

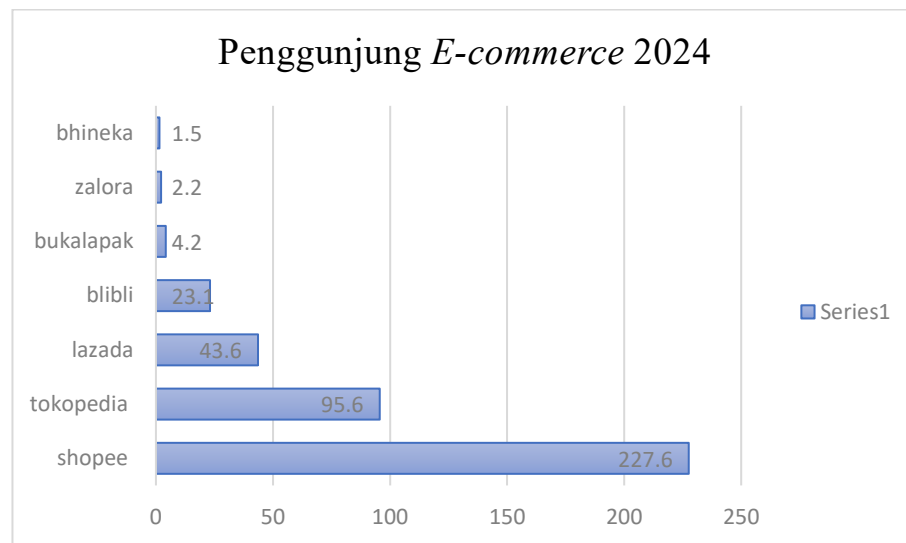
# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Perkembangan teknologi digital telah memberikan dampak yang signifikan terhadap berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam sektor ekonomi. Transformasi digital semakin mempermudah masyarakat dalam melakukan aktivitas ekonomi, terutama dalam transaksi jual beli melalui platform *e-commerce*. Seiring dengan meningkatnya penetrasi internet, jumlah pengguna *e-commerce* di Indonesia terus bertambah setiap tahunnya. Berdasarkan data dari Kementerian Komunikasi dan Informatika (Alamin et al., 2023), jumlah pengguna internet di Indonesia pada tahun 2024 mencapai 221.563.479 jiwa dari total populasi 278.696.200 jiwa. Tren ini menunjukkan adanya pergeseran pola konsumsi masyarakat yang semakin bergantung pada teknologi digital.

*E-commerce* saat ini merupakan tempat proses transaksi jual beli yang paling sering digunakan karena kemudahan dan efisiensi dalam bertransaksi. Untuk meningkatkan efisiensi dan kenyamanan konsumen, *E-commerce* menyediakan berbagai macam layanan keuangan agar memfasilitasi pembayaran pada transaksi *E-commerce* lebih mudah, salah satunya pembayaran menggunakan fitur *paylater*. *Paylater* merupakan alternatif metode pembayaran yang dapat menunda atau mencicil pembayaran ketika membeli sesuatu melalui suatu platform salah satunya *E-commerce*. Fitur ini sama seperti layanan pinjaman online tanpa kartu kredit. Diperkirakan dari hasil riset yang dilakukan oleh DNS Innovate (DailySocial.id).



Gambar 1. 1 Data Statistik pengunjung *E-commerce* tahun 2024  
 Sumber : Statista 2024

Shopee, sebagai salah satu platform *e-commerce* terbesar di Asia Tenggara, menawarkan berbagai fitur yang menarik bagi penggunanya, salah satunya adalah Shopee PayLater (SPayLater). Layanan ini memungkinkan pengguna untuk melakukan pembelian secara kredit dengan opsi pembayaran di bulan berikutnya atau dengan cicilan tertentu. Shopee PayLater menawarkan kemudahan dalam bertransaksi, seperti proses pendaftaran yang cepat, kemudahan akses, serta fleksibilitas dalam pembayaran. Menurut data Statista (2024), Shopee menempati peringkat pertama sebagai platform *e-commerce* paling banyak dikunjungi di Indonesia dengan sekitar 228 juta kunjungan per bulan.

Namun, dari perspektif ekonomi Islam, layanan Shopee PayLater menimbulkan beberapa permasalahan, terutama terkait dengan unsur riba. Dalam Islam, transaksi keuangan harus dilakukan secara adil dan menghindari riba, gharar (ketidakpastian), dan eksploitasi. Meskipun Shopee PayLater menggunakan akad qardh dalam sistem pembayarannya, terdapat biaya bunga sebesar 2,95% serta

biaya penanganan sebesar 1% dalam setiap transaksi, yang menurut fatwa DSN-MUI No: 116/DSN-MUI/IX/2017 dapat dikategorikan sebagai riba. Beberapa studi sebelumnya, termasuk peneliti Rahmawati (2021), menunjukkan bahwa layanan paylater dalam e-commerce sering kali mengandung unsur riba dan bertentangan dengan prinsip maqasid syariah.

Selain aspek hukum islam, faktor gaya hidup islami juga memiliki peran dalam keputusan pembelian menggunakan Shopee PayLater. Gaya hidup islami yang berlandaskan pada prinsip tauhid menekankan efisiensi, kebijaksanaan, dan tanggung jawab dalam pengelolaan keuangan. Konsumen muslim idealnya mempertimbangkan aspek halal dan thayyib dalam setiap transaksi yang mereka lakukan (QS Al-Baqarah: 168). Namun, dengan adanya kemudahan transaksi digital, banyak individu, khususnya generasi muda, cenderung lebih konsumtif dan kurang mempertimbangkan aspek syariah dalam pengelolaan keuangan mereka. Menurut penelitian Maydiana et al. (2020), gaya hidup Islami dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen, meskipun dampaknya mungkin bervariasi tergantung pada tingkat religiusitas individu. Hal ini menunjukkan bahwa, dalam hal kemudahan teknologi, pengaruh gaya hidup Islami masih perlu diteliti.

Fenomena ini juga diperkuat dengan hasil survei yang dilakukan oleh DNS Innovate (2024), yang menunjukkan bahwa 60% pengguna layanan pembayaran digital di Indonesia berasal dari generasi muda. Hal ini menandakan bahwa generasi muda semakin terbiasa dengan sistem pembayaran digital, termasuk Shopee PayLater. Di sisi lain, pemerintah juga mulai memperhatikan sistem pembayaran

digital yang ada di Indonesia, khususnya layanan paylater, mengingat dampaknya terhadap perilaku konsumtif masyarakat.

Masalah yang muncul dalam penggunaan Shopee PayLater adalah meningkatnya perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa, terutama yang berlatar belakang ekonomi syariah. Banyak dari mereka menggunakan layanan ini tanpa mempertimbangkan aspek keuangan jangka panjang dan hukum syariah yang mengaturnya. Sebagian besar mahasiswa merasa terbantu dengan fitur cicilan tanpa kartu kredit, tetapi di sisi lain, mereka cenderung mengabaikan konsekuensi dari penggunaan kredit yang tidak terkontrol. Fenomena ini menunjukkan adanya ketidaksesuaian antara prinsip ekonomi Islam yang dipelajari dengan praktik konsumsi yang dilakukan dalam kehidupan sehari-hari.

Penelitian sebelumnya telah membahas bagaimana kemudahan dan gaya hidup mempengaruhi keputusan pembelian, seperti:

Serli Vania Resa, (2022): Menemukan bahwa kemudahan adalah faktor utama dalam keputusan untuk menggunakan Shopee PayLater.

Ni Putu Novi Anggraeni & Gede Sri Darma (2023): Menunjukkan bahwa penggunaan Shopee Paylater berdampak positif pada perilaku konsumtif.

Rahmani, (2023): Menemukan bahwa gaya hidup Islami tidak berdampak pada pilihan pembelian.

Namun, penelitian yang dilakukan untuk mengetahui bagaimana kedua variabel ini secara bersamaan mempengaruhi pada keputusan pembelian dalam konteks ekonomi Islam masih terbatas. Untuk mengisi kesenjangan tersebut, penelitian ini akan meneliti lebih mendalam hubungan antara kemudahan

pengguna, gaya hidup islami dan keputusan pembelian dilihat dari sudut pandang perspektif syariah.

Berdasarkan pemaparan latar belakang diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kemudahan Pengguna Dan Gaya Hidup Islami Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Shopee Paylater Dalam Perspektif Ekonomi Islam”** (Studi kasus Mahasiswa Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Malikussaleh).

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian di atas, yang menjadi pokok permasalahan dalam penelitain ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah kemudahan pengguna *Shopee PayLater* berpengaruh terhadap keputusan pembelian di kalangan Mahasiswa Ekonomi Syariah Universitas Malikussaleh?
2. Apakah gaya hidup Islami berpengaruh terhadap keputusan pembelian menggunakan *Shopee PayLater* di kalangan Mahasiswa Ekonomi Syariah Universitas Malikussaleh?
3. Seberapa besar pengaruh kemudahan dan gaya hidup Islami terhadap keputusan pembelian menggunakan *Shopee PayLater* di kalangan Mahasiswa Ekonomi Syariah Universitas Malikussaleh?

## 1.3 Tujuan Penelitian

1. Menganalisis pengaruh kemudahan pengguna *Shopee PayLater* terhadap keputusan pembelian di kalangan Mahasiswa Ekonomi Syariah Universitas Malikussaleh

2. Menganalisis pengaruh gaya hidup Islami terhadap keputusan pembelian menggunakan *Shopee PayLater* di kalangan Mahasiswa Ekonomi Syariah Universitas Malikussaleh
3. Menentukan besarnya pengaruh kemudahan pengguna dan gaya hidup Islami terhadap keputusan pembelian menggunakan *Shopee PayLater* di kalangan Mahasiswa Ekonomi Syariah Universitas Malikussaleh.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Salah satu manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Secara akademis, penelitian ini akan membantu mengembangkan literatur tentang ekonomi islam, khususnya tentang bagaimana konsumen muslim menggunakan layanan Shopee Paylater.
2. Secara praktis, penulis mengharapkan penelitian ini akan memberi konsumen muslim lebih banyak pengetahuan untuk membuat keputusan yang lebih cerdas tentang menggunakan kredit digital.

## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA

#### 2.1 Landasan Teori

##### 2.1.1 Keputusan Pembelian

##### 2.1.1.1 Keputusan Pembelian Dalam Perspektif Ekonomi Islam

Keputusan pembelian dalam perspektif ekonomi Islam melibatkan prinsip-prinsip yang sesuai dengan syariah, seperti keadilan, transparansi, dan keseimbangan antara kebutuhan duniawi dan spiritual. Ketika pelanggan memutuskan untuk melakukan transaksi, mereka melakukan keputusan pembelian. Keputusan dalam agama Islam harus mempertimbangkan aspek halalan thayyiban (QS Al-Baqarah: 168).

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُواتِ  
الشَّيْطَانِ ۚ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُبِينٌ

*Artinya: “Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan; karena sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu.”*

Menurut Hadari Nawawi, pengambilan keputusan dalam Islam dapat bersifat aposteriori dan apriori, yang penting selalu berpedoman pada Al-Qur'an dan Hadis (Fahrudin, 2021). Dari sudut pandang Islam, keputusan pembelian merujuk pada proses keputusan yang dilakukan sesuai dengan hukum Islam, yakni memilih dari berbagai alternatif yang sejalan dengan prinsip-prinsip Islam (Effendi, n.d.).

Dalam konteks ini , konsumen Muslim mendukung konsep halal dan haram serta prinsip etika dan moral yang diajarkan dalam Islam untuk memastikan bahwa keputusan pembelian mereka tidak hanya memenuhi kebutuhan materi mereka tetapi juga mematuhi prinsip - prinsip agama .

#### 2.1.1.2 Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Dalam Islam

Keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen Muslim sangat dipengaruhi oleh berbagai elemen yang sejalan dengan prinsip-prinsip ajaran Islam.

Beberapa faktor utama yang berperan antara lain:

1. Faktor Keagamaan.

Tingkat ketaatan seseorang terhadap nilai-nilai Islam memiliki pengaruh besar dalam menentukan keputusan pembelian. Umumnya, konsumen Muslim lebih memilih produk yang sesuai dengan ajaran agama, seperti produk yang halal dan thayyib.

2. Faktor Psikologis.

Aspek-aspek seperti motivasi, persepsi, dan sikap individu sangat mempengaruhi preferensi pembelian. Misalnya, semakin tinggi kesadaran terhadap pentingnya mengonsumsi produk halal, semakin hati-hati seseorang dalam memilih produk.

3. Faktor Sosial.

Lingkungan sekitar, termasuk keluarga, rekan, dan pemuka agama, sering kali menjadi sumber pengaruh dalam menentukan suatu pilihan (Mauliddiyah, 2021a).



#### 4. Faktor Budaya

Budaya dan nilai-nilai masyarakat yang berlandaskan pada norma Islam turut mempengaruhi perilaku konsumen. Produk yang mencerminkan prinsip kesederhanaan dan keberlanjutan lebih banyak diminati dalam komunitas Muslim.

#### 5. Faktor Mutu Produk.

Produk yang memiliki sertifikasi halal cenderung memiliki tingkat kepercayaan yang lebih tinggi di mata konsumen (Alia, 2022).

#### 6. Faktor Harga.

Penetapan harga dalam Islam harus adil dan transparan, bebas dari unsur riba atau penipuan. Konsumen Muslim cenderung menghindari produk yang harganya dianggap tidak sesuai atau tidak masuk akal (Eliza et al., 2022).

#### 7. Faktor Sertifikasi Halal

Label halal memberikan jaminan kepada konsumen Muslim bahwa produk tersebut sesuai dengan standar Islam. Adanya label ini sering kali menjadi faktor utama dalam pengambilan keputusan pembelian.

Dengan memahami keseluruhan faktor ini, pelaku usaha dapat menyusun strategi pemasaran yang selaras dengan nilai-nilai Islam dan mampu memenuhi kebutuhan konsumen Muslim secara lebih efektif.

##### 2.1.1.3 Jenis-jenis Perilaku Keputusan Pembelian

Jenis perilaku keputusan pembelian dalam Islam yang berlandaskan pada nilai-nilai syariah seperti kejujuran, keadilan, kemanfaatan, dan keberkahan:

1. Pembelian Berdasarkan Kebutuhan (Maslahah).

Islam menganjurkan pembelian barang atau jasa yang benar-benar dibutuhkan dan bermanfaat, serta melarang perilaku boros atau berlebihan. Hal ini sesuai dengan firman Allah dalam QS. Al-Isra: 26-27.

2. Pembelian dengan Pertimbangan Halal dan Haram

Konsumen Muslim dianjurkan untuk memilih produk yang telah tersertifikasi halal oleh lembaga terpercaya.

3. Pembelian yang Berbasis Etika dan Kejujuran.

Islam menekankan kejujuran dalam transaksi. Tidak membeli barang dari hasil kecurangan, penipuan, atau riba merupakan bagian dari perilaku konsumsi yang etis.

4. Pembelian yang Tidak Menimbulkan Kemudharatan

Konsumen Muslim dihimbau untuk tidak membeli barang yang dapat merugikan diri sendiri atau orang lain, serta menghindari produk yang berdampak negatif pada kesehatan, lingkungan, dan sosial (Annisa, 2023).

5. Pembelian dengan Sikap Qana'ah (Rasa Cukup).

Islam mengajarkan untuk tidak bersikap konsumtif dan berlebih-lebihan dalam membeli barang, serta menjaga keseimbangan antara kebutuhan dunia dan akhirat (Dzikrillah et al., 2023).

6. Pembelian dengan Niat Ibadah dan Keberkahan.

Setiap keputusan pembelian sebaiknya diniatkan untuk mendapatkan keberkahan, bukan hanya keuntungan duniawi (Wigati, 2011).

Dengan memahami dan menerapkan prinsip-prinsip tersebut, seorang Muslim dapat mengelola konsumsi dengan lebih bijak dan sesuai dengan ajaran Islam.

#### 2.1.1.4 Proses Tahapan Keputusan Pembelian

Berikut adalah proses pengambilan keputusan pembelian dalam perspektif ekonomi islam:

1. Pengenalan masalah (Need Recognition)

Pengenalan masalah merupakan tahap pertama dari proses pengambilan keputusan pembeli di mana konsumen mengenali suatu masalah atau kebutuhan.

2. Pencarian Informasi (Information Search)

Konsumen yang telah tertarik mungkin akan mencari lebih banyak informasi. Apabila dorongan konsumen begitu kuat dan produk yang memuaskan berada dalam jangkauan, konsumen kemungkinan besar akan membelinya.

3. Evaluasi Alternatif (Evaluasi Alternatif)

Pemasar perlu mengetahui evaluasi berbagai alternative (*alternative evaluation*), yaitu suatu tahap dalam proses pengambilan keputusan pembelian dimana konsumen menggunakan informasi untuk mengevaluasi merek-merek berbagai produk atau layanan berdasarkan kriteria tertentu, seperti kualitas, harga, dan kepatuhan terhadap hukum Islam.

4. Keputusan Pembelian (Purchase Decision)

Biasanya keputusan pembelian konsumen (*purchase decision*) adalah pembelian merek yang paling disukai. dalam islam, keputusan ini harus

didasarkan pada niat baik, kejujuran, dan keadilan, serta praktik riba atau penipuan.

#### 5. Perilaku Pasca Pembelian (Post-Purchase Behavior)

Perilaku pasca pembelian merupakan tahap dalam proses pengambilan keputusan pembelian dimana konsumen mengambil tindakan lebih lanjut setelah membeli berdasarkan kepuasan atau ketidak puasan yang mereka rasakan (Andni, 2024).

##### 2.1.2 Kemudahan Pengguna

##### 2.1.3 Definisi Kemudahan Pengguna

Faktor penting dalam adopsi teknologi adalah kemudahan penggunaannya. Berdasarkan Technology Acceptance Model (TAM) yang dikembangkan oleh Davis (1989), persepsi seseorang tentang kemudahan penggunaan teknologi mempengaruhi perilaku dan keinginan mereka untuk menggunakan teknologi tersebut. Misalnya, Shopee Paylater menarik pelanggan karena fleksibilitas pembayarannya yang menarik dan proses pendaftaran yang cepat, meskipun mereka kadang-kadang tidak mempertimbangkan etika Islam.

Dalam kerangka ekonomi Islam, kemudahan penggunaan (ease of use) berlandaskan pada prinsip at-taysir, yaitu prinsip yang menekankan pentingnya memberikan kemudahan dalam aktivitas ekonomi agar tidak menimbulkan kesulitan bagi masyarakat dalam memenuhi kebutuhannya. Prinsip ini selaras dengan nilai-nilai dasar syariah, seperti keadilan, kemaslahatan, dan keseimbangan, yang menjadi landasan dalam setiap praktik muamalah (Nurhadi, 2020).

Di tengah perkembangan teknologi digital, layanan seperti Shopee hadir untuk mempermudah proses transaksi secara praktis dan efisien. Islam pun mendorong terciptanya kemudahan dalam setiap aspek kehidupan, sebagaimana disampaikan dalam salah satu hadis (HR. Bukhari, no. 69; Muslim, no. 1732)

**"Sesungguhnya agama ini mudah..."**

*"Yassiruu wa laa tu'assiruu, basyshiruu wa laa tunaffiruu."*

Artinya: "Permudahlah dan jangan dipersulit, berilah kabar gembira dan jangan membuat orang lari." (HR. Bukhari, no. 69; Muslim, no. 1732)

Berdasarkan kajian yang dilakukan oleh Marini (Marini, 2022), kemudahan penggunaan dalam perspektif ekonomi Islam dapat dilihat dari beberapa indikator utama, antara lain kemudahan dalam mengakses layanan, keterbukaan serta kejelasan informasi, dan prosedur transaksi yang sederhana namun tetap berlandaskan pada prinsip-prinsip syariah. Hal ini menunjukkan bahwa sistem keuangan syariah dirancang untuk dapat digunakan secara inklusif dan efisien tanpa mengabaikan nilai-nilai Islam yang mendasarinya.

#### 2.1.4 Gaya Hidup Islami

##### 2.1.3.1 Definisi Gaya Hidup Islami

Dalam pandangan Islam, terdapat dua tipe utama gaya hidup: gaya hidup Islami yang berlandaskan pada tauhid, serta gaya hidup jahiliyah yang mencerminkan cara hidup kaum kafir. Gaya hidup jahiliyah bersumber dari dasar yang rapuh dan sarat dengan unsur kemusyrikan. Sebaliknya, gaya hidup Islami dibangun atas nilai-nilai efisiensi, kebijaksanaan, dan tanggung jawab, terutama dalam hal pengeluaran. Al-Qur'an dengan tegas mengingatkan umatnya agar

menghindari sikap israf (berlebihan) dan tabzir (pemborosan), sebagaimana ditegaskan dalam (QS Al-Isra: 27).

إِنَّ الْمُبَذِّرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيَاطِينِ ۖ وَكَانَ الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ كَفُورًا  
 Artinya: “Sesungguhnya pemboros-pemboros itu adalah saudara-saudara syaitan dan syaitan itu adalah sangat ingkar kepada Tuhannya.”

Para ahli ekonomi Islam menjelaskan bahwa gaya hidup Islami merupakan wujud nyata dari penerapan prinsip-prinsip syariah dalam berbagai aspek kehidupan sehari-hari, mencakup pola konsumsi, kegiatan produksi, hingga hubungan sosial. Konsep ini tidak hanya berfokus pada kehalalan suatu produk atau aktivitas, tetapi juga menekankan nilai-nilai thayyib, yang meliputi aspek kebersihan, kesehatan, dan etika.

Menurut Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah (KNEKS), gaya hidup halal mencerminkan penerapan nilai-nilai syariah secara menyeluruh dalam kehidupan, sebagai bagian dari ekosistem ekonomi dan keuangan syariah. Gaya hidup ini diwujudkan melalui pola hidup yang berpedoman pada standar, prinsip, dan nilai-nilai Islam.

Dalam pandangan Islam, setiap keputusan belanja idealnya didasarkan pada prinsip kesederhanaan, bukan dorongan konsumtif yang berlebihan. Hal ini sejalan dengan HR. Ahmad, no. 6764 yang mengajarkan pentingnya hidup sederhana.

*"Makanlah, minumlah, bersedekahlah dan berpakaianlah tanpa berlebih-lebihan dan tanpa kesombongan." (HR. Ahmad, no. 6764; disahihkan oleh al-Albani dalam Shahih al-Targhib)*

Oleh karena itu, gaya hidup Islami mengarahkan seseorang untuk menjalani kehidupan yang sederhana, menjauhi gaya hidup boros dan konsumtif, serta

senantiasa mempertimbangkan kehalalan dan kebaikan dalam setiap aspek aktivitas, baik konsumsi, produksi, maupun interaksi sosial.

#### 2.1.4.1 Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Gaya Hidup Islami

Faktor-faktor yang Mempengaruhi Gaya Hidup Islami Menurut Pakar Ekonomi Islam:

1. Pendapatan dan Kondisi Ekonomi

Taraf pendapatan seseorang berpengaruh besar terhadap gaya hidup yang dijalani. Riset dari Fauzi Rizky Bahari dan Sutono mengungkapkan bahwa semakin tinggi penghasilan individu, semakin besar pula kecenderungan mereka dalam mengonsumsi barang dan jasa.

2. Kepribadian dan Motif dalam Memenuhi Kebutuhan.

Karakter individu dan alasan mereka dalam memenuhi kebutuhan juga turut membentuk gaya hidup Islami. Mereka yang memiliki pemahaman dan motivasi kuat terhadap nilai-nilai Islam cenderung menjalani hidup sederhana dan berpedoman pada ajaran syariah.

3. Kelompok Sosial dan Status Kelas.

Dalam kerangka Islam, memilih lingkungan yang mendukung penerapan nilai-nilai Islami menjadi faktor penting dalam membangun gaya hidup sesuai syariat (Bahari & Sutono, 2023).

4. Budaya dan Lingkungan Sekitar.

Budaya serta lingkungan sosialnya bisa mempengaruhi cara hidup seseorang. Jika budaya tersebut selaras dengan ajaran Islam, maka individu akan lebih mudah menjalankan gaya hidup yang Islami.

#### 5. Pemahaman Agama

Tingkat pemahaman seseorang terhadap ajaran agama memiliki dampak besar terhadap perilaku konsumsinya. Prinsip keadilan, kesederhanaan, serta moralitas menjadi landasan utama.

#### 6. Literasi Ekonomi dan Tingkat Religiusitas.

Kemampuan memahami konsep ekonomi dan tingkat religiusitas individu turut membentuk pola konsumsi yang Islami (Faatihah, 2021).

#### 7. Pendidikan dan Produktivitas.

Pendidikan yang baik serta produktivitas individu memiliki peran penting dalam meningkatkan kesejahteraan berdasarkan prinsip Islam. Pendidikan membantu seseorang memahami nilai-nilai ekonomi Islam dan mengaplikasikannya dalam kehidupan sehari-hari.

#### 8. Akhlak dan Ukhuwah Islamiyah.

Akhlak yang baik serta ikatan persaudaraan yang kuat mendorong individu untuk hidup dengan sederhana, jujur, serta saling membantu antar sesama.

#### 2.1.3.3 Aspek Gaya Hidup Islami

Gaya hidup islami mencerminkan sikap dan perilaku yang sesuai dengan syariat dalam Menggunakan uangnya. Konsep gaya hidup konsumen cukup berbeda dengan kepribadian. Gaya hidup (life style) menunjukkan bagaimana orang hidup, bagaimana mereka membelanjakan uangnya, dan bagaimana mereka mengalokasikan waktu mereka. Oleh karenanya, hal ini berhubungan dengan tindakan dan perilaku sejak lahir, berbeda dengan kepribadian, yang menggambarkan konsumen dari perspektif yang lebih internal yaitu, “karakteristik



pola berpikir, perasaan, dan memandang konsumen”.

Meskipun sebagian besar mahasiswa telah memiliki pemahaman mengenai urgensi penerapan gaya hidup Islami serta pentingnya menjauhi praktik riba, tingkat pemanfaatan layanan kredit digital seperti Shopee PayLater tetap menunjukkan angka yang tinggi. Kondisi ini mengindikasikan adanya disparitas antara pemahaman terhadap prinsip-prinsip ekonomi Islam dengan perilaku konsumsi aktual yang dilakukan oleh mahasiswa dalam kehidupan sehari-hari.

Aspek gaya hidup Islami menurut pandangan pakar ekonomi Islam, yang berakar pada penerapan prinsip-prinsip syariah dalam kehidupan sehari-hari:

1. Manajemen Keuangan Syariah dan Stabilitas Finansial.

Dalam gaya hidup Islami, keuangan pribadi harus dikelola secara adil dan seimbang. Praktik riba dihindari sepenuhnya, sementara investasi diarahkan kepada sektor-sektor yang halal.

2. Pola Konsumsi Halal dan Beretika.

Dalam prinsip ekonomi Islam, konsumsi bukan hanya tentang memenuhi kebutuhan, tetapi juga memastikan bahwa produk yang dikonsumsi halal dan sesuai syariat.

3. Implementasi Nilai-Nilai Sosial Islam.

Aspek penting lainnya dalam gaya hidup Islami adalah menanamkan nilai-nilai sosial seperti ukhuwah (persaudaraan), kerja sama, dan keadilan. Ini diwujudkan melalui praktik seperti zakat, infak, dan sedekah yang berperan dalam mengurangi kesenjangan sosial.

#### 4. Menjaga Kesehatan dan Kebersihan sebagai Ibadah.

Islam memandang kesehatan dan kebersihan sebagai bagian integral dari ibadah kepada Allah. Oleh karena itu, gaya hidup Islami mendorong penerapan pola hidup sehat, menjaga kebersihan diri, mengonsumsi makanan bergizi, dan rutin berolahraga sebagai bentuk ketaatan.

#### 5. Pendidikan dan Pemahaman Ekonomi Syariah

Meningkatkan literasi dan pendidikan di bidang ekonomi syariah menjadi elemen penting dalam gaya hidup Islami. Pengetahuan ini membantu individu dalam mengambil keputusan finansial yang sesuai prinsip Islam, sekaligus berkontribusi pada pembangunan ekonomi yang berkeadilan dan berkelanjutan.

Dengan menerapkan prinsip-prinsip tersebut, seorang Muslim tidak hanya memperbaiki kualitas hidupnya sesuai ajaran Islam, tetapi juga ikut serta dalam membangun kesejahteraan sosial dan ekonomi di masyarakat luas.

#### 2.1.5 Akad dalam Perspektif Ekonomi Islam

##### 2.1.5.1 Pengertian Akad

Secara bahasa, kata akad berasal dari istilah Arab “*al-‘aqd*” yang memiliki arti ikatan atau kesepakatan. Dalam istilah fiqih, akad merujuk pada perjanjian yang dilakukan oleh dua pihak atau lebih yang menyebabkan timbulnya konsekuensi hukum terhadap objek yang diperjanjikan. Dalam praktik ekonomi, akad menjadi landasan legal dalam pelaksanaan berbagai bentuk transaksi muamalah seperti jual beli, sewa, pinjaman, dan lainnya.

#### 2.1.5.2 Macam-macam Akad dalam Transaksi Keuangan

Dalam praktik muamalah Islam, ada beberapa jenis akad yang memiliki fungsi dan mekanisme berbeda, antara lain:

1. Akad Qardh: Merupakan akad pinjaman tanpa tambahan imbalan atau keuntungan dari pihak peminjam, murni bertujuan untuk saling membantu.
2. Akad Ijarah: Berupa sewa menyewa atas jasa atau manfaat suatu barang, yang diperbolehkan selama tidak mengandung unsur riba.
3. Akad Murabahah: Merupakan bentuk jual beli yang dilakukan dengan kesepakatan harga jual yang mencakup margin keuntungan, dan harus diketahui oleh kedua belah pihak sejak awal.
4. Akad Wakalah: Pelimpahan kuasa dari satu pihak kepada pihak lain untuk melakukan suatu tindakan atas nama pemberi kuasa.
5. Akad Musyarakah dan Mudharabah: Bentuk kerja sama usaha berdasarkan prinsip bagi hasil, yang umum digunakan dalam pembiayaan syariah.

#### 2.1.4.3 Penerapan Akad dalam Layanan Shopee PayLater

Secara umum, Shopee PayLater diklaim menggunakan akad qardh, yaitu pinjaman yang diberikan oleh penyedia jasa (PT Lentera Dana Nusantara) kepada pengguna Shopee yang melakukan pembelian dengan sistem bayar kemudian. Akan tetapi, dalam praktiknya pengguna dikenakan biaya tambahan berupa:

- Bunga sebesar 2,95% per bulan
- Biaya administrasi sebesar 1% per transaksi

Adanya tambahan ini menjadikan akad tersebut tidak sesuai dengan prinsip qardh hasan, karena Islam melarang tambahan keuntungan dalam pinjaman. Tambahan

tersebut masuk dalam kategori riba yang dilarang dalam Al-Qur'an (QS. Al-Baqarah: 275–279) yang menjelaskan tentang larangan riba dan ancaman bagi yang melanggarnya, serta penegasan tentang kebolehan jual beli.

Meskipun secara konseptual Shopee PayLater menggunakan akad qardh, namun penerapannya di lapangan tidak sejalan dengan prinsip-prinsip dasar akad qardh menurut fiqh muamalah. Hal ini disebabkan karena adanya unsur tambahan yang bersifat riba, yang jelas dilarang dalam Islam. Oleh karena itu, dari perspektif ekonomi Islam, sistem transaksi Shopee PayLater sebaiknya dievaluasi ulang agar tidak bertentangan dengan nilai-nilai keadilan dan kehalalan yang menjadi dasar dalam setiap kegiatan muamalah.

#### 2.1.4.4 Tinjauan Syariah dan Fatwa Ulama

Menurut Fatwa DSN-MUI No. 117/DSN-MUI/II/2018, setiap layanan keuangan digital berbasis syariah wajib menerapkan akad yang sah dan menghindari unsur riba. Jika ingin menerapkan konsep paylater secara syar'i, maka pendekatannya harus diganti ke model seperti:

1. Murabahah, yaitu penjualan dengan margin keuntungan yang diketahui secara transparan.
2. Pelarangan denda keterlambatan yang bersifat keuntungan, kecuali bila ditujukan untuk donasi sosial atau charity-based penalty, bukan keuntungan pihak kreditur.

Dengan demikian, agar Shopee PayLater dapat selaras dengan prinsip syariah, perlu dilakukan penyesuaian pada jenis akad dan penghapusan unsur-unsur yang mengarah pada riba atau ketidakjelasan.

## 2.2 Penelitian Terdahulu

Adapun penelitian terdahulu pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

no	Penelitian/tahun	variabel	metode	Hasil penelitian
1.	Serli Vania Resa (2022) Pengaruh kepercayaan, kemudahan, dan risiko terhadap keputusan pembelian menggunakan Shopee Paylater ditinjau dari perspektif ekonomi Syariah (studi: pada mahasiswa UIN Ar-Raniry Banda Aceh	Independent: 1. Kepercayaan (X1) 2. Kemudahan (X2) 3. Risiko (X3) Dependen Y: 1. keputusan pembelian.	1. Kuantitatif 2. regresi linear berganda	1. Variabel Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian dalam Menggunakan Shopee Paylater ditinjau dari Perspektif Ekonomi Syariah 2. Variabel Kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian dalam Menggunakan Shopee Paylater ditinjau dari Perspektif Ekonomi Syariah 3. Variabel Risiko berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Keputusan Pembelian dalam Menggunakan Shopee Paylater di tinjau dari Perspektif Ekonomi Syariah 4. Variabel kepercayaan, kemudahan dan risiko secara

---

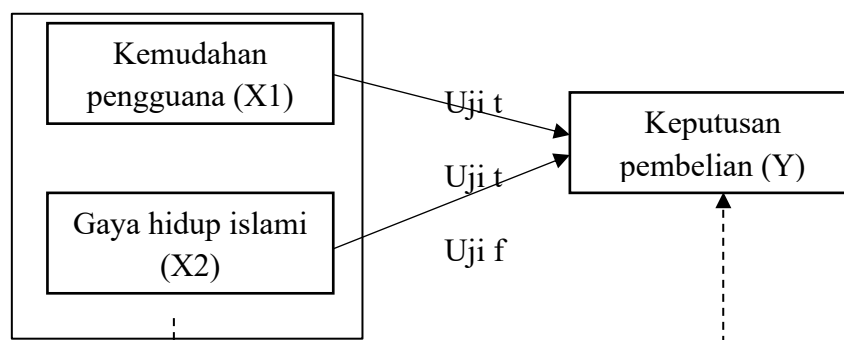
				simultan atau bersama-sama berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian dalam menggunakan Shopee Paylater Di tinjau dari perspektif ekonomi syariah.
2.	Ni Putu Novi Anggraeni & Gede Sri Darma (2023) Pengaruh kemudahan, risiko, gaya hidup dan kepercayaan terhadap perilaku konsumtif penggunaan Shopee Paylater di indonesia.	Independent: 1. Kemudahan (X1) 2. Risiko (X2) 3. Gaya hidup (X3) 4. Kepercayaan (X4) Dependen Y: 1. Perilaku konsumtif	1. Kuantitatif 2. Regresi linear berganda	Kemudahan pengguna, dan risiko berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap perilaku konsumtif terhadap penggunaan Shopee Paylater di indonesia. Gaya hidup dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif penggunaan Shopee Paylater di indonesia.
3.	Selvi rahmani (2023) Pengaruh religiositas, prinsip konsumsi, dan gaya hidup islami terhadap keputusan pembelian menggunakan Shopee Paylater dalam perspektif ekonomi islam.	Independent: 1. Religiositas (X1) 2. Prinsip konsumsi (X2) 3. Gaya hidup (X3) Dependen Y: 1. Keputusan pembelian	1. Kuantitatif 2. Regresi linear berganda	1. Religiusitas dan prinsip konsumsi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian menggunakan Shopee Paylater dalam perspektif ekonomi islam. 2. Gaya hidup islami tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian menggunakan Shopee Paylater dalam perspektif ekonomi islam.

---

### 2.3 Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual adalah kerangka berpikir yang menggambarkan hubungan antar konsep, variable dan asumsi yang berkaitan dengan penelitian. Biasanya kerangka penelitian menggunakan pendekatan ilmiah dan memperlihatkan hubungan antar variabel dalam proses analisisnya.

Adapun kerangka pemikiran dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:



Gambar 2. 1 Kerangka konseptual

Gambar di atas menunjukkan dalam penelitian ini, penulis ingin menganalisis pengaruh kemudahan pengguna dan gaya hidup islami terhadap keputusan pembelian menggunakan Shopee Paylater dalam perspektif ekonomi islam (studi kasus:mahasiswa ekonomi Syariah fakultas ekonomi dan bisnis universitas malikussaleh)

### 2.4 Hipotesis

Hipotesis atau anggapan dasar adalah jawaban sementara terhadap masalah yang masih bersifat praduga karena masih harus dibuktikan kebenarannya. Dugaan jawaban tersebut merupakan kebenaran yang sifatnya sementara, yang akan diuji kebenarannya dengan data yang dikumpulkan melalui penelitian.

H<sub>1</sub> : kemudahan pengguna berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian menggunakan Shopee Paylater dalam perspektif ekonomi islam.

H<sub>2</sub> : Gaya hidup islami berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian menggunakan Shopee Paylater dalam perspektif ekonomi islam.

H<sub>3</sub> : kemudahan pengguna dan gaya hidup islami secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian menggunakan Shopee Paylater dalam perspektif ekonomi islam.