

## **ANALISIS PENGARUH PENERAPAN AKUNTASI SYARIAH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DI SHOPEE**

**Annisa Liana Putri<sup>1</sup>, Annisa Salsabilla<sup>2</sup>, Miftahul Jannah<sup>3</sup>, Alindri Tita Ramadhani<sup>4</sup>  
Peny Cahaya Azwari<sup>5</sup>**

Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang

Email : [annisalianaputri4@gmail.com](mailto:annisalianaputri4@gmail.com)<sup>1</sup> [annisasalsabilla577@gmail.com](mailto:annisasalsabilla577@gmail.com)<sup>2</sup>  
[miftahuljana921@gmail.com](mailto:miftahuljana921@gmail.com)<sup>3</sup> [alindri.tita.ramadhani01@gmail.com](mailto:alindri.tita.ramadhani01@gmail.com)<sup>4</sup>  
[penycahayaazwari\\_uin@radenfatah.ac.id](mailto:penycahayaazwari_uin@radenfatah.ac.id)<sup>5</sup>

### **ABSTRACT**

*This study aims to analyze the impact of the implementation of Islamic accounting on consumer purchasing decisions on the Shopee e-commerce platform. The method used in this study is a literature review, selecting relevant and comparable articles on Islamic accounting, e-commerce transactions, and consumer behavior among Muslims. These articles were analyzed to identify the relationship between the implementation of Islamic accounting principles and purchasing decisions on Shopee. The findings indicate that the application of Islamic accounting principles, such as transparency, fairness, and adherence to Sharia, significantly influences purchasing decisions, with consumers who have high religiosity being more likely to choose transactions that comply with Islamic principles. However, other factors such as price and transaction convenience also affect purchasing decisions. This study provides insights into the importance of implementing Islamic accounting in e-commerce to create ethical transactions that align with Islamic principles.*

**Keywords:** *Islamic Accounting, Purchasing Decisions, E-Commerce, Shopee, Muslim Consumers, Literature Review.*

### **PENDAHULUAN**

Perkembangan teknologi digital dan maraknya penggunaan *platform e-commerce* seperti Shopee telah mengubah cara masyarakat, khususnya generasi muda, dalam melakukan aktivitas ekonomi, termasuk kegiatan konsumsi. Dalam era ini, kemudahan akses, kecepatan transaksi, serta ragam metode pembayaran menjadikan *e-commerce* sebagai pilihan utama konsumen dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari. Di sisi lain, konsumen Muslim memiliki preferensi dan nilai-nilai tertentu yang dijadikan dasar dalam pengambilan keputusan, salah satunya adalah kepatuhan terhadap prinsip-prinsip syariah. Fuadah dan Maski (2024) akuntansi syariah, sebagai bagian dari sistem ekonomi Islam, memiliki peran strategis dalam menciptakan transparansi, keadilan, dan akuntabilitas dalam transaksi ekonomi. Penerapan prinsip-prinsip syariah, seperti kejujuran dalam pencatatan transaksi, penggunaan akad yang sesuai, dan penghindaran unsur riba serta gharar, merupakan elemen penting dalam membangun

kepercayaan konsumen muslim. Ketika nilai-nilai ini diterapkan dalam konteks *e-commerce*, diharapkan dapat memberikan rasa aman dan kepastian hukum bagi konsumen muslim dalam mengambil keputusan pembelian (Fatkhurrahman, 2024).

Penelitian oleh Rikardi *et al.*, (2024) dan Rasid *et al.*, (2024) menunjukkan bahwa kepercayaan pelanggan terhadap penerapan akad istishna dalam transaksi *pre-order* di Shopee memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Penelitian tersebut menggunakan uji regresi linier dan menemukan bahwa kepercayaan yang tumbuh dari penerapan akad sesuai syariat mampu mendorong konsumen untuk lebih yakin dalam bertransaksi di *e-commerce* (Rikardi *et al.*, 2024). Selain itu, aspek *shariah governance* atau tata kelola syariah juga penting dalam membentuk persepsi dan kepercayaan konsumen Muslim. Kespandiar *et al.*, (2024) dalam penelitiannya menyatakan bahwa penerapan *shariah governance* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian jasa di Madani Tour.

Hal ini membuktikan bahwa integritas dan akuntabilitas dalam pengelolaan syariah berperan dalam membangun loyalitas konsumen terhadap layanan yang disediakan. Namun, kenyataan di lapangan menunjukkan adanya celah antara harapan konsumen akan kepatuhan syariah dengan realitas implementasi pada *platform e-commerce*. Misalnya, fitur *SpayLater* yang ditawarkan Shopee memang memudahkan transaksi, namun dari sudut pandang syariah, mekanisme ini menimbulkan pertanyaan karena berpotensi mengandung unsur riba dan memicu perilaku konsumtif yang tidak sesuai dengan prinsip pengelolaan keuangan Islami. Studi oleh Rasid *et al.*, (2024) menemukan bahwa fitur *SpayLater* berdampak terhadap perilaku konsumtif mahasiswa, yang cenderung melakukan pembelian impulsif dan mengabaikan prinsip kehati-hatian dalam keuangan.

Gap ini menunjukkan bahwa walaupun terdapat harapan besar dari konsumen Muslim terhadap penerapan nilai-nilai syariah dalam sistem *e-commerce*, kenyataannya masih terdapat inkonsistensi antara praktik yang dilakukan oleh platform seperti Shopee dengan prinsip-prinsip akuntansi syariah (Diven dan Khoiri, 2023). Oleh karena itu, penting untuk melakukan penelitian mendalam guna mengkaji sejauh mana penerapan akuntansi syariah benar-benar berpengaruh terhadap keputusan pembelian, serta bagaimana elemen-elemen seperti akad, tata kelola syariah, dan metode pembayaran berperan dalam membentuk perilaku konsumen muslim di era digital.

Dengan latar belakang ini, penelitian ini diarahkan untuk menganalisis secara komprehensif pengaruh penerapan akuntansi syariah terhadap keputusan pembelian konsumen di platform Shopee. Penelitian akan mengkaji aspek persepsi konsumen terhadap kesesuaian syariah dalam fitur-fitur Shopee serta dampaknya terhadap keputusan pembelian mereka, sekaligus mengidentifikasi celah antara prinsip ideal syariah dengan implementasi di lapangan.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode studi literatur untuk menganalisis berbagai artikel ilmiah

yang relevan dengan topik yang dikaji. Studi literatur dipilih karena mampu memberikan pemahaman mendalam melalui penelusuran, pengumpulan, dan analisis data sekunder dari sumber-sumber tertulis seperti jurnal ilmiah, buku, laporan penelitian, serta dokumen resmi lainnya. Proses penelitian dimulai dengan menentukan kata kunci yang sesuai, kemudian dilanjutkan dengan pencarian artikel melalui database terpercaya seperti *Google Scholar*, *ScienceDirect*, dan Portal Garuda. Artikel yang dipilih merupakan publikasi yang terbit dalam rentang waktu lima tahun terakhir untuk memastikan relevansi dan kekinian informasi. Setiap artikel dianalisis secara sistematis untuk mengidentifikasi tema, temuan, serta kesenjangan penelitian yang ada. Hasil analisis literatur ini diharapkan dapat menjadi dasar konseptual yang kuat untuk memahami isu yang dikaji serta memberikan arah bagi penelitian lanjutan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil telaah dan sintesis terhadap sejumlah artikel ilmiah yang relevan, dapat dirumuskan bahwa penerapan akuntansi syariah dalam transaksi *e-commerce*, khususnya di platform Shopee, memberikan pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Penelitian ini mengacu pada prinsip-prinsip utama dalam akuntansi syariah, seperti keterbukaan (transparansi), keadilan (*fairness*), kejujuran (*sidiq*), dan ketaatan terhadap syariat Islam (*sharia compliance*), serta dikaitkan dengan variabel kepercayaan konsumen, metode transaksi, dan preferensi terhadap fitur-fitur yang ditawarkan *marketplace*.

Salah satu temuan utama diperoleh dari artikel yang ditulis oleh Rikardi *et al.*, (2024) yang mengkaji hubungan antara kepercayaan pelanggan dalam akad istishna atau pre-order terhadap keputusan pembelian di Shopee. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kejelasan akad syariah meningkatkan kepercayaan konsumen, khususnya mahasiswa akuntansi syariah. Kejelasan akad mencakup pemahaman atas objek, harga, waktu pengiriman, serta tanggung jawab penjual dan pembeli. Dalam konteks *marketplace* seperti Shopee, penerapan akad secara eksplisit memang belum sepenuhnya diformalkan, namun konsumen muslim yang memiliki pemahaman dasar syariah akan lebih selektif dalam memilih penjual dan produk yang mencerminkan prinsip-prinsip tersebut.

Penelitian lain oleh Khairawati *et al.*, (2023) mengungkapkan bahwa faktor religiositas, prinsip konsumsi Islami, dan gaya hidup berlandaskan nilai-nilai syariah berkontribusi secara signifikan terhadap keputusan pembelian menggunakan Shopee *Paylater*. Hasil kuantitatif dari artikel tersebut menunjukkan nilai signifikansi  $< 0,05$ , dengan nilai koefisien positif pada ketiga variabel bebas. Artinya, semakin tinggi tingkat religiositas dan kesesuaian gaya hidup dengan nilai Islam, maka kecenderungan untuk menggunakan fitur transaksi yang dianggap selaras dengan prinsip Islam juga meningkat. Namun demikian, penggunaan fitur *paylater* juga menimbulkan dilema, karena tidak semua skema pembiayaan dalam fitur tersebut sesuai dengan prinsip larangan riba, gharar, atau maysir.

Memperkuat temuan tersebut dengan menyatakan bahwa faktor *sharia compliance*, kemudahan penggunaan, dan tren digital secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian

konsumen Muslim milenial. Penelitian ini menggunakan pendekatan regresi linier berganda dan menemukan bahwa variabel *sharia compliance* memiliki pengaruh paling dominan. Hal ini mengindikasikan bahwa kesadaran terhadap prinsip-prinsip syariah menjadi dasar pertimbangan utama dalam memilih produk atau layanan di *marketplace*. Konsumen Muslim tidak hanya mempertimbangkan aspek fungsional produk, tetapi juga nilai spiritual dan etis yang menyertainya.

Selain itu, hasil penelitian Rasid *et al.*, (2024) yang meneliti penggunaan fitur *Shopee Paylater* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa akuntansi syariah mengungkapkan bahwa terdapat peningkatan perilaku konsumtif apabila penggunaan fitur tersebut tidak dikontrol berdasarkan prinsip kehati-hatian (*prudential principle*) dalam Islam. Hal ini menandakan bahwa meskipun fitur *Paylater* memberikan kemudahan dan fleksibilitas, penggunaannya tanpa pemahaman akuntansi syariah yang kuat dapat memicu penyimpangan terhadap prinsip keuangan Islam. Dalam konteks ini, fitur tersebut dapat menimbulkan perilaku konsumtif berlebih, bertentangan dengan prinsip qana'ah dan pengelolaan harta yang bijak dalam Islam.

Sementara itu, penelitian Wanda (2024) mengkaji pengaruh variabel harga, penilaian produk, dan *cashback* terhadap keputusan pembelian di Shopee. Meskipun kajian ini tidak secara langsung membahas akuntansi syariah, implikasinya tetap relevan. Strategi promosi seperti *cashback* dan diskon yang tidak transparan atau mengandung unsur spekulatif dapat menimbulkan ketidakjelasan (*gharar*) yang dilarang dalam prinsip muamalah. Oleh karena itu, penting bagi pelaku bisnis untuk menyelaraskan strategi pemasaran dengan nilai-nilai syariah, terutama dalam menyampaikan informasi produk dan skema promosi.

Dari keseluruhan artikel yang dianalisis, terdapat pola temuan yang konsisten: penerapan prinsip-prinsip akuntansi syariah yang meliputi transparansi, keadilan, dan kepercayaan, secara signifikan memengaruhi keputusan pembelian konsumen, terutama pada segmen konsumen Muslim yang memiliki kesadaran religius tinggi. Hal ini diperkuat dengan adanya peningkatan intensi pembelian pada produk atau jasa yang dinilai mematuhi prinsip syariah, baik dalam akad maupun praktik bisnis.

### **1. Akuntansi Syariah sebagai Paradigma Perilaku Konsumen Muslim**

Akuntansi syariah, yang sering kali dianggap sekadar sebagai sistem pencatatan keuangan, sebenarnya memiliki makna yang jauh lebih dalam, yaitu sebagai landasan moral dan etis dalam pengelolaan transaksi muamalah. Dalam hal ini, transaksi muamalah merujuk pada interaksi ekonomi yang dilakukan oleh individu dalam masyarakat, termasuk transaksi jual beli, pinjam meminjam, dan lainnya, yang harus memenuhi ketentuan hukum Islam. Akuntansi syariah berperan lebih dari sekadar mencatat pemasukan dan pengeluaran; ia berfungsi sebagai alat yang memastikan seluruh transaksi berlangsung dengan cara yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Seiring berkembangnya *e-commerce*, seperti Shopee, yang kini menjadi platform jual beli terbesar di Indonesia, peran akuntansi syariah semakin penting dalam membentuk perilaku konsumen Muslim.

Konsumen Muslim tidak hanya berfokus pada harga dan kualitas barang yang mereka beli, tetapi juga pada aspek halal dan haram yang melekat pada transaksi tersebut. Oleh karena itu, akuntansi syariah menjadi instrumen yang membentuk cara pandang konsumen Muslim terhadap validitas suatu transaksi, baik dari segi akad maupun dari sisi etika dan moralitas.

Salah satu prinsip utama dalam akuntansi syariah adalah keadilan (al-‘adl). Keadilan mengatur bahwa setiap transaksi harus dilakukan dengan seimbang, di mana tidak ada pihak yang dirugikan. Dalam konteks transaksi di Shopee, prinsip ini mengarahkan konsumen Muslim untuk memastikan bahwa harga yang dibayar sesuai dengan nilai barang yang diterima. Selain itu, tidak boleh ada eksploitasi yang merugikan salah satu pihak, baik penjual maupun pembeli. Misalnya, praktik penipuan atau iklan yang menyesatkan, yang sering kali terjadi di *platform e-commerce*, akan bertentangan dengan prinsip keadilan ini.

Selain keadilan, prinsip kebenaran (al-haqq) menjadi fondasi yang sangat penting dalam akuntansi syariah. Kebenaran mengharuskan semua informasi yang diberikan dalam suatu transaksi harus akurat dan jujur. Dalam dunia *e-commerce*, ini berarti bahwa deskripsi produk yang diberikan oleh penjual harus sesuai dengan kondisi sebenarnya. *Misleading advertising* atau produk yang tidak sesuai dengan gambar atau deskripsi akan bertentangan dengan prinsip ini. Konsumen Muslim yang berpegang pada prinsip al-haqq cenderung lebih cermat dalam memeriksa produk sebelum melakukan pembelian, memastikan bahwa informasi yang diterima adalah benar dan tidak mengandung unsur penipuan.

Kejujuran (sidiq) juga merupakan prinsip yang tidak kalah penting dalam akuntansi syariah. Kejujuran mengharuskan semua pihak yang terlibat dalam transaksi untuk berperilaku dengan integritas, baik dalam hal pembayaran, pengiriman barang, maupun penanganan klaim. Dalam *platform* seperti Shopee, konsumen Muslim cenderung mencari penjual yang memiliki reputasi baik, yang menunjukkan kejujuran dalam setiap aspek transaksi, mulai dari komunikasi yang jelas hingga pengiriman barang yang tepat waktu dan sesuai dengan pesanan.

Selanjutnya, transparansi (al-shafaiyyah) adalah prinsip yang sangat relevan dalam dunia digital dan *e-commerce*. Transparansi mengharuskan bahwa semua aspek transaksi, mulai dari harga hingga syarat dan ketentuan, harus jelas dan mudah dipahami oleh kedua belah pihak. Konsumen Muslim, yang berpegang pada prinsip ini, cenderung memilih transaksi yang memberikan informasi secara terbuka mengenai biaya tambahan, potensi risiko, dan syarat lain yang mungkin berlaku. Misalnya, konsumen Muslim mungkin lebih memilih untuk menggunakan metode pembayaran yang jelas dan dapat dipertanggungjawabkan, seperti transfer bank atau dompet digital yang memiliki izin resmi, daripada menggunakan layanan yang belum jelas legalitasnya.

Berbagai penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa konsumen yang memiliki pemahaman dan sensitivitas terhadap nilai-nilai Islam cenderung lebih teliti dalam memilih transaksi yang sesuai dengan prinsip syariah. Sebagai contoh, konsumen Muslim seringkali lebih

memilih produk yang memiliki label halal atau yang dijual oleh pedagang yang memahami dan menerapkan prinsip-prinsip syariah dalam usaha mereka. Mereka juga lebih berhati-hati dalam memilih metode pembayaran, dengan menghindari transaksi yang melibatkan bunga atau unsur riba, serta mengutamakan metode pembayaran yang sesuai dengan ketentuan syariah, seperti pembayaran yang tidak melibatkan unsur spekulasi atau ketidakpastian (gharar). Selain itu, konsumen Muslim dalam *e-commerce* juga cenderung memeriksa legalitas akad dalam transaksi digital, memastikan bahwa transaksi yang dilakukan sah menurut hukum Islam. Mereka akan memilih produk dan layanan yang sesuai dengan ketentuan agama, yang tidak hanya mencakup barang yang halal untuk dikonsumsi, tetapi juga transaksi yang dilakukan secara jujur dan tidak merugikan pihak manapun. Misalnya, mereka mungkin akan memilih *platform e-commerce* yang menawarkan fitur pembayaran syariah atau fitur yang memastikan bahwa penjual dan pembeli terikat oleh kontrak yang sah dan adil.

Secara keseluruhan, akuntansi syariah dalam konteks *e-commerce* seperti Shopee tidak hanya berfungsi sebagai sistem pencatatan yang akurat dan terstruktur, tetapi juga sebagai panduan moral dan etis dalam melakukan transaksi. Akuntansi syariah membentuk paradigma perilaku konsumen Muslim yang lebih mengutamakan prinsip keadilan, kebenaran, kejujuran, dan transparansi dalam setiap keputusan ekonomi mereka. Oleh karena itu, pemahaman yang mendalam tentang akuntansi syariah menjadi sangat penting bagi konsumen Muslim dalam membuat keputusan pembelian yang tidak hanya menguntungkan secara ekonomi, tetapi juga sesuai dengan nilai-nilai agama yang mereka anut.

## **2. Dimensi Religiositas dan Kepatuhan Syariah dalam Pengambilan Keputusan**

Dimensi religiositas dan kepatuhan syariah memainkan peranan yang sangat penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen, terutama di dalam konteks akuntansi syariah. Religiositas, dalam hal ini, merujuk pada tingkat kedalaman keyakinan agama seseorang yang memengaruhi perilaku mereka, termasuk dalam pengambilan keputusan finansial. Penelitian yang dilakukan Khairawati *et al.*, (2023) mengungkapkan bahwa individu yang memiliki tingkat religiositas yang tinggi cenderung lebih selektif dalam memilih produk dan layanan yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah, meskipun produk atau layanan tersebut tidak selalu lebih murah dibandingkan dengan alternatif konvensional. Hal ini menunjukkan bahwa bagi konsumen yang memiliki keyakinan kuat terhadap ajaran agama, kepatuhan terhadap prinsip syariah lebih penting daripada pertimbangan harga semata.

Kepatuhan syariah sendiri merujuk pada upaya konsumen untuk memastikan bahwa produk dan proses transaksi yang mereka pilih tidak bertentangan dengan hukum Islam. Ini tidak hanya mencakup kehalalan produk dalam hal fisik, tetapi juga memastikan bahwa seluruh proses transaksi bebas dari unsur-unsur yang dilarang dalam Islam, seperti riba (bunga), gharar (ketidakjelasan), dan maysir (spekulasi atau untung-untungan). Kepatuhan terhadap prinsip-prinsip syariah ini sangat

relevan di era digital, di mana transaksi *e-commerce* seperti yang ada di Shopee semakin populer.

Dalam konteks *platform e-commerce* seperti Shopee, penting bagi konsumen untuk merasa yakin bahwa produk yang mereka pilih telah memenuhi kriteria halal dan bahwa transaksi yang mereka lakukan sesuai dengan hukum syariah. Oleh karena itu, transparansi informasi, kejelasan akad atau perjanjian, serta kehadiran label halal pada produk menjadi elemen-elemen yang sangat penting untuk mempengaruhi kepercayaan konsumen. Ketika informasi yang relevan dan jelas tersedia, konsumen lebih cenderung merasa aman dan percaya diri dalam mengambil keputusan pembelian yang sesuai dengan prinsip syariah.

Shopee, sebagai salah satu *platform e-commerce* yang berkembang pesat, menyadari pentingnya faktor ini dalam menarik konsumen yang beragama Islam. Oleh karena itu, keberadaan fitur-fitur yang mendukung kejelasan transaksi syariah, seperti penandaan produk halal, sertifikasi produk, serta informasi yang mendalam mengenai proses transaksi, memainkan peranan yang sangat penting dalam memperkuat rasa percaya konsumen. Transparansi dan kepatuhan terhadap standar syariah juga memengaruhi keputusan pembelian konsumen yang mempertimbangkan aspek etika dan agama dalam setiap transaksi yang mereka lakukan. Lebih jauh lagi, kepercayaan konsumen terhadap *platform e-commerce* seperti Shopee bisa diperoleh dengan memperkuat komitmen terhadap prinsip-prinsip syariah ini. Ini termasuk memberikan edukasi lebih lanjut kepada konsumen mengenai pentingnya transaksi yang bebas dari unsur haram, serta meningkatkan komunikasi mengenai bagaimana perusahaan menjamin bahwa transaksi yang dilakukan tetap sesuai dengan hukum Islam. Dengan demikian, aspek religiositas dan kepatuhan syariah tidak hanya mempengaruhi keputusan pembelian secara individual, tetapi juga membentuk sebuah ekosistem transaksi yang lebih etis dan sesuai dengan prinsip-prinsip Islam.

### 3. Implikasi Fitur Shopee terhadap Prinsip Syariah

Seiring dengan berkembangnya teknologi digital, berbagai *platform e-commerce* seperti Shopee telah menawarkan beragam fitur yang bertujuan untuk meningkatkan kenyamanan dan fleksibilitas bagi penggunanya. Fitur-fitur ini antara lain mencakup *Shopee Paylater*, program *cashback*, dan sistem *pre-order* yang memberikan kemudahan dalam transaksi dan memungkinkan konsumen untuk melakukan pembelian barang tanpa harus langsung membayar penuh. Meskipun fitur-fitur tersebut memberikan manfaat yang jelas dalam aspek praktis dan efisiensi, kita perlu menganalisis apakah fitur-fitur ini sepenuhnya sesuai dengan prinsip akuntansi syariah.

Fitur *Shopee Paylater*, yang memungkinkan konsumen untuk membeli barang dan membayar kemudian, berpotensi menimbulkan masalah yang berhubungan dengan riba. Dalam sistem ini, jika konsumen tidak melunasi pembayaran tepat waktu, biasanya ada biaya tambahan yang dikenakan oleh platform, yang pada dasarnya menyerupai bunga dalam sistem pinjaman konvensional. Menurut prinsip akuntansi syariah, transaksi yang mengandung riba dilarang dalam Islam karena riba merupakan tambahan yang diperoleh tanpa adanya usaha atau risiko yang sah. Dalam konteks

ini, Shopee perlu memastikan bahwa fitur *Paylater* dijelaskan dengan transparansi yang cukup, termasuk rincian tentang margin keuntungan atau biaya tambahan yang mungkin timbul, agar tidak menciptakan ketidakjelasan atau ketidakpastian yang bisa mengarah pada praktik yang melanggar prinsip syariah, yaitu gharar.

Lebih jauh lagi, Rasid *et al.*, (2024) menunjukkan bahwa penggunaan fitur *Paylater* dapat meningkatkan perilaku konsumtif di kalangan pengguna, yang bertentangan dengan prinsip qana'ah (kesederhanaan) yang menekankan pada sikap puas dengan apa yang ada dan menghindari pemborosan. Hal ini berpotensi menyebabkan konsumen membeli barang secara berlebihan atau melebihi kemampuan keuangan mereka, yang pada gilirannya mengarah pada utang yang menumpuk, bertentangan dengan prinsip akuntansi syariah yang mengutamakan kewajiban untuk tidak membebani seseorang dengan utang yang berlebihan. Selain itu, dari sudut pandang syariah, dalam transaksi yang menggunakan fitur *Paylater*, akad yang terjadi tidak selalu dijelaskan secara transparan. Akad merupakan inti dari transaksi dalam sistem syariah, dan setiap transaksi harus dilandasi dengan akad yang jelas dan tidak mengandung unsur gharar (ketidakpastian) atau maysir (perjudian). Jika akad dalam transaksi ini tidak disusun dengan jelas, misalnya mengenai biaya atau bunga tambahan yang dikenakan, hal tersebut berisiko menyebabkan ketidakjelasan yang bertentangan dengan ajaran Islam (Ani *et al.*, 2023). Oleh karena itu, untuk memastikan bahwa fitur *Shopee Paylater* dan fitur serupa lainnya sesuai dengan prinsip syariah, perlu adanya upaya untuk melakukan rekonstruksi model pembiayaan di marketplace digital. Salah satu solusi yang bisa diterapkan adalah dengan mengganti sistem pembiayaan yang mengandung riba dengan struktur akad yang lebih sesuai dengan prinsip syariah, seperti murabahah (jual beli dengan keuntungan yang disepakati), musyarakah (kemitraan), atau ijarah (sewa). Dengan menggunakan akad-akad ini, transaksi yang terjadi dapat lebih jelas, transparan, dan bebas dari unsur riba, sekaligus memberikan jaminan bahwa transaksi dilakukan secara adil dan sesuai dengan syariat Islam.

Secara keseluruhan, meskipun fitur Shopee seperti *paylater*, *cashback*, dan *pre-order* dapat memberikan kemudahan dan kenyamanan dalam bertransaksi, penting bagi *platform e-commerce* untuk terus mengevaluasi dan memastikan bahwa semua fitur yang ditawarkan tidak bertentangan dengan prinsip syariah. Shopee perlu berkomitmen untuk menawarkan model pembiayaan yang lebih transparan dan mengutamakan keadilan, serta meminimalisir potensi praktik riba dan ketidakpastian dalam setiap transaksi. Hal ini tidak hanya penting untuk kepatuhan terhadap hukum Islam, tetapi juga untuk menciptakan kepercayaan dan rasa aman di kalangan konsumen yang mengutamakan prinsip syariah dalam setiap keputusan keuangan.

#### **4. Analisis Pengaruh: Penerapan Akuntansi Syariah Berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Konsumen**

Penerapan akuntansi syariah pada prinsip dasarnya mengacu pada pedoman syariah Islam yang menjamin transaksi yang bebas dari unsur riba, gharar, dan maysir. Dalam konteks bisnis dan



perdagangan, terutama pada *platform e-commerce*, penerapan akuntansi syariah bertujuan untuk menciptakan transparansi dan keadilan dalam transaksi, yang sesuai dengan norma-norma agama dan etika bisnis Islam. Penelitian terhadap pengaruh penerapan akuntansi syariah terhadap keputusan pembelian konsumen mengungkapkan bahwa faktor ini memiliki dampak signifikan, meskipun tidak sepenuhnya menentukan.

**a. Peningkatan Kepercayaan Konsumen terhadap Transaksi Halal**

Salah satu pengaruh yang paling mencolok dari penerapan akuntansi syariah adalah meningkatnya kepercayaan konsumen. Konsumen, khususnya yang beragama Islam, akan merasa lebih aman dan nyaman dalam melakukan transaksi jika mereka yakin bahwa transaksi tersebut telah mengikuti prinsip syariah yang adil dan sesuai dengan nilai-nilai Islam. Kejelasan akad dan transparansi harga menjadi hal yang sangat diperhatikan oleh konsumen yang mengutamakan transaksi yang halal. Ketika melihat bahwa suatu *platform* atau penjual mematuhi prinsip-prinsip syariah, lebih cenderung untuk melakukan pembelian.

**b. Preferensi terhadap Fitur yang Sesuai Syariah**

Fitur-fitur transaksi yang sesuai dengan syariah seperti penghindaran terhadap praktik riba atau bunga (seperti yang ada pada fasilitas *paylater*) juga menjadi pertimbangan utama dalam keputusan pembelian konsumen. Banyak konsumen Muslim yang lebih memilih metode pembayaran seperti transfer langsung atau COD (*Cash On Delivery*) yang lebih sesuai dengan prinsip syariah. Hal ini menunjukkan bahwa akuntansi syariah tidak hanya mempengaruhi aspek kepercayaan, tetapi juga memengaruhi perilaku transaksi konsumen di *platform e-commerce*.

**c. Penguatan Loyalitas Konsumen**

Loyalitas konsumen terhadap produk dan penjual juga semakin kuat ketika merasa bahwa transaksi yang mereka lakukan tidak hanya adil dari sisi harga dan kualitas, tetapi juga sesuai dengan ajaran Islam. Sertifikasi halal, akad yang sesuai dengan syariah, serta transparansi harga menjadi faktor yang memperkuat hubungan antara konsumen dan penjual. Keberadaan label halal yang jelas dan komitmen terhadap sistem transaksi yang sesuai syariah bisa meningkatkan rasa loyalitas konsumen yang ingin berinvestasi dalam produk yang tidak hanya bernilai ekonomis tetapi juga bernilai spiritual.

**d. Moderasi Pengaruh Berdasarkan Faktor Internal dan Eksternal**

Namun, penting untuk dicatat bahwa pengaruh akuntansi syariah terhadap keputusan pembelian tidak bersifat mutlak. Sebagian konsumen, terutama yang memiliki tingkat religiositas rendah, mungkin lebih memilih untuk memprioritaskan harga dan kemudahan transaksi daripada ketaatan pada prinsip-prinsip syariah. Dalam kondisi finansial terbatas, keputusan pembelian seringkali dipengaruhi oleh faktor-faktor ekonomi dan praktikal, seperti diskon atau kemudahan dalam bertransaksi. Oleh karena itu, ada interaksi yang kompleks antara faktor internal (seperti tingkat religiositas dan literasi syariah) dan faktor eksternal (seperti

promosi atau diskon) yang menentukan keputusan pembelian konsumen.

**e. Pengaruh Moderatif Akuntansi Syariah**

Secara keseluruhan, dapat disimpulkan bahwa penerapan akuntansi syariah memberikan pengaruh positif yang signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen, namun pengaruh ini bersifat moderatif. Artinya, kekuatan pengaruh tersebut akan sangat dipengaruhi oleh faktor-faktor internal dan eksternal yang dimiliki konsumen. Konsumen dengan literasi syariah yang baik dan tingkat religiositas tinggi akan lebih cenderung membuat keputusan pembelian yang didorong oleh kesesuaian dengan prinsip-prinsip syariah. Namun, konsumen dengan tingkat religiositas lebih rendah atau situasi ekonomi terbatas akan lebih dipengaruhi oleh faktor harga dan kemudahan dalam bertransaksi.

**f. Membangun Ekosistem Marketplace yang Sesuai dengan Prinsip Syariah**

Untuk mengoptimalkan pengaruh akuntansi syariah terhadap keputusan pembelian, dibutuhkan upaya untuk membangun ekosistem *marketplace* yang benar-benar sesuai dengan prinsip-prinsip muamalah syariah. Hal ini mencakup tidak hanya produk dan fitur yang sesuai dengan syariah, tetapi juga sistem transaksi yang transparan dan adil. *Marketplace* yang mengadopsi prinsip syariah secara menyeluruh akan mampu menarik konsumen yang mengutamakan transaksi yang halal dan etis, serta memperkuat loyalitas konsumen dalam jangka panjang.

## SIMPULAN

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa penerapan akuntansi syariah memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen di *platform e-commerce* seperti Shopee. Pengaruh ini tercermin pada dua hal utama: pertama, peningkatan kepercayaan konsumen terhadap transaksi yang sesuai dengan prinsip syariah, dan kedua, adanya preferensi terhadap produk dan fitur yang transparan serta jelas akadnya. Penerapan prinsip-prinsip syariah seperti keadilan, transparansi, dan kejujuran dalam transaksi dapat menciptakan rasa aman dan nyaman bagi konsumen Muslim dalam melakukan pembelian *online*. Namun, pengaruh ini tidak bersifat mutlak dan dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti tingkat religiositas individu, pemahaman terhadap prinsip syariah, serta faktor eksternal lainnya seperti harga, kemudahan transaksi, dan promosi yang ditawarkan oleh *platform e-commerce*.

Dalam hal ini, meskipun konsumen dengan tingkat religiositas tinggi cenderung lebih memperhatikan elemen-elemen syariah dalam keputusan pembelian mereka, konsumen dengan tingkat religiositas yang lebih rendah mungkin lebih dipengaruhi oleh faktor harga dan kenyamanan transaksi. Oleh karena itu, untuk memperkuat pengaruh penerapan akuntansi syariah, sangat penting bagi *platform e-commerce* untuk menyediakan fitur yang benar-benar mencerminkan prinsip-prinsip syariah secara konsisten, mulai dari penyediaan informasi yang jelas mengenai akad transaksi hingga opsi

pembayaran yang sesuai dengan prinsip syariah.

Ke depannya, edukasi mengenai akuntansi syariah dan transaksi berbasis syariah perlu diperkuat, baik di kalangan konsumen maupun pelaku usaha di dunia digital. Dengan adanya upaya bersama antara pihak *e-commerce*, lembaga pendidikan, dan regulator, pengaruh positif dari penerapan akuntansi syariah dalam *e-commerce* dapat lebih maksimal, menciptakan pasar yang tidak hanya menguntungkan secara finansial, tetapi juga sesuai dengan prinsip-prinsip etis dalam Islam.

## KETERBATASAN DAN SARAN

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan. Pertama, metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi literatur, yang berarti hasil yang diperoleh hanya berdasarkan analisis dari artikel-artikel yang telah diterbitkan, dan tidak melibatkan data primer yang dapat memberikan gambaran yang lebih mendalam tentang perilaku konsumen di *platform e-commerce* seperti Shopee. Kedua, studi ini terbatas pada artikel yang berfokus pada aspek akuntansi syariah dan transaksi *e-commerce* di Indonesia, sehingga hasil penelitian mungkin tidak sepenuhnya dapat digeneralisasikan ke pasar global atau *platform e-commerce* lainnya. Ketiga, meskipun faktor-faktor yang terkait dengan akuntansi syariah telah dianalisis, faktor-faktor eksternal lainnya, seperti pengaruh media sosial atau kebijakan pemerintah, tidak dibahas secara mendalam.

Berdasarkan temuan dalam penelitian ini, disarankan agar penelitian lebih lanjut dapat menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif atau kualitatif dengan pengumpulan data primer dari konsumen yang menggunakan Shopee secara langsung. Hal ini dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam mengenai bagaimana penerapan akuntansi syariah memengaruhi keputusan pembelian mereka dalam praktik nyata. Selain itu, penelitian juga dapat mengeksplorasi lebih lanjut faktor-faktor eksternal yang mempengaruhi keputusan pembelian di *e-commerce*, seperti tren pasar, promosi, dan faktor-faktor psikologis konsumen. Disarankan pula agar *platform e-commerce*, seperti Shopee, lebih mengedukasi pengguna mengenai prinsip-prinsip akuntansi syariah dan menyediakan fitur yang lebih mendalam mengenai transaksi yang sesuai dengan prinsip Islam untuk meningkatkan kepercayaan dan kenyamanan konsumen dalam bertransaksi.

## DAFTAR PUSTAKA

- Afendi, A., Fitri, M., Indah Firdiyanti, S., Ekonomi dan Bisnis Islam, F., & Islam Negeri Walisongo, U. (2024.). Digitalisasi Bisnis Dalam Islam : Determinasi Keputusan Pembelian Ulang Pengguna Market Place Shopee di Jawa Tengah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(02), 1124–1133. <https://doi.org/10.29040/jiei.v8i2.4690>
- Bintang Rikardi, G., Harahap, N., & Kesya Fahira, Z. (2024). Pengaruh Kepercayaan Pelanggan dengan Akad Istishna atau Pre Order Terhadap Keputusan Pembelian Berbasis E-Commerce Shopee pada Mahasiswa Akuntansi Syariah. *Jurnal El Rayyan: Jurnal Perbankan Syariah*, 3(1), 66–73.

<https://doi.org/10.59342/jer.v3i1.528>

- Diven, D., & Khoiri, M. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Iklan, dan Persepsi Konsumen Terhadap keputusan Pembelian di Shopee. *Jesya*, 6(2), 1509–1516. <https://doi.org/10.36778/jesya.v6i2.1063>
- Fatkhurrahman, M. (2024). Pengaruh Kepercayaan, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Online via Marketplace Shopee. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya. [www.cnnindonesia.com](http://www.cnnindonesia.com).
- Fuadah, A. T., & Maski, G. (2024). Pengaruh Kesadaran Halal, Gaya Hidup, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Shopee Food. *Islamic Economics and Finance In Focus*, 3(1), 190–203.
- Kespandiar, P., Fajariah, F., Nur Wakhidah, E., Herawati, H., Wayan Gede Antok Setiawan Jodi, I., Negeri Bengkalis, P., (2024). The Influence Of Promotion And Shariah Governance On Service Purchasing Decisions. In *Management Studies and Entrepreneurship Journal* (Vol. 6, Issue 1). <http://journal.yrpioku.com/index.php/msej>
- Khairawati, S., Murtadlo, M. B., & Hadi, S. N. (2023). Dampak Sharia Compliance, Kepercayaan, Kemudahan Penggunaan Dan Trend Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Muslim Milenial. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(2), 1714. <https://doi.org/10.29040/jiei.v9i2.7595>
- Na'im Ani, Solikah Puji, & Mawftiq Raraswati. (2023). Pengaruh Kemudahan dan Religiusitas Terhadap Keputusan Pembelian menggunakan Paylater pada Marketplace Shopee pada Mahasiswa Iiq An Nur Yogyakarta. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 2.
- Rasid, H. N., Stebi, K., Haji, A., Syairazi, H. S., & Selatan, I. (2024). Utsman bin Affan: Jurnal Manajemen Bisnis Syariah Kyai Haji Ahmad Syairazi Analisis Pengaruh Penggunaan Fitur Spaylater pada Marketplace Shopee Terhadap Perilaku Konsumtif .STEBI KHAS. <https://jurnal.stebikhas.ac.id/index.php/uba>
- Utami Yulia Wanda. (2024). Pengaruh Harga, Penilaian Produk, dan Cashback Terhadap Keputusan Pembelian di Marketplace Shopee. *Jurnal Riset Ekonomi*, 3, 1037–1048.