



Transformasi Perilaku Menabung Generasi Z di Era Aplikasi Paylater: Ancaman dan Peluang Pertumbuhan Dana Pihak Ketiga Bank Syariah di Indonesia

Nuriza Azrahima¹

¹ Institut Agama Islam Hamzanwadi Pancor Lombok Timur

Email: nurizaaz539@gmail.com

Assyiatullah²

² Institut Agama Islam Hamzanwadi Pancor Lombok Timur

Email: assyiatullah271@gmail.com

Sriyulia Kartika³

³ Institut Agama Islam Hamzanwadi Pancor Lombok Timur

Email: sriyuliakartika82@gmail.com

Eka Trihardi Zulkarnaen⁴

⁴ Institut Agama Islam Hamzanwadi Pancor Lombok Timur

Email: ekatrihardi29@gmail.com

L. Muhamad Iswandi⁵

⁵ Institut Agama Islam Hamzanwadi Pancor Lombok Timur

Email: [lalumuhamadiswandi39@gmail.com](mailto:lalumhamadiswandi39@gmail.com)

Abstract

The rapid growth of paylater applications among Generation Z has significantly transformed consumption patterns and saving behavior in Indonesia. Meanwhile, Islamic banking is in an expansion phase that requires stable and sustainable growth of Third-Party Funds (DPK). This study aims to analyze the transformation of Gen Z saving behavior in the paylater era and its implications for the growth of DPK in Indonesian Islamic banking, while examining both threats and opportunities arising from this phenomenon. The method used is a literature study with a descriptive qualitative approach through content analysis of various relevant primary and secondary sources. The findings indicate that paylater poses a real threat by encouraging consumptive behavior, reducing saving tendencies, and extending debt cycles among young people. However, the emergence of sharia-based fintech ecosystems opens new opportunities to bring Gen Z into the broader Islamic financial ecosystem. Innovative and collaborative strategies from Islamic banks, regulators, and educational institutions are needed to respond appropriately to sustain DPK growth.

Keywords: Generation Z, Paylater, Third-Party Funds, Islamic Banking, Saving Behavior, Islamic Fintech

Abstrak

Pertumbuhan penggunaan aplikasi paylater di kalangan Generasi Z telah membawa perubahan signifikan terhadap pola konsumsi dan kebiasaan menabung masyarakat Indonesia. Di sisi lain, perbankan syariah sedang dalam fase ekspansi yang membutuhkan dukungan pertumbuhan Dana Pihak Ketiga (DPK) yang stabil dan berkelanjutan. Penelitian ini bertujuan menganalisis transformasi perilaku menabung Generasi Z di era paylater serta dampaknya terhadap pertumbuhan DPK bank syariah di Indonesia, sekaligus menelaah dimensi ancaman dan peluang yang muncul dari fenomena tersebut. Metode yang digunakan adalah studi literatur dengan pendekatan kualitatif deskriptif melalui analisis isi terhadap berbagai sumber primer dan sekunder yang relevan. Hasil kajian menunjukkan bahwa paylater berpotensi menjadi ancaman nyata karena mendorong perilaku konsumtif, mengurangi kecenderungan menabung, dan memperpanjang siklus utang di kalangan anak muda. Namun di sisi lain, kehadiran ekosistem fintech syariah berbasis paylater justru membuka peluang baru untuk menarik segmen Gen Z ke dalam ekosistem keuangan Islam yang lebih luas. Diperlukan strategi inovatif dan kolaboratif dari perbankan syariah bersama regulator dan lembaga pendidikan guna merespons fenomena ini secara tepat sasaran demi menjaga pertumbuhan DPK yang berkelanjutan.

Kata Kunci: Generasi Z, Paylater, Dana Pihak Ketiga, Bank Syariah, Perilaku Menabung, Fintech Syariah



Pendahuluan

Industri perbankan syariah Indonesia menunjukkan perkembangan yang cukup menggembirakan dalam satu dekade terakhir. Berdasarkan data Otoritas Jasa Keuangan (OJK), total aset perbankan syariah nasional terus mengalami pertumbuhan yang konsisten, dengan Dana Pihak Ketiga (DPK) sebagai penopang utama aktivitas pembiayaan mencapai angka yang signifikan pada akhir tahun 2023.¹ Capaian ini tidak terlepas dari meningkatnya kepercayaan masyarakat terhadap sistem keuangan berbasis nilai-nilai Islam yang menjunjung tinggi prinsip keadilan, transparansi, dan kehalalan dalam setiap transaksi ekonomi.

Di sisi lain, Indonesia sedang menghadapi pergeseran demografis yang sangat strategis. Generasi Z yang umumnya didefinisikan sebagai mereka yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012 kini mulai mendominasi pasar tenaga kerja dan konsumsi nasional.² Dalam beberapa tahun ke depan, generasi ini akan menjadi segmen nasabah terbesar bagi industri perbankan. Oleh karena itu, memahami karakteristik dan pola perilaku keuangan mereka menjadi sangat krusial bagi keberlangsungan dan pertumbuhan perbankan syariah ke depan.

Salah satu fenomena yang paling menonjol di kalangan Generasi Z adalah tingginya adopsi layanan keuangan digital, khususnya aplikasi Buy Now Pay Later (BNPL) atau yang populer disebut paylater. Layanan ini memungkinkan pengguna untuk melakukan pembelian barang atau jasa secara langsung dan menunda pembayarannya ke periode berikutnya, baik secara penuh maupun dalam bentuk cicilan bulanan.³ Kemudahan akses, proses persetujuan yang instan, dan integrasi dengan berbagai platform e-commerce menjadikan paylater sebagai pilihan utama transaksi digital bagi kalangan muda Indonesia.

Data terkini menunjukkan bahwa nilai transaksi paylater di Indonesia terus meningkat secara eksponensial. Pengguna aktif layanan ini didominasi oleh kelompok usia 18-25 tahun yang merupakan representasi dari Generasi Z. Fenomena ini secara langsung berpotensi mempengaruhi pola menabung mereka, karena sebagian penghasilan atau uang saku yang seharusnya ditabung justru dialokasikan untuk memenuhi kewajiban cicilan paylater yang terus bertambah.

Dari perspektif perbankan syariah, persoalan ini memiliki dua dimensi yang saling berhadapan. Di satu sisi, berkurangnya kebiasaan menabung Generasi Z berimplikasi langsung pada potensi penurunan pertumbuhan DPK, yang merupakan sumber dana utama bagi operasional dan ekspansi perbankan syariah.⁴ Di sisi lain, fenomena paylater yang mendorong inklusivitas keuangan digital justru membuka celah bagi bank syariah untuk berinovasi dan menjangkau segmen pasar yang selama ini relatif sulit disentuh melalui pendekatan perbankan konvensional.

Melihat kompleksitas fenomena ini, penelitian ini dirancang untuk memberikan analisis yang komprehensif dan berimbang. Rumusan masalah yang diangkat adalah: (1) Bagaimana transformasi perilaku menabung Generasi Z di era aplikasi paylater? (2)

¹ Otoritas Jasa Keuangan, Statistik Perbankan Syariah Desember 2023 (Jakarta: OJK, 2024), hlm. 12.

² Badan Pusat Statistik, Profil Generasi Milenial dan Generasi Z Indonesia (Jakarta: BPS, 2022), hlm. 8.

³ Morgan Stanley, BNPL and Gen Z: A New Era of Consumer Finance (New York: Morgan Stanley Research, 2022), hlm. 5.

⁴ Ririn Tri Ratnasari dan Mastuti Aksa, Teori dan Kasus Manajemen Perbankan Syariah (Bogor: Ghalia Indonesia, 2011), hlm. 44.



Apakah fenomena paylater lebih banyak membawa ancaman atau justru peluang bagi pertumbuhan DPK bank syariah di Indonesia? Tujuan dari penelitian ini adalah menganalisis kedua dimensi tersebut secara mendalam dan merumuskan rekomendasi strategis bagi perbankan syariah.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi akademis yang berarti bagi pengembangan ilmu ekonomi Islam, khususnya dalam mengkaji persinggungan antara inovasi teknologi keuangan dan sistem perbankan berbasis syariah. Selain itu, secara praktis, temuan penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi manajemen bank syariah dalam merumuskan strategi penghimpunan DPK yang lebih responsif terhadap perubahan perilaku generasi digital.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kepustakaan (*library research*). Metode ini dipilih karena kajian yang dilakukan bersifat konseptual dan analitis, bertujuan untuk membangun pemahaman mendalam tentang fenomena paylater dan implikasinya terhadap DPK bank syariah melalui telaah kritis terhadap berbagai sumber literatur yang relevan.⁵

Sumber data dalam penelitian ini meliputi dua kategori. Pertama, sumber primer, yakni Al-Qur'an dan Hadis sebagai landasan normatif, fatwa DSN-MUI, peraturan OJK dan Bank Indonesia, serta laporan statistik resmi dari lembaga-lembaga tersebut. Kedua, sumber sekunder, yang mencakup buku-buku teks akademik di bidang perbankan syariah, manajemen keuangan, dan ekonomi Islam; jurnal ilmiah nasional terakreditasi Sinta dan jurnal internasional terindeks Scopus; laporan penelitian lembaga internasional; serta artikel ilmiah dari konferensi yang relevan.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui dokumentasi sistematis, yaitu dengan mengidentifikasi, mengumpulkan, dan mencatat seluruh informasi dari sumber-sumber yang memenuhi kriteria inklusi. Kriteria inklusi yang ditetapkan meliputi: (1) relevansi substansial dengan topik penelitian; (2) kemutakhiran sumber, diprioritaskan terbitan antara tahun 2015-2024; (3) kredibilitas dan reputasi akademis penulis atau lembaga; serta (4) keterwakilan perspektif yang beragam, baik konvensional maupun syariah.

Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis isi (*content analysis*) dengan tiga tahapan utama. Tahap pertama adalah reduksi data, yaitu memilih dan memfokuskan data yang paling relevan dengan pertanyaan penelitian. Tahap kedua adalah penyajian data, yaitu mengorganisasikan informasi yang telah direduksi ke dalam kerangka analisis yang sistematis. Tahap ketiga adalah penarikan kesimpulan, yaitu menginterpretasikan pola-pola yang muncul dari data dan merumuskan temuan penelitian secara komprehensif.⁶

Pada penelitian kualitatif teknik ini merupakan teknik yang paling sering digunakan karena sifatnya umum. Artinya teknik ini paling abstrak dalam analisis data kualitatif. Analisis konten berangkat dari anggapan teori yang paling tidak memenuhi

⁵ Abdul Ghofur Anshori, *Perbankan Syariah di Indonesia* (Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2009), hlm. 97.

⁶ Wiji Nurastuti, *Teknologi Perbankan* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011), hlm. 112.

syarat objektivitas, pendekatan sistematik dan generalisasi.⁷ Secara lebih rinci alur penelitian analisis isi sebagai berikut:⁸

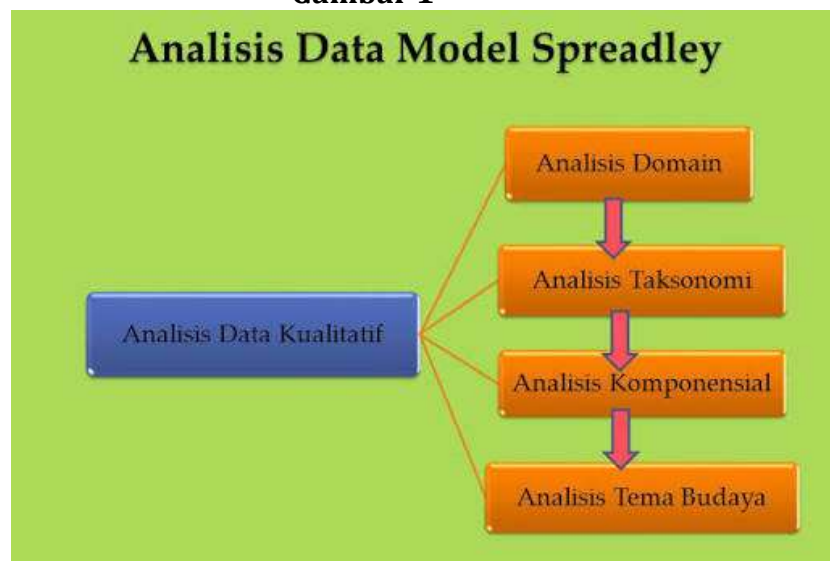
Mendekati masalah secara langsung sangatlah sulit, oleh karena itu setiap objek penelitian penting untuk diberikan gambaran umum sehingga hasil yang diperoleh lebih objektif dari objek yang diteliti. Penelitian ini sering digunakan untuk analisis lembaga sosial, perguruan tinggi, rumahsakit, BMT, pesantren, kiyai, guru, dan sebagainya. Perbedaan model isi lebih menekankan logika verifikasi sedangkan domain lebih menggunakan logika deskriptif.

Terdapat 6 langkah dalam analisis domain model Spradley dengan menghubungkan variasi domain yang ada, antara lain⁹:

1. Memilih pola sistematik tertentu atas dasar informasi atau fakta lapangan yang tersedia dalam catatan harian peneliti lapangan
2. Menyiapkan kerja analisis domain
3. Memilih kesamaan data dari catatan harian di lapangan
4. Mencari konsep induk dan kategori simbolis dari domain tertentu yang sesuai dengan pola hubungan sistematik
5. Menyusun pertanyaan strukturalis untuk masing domain
6. Membuat dafrat keseluruhan dari seluruh data yang ada

Variasi domain tersebut antara lain Jenis, Ruang, Sebab akibat, Rasional, Lokasi kegiatan, Cara ke tujuan, Fungsi, Urutan, Atribut

Gambar 1



⁷ Bungin, Burhan, 2003. Analisis Data Penelitian Kualitatif (Pemahaman, Filosofis dan Metodologis ke Arah Penguasaan Model Aplikasi). Jakarta: PT Raja Grafindo Persada. Hal. 85

⁸ Bungin, Burhan, 2003. Hal 86

⁹ Bungin, Burhan, 2003. Hal 88



Pembahasan

1. Kajian Teoritis Tinjauan Islam terhadap Perilaku Konsumsi dan Menabung

Islam memiliki pandangan yang sangat komprehensif dan seimbang tentang perilaku ekonomi manusia. Dalam perspektif fiqh muamalah, Islam tidak melarang konsumsi, melainkan mengatur agar konsumsi dilakukan secara proporsional, halal, dan tidak berlebihan. Allah SWT berfirman dalam QS. Al-A'raf [7]: 31 bahwa manusia diperintahkan untuk makan dan minum namun dilarang berlebih-lebihan, karena Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebihan.

Lebih spesifik, dalam QS. Al-Isra' [17]: 27, Allah SWT menyebutkan bahwa orang-orang yang melakukan pemborosan adalah saudara-saudara setan, dan setan itu sangat ingkar kepada Tuhannya.¹⁰ Ayat ini menjadi landasan teologis yang kuat untuk mengkritisi perilaku konsumtif berlebihan yang seringkali difasilitasi oleh layanan paylater. Ketika seseorang membeli sesuatu yang tidak dibutuhkan hanya karena kemudahan akses paylater, maka ia berpotensi terjerumus dalam kategori tabdzir (pemborosan) yang dilarang dalam Islam.

Islam juga sangat menganjurkan perilaku menabung dan mempersiapkan diri untuk masa depan. Konsep iqtishad (hemat dan proporsional) dalam Islam mengajarkan bahwa seorang Muslim harus mampu menyeimbangkan antara pemenuhan kebutuhan saat ini dengan persiapan untuk kebutuhan masa depan.¹¹ Umar Chapra menjelaskan bahwa Islam mendorong investasi produktif dan melarang penimbunan harta yang tidak produktif, serta menganjurkan agar setiap individu memiliki simpanan yang cukup untuk memenuhi kebutuhan hidupnya dan keluarganya.¹²

Dari perspektif hukum Islam, layanan paylater konvensional yang mengenakan bunga atas keterlambatan pembayaran atau cicilan mengandung unsur riba yang diharamkan. Allah SWT dalam QS. Al-Baqarah [2]: 275 dengan tegas menyatakan bahwa Allah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba.¹³ Oleh karena itu, pengembangan alternatif paylater berbasis syariah yang menggunakan akad-akad yang diakui dalam fiqh muamalah menjadi sangat mendesak dan relevan.

a) Dana Pihak Ketiga dalam Sistem Perbankan Syariah

Dana Pihak Ketiga (DPK) merupakan komponen fundamental dalam struktur modal bank syariah. Secara definitif, DPK adalah seluruh dana yang berhasil dihimpun oleh bank dari masyarakat dalam berbagai bentuk produk simpanan, meliputi tabungan, deposito, dan giro.¹⁴ Dalam konteks perbankan syariah, penghimpunan DPK dilandasi oleh prinsip-prinsip syariah yang bersumber dari Al-Qur'an dan Hadis, sehingga setiap produk yang ditawarkan harus bebas dari unsur riba, gharar (ketidakpastian), dan maysir (spekulasi).

¹⁰Departemen Agama RI, Al-Qur'an dan Terjemahnya (Bandung: CV Penerbit Diponegoro, 2010), QS. Al-Isra' [17]: 27.

¹¹Yusuf al-Qaradawi, Norma dan Etika Ekonomi Islam, terj. Zainal Arifin dan Dahlia Husin (Jakarta: Gema Insani Press, 2001), hlm. 148.

¹²Umar Chapra, Islam dan Tantangan Ekonomi, terj. Ikhwani Abidin Basri (Surabaya: Risalah Gusti, 1999), hlm. 276.

¹³Departemen Agama RI, Al-Qur'an dan Terjemahnya (Bandung: CV Penerbit Diponegoro, 2010), QS. Al-Baqarah [2]: 275.

¹⁴Muhammad Syafi'i Antonio, Bank Syariah: Dari Teori ke Praktik (Jakarta: Gema Insani Press, 2001), hlm. 153.



Produk penghimpunan DPK di bank syariah secara umum dibedakan menjadi dua kategori berdasarkan akad yang digunakan. Pertama, produk berbasis akad wadiah, yaitu titipan nasabah kepada bank yang bersifat amanah. Bank wajib menjaga dan mengembalikan titipan tersebut sewaktu-waktu nasabah membutuhkan, dan bank boleh memberikan bonus (hibah) kepada nasabah atas kebijaksanaan bank tanpa diperjanjikan di awal.¹⁵ Kedua, produk berbasis akad mudharabah, di mana nasabah berposisi sebagai shahibul maal (pemilik dana) dan bank sebagai mudharib (pengelola dana). Keuntungan dibagi sesuai nisbah yang telah disepakati, sementara kerugian ditanggung oleh nasabah selama tidak ada kelalaian dari pihak bank.

Pertumbuhan DPK sangat dipengaruhi oleh berbagai faktor, baik makro maupun mikro. Faktor makro meliputi kondisi ekonomi nasional, tingkat inflasi, kebijakan moneter Bank Indonesia, dan stabilitas nilai tukar rupiah. Sementara faktor mikro mencakup kepercayaan nasabah terhadap bank, kualitas layanan, inovasi produk, dan yang paling relevan dalam konteks kajian ini adalah perilaku menabung masyarakat.¹⁶ Ketika Masyarakat khususnya kelompok produktif usia muda cenderung mengalihkan pendapatannya untuk konsumsi daripada menyimpan di bank, maka laju pertumbuhan DPK akan mengalami tekanan yang signifikan.

Secara historis, bank syariah di Indonesia telah mampu menunjukkan pertumbuhan DPK yang relatif stabil. Namun, memasuki era digital yang ditandai dengan proliferasi layanan keuangan berbasis teknologi, tantangan dalam mempertahankan tren pertumbuhan ini semakin kompleks. Kemunculan fintech lending, platform investasi digital, dan aplikasi paylater menjadi pesaing baru yang memperebutkan alokasi dana masyarakat, terutama dari segmen Generasi Z yang sangat melek teknologi.¹⁷

b) Generasi Z: Profil dan Karakteristik Perilaku Keuangan

Generasi Z adalah generasi pertama yang benar-benar tumbuh sebagai digital natives sejati. Berbeda dengan generasi sebelumnya yang mengalami transisi menuju teknologi digital, Generasi Z sejak lahir sudah terpapar dengan internet, smartphone, dan media sosial.¹⁸ Kondisi ini membentuk pola pikir dan perilaku yang unik, termasuk dalam hal pengelolaan keuangan pribadi. Mereka lebih mempercayai ulasan online daripada rekomendasi personal, lebih menyukai solusi digital daripada kunjungan ke kantor bank, dan menginginkan respons yang instan dalam setiap layanan.

Dari sisi karakteristik keuangan, Generasi Z menunjukkan beberapa ciri yang membedakan mereka dari generasi sebelumnya. Pertama, mereka sangat pragmatis dalam pengambilan keputusan keuangan dan cenderung mencari nilai terbaik dari setiap rupiah yang dikeluarkan. Kedua, mereka memiliki toleransi risiko yang beragam; sebagian sangat berhati-hati karena menyaksikan dampak

¹⁵Nurul Huda dan Mohamad Heykal, *Lembaga Keuangan Islam: Tinjauan Teoritis dan Praktis* (Jakarta: Kencana, 2010), hlm. 87.

¹⁶Katan Bankir Indonesia, *Mengelola Bisnis Pembiayaan Bank Syariah* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2015), hlm. 67.

¹⁷Muhamad, *Manajemen Dana Bank Syariah* (Jakarta: Rajawali Press, 2015), hlm. 45.

¹⁸Kasmir, *Manajemen Perbankan, Edisi Revisi* (Jakarta: Rajawali Press, 2014), hlm. 64.



krisis keuangan global semasa kecil, namun sebagian lainnya justru sangat berani berinvestasi di aset berisiko tinggi seperti kripto atau saham.¹⁹

Ketiga, Generasi Z sangat rentan terhadap pengaruh media sosial dalam pengambilan keputusan pembelian. Fenomena Fear of Missing Out (FOMO) dan dorongan untuk tampil keren di media sosial seringkali mendorong mereka melakukan pembelian impulsif yang tidak direncanakan.²⁰ Keempat, mereka memiliki kesabaran yang relatif rendah dalam proses administrasi keuangan. Proses pengajuan kartu kredit atau pinjaman bank yang membutuhkan waktu sehari-hari dianggap tidak relevan, dan inilah yang membuat paylater begitu menarik di mata mereka.

Dari sudut pandang psikologi konsumen, perilaku keuangan Generasi Z sangat dipengaruhi oleh konsep present bias, yaitu kecenderungan untuk lebih mengutamakan kepuasan saat ini daripada manfaat di masa depan.²¹ Kecenderungan ini secara langsung berkorelasi dengan rendahnya minat menabung dan tingginya adopsi produk keuangan yang memberikan akses instan terhadap daya beli, seperti paylater. Memahami bias psikologis ini sangat penting bagi perbankan syariah dalam merancang produk dan strategi pemasaran yang efektif untuk menarik segmen ini.

c) Paylater: Konsep, Mekanisme, dan Perkembangannya di Indonesia

Paylater atau Buy Now Pay Later (BNPL) adalah sebuah instrumen keuangan digital yang memungkinkan konsumen untuk melakukan transaksi pembelian barang atau jasa secara langsung dan menunda pembayarannya ke periode berikutnya. Secara teknis, layanan ini bekerja melalui integrasi antara platform e-commerce atau merchant dengan perusahaan penyedia layanan paylater yang bertindak sebagai penjamin pembayaran kepada pihak penjual.²²

Mekanisme paylater dapat dibedakan menjadi dua model utama. Model pertama adalah pay in full, di mana pengguna melunasi seluruh tagihan pada akhir periode tertentu (biasanya 30 hari) tanpa dikenakan bunga tambahan. Model kedua adalah pay in installments, di mana tagihan dibagi menjadi beberapa cicilan bulanan dengan tenor yang bervariasi, umumnya antara 3 hingga 24 bulan.²³ Pada model kedua inilah potensi masalah syariah muncul, karena mayoritas penyedia paylater konvensional mengenakan biaya bunga atas cicilan tersebut.

Perkembangan layanan paylater di Indonesia sangat pesat. Berdasarkan data OJK, nilai outstanding pembiayaan paylater terus meningkat dari tahun ke tahun. Beberapa pemain utama yang mendominasi pasar paylater Indonesia antara lain GoPaylater, SPayLater, Kredivo, Akulaku, dan Traveloka PayLater.²⁴

¹⁹Adiwarman A. Karim, *Bank Islam: Analisis Fiqih dan Keuangan*, Edisi Kelima (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2014), hlm. 107.

²⁰Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Jilid 1, terj. Bob Sabran (Jakarta: Erlangga, 2012), hlm. 175.

²¹Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian* (Yogyakarta: Andi Offset, 2013), hlm. 24.

²³Google dan Temasek, *e-Conomy SEA 2023: Southeast Asia's Digital Economy Report* (Singapore: Google, 2023), hlm. 22.

²⁴Otoritas Jasa Keuangan, *Roadmap Pengembangan dan Penguatan Layanan Keuangan Digital 2023-2027* (Jakarta: OJK, 2023), hlm. 19.



Sementara itu, dari sisi syariah, sejumlah lembaga keuangan syariah dan fintech syariah mulai menghadirkan produk paylater yang mengklaim kesesuaiannya dengan prinsip-prinsip Islam, meskipun implementasinya masih memerlukan pengawasan yang lebih ketat dari Dewan Syariah Nasional MUI.

Dari sudut pandang regulasi, OJK telah mengeluarkan berbagai kebijakan untuk mengatur industri BNPL di Indonesia, termasuk kewajiban transparansi biaya dan perlindungan konsumen. Sementara itu, Dewan Syariah Nasional MUI telah menerbitkan Fatwa DSN-MUI No. 117 Tahun 2018 yang mengatur layanan pembiayaan berbasis teknologi informasi berdasarkan prinsip syariah, yang menjadi landasan hukum bagi pengembangan paylater syariah.²⁵

2. Tinjauan Empiris Tinjauan Islam terhadap Perilaku Konsumsi dan Menabung

Beberapa penelitian terdahulu telah mengkaji aspek-aspek yang relevan dengan topik yang diangkat dalam tulisan ini. Penelitian yang dilakukan oleh Muhamad (2015) tentang manajemen dana bank syariah menyimpulkan bahwa pertumbuhan DPK sangat dipengaruhi oleh tingkat kepercayaan masyarakat dan kemudahan akses produk simpanan.²⁶ Sementara itu, Ismail (2011) dalam kajiannya tentang perbankan syariah menemukan bahwa faktor loyalitas nasabah dan kualitas produk memiliki korelasi positif yang signifikan dengan pertumbuhan DPK.²⁷

Dalam konteks perilaku keuangan Generasi Z, penelitian Pew Research Center (2023) menemukan bahwa 67% responden Generasi Z di negara berkembang menggunakan layanan BNPL setidaknya sekali dalam tiga bulan terakhir, dan 45% di antaranya mengakui bahwa penggunaan paylater membuat mereka mengurangi frekuensi dan jumlah tabungan.²⁸ Temuan ini sejalan dengan data dari Google dan Temasek (2023) yang menunjukkan bahwa pertumbuhan layanan digital finance di Asia Tenggara, termasuk BNPL, terus melampaui pertumbuhan produk simpanan konvensional.²⁹

Dari sisi regulasi dan produk syariah, kajian Abdul Ghofur Anshori (2009) menegaskan bahwa inovasi produk perbankan syariah harus senantiasa mengacu pada fatwa DSN-MUI dan tidak boleh mengabaikan aspek maqashid syariah.³⁰ Kajian Heri Sudarsono (2013) menambahkan bahwa daya saing bank syariah dalam era digital

²⁵Dewan Syariah Nasional MUI, Fatwa DSN-MUI No. 117/DSN-MUI/II/2018 tentang Layanan Pembiayaan Berbasis Teknologi Informasi Berdasarkan Prinsip Syariah (Jakarta: MUI, 2018), hlm. 4.

²⁷Ismail, Perbankan Syariah (Jakarta: Kencana, 2011), hlm. 67.

²⁸Pew Research Center, Gen Z and Financial Behaviors: Digital-First Money Management (Washington D.C.: Pew Research Center, 2023), hlm. 9.

³⁰Abdul Ghofur Anshori, Perbankan Syariah di Indonesia (Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2009), hlm. 97.



sangat ditentukan oleh kecepatan adaptasi terhadap perubahan perilaku nasabah, terutama dari segmen usia produktif.³¹

3. Gambaran Umum Perkembangan DPK Bank Syariah Indonesia

Sebelum menganalisis dampak paylater terhadap DPK, penting untuk memahami terlebih dahulu kondisi terkini DPK perbankan syariah Indonesia. Berdasarkan Laporan Perkembangan Keuangan Syariah Indonesia yang diterbitkan OJK, DPK perbankan syariah nasional menunjukkan tren pertumbuhan yang positif selama lima tahun terakhir, meskipun laju pertumbuhannya mengalami variasi yang cukup signifikan setiap tahunnya.³²

Tabel 1.
Pertumbuhan DPK Bank Syariah Indonesia 2019-2023

Tahun	Total DPK (Rp Triliun)	Pertumbuhan (%)
2019	425,29	11,93%
2020	480,16	12,90%
2021	548,45	14,22%
2022	601,32	9,64%
2023	648,77	7,89%

Dari Tabel 1 di atas terlihat bahwa meskipun secara nominal DPK bank syariah terus meningkat, laju pertumbuhannya justru mengalami perlambatan sejak tahun 2021. Perlambatan ini terjadi bersamaan dengan lonjakan penggunaan layanan paylater dan fintech lending yang mulai masif pada periode yang sama.³³ Tentu saja hubungan ini tidak serta-merta bersifat kausalitas, karena banyak faktor lain yang turut mempengaruhi pertumbuhan DPK. Namun, tren ini cukup menunjukkan perlunya perbankan syariah untuk waspada dan responsif terhadap perubahan perilaku finansial nasabah.

4. Transformasi Perilaku Menabung Generasi Z di Era Paylater

Masuknya aplikasi paylater ke dalam keseharian Generasi Z telah membawa pergeseran perilaku keuangan yang cukup fundamental dan multidimensional. Perubahan ini tidak hanya terlihat dari sisi peningkatan pengeluaran konsumsi, tetapi juga dari perubahan cara pandang Generasi Z terhadap uang, utang, dan tabungan secara keseluruhan.

Survei nasional menunjukkan bahwa lebih dari 60% pengguna aktif paylater di Indonesia berasal dari kelompok usia 18-25 tahun yang merepresentasikan

³¹Heri Sudarsono, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah: Deskripsi dan Ilustrasi*, Edisi Keempat (Yogyakarta: Ekonisia, 2013), hlm. 71.

³²Otoritas Jasa Keuangan, *Laporan Perkembangan Keuangan Syariah Indonesia 2022* (Jakarta: OJK, 2023), hlm. 35.

³³Bank Indonesia, *Laporan Perekonomian Indonesia 2023* (Jakarta: Bank Indonesia, 2024), hlm. 88.



Generasi Z.³⁴ Dari jumlah tersebut, lebih dari separuhnya mengakui bahwa mereka menggunakan paylater untuk membeli barang-barang yang sebenarnya bisa ditunda pembeliannya atau bahkan tidak terlalu dibutuhkan. Fenomena ini mengindikasikan bahwa kemudahan akses paylater telah mengubah proses pengambilan keputusan pembelian dari yang semula terencana menjadi lebih impulsif dan spontan.

Perubahan perilaku ini termanifestasi dalam beberapa pola yang dapat diidentifikasi. Pertama, terjadi pergeseran dari pola menabung dahulu baru membeli (*save-then-spend*) menjadi pola beli dahulu bayar nanti (*spend-now-pay-later*). Pola yang kedua ini secara inheren bertentangan dengan prinsip manajemen keuangan yang sehat dan berpotensi menciptakan ketergantungan psikologis terhadap utang konsumtif.³⁵

Kedua, terjadi kompresi pada alokasi dana untuk tabungan. Ketika sebagian penghasilan atau uang saku Generasi Z sudah terikat untuk membayar cicilan paylater, maka ruang yang tersisa untuk menabung menjadi semakin sempit. Dalam kajian literatur ditemukan bahwa pengguna paylater aktif rata-rata mengalokasikan 20-35% dari pendapatan mereka untuk membayar cicilan layanan ini, sehingga proporsi yang bisa ditabung berkurang drastis.³⁶

Ketiga, terjadi normalisasi utang konsumtif di kalangan Generasi Z. Berbeda dengan generasi sebelumnya yang cenderung menghindari utang konsumtif dan menganggapnya sebagai sesuatu yang memalukan, Generasi Z melihat paylater sebagai alat manajemen keuangan yang normal dan bahkan dianggap cerdas. Pergeseran norma sosial ini sangat berpengaruh pada budaya menabung jangka panjang.

5. Dimensi Ancaman Paylater bagi Pertumbuhan DPK Bank Syariah

Berdasarkan analisis literatur yang dilakukan, terdapat setidaknya lima mekanisme utama yang menjelaskan bagaimana fenomena paylater berpotensi mengancam pertumbuhan DPK bank syariah di Indonesia.

Pertama, efek substitusi tabungan. Ketika Generasi Z memiliki kewajiban cicilan paylater yang harus dipenuhi setiap bulan, dana yang seharusnya masuk ke rekening tabungan justru dialihkan untuk memenuhi kewajiban tersebut.³⁷ Dalam jangka pendek, hal ini menurunkan saldo tabungan per individu. Dalam jangka panjang dan secara agregat, efek ini dapat memperlambat laju pertumbuhan DPK secara signifikan, terutama jika tren penggunaan paylater di kalangan Generasi Z terus meningkat.

Kedua, efek penundaan keputusan finansial. Generasi Z yang terjat dalam siklus paylater seringkali menunda keputusan-keputusan finansial jangka panjang, termasuk membuka rekening tabungan baru, meningkatkan jumlah setoran rutin, atau mulai berinvestasi.³⁸ Mereka merasa bahwa selama kewajiban cicilan belum

³⁴Survei Snapcart Indonesia, Tren Penggunaan Paylater di Indonesia 2023 (Jakarta: Snapcart, 2023), hlm. 3.

³⁵Kementerian Komunikasi dan Informatika RI, Indeks Masyarakat Digital Indonesia 2023 (Jakarta: Kominfo, 2023), hlm. 18.

³⁷Mardani, Hukum Sistem Ekonomi Islam (Jakarta: Rajawali Press, 2015), hlm. 93.

³⁸Andri Soemitra, Bank dan Lembaga Keuangan Syariah, Edisi Kedua (Jakarta: Kencana, 2016), hlm. 69.



terlunasi, melakukan komitmen finansial baru adalah hal yang tidak bijak. Akibatnya, onboarding mereka ke dalam ekosistem perbankan syariah khususnya produk simpanan menjadi terhambat.

Ketiga, risiko spiral utang. Dalam kasus-kasus yang lebih ekstrem, Generasi Z yang menggunakan paylater secara berlebihan dapat terjebak dalam spiral utang yang sulit keluar. Mereka terpaksa menggunakan satu layanan paylater untuk membayar cicilan paylater lainnya, menciptakan lingkaran setan yang berujung pada kondisi over-indebtedness.³⁹ Ketika kondisi ini terjadi, nasabah tidak hanya berhenti menabung, tetapi bahkan mulai menarik saldo tabungan yang sudah ada untuk menutup utang, sehingga secara langsung mengikis DPK bank syariah.

Keempat, persaingan perhatian dan kepercayaan konsumen. Perusahaan paylater, meskipun bukan bank, secara tidak langsung bersaing dengan bank syariah dalam memperebutkan perhatian dan kepercayaan finansial Generasi Z.⁴⁰ Dengan antarmuka yang lebih menarik, pengalaman pengguna yang lebih intuitif, dan promosi yang agresif di media sosial, paylater berhasil membangun loyalitas konsumen yang kuat loyalitas yang idealnya ingin dibangun oleh bank syariah melalui produk tabungannya.

Kelima, dampak terhadap kualitas aset. Meskipun ini lebih berdampak pada neraca perusahaan paylater, kenaikan Non-Performing Financing (NPF) pada sektor BNPL dapat berdampak tidak langsung pada perbankan syariah yang memiliki eksposur ke sektor konsumsi.⁴¹ Selain itu, nasabah yang gagal bayar paylater akan memiliki riwayat kredit yang buruk di SLIK OJK, sehingga mereka tidak dapat mengakses produk pembiayaan bank syariah yang sesungguhnya mereka butuhkan.

6. Dimensi Peluang Paylater bagi Pertumbuhan DPK Bank Syariah

Di balik berbagai ancaman yang telah diidentifikasi, fenomena paylater juga menyimpan peluang-peluang strategis yang cukup besar bagi perbankan syariah, apabila direspons dengan kecerdasan dan ketepatan strategi.

Pertama, peluang perluasan jangkauan ekosistem digital. Mayoritas pengguna paylater adalah mereka yang baru pertama kali berinteraksi secara serius dengan layanan keuangan formal. Ini berarti mereka merupakan pasar yang belum tersentuh (unbanked atau underbanked) yang sangat potensial.⁴² Bank syariah dapat memanfaatkan momentum ini dengan mengembangkan strategi onboarding digital yang menawarkan kemudahan serupa dengan paylater, namun dalam koridor produk simpanan syariah. Misalnya, tabungan digital berbasis aplikasi dengan pembukaan rekening online tanpa perlu ke kantor cabang.

Kedua, peluang pengembangan produk paylater syariah. Sejumlah bank syariah dan fintech syariah telah mulai bereksperimen dengan produk paylater yang menggunakan akad-akad syariah. Produk ini umumnya menggunakan akad murabahah (jual beli dengan margin keuntungan yang transparan) atau akad ijarah (sewa) untuk menggantikan mekanisme bunga yang digunakan oleh paylater

³⁹Khaerul Umam, *Manajemen Perbankan Syariah* (Bandung: CV Pustaka Setia, 2013), hlm. 156.

⁴⁰Fintechnews Indonesia, 'Perkembangan BNPL Syariah di Indonesia', *Fintech.id*, 12 Maret 2023, <https://fintech.id/2023/03/bnpl-syariah> diakses 10 Januari 2024.

⁴¹Zainul Arifin, *Dasar-Dasar Manajemen Bank Syariah* (Jakarta: Pustaka Alvabet, 2006), hlm. 53.



konvensional.⁴³ Jika dikembangkan dengan serius, produk ini tidak hanya dapat bersaing dengan paylater konvensional, tetapi juga secara otomatis menarik pengguna masuk ke dalam ekosistem bank syariah yang lebih luas, termasuk produk simpanan dan investasinya.

Ketiga, peluang gamifikasi tabungan syariah. Salah satu alasan utama paylater lebih menarik bagi Generasi Z dibanding tabungan konvensional adalah karena paylater memberikan gratifikasi instan kepuasan yang dirasakan langsung ketika melakukan pembelian. Bank syariah dapat mengadopsi prinsip gamifikasi dalam produk tabungannya, misalnya dengan memberikan reward points, badge pencapaian, atau tantangan menabung yang menarik dan relevan bagi Generasi Z.⁴⁴

Keempat, peluang kolaborasi strategis (*partnership*). Alih-alih memposisikan diri sebagai pesaing paylater, bank syariah dapat menjalin kemitraan strategis dengan platform e-commerce atau fintech paylater untuk menghadirkan opsi tabungan otomatis bagi pengguna.⁴⁵ Misalnya, setiap kali pengguna berhasil melunasi cicilan paylater tepat waktu, secara otomatis sebagian saldo mereka dialihkan ke rekening tabungan syariah yang terintegrasi. Model ini menggabungkan kenyamanan paylater dengan kebiasaan menabung yang sehat.

Kelima, peluang edukasi keuangan syariah berbasis digital. Fenomena paylater membuka momentum emas bagi bank syariah untuk masuk ke dalam ruang digital Generasi Z dengan narasi edukasi keuangan yang relevan dan autentik. Melalui konten di TikTok, Instagram Reels, YouTube Shorts, dan podcast, bank syariah dapat membangun awareness tentang pentingnya menabung dalam perspektif Islam, bahaya konsumsi berlebihan, dan solusi keuangan syariah yang ditawarkan.⁴⁶

7. Analisis Komparatif: Ancaman vs. Peluang

Tabel 2.

Matriks Ancaman dan Peluang Paylater bagi DPK Bank Syariah

No.	Aspek	Ancaman / Peluang
1	Perilaku Menabung Gen Z	Ancaman: Mendorong konsumtif, mengurangi Tabungan
2	Akuisisi Nasabah Baru	Peluang: Onboarding digital yang lebih luas
3	Produk Syariah	Peluang: Pengembangan paylater berbasis akad syariah
4	Loyalitas Konsumen	Ancaman: Paylater membangun loyalitas kompetitif
5	Edukasi Keuangan	Peluang: Narasi Islam tentang menabung & anti-israf

⁴³Ascarya, Akad dan Produk Bank Syariah (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2012), hlm. 83.

6	Spiral Utang	Ancaman: Mengikis saldo DPK nasabah eksisting
7	Kolaborasi Fintech	Peluang: Integrasi tabungan otomatis dengan paylater
8	Regulasi Syariah	Peluang: Fatwa DSN sebagai keunggulan kompetitif

Dari matriks di atas dapat disimpulkan bahwa ancaman dan peluang yang ditimbulkan oleh paylater bagi DPK bank syariah berada dalam keseimbangan yang kompleks. Tidak ada satu dimensi pun yang secara mutlak mendominasi. Hal ini mengisyaratkan bahwa respons perbankan syariah tidak boleh bersifat reaktif dan defensif semata, melainkan harus proaktif dan inovatif dalam memanfaatkan setiap celah peluang yang ada.

8. Rekomendasi Strategis bagi Perbankan Syariah

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan, terdapat beberapa rekomendasi strategis yang dapat ditawarkan kepada perbankan syariah dalam merespons fenomena paylater secara optimal.

Pertama, pengembangan produk tabungan syariah berbasis digital yang kompetitif. Bank syariah perlu segera menghadirkan produk tabungan digital yang setara atau bahkan melampaui kemudahan penggunaan aplikasi paylater. Fitur-fitur seperti pembukaan rekening instan, kartu debit virtual, cashback berbasis bagi hasil, dan integrasi dengan platform belanja online perlu menjadi prioritas pengembangan.⁴⁷

Kedua, pengembangan produk paylater syariah yang autentik. Bank syariah harus bergerak cepat dalam menghadirkan produk paylater yang benar-benar berlandaskan akad syariah yang sah, bukan sekadar mengubah nama produk tanpa mengubah substansinya. Produk ini harus mendapatkan endorsement resmi dari DSN-MUI dan dikomunikasikan secara transparan kepada konsumen.⁴⁸

Ketiga, kampanye literasi keuangan syariah yang masif dan kreatif. Bank syariah perlu mengalokasikan anggaran yang signifikan untuk program edukasi keuangan berbasis digital yang menyasar Generasi Z. Konten edukasi harus dibuat dengan gaya komunikasi yang relevan ringan, visual, autentik, dan tidak menggurui agar dapat diterima dengan baik oleh audiens muda.⁴⁹

Keempat, kemitraan strategis dengan ekosistem digital. Perbankan syariah perlu aktif menjalin kemitraan dengan platform e-commerce, fintech, dan media sosial untuk memperluas titik sentuh dengan calon nasabah Generasi Z. Kolaborasi ini tidak hanya akan memperluas jangkauan, tetapi juga membangun persepsi positif bahwa bank syariah adalah institusi yang modern dan relevan bagi kehidupan digital Generasi Z.⁵⁰



Kelima, penguatan peran DPS dan kepatuhan syariah. Dewan Pengawas Syariah (DPS) di setiap bank syariah perlu diperkuat perannya dalam mengawasi setiap inovasi produk, terutama yang bersinggungan dengan teknologi keuangan. Kepatuhan syariah yang kuat bukan hanya kewajiban normatif, tetapi juga menjadi keunggulan kompetitif yang membedakan bank syariah dari kompetitor konvensional.⁵¹

Kesimpulan

Fenomena paylater di kalangan Generasi Z merupakan realitas yang tidak dapat diabaikan oleh perbankan syariah Indonesia. Kajian ini telah mengidentifikasi bahwa paylater memiliki dua wajah yang saling bertolak belakang: di satu sisi ia hadir sebagai ancaman yang berpotensi menggerus pertumbuhan DPK melalui efek substitusi tabungan, normalisasi utang konsumtif, dan persaingan loyalitas konsumen; di sisi lain, ia sekaligus menghadirkan peluang yang cukup menjanjikan bagi bank syariah untuk berinovasi, memperluas ekosistem digital, dan menjangkau segmen Generasi Z yang selama ini sulit diraih.

Dari perspektif normatif Islam, perilaku konsumtif berlebihan yang difasilitasi oleh paylater jelas bertentangan dengan nilai-nilai Islam yang menganjurkan kesederhanaan, keseimbangan antara konsumsi dan tabungan, serta larangan terhadap riba dan israf. Oleh karena itu, perbankan syariah tidak hanya memiliki kepentingan bisnis, tetapi juga tanggung jawab moral dan dakwah untuk menawarkan alternatif yang lebih Islami kepada Generasi Z.

Secara keseluruhan, penelitian ini menyimpulkan bahwa paylater akan lebih banyak membawa peluang daripada ancaman bagi bank syariah, asalkan bank syariah mampu merespons dengan strategi yang tepat, inovatif, dan berpijak kuat pada nilai-nilai syariah. Kuncinya adalah kecepatan adaptasi dan keberanian untuk bertransformasi digital tanpa meninggalkan identitas Islam sebagai fondasi utama.

Penelitian ini memiliki keterbatasan dalam hal ketersediaan data empiris yang spesifik tentang hubungan langsung antara penggunaan paylater dan pertumbuhan DPK bank syariah di Indonesia. Oleh karena itu, penelitian lanjutan dengan menggunakan data panel perbankan syariah dan survei primer terhadap nasabah Generasi Z sangat direkomendasikan untuk memvalidasi temuan konseptual yang telah dihasilkan dalam kajian ini.

Daftar Pustaka

Anshori, Abdul Ghofur. Perbankan Syariah di Indonesia. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2009.

Antonio, Muhammad Syafi'i. Bank Syariah: Dari Teori ke Praktik. Jakarta: Gema Insani Press, 2001.

Arifin, Zainul. Dasar-Dasar Manajemen Bank Syariah. Jakarta: Pustaka Alvabet, 2006.

Ascarya. Akad dan Produk Bank Syariah. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2012.

Badan Pusat Statistik. Profil Generasi Milenial dan Generasi Z Indonesia. Jakarta: BPS, 2022.



Bank Indonesia. Laporan Perekonomian Indonesia 2023. Jakarta: Bank Indonesia, 2024.

Chapra, Umar. Islam dan Tantangan Ekonomi. Terj. Ikhwan Abidin Basri. Surabaya: Risalah Gusti, 1999.

Departemen Agama RI. Al-Qur'an dan Terjemahnya. Bandung: CV Penerbit Diponegoro, 2010.

Dewan Syariah Nasional MUI. Fatwa DSN-MUI No. 117/DSN-MUI/II/2018 tentang Layanan Pembiayaan Berbasis Teknologi Informasi Berdasarkan Prinsip Syariah. Jakarta: MUI, 2018.

Fintechnews Indonesia. 'Perkembangan BNPL Syariah di Indonesia'. Fintech.id, 12 Maret 2023. <https://fintech.id/2023/03/bnpl-syariah> diakses 10 Januari 2024.

Google dan Temasek. e-Conomy SEA 2023: Southeast Asia's Digital Economy Report. Singapore: Google, 2023.

Huda, Nurul dan Mohamad Heykal. Lembaga Keuangan Islam: Tinjauan Teoritis dan Praktis. Jakarta: Kencana, 2010.

Ikatan Bankir Indonesia. Mengelola Bisnis Pembiayaan Bank Syariah. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2015.

Ismail. Perbankan Syariah. Jakarta: Kencana, 2011.

Karim, Adiwarman A. Bank Islam: Analisis Fiqih dan Keuangan. Edisi Kelima. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2014.

Kasmir. Manajemen Perbankan. Edisi Revisi. Jakarta: Rajawali Press, 2014.

Kementerian Komunikasi dan Informatika RI. Indeks Masyarakat Digital Indonesia 2023. Jakarta: Kominfo, 2023.

Kotler, Philip dan Gary Armstrong. Prinsip-prinsip Pemasaran. Jilid 1. Terj. Bob Sabran. Jakarta: Erlangga, 2012.

Mardani. Hukum Sistem Ekonomi Islam. Jakarta: Rajawali Press, 2015.

Morgan Stanley. BNPL and Gen Z: A New Era of Consumer Finance. New York: Morgan Stanley Research, 2022.

Muhamad. Manajemen Dana Bank Syariah. Jakarta: Rajawali Press, 2015.

Nurastuti, Wiji. Teknologi Perbankan. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011.

Otoritas Jasa Keuangan. Laporan Perkembangan Keuangan Syariah Indonesia 2022. Jakarta: OJK, 2023.

Otoritas Jasa Keuangan. Roadmap Pengembangan dan Penguatan Layanan Keuangan Digital 2023-2027. Jakarta: OJK, 2023.

Otoritas Jasa Keuangan. Statistik Perbankan Syariah Desember 2023. Jakarta: OJK, 2024.

Pew Research Center. Gen Z and Financial Behaviors: Digital-First Money Management. Washington D.C.: Pew Research Center, 2023.

al-Qaradawi, Yusuf. Norma dan Etika Ekonomi Islam. Terj. Zainal Arifin dan Dahlia Husin. Jakarta: Gema Insani Press, 2001.



AL-QARDHU: JURNAL EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

VOL. 5, NO. 01, September 2026

<https://jurnal.iainpancor.ac.id/index.php/alqardhu>

DOI: 10.37216/alqardhu.v5i1.2442

Ratnasari, Ririn Tri dan Mastuti Aksa. Teori dan Kasus Manajemen Perbankan Syariah. Bogor: Ghalia Indonesia, 2011.

Rivai, Veithzal dan Arviyan Arifin. Islamic Banking: Sebuah Teori, Konsep dan Aplikasi. Jakarta: PT Bumi Aksara, 2010.

Sangadji, Etta Mamang dan Sopiah. Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis. Yogyakarta: Andi Offset, 2013.

Snapcart Indonesia. Tren Penggunaan Paylater di Indonesia 2023. Jakarta: Snapcart, 2023.

Soemitra, Andri. Bank dan Lembaga Keuangan Syariah. Edisi Kedua. Jakarta: Kencana, 2016.

Sudarsono, Heri. Bank dan Lembaga Keuangan Syariah: Deskripsi dan Ilustrasi. Edisi Keempat. Yogyakarta: Ekonisia, 2013.

Umam, Khaerul. Manajemen Perbankan Syariah. Bandung: CV Pustaka Setia, 2013.