarakat dapat dijelaskan oleh variabel penggunaan sistem PayLater, literasi keuangan, dan pemahaman ekonomi syariah. Sedangkan sisanya sebesar 71% dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian. Hal ini menunjukkan bahwa masih terdapat variabel lain yang berpotensi memengaruhi pola konsumsi masyarakat yang belum dimasukkan dalam model penelitian, seperti faktor pendapatan, gaya hidup, maupun pengaruh promosi dalam e-commerce.

## Pembahasan

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, variabel penggunaan sistem PayLater tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap pola konsumsi masyarakat. Hal ini menunjukkan bahwa keberadaan sistem pembayaran digital yang memberikan kemudahan transaksi tidak selalu secara langsung meningkatkan tingkat konsumsi masyarakat. Responden dalam penelitian ini cenderung tetap mempertimbangkan kebutuhan serta kondisi keuangan sebelum melakukan pembelian, meskipun tersedia fasilitas pembayaran *PayLater* yang memungkinkan pembayaran dilakukan di kemudian hari.

Di sisi lain, literasi keuangan menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap pola konsumsi masyarakat. Hasil ini menunjukkan bahwa tingkat pemahaman individu terhadap pengelolaan keuangan memiliki peran penting dalam menentukan perilaku konsumsi. Individu yang memiliki literasi keuangan yang baik cenderung lebih mampu mengendalikan pengeluaran dan mempertimbangkan prioritas kebutuhan sehingga keputusan konsumsi yang diambil menjadi lebih rasional dan terencana.

Sementara itu, pemahaman ekonomi syariah tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap pola konsumsi masyarakat. Hal ini menunjukkan bahwa pemahaman mengenai prinsip-prinsip ekonomi syariah belum tentu secara langsung memengaruhi perilaku konsumsi masyarakat dalam aktivitas belanja online. Meskipun responden memiliki pengetahuan mengenai nilai-nilai ekonomi syariah, dalam praktiknya keputusan konsumsi masih lebih dipengaruhi oleh faktor lain seperti kebutuhan, kemudahan transaksi, serta promosi yang ditawarkan oleh platform *e-commerce*.

## Kesimpulan dan Saran

### Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis penelitian mengenai pengaruh sistem PayLater, literasi keuangan, dan pemahaman ekonomi syariah terhadap pola konsumsi masyarakat dalam *E-Commerce* di Kecamatan Colomadu, dapat disimpulkan bahwa penggunaan sistem PayLater tidak berpengaruh signifikan terhadap pola konsumsi masyarakat. Hal ini menunjukkan bahwa keberadaan fasilitas pembayaran PayLater dalam platform *E-Commerce* tidak secara langsung menentukan tingkat konsumsi masyarakat.

Sebaliknya, literasi keuangan terbukti memiliki pengaruh signifikan terhadap pola konsumsi masyarakat. Hasil ini menunjukkan bahwa tingkat pemahaman individu terhadap pengelolaan keuangan memiliki peran penting dalam membentuk perilaku konsumsi yang lebih rasional dan terkontrol.

Sementara itu, pemahaman ekonomi syariah tidak berpengaruh signifikan terhadap pola konsumsi masyarakat. Temuan ini menunjukkan bahwa pemahaman terhadap prinsip-prinsip ekonomi syariah belum tentu secara langsung memengaruhi perilaku konsumsi masyarakat dalam aktivitas belanja online.

### Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, beberapa saran yang dapat diajukan adalah pertama, masyarakat diharapkan dapat meningkatkan pemahaman dan literasi keuangan sehingga mampu mengelola keuangan secara lebih bijak, terutama dalam memanfaatkan layanan pembayaran digital seperti PayLater pada transaksi *e-commerce*. Dengan literasi keuangan yang baik, masyarakat diharapkan dapat menghindari perilaku konsumsi yang berlebihan dan mampu mengatur pengeluaran sesuai dengan kebutuhan. Kedua, lembaga pendidikan serta pihak terkait diharapkan dapat meningkatkan program edukasi mengenai literasi keuangan dan pengelolaan keuangan digital. Edukasi tersebut penting agar masyarakat memiliki pengetahuan yang lebih baik dalam mengelola keuangan dan mengambil keputusan konsumsi secara rasional di era perkembangan teknologi keuangan digital. Ketiga, bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk menambahkan variabel lain yang diduga dapat memengaruhi pola konsumsi masyarakat, seperti tingkat pendapatan, gaya hidup, promosi *e-commerce*, maupun faktor psikologis konsumen, sehingga penelitian selanjutnya dapat menghasilkan model penelitian yang lebih lengkap dan komprehensif.

### Referensi

- Annisa Marshanda Rahmawati, Prastiwi, I. E., & Agus Marimin. (2025). Pengaruh Pendapatan, Literasi Keuangan, dan Pengetahuan Investasi terhadap Minat Investasi Syariah di Kecamatan Kartasura Sukoharjo. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 11(02 SE-Articles). <https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jiei/article/view/17002>
- Ashby, R., Sharifi, S., Yao, J., & Ang, L. (2025). The influence of the buy-now-pay-later payment mode on consumer spending decisions. *Journal of Retailing*, 101(1), 103–119. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jretai.2025.01.003>
- Asih, D. N. L., Andrianingsih, V., & Faisol, M. (2025). The impact of financial literacy, financial technology, social environment, and lifestyle on financial management. *Jurnal Akademi Akuntansi*, 8(2).
- Efendi, B., & Nawsri, A. (2024). Islamic Business Ethics as a Foundation for Corporate Social Responsibility (CSR) in Sharia Companies. *EI -Hekam*, 9(1 SE-), 146–159. <https://doi.org/10.31958/jeh.v9i1.13602>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 26*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Harfian, H., Bado, B., Astuty, S., Astuti, D. R. D., & Rajab, A. (2025). Analisis Dampak Layanan PayLater terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa di Kota Makassar (Studi Kasus Mahasiswa {UNM}). *Bisnis-Net Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 8(1), 181–187.
- Kumar, A., Salo, J., & Bezawada, R. (2024). The effects of buy now, pay later (BNPL) on customers' online purchase behavior. *Journal of Retailing*, 100(4), 602–617. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jretai.2024.09.004>
- Rozi, A. F., & Aldianza, M. (2024). E-Commerce Dalam Perspektif Ekonomi Syariah Dan Perannya Untuk Meningkatkan Penghasilan Masyarakat. *Indonesian Journal of*

- Economy and Education Economy*, 2(2), 264–273.  
<https://jurnal.academiacenter.org/index.php/IJEN/article/view/310>
- Sadali, A., Hermawan Adinugraha, H., & Shulthoni, M. (2024). Islamic Economic Review of Consumption: a Systematic Literature Review Approach. *JIM: Journal Of International Management*, 3(01), 74–90. <https://doi.org/10.62668/jim.v3i01.1029>
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono, S., & Lestari, P. (2021). *Metode penelitian komunikasi (Kuantitatif, kualitatif, dan cara mudah menulis artikel pada jurnal internasional)*.
- Utami, M., Meriyati, M., & Aravik, H. (2023). Pengaruh Penggunaan Sistem Pembayaran Shopee PayLater Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat Kecamatan Ilir Barat II Kota Palembang Serta Pandangan Perspektif Ekonomi Islam Terhadapnya. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Perbankan Syariah (JIMPA)*, 3(2), 269–282.  
<https://doi.org/10.36908/jimpa.v3i2.235>
- Utomo, S. B., Hamka, H., Burhanuddin, B., Yuliantina, D., & Munizu, M. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan, Penggunaan Shopee Paylater Dan Life Style Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *JURNAL ILMIAH EDUNOMIKA*, 8(2).  
<https://doi.org/10.29040/jie.v8i2.13069>