

PENGARUH PENGGUNAAN SHOPEE PAYLATER TERHADAP PRILAKU KONSUMTIF DITINJAU DARI PERSPEKTIF EKONOMI SYARIAH

Muhammad Ilham¹

Program Studi Ekonomi Syariah, Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Bengkalis
Email: ilham.zamar@gmail.com

Saifullah²

Program Studi Ekonomi Syariah, Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Bengkalis
Email: saifullahnurbi@gmail.com

Gina Salwa Amor³

Program Studi Ekonomi Syariah, Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Bengkalis
Email: Ginasalwaamor08@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of using Shopee Paylater on the consumptive behavior of STAIN Bengkalis Sharia Economics Study Program students. This type of research is quantitative research. The population in this study were 728 students of the Sharia Economics Study Program at STAIN Bengkalis and the sample used was 43 students who used Shopee Paylater. The data collection technique used a questionnaire / questionnaire and the data was processed using SPSS 25. In this study using simple linear regression analysis. The results of this study indicate that partially the variable use of the Shopee Paylater feature has a positive and significant effect on the consumptive behavior of students of the Sharia Economics Study Program at STAIN Bengkalis. This is evidenced by the tcount value of 4,821 with a ttable value of 2,019 besides the significance value of 0.000 which is below 0.05 (significant level). This shows that the tcount value is greater than the ttable ($4.821 > 2.019$), so that there is an influence between the use of Shopee Paylater on the consumptive behavior of students significantly. According to the view of Islamic economics, the Shopee Paylater feature can be utilized. However, its use must be done wisely so as to avoid the badness that Allah SWT prohibits. Limits and teachings in Islamic economics teach us not to behave consumptively.

Keywords: *Shopee paylater, Students, Consumptive Behavior*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh penggunaan *Shopee Paylater* terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah STAIN Bengkalis. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini sebanyak 728 Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah STAIN Bengkalis dan sampel yang digunakan sebanyak 43 mahasiswa yang menggunakan *Shopee Paylater*. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner/ angket dan data diolah menggunakan SPSS 25. Dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier sederhana. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Secara parsial variabel penggunaan fitur *Shopee Paylater* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah STAIN Bengkalis. Hal ini dibuktikan dengan nilai t_{hitung} sebesar 4.821 dengan nilai t_{tabel} sebesar 2.019 selain itu nilai signifikansi sebesar 0,000 yang berada dibawah 0,05(tingkat signifikan). Hal ini menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($4.821 > 2.019$). sehingga terdapat pengaruh antara penggunaan *Shopee Paylater* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa secara signifikan. Menurut pandangan ekonomi islam fitur *Shopee Paylater* dapat dimanfaatkan. Namun dalam penggunaannya harus dilakukan secara bijaksana sehingga terhindar dari

keburukan yang dilarang Allah SWT. Batasan dan ajaran dalam ekonomi islam mengajarkan kita agar tidak berperilaku konsumtif.

Kata Kunci: *Shopee paylater, Prilaku Konsumtif, Mahasiswa*

PENDAHULUAN

Penggunaan sarana media komunikasi saat ini telah berkembang begitu pesat seiring dengan kemajuan teknologi komunikasi, dimana kita diperhadapkan kepada banyak pilihan untuk dapat menyampaikan/mengakses informasi baik melalui media konvensional seperti media cetak maupun media elektronik dan yang paling berkembang adalah media sosial.

Media sosial merupakan fenomena yang muncul seiring dengan berkembangnya teknologi dan internet. Media sosial menjadi media yang efektif dalam mempengaruhi seseorang. Penggunaan media sosial digunakan oleh masyarakat dalam melakukan banyak aktivitas mulai dari entertainment, bisnis, mencari informasi atau aktivitas lainnya. Pengguna sosial media menjadi perhatian bagi para pemilik bisnis atau perusahaan untuk memasarkan produknya melalui social media marketing. Pemasaran dengan strategi promosi melalui internet khususnya dengan sosial media (jejaring sosial) dapat meningkatkan penjualan secara luas dan tidak memerlukan biaya pemasaran yang mahal.¹

Saat ini social media memiliki dampak besar pada pemasaran yang memengaruhi hubungan merek dan konsumen. Teknologi modern yang melibatkan sosial media membantu orang untuk berbelanja dan berinteraksi melalui situs yang berbeda di internet. Beberapa perusahaan menggunakan media sosial sebagai sarana untuk mempromosikan produk perusahaan mereka sendiri. Merek-merek besar juga memanfaatkan sosial media untuk menyampaikan animasi mereka yang kuat dan hubungan pelanggan yang ramah.

Dengan berbagai macam kemajuan ilmu teknologi terbaru sehingga terciptalah *marketplace* yang menghubungkan pelaku ekonomi yaitu penjual dan pembeli dalam satu situs internet sehingga pelaku ekonomi ini bisa bertransaksi tanpa jumpa langsung. Salah satu aplikasi belanja online yang banyak di gunakan masyarakat Indonesia adalah *shopee*.

Teknologi sangat membantu manusia khususnya dalam mengefektifkan waktu kehidupan sehari-hari. bahwa teknologi merupakan keseluruhan metode yang secara rasional mengarah dan memiliki ciri efisiensi dalam setiap bidang kegiatan manusia. Efisiensi tersebut bisa dirasakan pada saat ini, misalnya dalam berbelanja.

¹ Hernawati”pengaruh media social terhadap prilaku masyarakat”21 desember 2022 pkl 20.37
<https://sulselprov.go.id/welcome/post/pengaruh-media-sosial-terhadap-perilaku-masyarakat>

Belanja online saat ini sangat marak dikalangan masyarakat modern. Mulai dari kalangan remaja hingga tua yang mengerti dengan penggunaan *smartphone*. Alasan keamanan pun menjadi faktor utama dalam pemilihan *market place* agar data rekening pribadi tidak jebol saat transaksi.²

Paylater merupakan salah satu metode pembayaran melalui platform era e-commerce sehingga platform e-commerce tersebut dapat berkembang dalam hal dunia bisnis teknologi finansial atau biasa disebut dengan *Fintech*. Menurut *paylater* adalah sebuah metode pinjaman secara online, yang dilakukan tanpa adanya kartu kredit dan konsumen dapat membayarnya dengan mencicil sampai waktu pembayaran yang telah ditetapkan. Beberapa platform yang sudah menggunakan *Paylater* adalah *Traveloka*, *Shopee*, *Lazada*, *Tokopedia*, *Ovo*, *Gojek*, dan sebagainya. Dengan adanya teknologi finansial ini, masyarakat mulai beralih menggunakan metode pembayaran *cashless* atau pembayaran digital. Ditengah kondisi COVID-19, kondisi ekonomi masyarakat sedang tidak stabil sehingga kebutuhan yang diperlukan dalam jumlah yang besar. *Paylater* menjadi salah satu invoasi *Fintech* yang kini banyak diminati oleh masyarakat dalam melakukan pembelian karena salah transaksi yang dilakukan secara bertahap dan pembayaran tersebut tidak adanya kontak fisik antar pembeli dan penjual. Dibalik pemakaian fitur *Paylater*, terdapat juga tanggung jawab yang besar dalam penggunaan fitur tersebut. Pengguna fitur tersebut harus memiliki pemahaman yang baik maka akan terhindar dari hutang yang melilit, karena fitur *Paylater* harus digunakan dengan bijak maka hal ini bisa membantu dalam meningkatkan inklusi keuangan di Indonesia.

Pada tahun 2019, *Shopee* merupakan e-commerce dengan jumlah frekuensi belanja tertinggi adalah *shopee*, sebesar 29%. *Tokopedia* berada di peringkat kedua kemudian dilanjutkan oleh *Lazada*. Namun *Tokopedia* lebih unggul dalam segi jumlah pengunjung tetapi dalam hal frekuensi belanja *shopee* masih menjadi yang tertinggi. Walaupun dari hasil tersebut *Shopee* hanya berada pada kedudukan kedua, namun dengan lebih seringnya transaksi yang dilakukan didalam aplikasi *Shopee* sehingga akan lebih tinggi juga tingkat kepercayaan konsumen pada penggunaan *shopee Paylater* yang ada di aplikasi *Shopee*.³

METODOLOGI PENELITIAN

² Eni Lestarina, Prilaku konsumtif di kalangan remaja, *Jurnal Riset Tindakan Indonesia*, vol 2, no 02 2017, hal 1-6

³ Reddyson, Pengaruh Fitur *Paylater* terhadap Sifat Belanja yang Konsumtif pada Remaja di Kota Batam, *jurnal ekonomi*. Vol 6. No 2, September 2022

Jenis penelitian yang di gunakan dalam penelitian ini adalah survei dan diolah menggunakan aplikasi SPSS 25. Metode penelitian survei ini untuk mendapatkan data dari tempat tertentu yang alamiah (bukan buatan), akan tetapi penelitian dilakukan dalam pengumpulan data, mengedarkan koesioner atau angket, wawancara terstruktur dan sebagainya. Angket di gunakan bila respon jumlahnya besar dapat membaca dengan baik dan dapat mengungkapkan hal hal yang bersifat rahasia.

Pendekatan yang di gunakan adalah pendekatan kuantitatif. Metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah di tetapkan.

Informan dalam penelitian ini terdiri dari para pengguna *Shopee paylater* yaitu para mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah STAIN Bengkalis. Selain itu, informasi didapatkan melalui aplikasi Shopee sendiri untuk lebih mengetahui mengenai ketentuan mekanisme didalam *Shopee paylater*

PEMBAHASAN (Times New Roman 12, Bold)

Prilaku Konsumtif

Dalam mengenal konsumen di perlukan pemahaman mengenai prilaku konsumen yang merupakan perwujudan seluruh aktivitas jiwa manusia itu sendiri. Prilaku konsumen adalah suatu tindakan tindakan nyata individu atau kumpulan individu, misalnya suatu organisasi yang di pengaruhi oleh aspek eksternal dan internal yang mengarahkan mereka untuk memilih dan mengkonsumsi barang atau jasa yang di inginkan.

Prilaku konsumen suatu studi unit pembelian dan proses pertukaran yang melibatkan prolehan, konsumsi, dan pembuangan barang, jasa, prilaku konnsumen merupakan kegiatan kegiatan individu yang langsung terlibat dalam jasa, termasuk di dalam nya proses pengambilan keputusan.

Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan dengan harapannya. Seorang pelanggan jika mereka puas dengan harapannya. Seorang pelanggan jika mereka puas dengan nilai yang di berikan oleh produk atau jasa maka sangat besar kemungkinan untuk menjadi pelanggan dalam waktu yang lama.

Kepuasan pelanggan di bagi dua macam yaitu kepuasan fungsional dan kepuasan fisiologis. Kepuasan fungsional merupakan kepuasan yang di peroleh dari fungsi suatu produk yang di dimanfaatkan sedangkan kepuasan fisiologis merupakan kepuasan yang di peroleh dari atribut yang bersifat tidak berwujud dari produk.

Indikator Prilaku Konsumtif

Pengukuran perilaku konsumtif menggunakan indikator perilaku konsumtif sebagai berikut:

1. Membeli Produk karena iming-iming Konsumen
membeli suatu barang karena adanya hadiah yang ditawarkan jika membeli barang tersebut.
2. Membeli produk karena kemasan menarik Konsumen

remaja sangat mudah terbujuk untuk membeli produk yang dibungkus dengan rapi dan dihias dengan warna-warna menarik, artinya motivasi untuk membeli produk tersebut hanya karena produk tersebut dibungkus dengan rapi dan menarik.

3. Membeli produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi

Konsumen mempunyai keinginan membeli tinggi, karena pada umumnya remaja mempunyai ciri khas dalam berpakaian, berdandan, gaya rambut, dan sebagainya dengan tujuan agar selalu berpenampilan yang dapat menarik perhatian orang lain. Konsumen membelanjakan uangnya lebih banyak untuk menunjang penampilannya.

E- Commerce

E- commerce merupakan semua kegiatan yang berhubungan dengan transaksi online yang berlangsung melalui internet atau jaringan elektronik lainnya. Namun, secara umum, *e- commerce* adalah sebuah aktivitas belanja online yang melibatkan jual beli produk fisik atau digital melalui internet. Bahkan *e- commerce* juga mencakup kegiatan seperti jual beli, perbankan dan penyediaan jasa.

Berikut beberapa jenis *E-Commerce* yang paling sering dilakukan, antara lain :

1. *E- Commerce consumer to consumer (C2C)*

Jenis *E-commerce (C2C)* ini dilakukan antara konsumen dengan konsumen. Misalnya, konsumen dari suatu produsen akan menjual kembali produk ke konsumen lainnya. Contohnya *shopee, Tokopedia, Bukalapak, OLX* dan sejenisnya, maka inilah yang dinamakan *B2C E-commerce*.

2. *E- Commerce business to business (B2B)*

Jenis bisnis *B2B* ini dilakukan oleh orang atau pihak yang saling berkepentingan dalam menjalankan bisnis, di mana keduanya saling mengenal dan mengetahui proses bisnis yang mereka lakukan⁴

Paylater

Payletter merupakan salah satu metode pembayaran melalui platform era *E - Commerce* sehingga platform *E - Commerce* tersebut dapat berkembang dalam hal dunia bisnis teknologi finansial atau biasa disebut dengan *fintech*.

Payletter adalah sebuah metode pinjaman secara online, yang dilakukan tanpa adanya kartu kredit dan konsumen dapat membayarnya dengan mencicil sampai waktu pembayaran yang telah ditetapkan, beberapa platform yang sudah menggunakan *payletter* adalah *traveloka, lazada, tokopedia, ovo, gojek, shopee* dan sebagainya.

Dengan adanya teknologi finansial ini, masyarakat mulai beralih menggunakan metode pembayaran *cashless* atau pembayaran digital balik pemakaian fitur *payletter*, terdapat juga tanggung jawab yang besar dalam penggunaan fitur tersebut. Pengguna fitur tersebut harus memiliki pemahaman yang baik maka akan terhindar dari hutang yang melilit, karena fitur *payletter* harus digunakan dengan bijak maka hal ini

⁴ Anna tiffanie, perkembangan e-commerce di Indonesia saat ini
https://babelprov.go.id/artikel_detil/perkembangan-e-commerce-di-indonesia-saat-ini di akses pada tanggal 21 desember 2022 pkl 21.00

bisa membantu dalam meningkatkan inklusi keuangan di Indonesia.

Hasil uji instrument

Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variable pengganggu atau residual memiliki distribusi normal atau tidak. Seperti yang diketahui bahwa uji T dan F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Jika asumsi dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil.

Tabel 1
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		43
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	5.11039379
Most Extreme Differences	Absolute	.121
	Positive	.121
	Negative	-.085
Test Statistic		.121
Asymp. Sig. (2-tailed)		.118 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Berdasarkan tabel diatas output SPSS tersebut, diketahui bahwa nilai signifikansi Asymp Sig (2-tailed) sebesar 0,118 lebih besar dari 0,05 ($0,118 > 0,05$) maka sesuai dengan dasar pengambilan keputusan dalam uji normalitas Kolmogorov – Smirnov diatas dapat disimpulkan data tersebut normal.

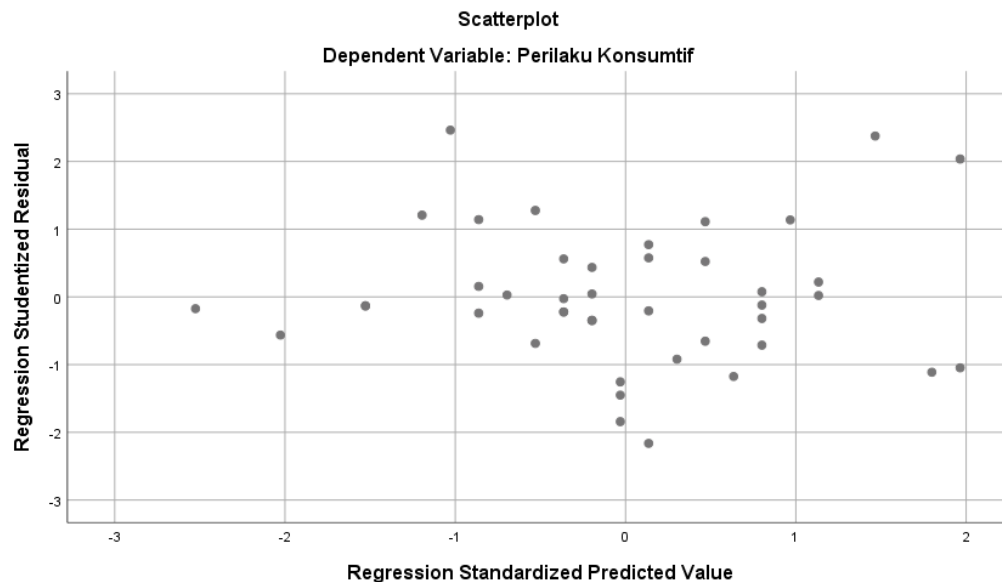
Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain.

Analisis Grafik

Dengan menggunakan grafik Scatterplot. Apabila data yang berbentuk titik-titik tidak membentuk suatu pola atau menyebar, maka model regresi tidak terkena heteroskedastisitas.

Gambar 1
Hasil Uji Heteroskedasitas



Berdasarkan gambar diatas diperoleh hasil berupa data berbentuk grafik dengan titik – titik menyebar secara acak, baik dibagian atas angka nol atau dibagian bawah angka nol, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedasitas dalam regresi ini.

Uji validitas

Hasil perhitungan ini akan dibandingkan dengan critical value, pada tabel ini nilai r dengan taraf signifikansi 5% dan jumlah sampel yang ada. Jika hasil perhitungan korelasi produk moment lebih beasar dari critical value, maka instrumen dinyatakan valid. Sebaliknya jika skor item kurang dari critical value, maka instrumen ini dinyatakan tidak valid.

Tabel 2
Uji Validitas Variabel Shopee Paylater (X)

No	r_{tabel}	r_{hitung}	keterangan
Butir1	0,301	0,867	Valid
Butir2	0,301	0,915	Valid
Butir 3	0,301	0,823	Valid
Butir 4	0,301	0,675	Valid
Butir 5	0,301	0,769	Valid
Butir 6	0,301	0,880	Valid
Butir 7	0,301	0,864	Valid

Berdasarkan tabel diatas seluruh item pernyataan mengenai variabel Shopee Paylater dinyatakan Valid, karena setiap item pernyataan memiliki nilai r_{hitung} lebih dari 0,301.

Tabel 3
Uji Validitas Prilaku Konsumtif (Y)

No	r_{tabel}	r_{hitung}	keterangan
Butir1	0,301	0,723	Valid
Butir2	0,301	0,670	Valid
Butir 3	0,301	0,803	Valid
Butir 4	0,301	0,880	Valid
Butir 5	0,301	0,854	Valid
Butir 6	0,301	0,780	Valid
Butir 7	0,301	0,617	Valid
Butir 8	0,301	0,580	Valid

Berdasarkan tabel diatas seluruh item pernyataan mengenai Variabel Prilaku Konsumtif dinyatakan Valid, karena setiap item pernyataan memiliki nilai r_{hitung} lebih dari 0,301.

Uji Reliabilitas

Tabel 4
Uji Reliabilitas Shopee Paylater (X)
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.926	7

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa instrumen variabel Shopee Paylater dapat dikatakan Reliabel karena nilai *Cronbach,s Alpha* sebesar 0,926 lebih besar dari 0,60.

Tabel 5
Uji Reliabilitas Variabel Prilaku Konsumtif (Y)
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.883	8

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa instrumen Variabel Prilaku Konsumtif dapat dikatakan Reliabel karena nilai *Cronbach,s Alpha* sebesar 0,883 lebih besar daro 0,60.

Tabel 6
Hasil Analisis Regresi linier sederhana
Coefficientsa

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.698	3.177	2.423	.020
	Shopee Paylatter	.640	.133	.601	.000

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Hasil perhitungan koefisien regresi analisis linier sederhana diatas memperlihatkan nilai koefisien konstanta adalah sebesar 7.698 koefisien variabel bebas (X) adalah sebesar 0,640 sehingga diperoleh persamaan regresi $Y = 7.698 + 0,640 X$

Berdasarkan persamaan diatas diketahui nilai konstanta nya sebesar 7.698, secara

matematis, nilai konstanta ini menyatakan bahwa pada saat Shopee Paylater 0, maka Prilaku Konsumtif memiliki nilai 7.698

Selanjutnya nilai positif (0,640) yang terdapat pada koefisien regresi variabel bebas (Shopee Paylater) menggambarkan bahwa arah hubungan antara variabel bebas (Shopee Paylater) dengan variabel terikat (Prilaku Konsumtif) adalah searah dimana setiap kenaikan satu satuan variabel Shopee Paylater akan menyebabkan kenaikan Prilaku konsumtif 0,640.

Uji T

Tabel 7
Hasil Uji T
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.698		2.423	.020
	Shopee Paylater	.640	.601	4.821	.000

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa variabel X terdapat pengaruh yang signifikan terhadap variabel Y. dari hasil pengujian hipotesis tersebut terbukti bahwa “ Ada pengaruh yang signifikan antara Shopee Paylater terhadap Prilaku Konsumtif Mahasiswa prodi ekonomi syariah STAIN Bengkalis.

Koefisien Determinasi

Tabel 8
Hasil Koefisien Determinasi (R2)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.601 ^a	.362	.346	5.172

a. Predictors: (Constant), Shopee Paylater

b. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Berdasarkan table diatas output SPSS “ *Model Summary* “ diketahui nilai koefisien determinasi atau R- Square adalah 0,362 sama dengan 36,2 %. Artinya Shopee Paylater (X) secara simultan berpengaruh terhadap Prilaku Konsumtif (Y) sebesar 36,2%. Sedangkan sisanya 63,8% di pengaruhi variabel lain diluar penelitian.

Pengaruh Shopee Paylater terhadap Prilaku Konsumtif Mahasiswa prodi Ekonomi Syariah STAIN Bengkalis

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh Shopee Paylater terhadap prilaku konsumtif pada mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah STAIN Bengkalis . hal ini dapat dilihat

dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Artinya Shopee Paylater berpengaruh dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah STAIN Bengkalis.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Shopee Paylater mempunyai pengaruh terhadap Perilaku konsumtif mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah STAIN Bengkalis. Hasil tersebut memberikan makna bahwa semakin individu menggunakan Shopee Paylater maka semakin tinggi perilaku konsumtif pada diri individu tersebut. apalagi perilaku konsumtif sangat tidak dianjurkan didalam agama islam, selain mempunyai dampak yang sangat buruk, perilaku konsumtif juga membuat diri seseorang tidak pernah merasa cukup. Selain itu pandangan hukum Islam, memandang *Shopee Paylater* yaitu dalam mekanisme *Shopee Paylater* terdapat syarat-syarat dari akad-akad yang tidak terpenuhi dalam *Shopee Paylater*. Karena didalamnya terdapat denda keterlambatan yang diberikan oleh pihak *Shopee Paylater*, denda keterlambatan ini termasuk dalam riba jahiliyah. Maka dari itu praktik *Shopee Paylater* tidak diperbolehkan dalam Islam karena mengandung unsur riba.⁵

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Aldes Rahmadanti terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Perilaku konsumtif mahasiswa dalam penelitian ini menunjukkan belum sepenuhnya sesuai dengan prinsip konsumsi ekonomi islam. Hal ini terlihat dari Sebagian besar mahasiswa yang terdorong untuk menggunakan fitur paylater dalam memenuhi status sosial maupun gaya hidupnya sehingga menyebabkan mahasiswa berperilaku konsumtif.

Kajian Ekonomi Syariah Terhadap Shopee Paylater

Para ulama memperbolehkan adanya jual beli. Namun jual beli yang dilakukan harus memenuhi syarat-syarat yang sudah diatur. Dalam pelaksanaan jual beli harus terdapat kejelasan dan kesepahaman antara Tinjauan Hukum Islam terhadap Pinjaman *Shopee paylater*. Jika jual beli dilakukan secara kredit atau berangsur maka penjual harus memberitahukan jika harga yang pembayarannya secara kredit lebih tinggi dibandingkan pembayaran secara tunai.

Menurut ulama jika penjual memberikan perbedaan harga kontan dan harga kredit dimana harga kredit lebih tinggi daripada harga kontan kemudian pembeli menyetujui nya maka dalam hal ini sudah terjadi kesepakatan antara kedua belah pihak maka dari itu jual beli ini tidak haram.

penerapan akad qardh pada *Shopee paylater*, qardh dalam Islam diperbolehkan jika rukun dan syarat nya terpenuhi. Pengaplikasian akad qardh dalam praktik *Shopee paylater* karena dalam pengaplikasian *Shopee paylater* pengguna diberikan limit awal sesuai dengan ketentuan

⁵ Retno Dwi Ulfa, Tinjauan Hukum Islam terhadap Pinjaman Shopee paylater, di dalam jurnal Ekonomi Islam Volume 5, Nomor 2, 2022

dari *Shopee paylater*. Limit tersebut digunakan untuk membeli barang sesuai yang diinginkan oleh pihak pengguna. Kemudian limit tersebut juga dapat bertambah seiring dengan keaktifan pengguna dalam bertransaksi dan juga ketepatan waktu dalam membayar tagihan di *Shopee paylater* disetiap bulannya.

Di dalam qardh terdapat syarat tidak diperbolehkan adanya unsur riba. Maka dari itu syarat qardh dalam pengaplikasian *Shopee paylater* tidak terpenuhi. Karena di dalam praktik *Shopee paylater* terdapat denda keterlambatan jika pengguna membayar tagihan tidak tepat waktu. Di dalam islam denda keterlambatan sendiri dikenal dengan istilah riba jahiliyah, yaitu riba yang muncul karena adanya keterlambatan pembayaran oleh peminjam.

Kemudian *Shopee paylater* jika ditinjau melalui akad hiwalah yaitu jika di aplikasikan dalam *Shopee paylater* maka termasuk hiwalah muthlaqah, karena dalam mekanisme nya *Shopee paylater* membayarkan harga barang yang dibeli pada seller, kemudian pengguna membayar hutang kepada pihak *Shopee paylater* bukan ke pihak seller. Kemudian didalam hiwalah mutlaqah terdapat hiwalahbil ujah, dimana pihak muhal alaih diperbolehkan menerima ujah atas ketersediaanya untuk membayar hutang muhil. Dalam pengaplikasian akad hiwalah dalam *Shopee paylater* sendiri yaitu pihak pengguna membeli barang terlebih dahulu kepada pihak penjual, kemudian seharusnya pihak pengguna membayar kepada pihak penjual namun dikarenakan pengguna belum memiliki uang maka barang tersebut dibayarkan oleh pihak *Shopee paylater* sehingga terdapat pengalihan hutang dari pihak pengguna yang berhutang ke pihak penjual menjadi berhutang kepada pihak *Shopee paylater*. Kemudian pihak pengguna harus membayar hutangnya kepada pihak *Shopee paylater* beserta tambahan biaya (ujrah) kepada pihak *Shopee paylater* karena telah membayarkan hutang pihak pengguna kepada pihak penjual.

SIMPULAN

Setelah data diolah dan dianalisis maka dapat diambil kesimpulan bahwa ada beberapa dampak positif dari tidak menggunakan Shopee Paylater ini salah satunya menghindari mahasiswa dalam berperilaku konsumtif, yang tidak dianjurkan dalam prinsip ekonomi islam. Secara parsial variabel penggunaan fitur Shopee Paylater berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah STAIN Bengkalis. Hal ini dibuktikan dengan nilai thitung sebesar 4.821 dengan nilai ttabel sebesar 2.019 selain itu nilai signifikasi sebesar 0,000 yang berada dibawah 0,05(tingkat signifikan). Hal ini menunjukkan bahwa nilai thitung lebih besar dari ttabel ($4.821 > 2.019$). sehingga terdapat pengaruh antara penggunaan Shopee Paylater terhadap perilaku konsumtif mahasiswa secara signifikan. Perilaku konsumtif mahasiswa dalam penelitian ini menunjukkan belum sepenuhnya sesuai dengan prinsip konsumsi ekonomi islam. Hal ini terlihat dari Sebagian mahasiswa yang terdorong

untuk menggunakan fitur Shopee Paylater dalam memenuhi status sosial maupun gaya hidupnya sehingga menyebabkan mahasiswa berperilaku konsumtif. Dalam ekonomi islam kebutuhan harus berorientasi pada kebutuhan yang rasional dan positif yang sesuai dengan syariat – syariat islam

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad. (2021, Januari 19). *Pengertian E-commerce*. Retrieved from Gramedia Blog: <https://www.gramedia.com/literasi/e-commerce/>
- Anastasya. (2020). Pengaruh Penggunaan Shopeepay later Terhadap Prilaku Konsumtif Mahasiswa Fisip USU. *Jurnal Fakultas Sosial dan Politik*.
- Annafilah, H. (2022). pengaruh kontrol diri terhadap prilaku konsumtif online shopping bagi mahasiswa. *Jurnal Litrase Psikologi*, 020-027.
- Damayanti, F. D. (2021). Pengaruh Penggunaan Pembayaran Shopeepay Later Terhadap . *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*.
- Firmansyah, M. A. (2018). *Prilaku Konsumen*. Surabaya: CV BUDI UTAMA.
- Hernawati. (2022, Januari 21). Pengaruh media social terhadap prilaku masyarakat. p. 1.
- Ilham, M., & Firdaus, F. (2020). Islamic Branding dan Religiusitas Serta Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Oleh Konsumen Pada Swalayan Al-Baik Kota Tanjungpinang. *PERADA*, 3(1), 29-48.
- Ilham, M., & Saifullah, S. (2022). Telaah Historis Dalam Kebijakan Harga Menurut Perspektif Islam. *Jurnal Ilmiah Ekonomi, Manajemen dan Syariah (JIEMAS)*, 1(2), 76-87.
- Kamus keuangan*. (2023, januari 7). Retrieved from sample: <https://kamus.tokopedia.com/s/sampel/>
- kurniasari, D. (2022, Januari 16). Skill statistika populasi dan sample beserta teknik pengumpulannya .
- Lestarina, E. (2017). Prilaku Konsumtif di Kalangan Remaja. *Jurnal Riset Tindakan Indonesia*, 1-6.
- Mulyono. (2019, Desember 2). *Analisis Regresi Linier Sederhana*. Retrieved from Binus University: <https://bbs.binus.ac.id/management/2019/12/analisis-regresi-sederhana/>
- Nurazizah, L. (2023, Januari 7). *Gramedia Blog*. Retrieved from Pengertian data: <https://www.gramedia.com/literasi/pengertian-data/>
- Ramadanti, A. (2022). Pengaruh Penggunaan Fitur Paylater terhadap Prilaku Konsumtif Mahasiswa UIN Lampung dalam Perspektif Ekonomi Islam. Lampung.
- Ramadanti, A. (2022). Pengaruh Penggunaan Fitur Paylater terhadap prilaku konsumtif

- mahasiswa UIN Raden Intan Lampung Dalam Perspektif ekonomi islam. Lampung.
- Reddyson. (2022). Pengaruh fitur paylater terhadap sifat belanja yang konsumtif pada remaja kota batam. *Jurnal ekonomi*, 5.
- Rohayedi, E. (2020). konsumerisme dalam perspektif islam. *Jurnal transformatif islam*.
- Salma. (2021, Desember 20). *Beraksi*. Retrieved from Deepublish: <https://penerbitdeepublish.com/skala-pengukuran-dalam-penelitian/>
- sari, R. (2020). Pengaruh penggunaan payletter terhadap prilaku impulse buying pengguna e-commerce di indonesia. *Jurnal administrasi*, 3-4.
- Setyawan, D. A. (2014). Uji Validitas dan Reliabilitas instrumen penelitian. Surakarta: Kementrian Kesehatan.
- Tiffanie, Anna. (2022, Januari monday). Perkembangan e-commerce di indonesia saat ini. p. 1.