

**ANALISIS FIQIH MUAMALAH
PENGARUH *PAYLATER*
TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MASYARAKAT
PENGUNA *PAYLATER* DI KECAMATAN PAMIJAHAN,
KABUPATEN BOGOR, JAWA BARAT**

Siti Rohmatun Hasanah¹, Tubagus Rifqy Thantawi², Susi Melinasari³.

^{1, 2, 3}Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Sahid Bogor

¹rosarohmatun29@gmail.com , ²trifqythan@febi-inais.ac.id,

³susimelinasari@febi-inais.ac.id.

ABSTRACT

This research is motivated by increasingly rapid technological developments that use the internet so that transactions and buying and selling today can be done online, one of which is e-commerce. Then e-commerce provides a new feature, namely paylater, namely buying products or goods that can be paid for next month or according to the proposed tempo, therefore it is in great demand by the public, especially the middle and lower classes so that it can make people fall into consumptive behavior. Based on the general description above, the purpose of this study is to determine the effect of paylater on the consumptive behavior of the middle and lower classes in the study of fiqh muamalah. The research method used is the quantitative method. The data obtained from Google Forms were distributed to a number of respondents with the object under study and the sample results obtained from Google Forms were distributed to as many as 300 respondents. The variables of this research are Paylater (X1) , Riba (X2), Ownership (X3), and Consumptive Behavior (Y). To test the level of reliability using Croancbach's Alpha. With a significant level of 5%. The research used SPSS Version 25 tool. The results of this study state that: paylater variables (X1), usury (X2) and ownership (X3) have a positive and significant effect on the consumptive behavior of middle and lower class people with a significance value of $0.000 < 0.05$ (5%). As well as in the study of muamalah fiqh, the use of paylaters is found in the legalization of usury and seller ownership which is analyzed in X1 and X2 that is that the community agrees on the existence of interest and agreements when buying and trusts in purchasing a product so that it can be concluded that the use of paylaters according to the public's view is appropriate in the study of muamalah fiqh.

Keywords: Paylater, Riba Ownership and Consumer Actors.

ABSTRAK

Penelitian ini dilatar belakangi oleh perkembangan teknologi yang semakin pesat yang menggunakan internet sehingga transaksi dan jual beli pada zaman sekarang dapat dengan online salah satunya pada *e-commerce*. Kemudian *e-commerce* menyediakan fitur baru yaitu *paylater* yaitu membeli produk atau barang yang dapat dibayar bulan depan atau sesuai dengan tempo yang diajukan oleh karena itu banyak diminati masyarakat khususnya masyarakat menengah dan bawah sehingga dapat membuat masyarakat terjerumus pada perilaku konsumtif. Berdasarkan dari gambaran secara umum di atas, adapun tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh *paylater* terhadap perilaku konsumtif masyarakat menengah dan bawah dalam kajian fiqh muamalah. Metode penelitiannya yaitu metode kuantitatif. Data yang di peroleh dari *Google Formulir* yang disebarakan kepada sejumlah responden dengan objek yang diteliti dan hasil sampel yang diperoleh dari *Google Formulir* yang telah disebarakan sebanyak 300 responden. Adapun variabel penelitian ini adalah *Paylater* (X1), Riba (X2), Kepemilikan (X3), dan Perilaku Konsumtif (Y). Untuk menguji tingkat reliabilitas dengan menggunakan *Croancbach's Alpha*. Dengan taraf signifikan 5%. Penelitian menggunakan alat bantu SPSS Versi 25. Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa : variabel *paylater* (X1), Riba (X2) dan Kepemilikan (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif masyarakat masyarakat kelas menengah dan bawah dengan nilai signifikansi $0.000 < 0,05$ (5%). Serta dalam kajian fiqh muamalah penggunaan *paylater* terdapat pada pelegalan riba dan kepemilikan penjual yang dianalisa pada X1 dan X2 bahwa yaitu masyarakat menyetujui adanya bunga serta kesepakatan saat membeli serta amanah dalam pembelian suatu produk sehingga dapat disimpulkan bahwa penggunaan *paylater* menurut pandangan masyarakat sesuai dalam kajian fiqh muamalah.

Kata-kata Kunci: *Paylater*, Riba, Kepemilikan dan Pelaku Konsumen.

I. PENDAHULUAN.

Indonesia merupakan salah satu negara dengan populasi pengguna internet terbesar di dunia. Menurut laporan *We Are Social* dalam survei databoks terdapat 204,7 juta pengguna internet di Tanah Air per Januari 2022. Jumlah itu naik tipis 1,03% dibandingkan tahun sebelumnya. Pada Januari 2021, jumlah pengguna internet di Indonesia tercatat sebanyak 202,6 juta. Pengguna internet di Indonesia terus meningkat dalam lima tahun terakhir. Jika dibandingkan dengan tahun 2018, saat ini jumlah pengguna internet nasional sudah

melonjak sebesar 54,25%. Sementara itu tingkat penetrasi internet di Indonesia mencapai 73,7% dari total penduduk pada awal 2022. Tercatat, total penduduk Indonesia berjumlah 277,7 juta orang pada Januari 2022. Pada 2018 tingkat penetrasi internet di Tanah Air baru mencapai 50% dari total penduduk. Pada era digital ini internet dapat sangat membantu masyarakat dalam mengakses informasi, baik untuk kepentingan edukasi, bisnis, maupun hiburan. (we are social, 2022)

E-commerce kini hadir dengan berbagai jasa yang ditawarkan untuk

memudahkan proses transaksi masyarakat melalui internet, antara lain jual beli online, *e-banking*, pembayaran tagihan, pemesanan tiket hotel, pesawat, ataupun bioskop, hingga kredit *online*. Berbagai kemudahan yang tersedia dalam *e-commerce* menarik perhatian masyarakat untuk mengalihkan pilihannya dari yang manual menuju penggunaan teknologi berbasis internet ini. Model belanja seperti ini dapat dilakukan dimanapun dan kapanpun selama terhubung dengan koneksi internet. Kegiatan belanja *online* yang pada saat ini semakin diminati oleh masyarakat menimbulkan persaingan bisnis diantara pelaku bisnis dalam memenuhi kebutuhan. (Monica, 2020 : 2)

Sistem pembayaran yang semakin berkembang ini menjadi salah satu faktor yang mendukung perkembangan *e-commerce*. Sistem pembayaran ini menjadi salah satu faktor yang dapat menopang stabilitas sistem keuangan yang saat ini terus berkembang. Seiring berjalannya waktu dan seiring berkebangnya teknologi terdapat sebuah metode baru yang dikenalkan kepada masyarakat yaitu teknologi *paylater*. Banyak perusahaan digital yang menggunakan sistem *paylater* ini karena banyak diminati masyarakat.

Dari hasil survei *Daily Social* dalam databoks pengguna *paylater* di Indonesia banyaknya konsumen yang menggunakan layanan *Paylater* sepanjang 2021. *Shopee paylater* menduduki posisi pertama mencapai 78,4%. Kemudian, *Gopay Later* berada di urutan kedua sebagai fitur bayar nanti paling banyak diminati masyarakat. Sebanyak 33,8% responden mengaku

menggunakan fitur *paylater* di layanan milik Gojek ini. Berikutnya, sebanyak 23,2% responden menggunakan fitur *paylater* di Kredivo. Selanjutnya, ada 20,4% responden yang menggunakan fitur *paylater* di layanan Akulaku. Ada pula 8,6% konsumen yang menggunakan layanan Traveloka *PayLater*. Lalu, sebanyak masing – masing 3,3% dan 2,8% konsumen menggunakan fitur *paylater* di Indodana dan Home Credit. Sisanya, 0,4% konsumen yang menggunakan fitur *paylater* di layanan lainnya.

Sistem pembayaran menggunakan *paylater* ini mendorong masyarakat terjerumus dalam perilaku konsumtif khususnya pada masyarakat menengah dan bawah yang memiliki keinginan dalam gaya hidup yang ingin trendy sehingga membeli barang yang tidak dibutuhkan secara berlebihan sehingga berdampak buruk karena dapat membuat pengguna melupakan kondisi kemampuan keuangannya. Tuntutan gaya hidup pada saat ini, menjadikan manusia mengarah kepada sikap pemborosan yang tidak terhentikan, karena diliputi oleh pemikiran untuk berkonsumsi secara terus menerus. (Prastiwi, 2021 : 426)

Pamijahan menjadi salah satu wilayah dengan sebagian besar ekonomi dengan kelas menengah. Banyak masyarakat yang berusaha tampil mewah tanpa melihat perekonomiannya sehingga mereka melakukan segala cara salah satunya pada penggunaan *paylater* yang sekarang sedang marak – maraknya. Dalam hasil pengamatan saya sebelum menuju penelitian ada salah satu orang di Desa Pasarean bernama Laras berumur 28 tahun yang selalu berrpenampilan

mewah namun melihat dari segi ekonominya beliau kurang mampu. Setelah ditelusuri ternyata untuk membeli barang – barang tersebut beliau menggunakan *paylater*. Saat itu, ada *Debt Collector* dari perusahaan digital yaitu akulaku menagih pembayaran kerumahnya langsung karena tidak pernah membayar tagihan lebih dari 5 juta yang beliau pakai untuk membeli barang-barang dalam pemenuhan kebutuhan hidupnya.

Terdapat permasalahan yang di mengenai *paylater* yang berpengaruh terhadap perilaku konsumtif masyarakat kelas menengah dan bawah di Kecamatan Pamijahan. Kemudian penggunaan *paylater* pada *e – commerce* dalam kajian fiqh muamalah.

II. TINJAUAN PUSTAKA.

II.1. *Paylater*.

Paylater adalah fasilitas keuangan yang memungkinkan metode pembayaran dengan cicilan tanpa kartu kredit. Adapun keuntungannya adalah prosesnya yang cepat dan lebih praktis, tenornya bervariasi dan banyak promo lainnya, serta terdapat risiko yang dimana adanya biaya tambahan atau bunga, serta jiwa yang semakin konsumtif dan membebani keuangan bulanan (Pratiwi, 2021: 45).

Keuntungan menggunakan *Paylater*:

1. Prosesnya cepat dan lebih praktis.
2. Jangka waktu bervariasi (ada hingga 1 tahun).
3. Banyak promo menarik.

Risiko menggunakan *paylater* berdasarkan pendapat Grant Thornton bahwa sebuah organisasi yang menyediakan jasa asuransi, *tax*, dan *advisory*, ada beberapa risiko dalam penggunaan fitur *paylater* yang harus dipahami yaitu sebagai berikut:

1. Mendorong perilaku konsumtif.
2. Ada biaya yang tidak disadari.
3. Arus kas terganggu.
4. Tunggakan transaksi pada *paylater* dapat menodai reputasi kredit seseorang.
5. Peretasan identitas bertransaksi via digital tak luput dari potensi bahaya peretasan.

II.2. Konsumtif dan Perilaku Konsumen.

(Mujahidah, 2020: 36) berpendapat bahwa perilaku konsumtif adalah perilaku membeli sesuatu yang tidak dibutuhkan untuk memenuhi kepuasan pribadi. Ini dikarenakan adanya karakteristik dari seseorang tersebut yang mudah terbuju rayuan dari penjual dan tidak sabar ingin membeli barang, oleh karena itu terdapat faktor - faktor yang terdiri dari internal dan eksternal.

Perilaku konsumen merupakan suatu studi yang mempelajari seperti apa dan bagaimana suatu pribadi atau kelompok melakukan proses pemilihan, pembelian, penggunaan suatu produk atau pengalaman dalam memenuhi keinginan dan kepuasan akan kebutuhannya (Basu & Handoko, 2011: 47; Kotler, 2017: 58).

III. METODE PENELITIAN.

III.1. Jenis Penelitian.

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan teknik menyebar kuisioner kepada responden “Analisis Fiqih Muamalah Pengaruh *Paylater* terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat Menengah dan Bawah”.

III.2. Waktu dan Tempat Penelitian.

Penelitian ini dilakukan di Kecamatan Pamijahan dengan tiga Desa yaitu Desa Pasarean, Desa Pamijahan dan Desa Gunung Sari. Waktu pelaksanaan penelitian dilakukan pada bulan Juli sampai dengan bulan Agustus 2022 selama kurang lebih 2 bulan.

III.3. Pengumpulan Data Penelitian.

III.3.1. Metode Pengumpulan Data.

Data terpenting dalam membuat sumber data dalam penelitian ini dan diperoleh secara langsung sebagai informasi yang dicari, data primer dalam melakukan penelitian ini diperoleh melalui hasil analisa penyebaran kuisioner dan studi dokumenter dari kecamatan Pamijahan menjadi subjek penelitian (Azwar, 1998: 91, dan Sugiyono, 2016: 225).

Data Sekunder merupakan sumber daya yang tidak langsung memberikan data pada pengumpulan data (Firdaus, 2008: 402). Adapun data sekunder yang dimiliki peneliti untuk pengambilan data ini adalah dari sumber bacaan dan berbagai interatur, berupa jurnal, skripsi, website, ataupun buku yang berkaitan terhadap suatu penelitian.

III.3.2. Teknik Pengumpulan Data.

Teknik pengumpulan data melalui kuisioner, dan studi dokumen. Pengambilan sampel menggunakan *simple random sampling* dengan acak tanpa memperhatikan strata atau tingkatan populasi tersebut (Sugiyono, 2011 :63).

Penelitian ini bertujuan untuk menguji apakah ada pengaruh *paylater* terhadap perilaku konsumtif masyarakat menengah dan bawah dalam kajian fiqh muamalah. Penelitian ini diawali dengan mengkaji teori-teori yang sudah ada sehingga muncul sebab permasalahan baru. Permasalahan tersebut diuji untuk mengetahui penerimaan atau penolakan berdasarkan data yang di peroleh di lapangan maupun di luar lapangan yang di olah dalam bentuk data yang tepat dan mudah di pahami.

III.4. Subjek dan Objek Penelitian.

Populasi dari penelitian ini adalah masyarakat pengguna *paylater* pada 3 Desa di Kecamatan Pamijahan yaitu Desa Pasarean, Desa Pamijahan dan Desa Gunung Sari. Besar sampel dalam penelitian ini ditetapkan dengan rumus slovin :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

n = ukuran sampel yang akan dicari

N = ukuran populasi

e = *margin of eror* merupakan presentasi kelonggaran ketidaktelitian yang masih dapat ditolerir dalam pengambilan sampel.

Dalam penelitian ini ditetapkan e adalah 10% sedangkan N adalah 1000

Diketahui:

$$n = 1000 / (1 + 1000 \times (0,1)^2)$$

$$n = 1000 / (1 + 1000 \times 0,01)$$

$$n = 1000 / (1 + 10)$$

$$n = 1000 / 11$$

$$n = 90,9090909091 (\text{dibulatkan } 100)$$

Jadi sampel yang peneliti gunakan adalah 100 responden dalam setiap desa.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN.

IV.1. Deskripsi Hasil Penelitian.

IV.1.1. Karakteristik Responden.

Berdasarkan hasil pengolahan data dari 300 responden menunjukkan bahwa jumlah responden berjenis kelamin perempuan yaitu 208 responden atau sebesar 69 % dan jumlah responden berjenis kelamin laki – laki yaitu 92 responden atau sebesar 31 %. Dari data tersebut, dapat disimpulkan bahwa pengguna *paylater* di Desa Pasarean, Desa Pamijahan, dan Desa Gunung Sari lebih dominan kepada responden perempuan.

Berdasarkan hasil pengolahan data usia responden di atas, dari 300 responden tersebut dapat diartikan bahwa yang memiliki usia 17 – 20 tahun berjumlah 116 responden atau sebesar 39%, jumlah responden yang memiliki usia 21 – 30 tahun sebanyak 127 responden atau sebesar 42%, jumlah responden yang memiliki usia 31 – 40 tahun sebanyak 44 responden atau sebesar 15% dan jumlah responden yang memiliki usia >40 tahun yaitu sebanyak 13 responden atau sebesar 4%. Dari data tersebut, dapat dijelaskan bahwa

pengguna *paylater* di dominasi oleh responden berusia dewasa yang membutuhkan barang atau produk yaitu usia 21 – 30 tahun.

Berdasarkan hasil pengolahan data dari 300 responden menunjukkan bahwa jumlah responden domisili Pasarean, Pamijahan, dan Gunung Sari adalah 100 responden pada setiap Desa.

Berdasarkan hasil pengolahan data pekerjaan responden di atas, dari 300 responden tersebut dapat diartikan bahwa yang bekerja sebagai PNS berjumlah 21 responden atau sebesar 7%, jumlah responden yang bekerja sebagai wiraswasta sebanyak 48 responden atau sebesar 16%, jumlah responden sebagai mahasiswa/ pelajar sebanyak 93 responden atau sebesar 31%, jumlah responden ibu rumah tangga yaitu sebanyak 60 responden atau sebesar 20%. Dari data tersebut, dapat dijelaskan bahwa pengguna *paylater* di dominasi oleh responden mahasiswa/pelajar.

Berdasarkan hasil pengolahan data pekerjaan responden di atas, dari 300 responden tersebut dapat diartikan bahwa yang berpenghasilan \leq Rp.500.000 berjumlah 42 responden atau sebesar 14% jumlah responden yang berpenghasilan Rp. 500.000 – Rp. 1.000.000 sebanyak 71 responden atau sebesar 24% jumlah responden berpenghasilan Rp. 1.000.000 – Rp. 2.000.000 sebanyak 107 responden atau sebesar 35%, jumlah responden berpenghasilan Rp. 2.000.000 – Rp. 5.000.000 yaitu sebanyak 69 responden atau sebesar 23% dan jumlah responden yang berpenghasilan \geq Rp.5000.000 yaitu 11 responden atau sebesar 4%. Dari data tersebut, dapat dijelaskan bahwa

pengguna *paylater* di dominasi oleh responden yang memiliki penghasilan dibawah 2 juta rupiah.

IV.5. Uji Instrumen.

IV.5.1. Uji Validitas.

IV.5.1.1. *Paylater* (X1).

Berdasarkan hasil pengolahan data dapat diketahui untuk mengukur variabel mengenai *paylater* (X1) bahwa nilai Rhitung dari 6 item pernyataan yang terdapat dalam kuisioner lebih besar dari R_{tabel} 0,039 (nilai r_{tabel} N=300) sehingga dapat disimpulkan bahwa 100% item pernyataan dalam kuisioner tersebut valid.

IV.5.1.2. Riba (X2).

Berdasarkan hasil pengolahan data dapat diketahui untuk mengukur variabel mengenai riba (X2) bahwa nilai Rhitung dari 6 item pernyataan yang terdapat dalam kuisioner lebih besar dari R_{tabel} 0,039 (nilai r_{tabel} N=300) sehingga dapat disimpulkan bahwa 100% item pernyataan dalam kuisioner tersebut valid.

IV.5.1.3. Kepemilikan (X3).

Berdasarkan hasil pengolahan data dapat diketahui untuk mengukur variabel mengenai kepemilikan (X3) bahwa nilai Rhitung dari 6 item pernyataan yang terdapat dalam kuisioner lebih besar dari R_{tabel} 0,039 (nilai r_{tabel} N=300) sehingga dapat disimpulkan bahwa 100% item pernyataan dalam kuisioner tersebut valid.

IV.5.1.3. Perilaku Konsumtif (Y).

Berdasarkan hasil pengolahan data dapat diketahui untuk mengukur variabel mengenai perilaku konsumtif (Y) bahwa nilai Rhitung dari 6 item pernyataan yang terdapat dalam kuisioner lebih besar dari R_{tabel} 0,039 (nilai r_{tabel} N=300) sehingga dapat disimpulkan bahwa 100% item pernyataan dalam kuisioner tersebut valid.

IV.5.2. Uji Reliabilitas.

Reliabilitas adalah tingkat kepercayaan terhadap suatu hasil pengukuran. Pengukuran yang memiliki reliabilitas tinggi, yaitu pengukuran yang mampu memberikan hasil ukur yang terpercaya (reliabel). Kriteria pengujian dilakukan dengan menggunakan pengujian *Cronbach Alpha* (α). Suatu variable dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* (α) > 0,60.

IV.5.2.1. *Paylater* (X1).

Tabel IV.1
Hasil Uji Reliabilitas *Paylater* (X1)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
1.000	6

Sumber: data diolah dengan IBM SPSS 25

IV.5.2.2. Riba (X2).

Tabel IV.2
 Hasil Uji Reliabilitas Riba (X2)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.721	6

Sumber : data diolah dengan IBM SPSS 25

IV.5.2.3. Kepemilikan (X3).

Tabel IV.3
 Hasil Uji Reabilitas Kepemilikan (X3)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.745	6

Sumber : data diolah dengan IBM SPSS 25

IV.5.2.4. Perilaku Konsumtif (Y).

Tabel IV.4
 Hasil Uji Reabilitas Peilaku Konsumtif (Y)

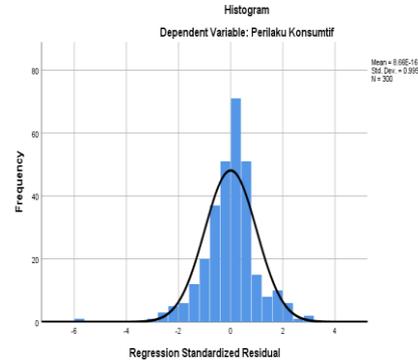
Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.719	6

Sumber : data diolah dengan IBM SPSS 25

IV.6. Uji Asumsi Klasik.

IV.6.1. Uji Normalitas.

Uji Normalitas Pendekatan Histogram



Berdasarkan kurva di atas pengaruh *paylater* terhadap perilaku konsumtif yang cenderung seimbang dari sisi kanan dan sisi kiri membentuk pola lonceng, sehingga penyebaran datanya berdistribusi normal.

IV.6.2. Uji Multikolinearitas.

Berdasarkan hasil pengolahan data Uji Multikolinearitas diketahui bahwa *tolerance* dan VIF dari kedua variabel independet adalah *Paylater* (X1) dengan nilai α hitung (0.476) > α (0.1) dan VIF hitung (2.101) < VIF (10). Riba (X2) dengan nilai α hitung (0.498) > α (0.1) dan VIF hitung (2.006). Kepemilikan (X3) dengan nilai α hitung (0.626) > α (0.1) dan VIF hitung (1.597). sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinierioritas yaitu korelasi antar variabel karena nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) kurang dari 10.

IV.6.3. Uji Heteroskedastisitas.

Berdasarkan hasil pengolahan data grafik *scatterplot* dapat dilihat bahwa titik-titik menyebar secara acak dan tidak membentuk pola tertentu di atas dan di bawah nilai $Y = 0$. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa data

dalam penelitian ini tidak terjadi heteroskedastisitas sehingga model regresi yang baik dan ideal dapat dipenuhi.

IV.6.4. Uji Autokorelasi.

Berdasarkan hasil Tabel IV.4 uji autokorelasi diperoleh nilai *Durbin – Watson* sebesar 1,987, sedangkan untuk nilai *dU* dicari pada distribusi nilai tabel *Durbin – Watson* berdasarkan $K(3) N(300)$ dengan signifikansi 5%. $dU(1,824) < DW(1,987)$ maka tidak ada gejala autokorelasi.

IV.7 Uji Hipotesis.

IV.7.1 Uji Parsial (Uji t).

Dari hasil uji parsial pada tabel di atas pengaruh masing-masing variabel *paylater*, *riba* dan kepemilikan terhadap variabel perilaku konsumtif dapat dijelaskan di bawah ini.

IV.7.1.1. Variabel *Paylater* (X_1).

Nilai t_{hitung} untuk variabel ini sebesar 4,969 dan nilai t_{tabel} dengan uji dua arah dan $\alpha = 5\% (0,05)$ sebesar 0,039. Hasil uji tersebut menunjukkan nilai $t_{hitung} 4,969 > 0,039 t_{tabel}$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel *paylater* (X_1) secara parsial atau terpisah berpengaruh terhadap variabel perilaku konsumtif. Maka peneliti menyimpulkan H_0 ditolak dan H_1 diterima.

IV.7.1.2. Variabel *Riba* (X_2).

Nilai t_{hitung} untuk variabel ini sebesar 5,092 dengan nilai t_{tabel} dengan uji dua arah dan $\alpha = 5\% (0,05)$ sebesar 0,039. Hasil uji tersebut menunjukkan dan nilai $t_{hitung} 5,092 > t_{tabel} 0,039$ Sehingga dapat

disimpulkan bahwa variabel *riba* (X_2) secara parsial atau terpisah berpengaruh terhadap variabel perilaku konsumtif. Maka peneliti menyimpulkan H_0 ditolak dan H_1 diterima.

IV.7.1.3. Variabel Kepemilikan (X_3).

Nilai t_{hitung} untuk variabel ini sebesar 7,368 dengan nilai t_{tabel} dengan uji dua arah dan $\alpha = 5\% (0,05)$ sebesar 0,039. Hasil uji tersebut menunjukkan dan nilai $t_{hitung} 7,368 > t_{tabel} 0,039$ Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kepemilikan (X_3) secara parsial atau terpisah berpengaruh terhadap variabel perilaku konsumtif. Maka peneliti menyimpulkan H_0 ditolak dan H_1 diterima.

Berdasarkan uji t yang telah dilakukan maka dapat disimpulkan bahwa dari satu variabel independen yang terdiri dari *paylater*, *riba* dan kepemilikan secara parsial berpengaruh terhadap perilaku konsumtif masyarakat menengah dan bawah dalam kajian fiqh muamalah.

IV.7.2. Uji Simultan (Uji F).

Dari tabel anova diperoleh probabilitas (Sig) sebesar 0,000 karena nilai sig $< 0,05 (0,000 < 0,05)$, maka keputusannya adalah H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya dapat disimpulkan bahwa variabel *paylater*, *riba* dan kepemilikan secara simultan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif masyarakat menengah dan bawah.

IV.7.3 Uji Determinan (R^2).

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$
$$Y = 2,860 + 0,243X_1 + 0,256X_2 + 0,378X_3 + e$$

Berdasarkan persamaan tersebut dapat diuraikan diantaranya sebagai berikut:

1. Konstanta 2,860 artinya apabila variabel – variabel bebas (*paylater*, Riba, Kepemilikan) tetap atau tidak dinaikkan maka perilaku konsumtif terhadap masyarakat menengah dan bawah adalah 28,60 %.
2. Koefisien regresi *paylater* (X1) sebesar 0,243, ini menunjukkan bahwa variabel *paylater* (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif masyarakat, jika variabel *paylater* ditingkatkan sebesar nilai koefisiennya, maka perilaku konsumtif masyarakat akan meningkat sebesar 24,3%.
3. Koefisien regresi riba (X2) sebesar 0,256, ini menunjukkan bahwa variabel riba (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif masyarakat, jika variabel riba ditingkatkan sebesar nilai koefisiennya, maka perilaku konsumtif masyarakat akan meningkat sebesar 25,6%.
4. Koefisien regresi kepemilikan (X3) sebesar 0,378, ini menunjukkan bahwa variabel kepemilikan (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif masyarakat, jika variabel *paylater* ditingkatkan sebesar nilai koefisiennya, maka perilaku konsumtif masyarakat akan meningkat sebesar 37,8%.

V. SIMPULAN.

Berdasarkan hasil penelitian yang penulis sajikan pada bab – bab sebelumnya, dan karena penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *paylater* terhadap perilaku konsumtif masyarakat menengah dan bawah dalam kajian fiqh muamalah maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel *paylater* (X1) , Riba (X2) dan Kepemilikan (X3) dengan nilai signifikansi $0.000 < 0,05$ (5%), nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu sebesar $137.271 > 0.039$ sehingga secara simultan berpengaruh positif dan signifikan. Dan dilihat dari R^2 pengaruhnya terhadap perilaku konsumtif yaitu sebesar 58,2% dan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini yaitu sebesar 41,8%.
2. Dalam kajian fiqh muamalah penggunaan *paylater* terdapat pada pelegalan riba dan kepemilikan penjual yang dianalisa pada X1 dan X2 bahwa yaitu masyarakat menyetujui adanya bunga serta kesepakatan saat membeli serta amanah dalam pembelian suatu produk sehingga penggunaan *paylater* menurut pandangan masyarakat ini sesuai dengan fiqh muamalah.

Berdasarkan hasil kesimpulan penelitian maka terdapat beberapa saran yang peneliti rekomendasikan untuk penelitian selanjutnya, yaitu:

1. Penelitian selanjutnya disarankan menambah variabel lain yang tidak tercakup dalam penelitian ini untuk mengetahui pengaruh

- paylater* terhadap perilaku konsumtif masyarakat.
2. Penelitian selanjutnya disarankan untuk menggunakan populasi, sampel dan metode yang berbeda dari penelitian ini agar mendapatkan hasil penelitian yang lebih baik lagi.
 3. Untuk mahasiswa atau pengguna yang beragama islam yang melakukan aktifitas menggunakan *paylater* dihimbau agar lebih berhati-hati dalam melakukan transaksi menggunakan fitur ini dan memastikan jika akad yang dilakukan tidak mengandung unsur-unsur yang melanggar syariat agar transaksi menjadi sah dan sesuai syariat Islam.

DAFTAR PUSTAKA

Buku.

- Firdaus, Azis. (2012). *Metode Penelitian*, Tangerang: Jelajah Nusa.
- Ghozali, Imam. (2012). *Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: BP Universitas Diponegoro Semarang.
- Mangkunegara, Anwar Prabu (2011). *Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

- Priyatno, Duwi. (2014). *SPSS 22 Pengolahan Data Terpraktis*. Yogyakarta: Andi.
- Rochaety, Ety, dkk. (2007). *Metodologi Penelitian Bisnis Dengan Aplikasi SPSS*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Sandjojo, Nidjo. (2011). *Metode Analisis Jalur (Path Analysis) dan Aplikasinya*, Jakarta: Pustaka Sinar Harapan.
- Santoso, Singgih. (2017). *Statistik Parametrik: Konsep dan Aplikasi Dengan SPSS*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Siregar, Syofian. (2017). *Statistik Deskriptif untuk Penelitian Dilengkapi dengan Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: PT Alfabet.
- Suryabrata, S. (2013). *Metodologi Penelitian*.
- Tarmizi, Dr. Erwandi MA (2017). *Harta Haram Kontemporer*. Bogor : P.T Berkat Mulia Insani

Jurnal.

- Khairunnisa, S. A. (2020). Perilaku Konsumtif Penggunaan *Online Shopping* dan Sistem *Paylater* dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Pendidikan Dasar* Vol.6 Nomor 1, 142 – 145.
- Maulida, D. M. (2021). *Jurnal Transformatif*. Pandangan Ekonomi Islam Terhadap Sikap Konsumerisme Akibat Metode Pembayaran Tunda Bayar (*Paylater*), 133.

- Nurhayati. (2018). *Hukum Ekonomi Syariah*. Memahami Konsep Syariah, Fikih, Hukum Dan Ushul Fikih.
- Prastiwi, I. E. (2021). Konsep Paylater *Online Shopping* dalam Pandangan Ekonomi Islam. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(01), 426.
- Pulungan, Delyana Rahmawaty dan Hastina Febriaty. (2018). "Pengaruh Gaya Hidup dan Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa", *Jurnal Riset Sains Manajemen*, 2.3, 89.
- Ramadani, Laila. (2020). "Pengaruh Penggunaan Kartu Debit dan Uang Elektronik (E-Money) Terhadap Pengeluaran Konsumsi Mahasiswa." *Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Studi Pembangunan* 8, No. 1 001.
- Ridwan, Muhammad, Isnaini Harahap, dan Pangeran Harahap. (2018) —Keputusan Pembelian Melalui Situs Belanja Online Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pada Pengguna Aplikasi Lazada Di Medan), *J-EBIS* 3, no. 2: 132–47.
- Sari, E. Z. (2020). Pengaruh Penggunaan Uang Elektronik (E-Money) Terhadap Perilaku Konsumen. *Prosiding Hukum Ekonomi Syariah Volume 6, No. 1, 1*.
- Mardiah, S., (2020). " *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Menggunakan Produk Pada Bank Syariah Mandiri Kcp Stabat*". SKRISI. Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
- Monica, M. A. (2020). *Analisis Hukum Islam Terhadap Pinjaman Uang*. 2.
- Mujahidah, A. N. (2020). *Analisis Perilaku Konsumtif dan Penanganannya*.

Internet.

- Thorstein Veblen, *The Theory of the Leisure Class. A Penn State Electronic Classics Series Publication*, 2003, diambil kembali <http://www.thevenusproject.com/downloads/ebooks/theoryleisureclass.pdf>. (Diakses tanggal 23 Agustus 2021).
- We are Sosial (2022). Diambil Kembali dari [Https://Databoks.Katadata.Co.Id](https://Databoks.Katadata.Co.Id)

Skripsi.

- Cahyadi, O. E. (2021). *Pandangan Hukum Islam Terhadap Tunda Bayar*. 1.