

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Pengambilan Keputusan dalam Menggunakan *Shopee*

paylater

1. Pengertian Pengambilan Keputusan

Menurut Kendal dan Montgomery dalam Asriatul Aini, pengambilan keputusan memerlukan upaya yang signifikan dalam mengatur dan memperoleh informasi-informasi yang ada tujuan supaya mendukung keputusan akhir, dalam proses ini juga melibatkan emosi, keputusan yang di ambil juga melalui adaptasi yang kadang berubah-ubah, antara kepuasan dan penyesalan ketika mengambil keputusan akhir memiliki perbedaan.³⁰ Pengambilan keputusan adalah supaya menciptakan hasil yang bagus, pengambilan keputusan ialah suatu proses untuk mengamankan pilihan-pilihan agar mencapai hasil akhir yang baik. Sementara pengambilan keputusan menggunakan pemikiran, yang mana

³⁰ Asriatul Aini, "Hubungan Antara Self- Efficacy Dengan Pengambilan Keputusan Pemilihan Jurusan Di Perguruan Tinggi," *Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau Pekanbaru*, vol. 13, 2023

seseorang mempertimbangkan alternate dan memutuskan pilihan.³¹

Menurut James A.F. Stoner, pengambilan keputusan adalah proses memilih tindakan sebagai cara untuk memecahkan masalah. Pada penyampaian ini dapat disimpulkan bahwa pengambilan keputusan adalah proses pemilihan alternatif terbaik secara sistematis dari serangkaian alternatif untuk diadopsi (digunakan) sebagai cara untuk memecahkan masalah.³² Selain itu, antisipasi terhadap hasil atau dampak dari keputusan tersebut juga mempengaruhi bagaimana seseorang menimbang risiko dan manfaat dari tiap pilihan.

Menurut Setiadi pengambilan keputusan adalah suatu proses pemilihan yang menggabungkan pemahaman untuk menilai dua atau lebih perilaku alternatif kemudian memilih salah satunya, oleh karena itu pengambilan keputusan pembelian merupakan proses yang benar di rencanakan

³¹ Humaerah Nisai, 'Pengambilan Keputusan Oleh Remaja Perempuan', Ilmu Kesejahteraan Sosial FISIP Universitas Padjadjaran, 3.1 (2023), 102–106.

³² Siskia Putri Haqqu, *Pengaruh Minat Terhadap Pemilihan Produk Di BMT Syahida Ikaluin Syarif Hidayatullah Jakarta*, 2023.

pembeli untuk membeli produk atau jasa yang ada dalam jangka waktu tertentu.³³ Sedangkan menurut Mowen dan Minor dalam Suparwi, tahap pengambilan keputusan yang akan pembeli lewati ialah mengenali terlebih dahulu masalah, solusi, memilih alternatif dan memutuskan pilihan saat mereka membeli.³⁴

Menentukan keputusan terutama sebelum melakukan pembelianhendaknya individu mencari informasi untuk mendukung proses pengambilan keputusan, dan sebelum benar-benar menentukan keputusan harusnya informasi yang di dapat harus di pertimbangan.³⁵ Sebagaimana yang dijelaskan pada ayat al-quran surat Al Hujurat ayat 6:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِن جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَن تُصِيبُوا قَوْمًا بِمِثْلِهِ
فَتُصِيبُوا عَلَى مَا فَعَلْتُمْ نُدْمِينَ

³³ Siti Silviah, Widia H Lutfiani, and Ricky Firmansyah, “Analisis Pengambilan Keputusan Konsumen Dalam Membeli Produk Online Pada E-Marketplace Di Indonesia,” *Performa : Jurnal Manajemen Dan Star-Up Bisnis* 7, no. 6 (2022): 669–679.

³⁴ Suparwi And Syarifatul Fitriyani, ‘Pengaruh Product Knowledge, Brand Image, Dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Top White Coffe Mahasiswa Febi Iain Kudus 2016-2017’, *Bisnis : Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam* (Haqqu, 2023), Vol 8. No 2, (2020), h. 253

³⁵ Dhawiyul Miyah, “Pengambilan Keputusan Pemimpin Dalam Pemimpin Al- Alqur’an (Kajian Surat Ali Imran Ayat 159 Dan Surat An Naml Ayat 32),” 2021.hal 23

Artinya: *“Hai orang-orang yang beriman, jika seorang fasik datang kepadamu membawa berita penting, maka telitilah kebenarannya agar kamu tidak mencelakakan suatu kaum karena ketidaktahuan(-mu) yang berakibat kamu menyesali perbuatanmu itu.”*

Menurut M. Quraish Shihab dalam tafsir al- mishbah menjelaskan Ayat di atas merupakan salah satu dasar agama sebagai tuntunan yang rasional bagi penerimaan dan pengamatan dalam suatu berita, karena informasi dalam interaksi kehidupan harus didasarkan dengan sesuatu kebenaran harus diketahui dan diteliti dengan jelas.³⁶ Begitu juga Kaitannya pengambilan keputusan dalam berbelanja, semakin benar informasi yang kita peroleh dari suatu produk maka semakin berkualitas juga pengambilan keputusan yang akan kita ambil, sebaliknya jika informasi yang kita ambil kurang tepat akan menimbulkan kegagalan dalam sebuah keputusan.

³⁶ M Quraish Shihab, *Tafsir Al- Mishbah : Pesan, Kesan Dan Keserasian Al-Qur'an*, 13th ed. (Jakarta: Lentera Hati, 2006).

Pengambilan keputusan juga berkaitan dengan bimbingan konseling islam yang mana sesuai dalam pengertiannya. Bimbingan konseling islam ialah tahap pemberian bantuan yang terarah, dilakukan secara terus menerus kepada seseorang untuk mengembangkan potensi sesuai fitrah yang dimiliki secara sangat baik dengan nilai yang terkandung di al-quraan dan hadist.³⁷ Hal ini menunjukkan bahwa bimbingan konseling sangat berperan penting dalam membantu individu untuk mengambil keputusan yang bijaksana dan bertanggung jawab, atas apa yang sedang dialaminya.³⁸ Melalui proses bimbingan, individu dapat menopang dirinya dari lingkungan dan menentukan keputusan dan memiliki tanggung jawab terhadap sesuatu yang dihadapi. Berdasarkan definisi diatas dapat disimpulkan bahwa pengambilan keputusan adalah tindakan yang dilakukan oleh konsumen untuk melakukan sebuah pembelian barang atau jasa demi memenuhi kebutuhan atau keinginannya.

³⁷ Diah Retno Ningsi, *Mengenal Bimbingan Dan Konseling Islam*, ed. Fatma K, *Sustainability (Switzerland)*, vol. 11 (Malang: Insitut Agama Islam Sunan Kalijago Malang, 2020).

³⁸ Islakhatus Sa'idah and Ziyadul Haq Annajih, *Konsep Dasar Bimbingan Konseling*, 2024.

2. Aspek-aspek Pengambilan Keputusan

Menurut Kendal dan Montgomery, terdapat beberapa aspek pengambilan keputusan:³⁹

a) Keadaan (*circumstances*)

Pengambilan keputusan individu akan memiliki informasi dari lingkungan atau orang lain dengan apa keputusan yang akan dibuat. Begitupun dalam berbelanja menggunakan fitur *shopee paylater* seseorang pasti dipengaruhi oleh lingkungan sekitar seperti promo, diskon dan tawaran menarik lainnya, contohnya seperti melihat teman membeli sesuatu dan teman kita merayu untuk membeli juga kadang dengan iming-iming diskon atau trend barang tersebut.

b) Preferensi (*preferences*)

Individu harus menentukan pilihan sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya dalam pengambilan keputusan yang tepat. Dalam pengambilan keputusan berbelanja terutama memilih pembayaran dengan fitur

³⁹ Ranyard Rob; W. Ray Crozier; Ola Svenson, *Descision Making (Cognitve Models and Exsplanations)* (New York: Routledge, 1997).

shopee paylater, individu harus benar benar mempertimbangkan kegunaan dan resiko kedepannya setelah menggunakan *shopee paylater* begitu juga dengan barang yang dibeli itu sesuai kebutuhan atau hanya memenuhi keinginannya saja.

c) Emosi (*emotions*)

Emosi dapat mendorong individu untuk berpikir dan bertindak pada berbagai alternatif pilihan, emosi dapat memberikan umpan balik terhadap alternatif pilihan pada keputusan. Emosi sangat memengaruhi individu dalam berbelanja, Suasana hati sangat menentukan keputusan dalam berbelanja tergantung keadaan emosinya sedang positif atau negative.

d) Tindakan (*action*)

Mengambil keputusan perlu adanya sesuatu hal yang akan mendukung, oleh karena itu individu akan berusaha mencari informasi, membuat rencana, bertanya kepada orang lain guna mendukung keputusannya. Sebelum mengambil keputusan berbelanja individu pasti terlebih

dahulu mencari tau tentang fitur yang akan digunakannya dari cara, kegunaan, dan resiko kedepannya.

e) Hipotesis individu (*beliefs*)

Individu harus memiliki perkiraan, keyakinan tentang apa yang akan terjadi ketika sudah mengambil keputusan. Sama halnya saat individu berbelanja online menggunakan Fitur *shopee paylater* harus bisa menerima resiko yang akan di terima setelahnya.

3. Faktor-faktor Pengambilan Keputusan

Adapun faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan menurut Krumboltz ialah⁴⁰ :

1) Faktor lingkungan

Lingkungan sangat mempengaruhi pengambilan keputusan seseorang baik itu lingkungan keluarga atau lingkungan sosial. Pengambilan keputusan seseorang

⁴⁰ Asriatul Aini, "Hubungan Antara Self- Efficacy Dengan Pengambilan Keputusan Pemilihan Jurusan Di Perguruan Tinggi," *Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau Pekanbaru*, vol. 13, 2023.

dipengaruhi dengan dukungan, dorongan dan kritikan yang diperbuat.

2) Faktor Genetik

Pengambilan keputusan dibatasi dengan kondisi seseorang dalam memilih dan merencanakan sesuatu, berupa fisik, budaya, dan keterbatasan fisik.

3) Faktor Pengalaman belajar

Pengalaman belajar seseorang sangat mempengaruhi tingkah laku, dan keputusan seseorang. Baik pengalaman instrumental secara langsung, disengaja atau pengalaman asosiatif yaitu pengalaman dari kejadian- kejadian masalalu.

4) Faktor Keterampilan Menghadapi sesuatu

Keterampilan ini sangat mempengaruhi pengambilan keputusan seseorang, yang mana keterampilan menghadapi bisa membuat seseorang menjadi berani antara interaksi yang akan datang.

B. Perilaku Konsumtif

1. Pengertian Perilaku Konsumtif

Menurut Erich Fromm dalam Fitra Namira, perilaku konsumtif merupakan keinginan yang semakin meningkat untuk memperoleh kepuasan ketika memiliki produk dan jasa tanpa memandang kegunaannya saja, hanya mengikuti keinginan untuk membeli yang terbaru, lebih banyak dan lebih modern tujuannya untuk mementingkan gaya hidup hedonisme.⁴¹ Menurut Aprilia & Hortono, perilaku konsumtif adalah tingkah laku seorang individu yang dipengaruhi oleh beberapa faktor, diantaranya faktor sosial yang terdapat pada konsumsi suatu produk secara berlebihan tanpa adanya perencanaan dan tidak sesuai dengan kebutuhan.⁴²

Perilaku konsumtif dilihat seperti perilaku yang

⁴¹ Fitra Namira, “Hubungan Konformitas Kelompok Dengan Perilaku Konsumtif Terhadap Pembelian Kosmetik Pada Mahasiswi Fakultas Psikologi Universitas Medan Area Stambuk 2017,” 2022. Hal. 10

⁴² Dwi Rorin Mauludin Insana and Ria Susanti Johan, “Analisis Pengaruh Penggunaan Uang Elektronik Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Indraprasta PGRI,” *DRM. Insana, RS. Johan / Journal of Applied Business and Economics (JABE* 7, no. 2 (2020): 209–24.

buruk atau terlalu *hedone* yang suka berpoya-poya tanpa memikirkan keuangan. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), kata “mengkonsumsi” yang berarti di pergunakan bukan di produksi hanya sendiri. Perilaku konsumtif disebabkan individu yang membeli barang tidak untuk kebutuhan, tapi hanya semata untuk mencoba bukan karena dibutuhkan.⁴³ Dahlan dalam Trianingsih mengatakan bahwa perilaku konsumtif ialah ditandai dengan gaya hidup mewah dan tidak merasa cukup, menggunakan sesuatu yang mahal mahal bertujuan untuk mendapatkan kepuasan dan ketentraman fisik sebesrmungkin dan mendapat dorongan dari semua kemauan yang memenuhi hasratnya yang hanya sesaat.⁴⁴

Faktor faktor yang sangat mempengaruhi perilaku konsumtif Menurut Assuari terjadi karena tertarik dengan adanya diskon dengan alasan sebelum diskonnya habis,

⁴³ Liana et al., “Penggunaan Dan Pengaruh Shopee PayLater Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Muslim.” *Jurnal Intelek Insan Cendekia*, 2, no. 4 (2024) 1 (Yaziid, Sumarno, & Syabrus, 2024) (Amanda, Harahap, Anggraini, & Sari, 2024; Shopee, 2024) 221-235

⁴⁴ Anugrahi Putri Z Ilmi et al., “Perilaku Konsumtif Menurut Etika Bisnis Islam,” *Jurnal Ekonomi , Akutansi, Perpajakan* 2, no. 2 (2025): 136–149.

maka pembeli berbelanja dengan tidak rasional lagi.⁴⁵

Selain mengarah pada tindakan boros, perilaku konsumtif menyebabkan individu yang menjalani kehidupannya dengan memandang semua materialistis, pikiran rasionalnya akan berkurang, selalu memiliki kemauan atau hasrat yang besar untuk memenuhi keinginan belanja barang yang belum tentu dibutuhkan. Dampak dari perilaku tersebut akan menyebabkan seseorang selalu tidak puas dan merasa tidak cukup dengan apa yang ada pada dirinya, uga diakibatkan dari usia yang mengubah pola pikir cara pandang kehidupan seseorang. Bahkan mampu membuat perilaku pembeli yang hanya ingin meningkatkan pusat perhatian dan memiliki banyak alasan yang tidak penting.

Dalam Perspektif Islam Perilaku Konsumtif ini sering di sebut dengan istilah *israf* yang berarti berlebihan.

Seseorang muslim yang bijak dalam jalan agamanya akan menghindari perilaku konsumtif ini, karena perilaku ini

⁴⁵ Mah Nela Yaziid, Sumarno Sumarno, and Hardisem Syabrus, "Pengaruh Diskon Dan Gratis Ongkir Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa FKIP Universitas Riau," *MANTAP: Journal of Management Accounting, Tax and Production* 2, no. 1 (2024): 318–328..

merupakan sikap yang tidak baik yaitu sikap boros yang sadar di lakukan. Islam mengajarkan kita sebagai seorang muslim agar hidup dengan sederhana dan berbuat baik, jikalau pun seseorang mempunyai harta maka sangat di anjurkan untuk bersedekah karena sebagian dari itu adalah hak orang lain.⁴⁶ Seperti yang di jelaskan dalam ayat Al-Quraan surah Al-Isra : 27 sebagai berikut :

إِنَّ الْمُبَذِّرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيْطَانِ وَكَانَ الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ كَفُورًا

Artinya: *Sesungguhnya para pemboros itu adalah saudara-saudara setan dan setan itu sangat ingkar kepada Tuhannya.*

Pada tafsir al- mishbah M. Quraish shihab bahwa ayat di atas menjelaskan bahwa larangan terhadap perilaku boros dalam menggunakan harta, meniru sifat setan dengan sangat ingkar merupakan peringatan besar bagi orang orang yang boros menjadi teman setan , bahwa persaudaraan mereka dengan setan akan membawa mereka kepada

⁴⁶ Jasman and others, 'Penerapan Layanan Bimbingan Kelompok Untuk Meningkatkan Pemahaman Mahasiswa Tentang Perilaku Konsumtif', Islamic Counseling : Jurnal Bimbingan Konseling Islam, 6.1 (2022), 123

kekufuran.⁴⁷ Tafsir tersebut sudah sangat menjelaskan, bahwa Allah SWT sangat membenci orang-orang yang mempunyai perilaku konsumtif, karena perilaku itu sangat merugikan terutama pada kalangan mahasiswa yang belum mempunyai penghasilan.

Perilaku konsumtif berkaitan dengan Bimbingan dan konseling Islam yaitu dengan layanan bimbingan kelompok di mana layanan ini sangat memberikan pengaruh positif terhadap individu yang memiliki perilaku konsumtif, dengan layanan ini mampu meningkatkan pemahaman mengenai dampak perilaku konsumtif hal ini sesuai dengan hasil penelitian dari hasil penelitian dari Jurnal Jasman Dkk, Yang menyatakan bahwa layanan bimbingan kelompok mampu meningkatkan pemahaman mengenai perilaku konsumtif dengan nilai signifikansi 0,05 yaitu $2,645 > 2,262$ yang menyatakan hipotesis di terima.⁴⁸

⁴⁷ M Quraish Shihab, *Tafsir Al- Mishbah : Pesan, Kesan Dan Keserasian Al- Qur'an*, 7th ed. (Jakarta: Lentera Hati, 2005).

⁴⁸ Jasman Jasman and others, 'Penerapan Layanan Bimbingan Kelompok Untuk Meningkatkan Pemahaman Mahasiswa Tentang Perilaku Konsumtif', *Islamic Counseling : Jurnal Bimbingan Konseling Islam*, 6.1 (2022), 123

Berdasar kan penjelasan diatas , perilaku konsumtif adalah perilaku seseorang yang membeli barang tidak didasari dengan mempertimbangkan secara rasional dan memiliki kebiasaan untuk membeli barang yang tidak terlalu dibutuhkan , yang mana seseorang lebih mementingkan hawa nafsu dan kemauan yang ditandai dengan gaya hidup mewah dan selalu tidak merasa cukup.

2. Aspek-aspek perilaku konsumtif

Menurut Erich Fromm dalam Fitra Namira, perilaku konsumtif memiliki tiga aspek : ⁴⁹

1) Aspek pembelian Impulsif

Pembelian impulsif adalah perilaku berbelanja secara spontan yang hanya didasari dengan kemauan dan hasrat sesaat saja, yang mana tanpa mempertimbangkan penting atau tidaknya biasanya sesuai dengan keadaan emosi.

⁴⁹ Namira, “Hubungan Konformitas Kelompok Dengan Perilaku Konsumtif Terhadap Pembelian Kosmetik Pada Mahasiswi Fakultas Psikologi Universitas Medan Area Stambuk 2017.”(2022)

2) Aspek pembelian tidak rasional

Ialah berbelanja sesuatu yang tidak terlalu dibutuhkan, namun berbelanja karena gengsi mengikuti gaya hidup atau supaya tidak ketinggalan trend masa kini

3) Aspek pembelian boros atau berlebihan

Tindakan membeli barang secara berlebihan, guna untuk memenuhi keinginan yang besar dalam hal mencoba barang-barang baru, dikarenakan adanya rasa tidak puas sebelum memiliki baru tersebut sehingga mampu mengeluarkan uang banyak tanpa adanya keperluan yang jelas.

3. Faktor-faktor yang mempengaruhi Perilaku Konsumtif

Menurut Suyasa & Fransisca dalam Hamzah Nazarudin dan Tantri Widiastuti, faktor-faktor yang mempengaruhi munculnya perilaku konsumtif yaitu:⁵⁰

1) Iklan

Adanya iklan ialah untuk mempengaruhi pembeli dan kemudian belanja barang yang di tawarkan, iklan juga

⁵⁰ Hamzah Nazarudin And Tantri Widiastuti, 'Gaya Hidup Hedonisme Dan Perilaku Konsumtif Remaja Putri Kota Kupang', Jurnal Ilmiah Aset, Vol 24. No 1, (2022), 35.

mengajak orang-orang yang memiliki hasrat yang tinggi untuk berbelanja barang yang tidak terlalu dibutuhkan.

2) Konformitas

Konformitas biasanya sering terjadi di usia remaja, yang mana mempunyai keinginan yang besar untuk berpenampilan menarik.

3) Gaya hidup

Gaya hidup yang mewah seperti membeli barang mahal yang ada merek yang katanya itu mampu meningkatkan perhatian sosial.

4) Kartu kredit

Kartu kredit menyediakan fasilitas yang bisa bayar nanti, seperti fitur *shopee paylater*.

C. Shoppe Paylater

Digital payment merupakan sesuatu pembayaran yang dipergunakan pada media elektronik untuk proses pembayaran. Pembayaran digital atau disebut *digital payment* ini bisa memberikan dampak baru kepada masyarakat luas yang mana

bisa melakukan pembayaran tanpa uang tunai dan lebih mudah dan aman. Pembayaran elektronik ini ialah sebuah sistem pembayaran yang dipergunakan untuk melakukan transaksi bukan hanya dari saldo Bank tetapi juga saldo dari fitur tersebut juga ada, semacam dompet digital.⁵¹

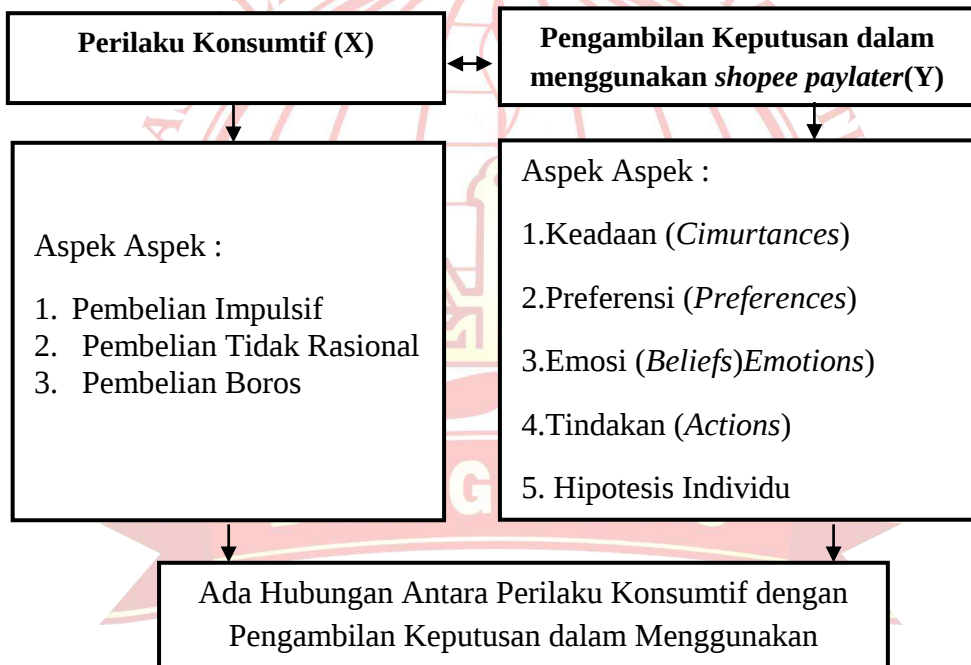
Shopee Paylater adalah metode pembayaran yang semakin populer karena menawarkan fleksibilitas dan kemudahan bagi pengguna untuk menyelesaikan pembayaran, bahkan ketika belum memiliki uang tunai.⁵² Salah satu keunggulan utama *shoppe paylater* adalah inklusivitasnya, yang memungkinkan akses ke kredit meskipun pengguna memiliki skor kredit yang kurang sempurna. Selain itu, proses aktivasi *paylater* sangat praktis dan cepat, hanya memerlukan persyaratan sederhana seperti KTP dan usia yang sesuai, membuatnya jauh lebih mudah dibandingkan metode pinjaman tradisional. *Shopee paylater* juga memberikan banyak

⁵¹ Sam'un Jaja Raharja And Others, 'Digital Payment As An Enabler For Business Opportunities: A Go-Pay Case Study', Review Of Integrative Business And Economics Research, Vol 9. No 1, (2020), h. 319

⁵² Putri Nailah Amelia, Putri Arta Fidiansa, And Dan Chindy Salsabilla Risa, 'Fenomena Penggunaan Paylater Di Kalangan Mahasiswa', Prosiding Seminar Nasional, 2023, 176–87.

keuntungan bagi penggunanya, seperti berbagai promo menarik, misalnya *cashback* hingga satu juta rupiah di *Shopee paylater*, serta pilihan tenor cicilan yang fleksibel, mulai dari satu hingga dua belas bulan, sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan pengguna.⁵³

D. Kerangka Berpikir



Gambar 2. 1 Kerangka Berfkir

⁵³ Adinda Mursalina, Hasanah, And Efriani, 'Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pengguna Shopee Paylater', *Balale Jurnal Antropologi*, Vol 5. No 1, (2024), 29–51.

Berdasarkan kerangka berpikir yang ada diatas maka dapat diketahui jika variabel independen penelitian ini yaitu Perilaku Konsumtif (X) sedangkan variabel dependen nya adalah Pengambilan Keputusan (Y). Aspek- aspek pada setiap variabel menunjukan bahwa variabel X dan Variabel Y saling berhubungan.

E. Hipotesis Penelitian

Berdasarkan kerangka berfikir diatas, dapat diketahui hipotesis dari penelitian sebagai berikut:

H_0 : tidak terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara perilaku konsumtif terhadap pengambilan keputusan dalam menggunakan *shopee paylater*.

H_a : terdapat hubungan antara perilaku konsumtif terhadap pengambilan keputusan dalam menggunakan *shopee paylater*

Hipotesis statistik

$$H_0: \rho \neq 0$$

$$H_a: \rho \neq 0$$

0 berarti tidak ada hubungan “tidak sama dengan nol” berarti lebih besar atau kurang dari nol, berarti ada hubungan. ‘ ρ ’ adalah nilai korelasi dalam formulasi yang dihipotesiskan.