

Pengaruh Pengetahuan Riba Terhadap Minat Masyarakat Dalam Pinjaman Online Shopee Paylater Pada Masyarakat Kemang Agung Kertapati Kota Palembang

Windi Andini, Meriyati, Choiriyah

Sekolah Tinggi Ekonomi dan Bisnis Syariah (STEBIS) Indo Global Mandiri

Email: windyandini694@gmail.com, meri@stebisigm.ac.id, Choi@stebisigm.ac.id

Abstract

This research discusses the Effect of Usury Knowledge on Public Interest in Shopee Paylater Online Shopping Loans on the Kemang Agung Kertapati Community in Palembang City. The problem proposed by this study is how the influence of Riba knowledge in Shopee paylater online shopping loans on the people of Kemang Agung Kertapati Palembang City. The purpose of this research is to determine the effect of Riba knowledge in Shopee paylater online shopping loans on the people of Kemang Agung Kertapati Palembang City. In this study, it uses quantitative research with data collection techniques using questionnaires, based on calculations carried out by researchers. This data is the primary data obtained directly by respondents, namely the Kemang Agung Community RT.043 RW.009 Kertapati Palembang City by answering the questionnaire. The method used to test this study uses the Simple Linear Regression Test and Partial Test (Test t) assisted by the SPSS (Statistical Package For Social Science) Computer Program Version 26. The results of this study are that there is a positive and significant influence on the Influence of Usury on Community Interest of 8.1%.

Keywords: Riba Knowledge, Community Interst, Loans, Shopee Paylater Online Shopping.

Abstrak

Penelitian ini membahas mengenai Pengaruh Pengetahuan Riba Terhadap Minat Masyarakat Dalam Pinjaman Belanja Online Shopee Paylater Pada Masyarakat Kemang Agung Kertapati Kota Palembang. Permasalahan yang diajukan penelitian ini adalah bagaimana pengaruh pengetahuan Riba dalam pinjaman belanja online Shopee paylater pada masyarakat Kemang Agung Kertapati Kota Palembang. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh pengetahuan Riba dalam pinjaman belanja online Shopee paylater pada masyarakat Kemang Agung Kertapati Kota Palembang. Pada penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif dengan teknik pengumpulan data menggunakan Angket, berdasarkan perhitungan yang dilakukan oleh peneliti. Data ini adalah data primer yang diperoleh langsung oleh responden yaitu Masyarakat Kemang Agung RT.043 RW.009 Kertapati Kota Palembang dengan menjawab kuisioner. Metode yang digunakan untuk menguji penelitian ini menggunakan Uji Regresi Linier Sederhana dan Uji Parsial (Uji t) yang dibantu program komputer SPSS (Statistical Package For Social

Science) Versi 26. Hasil penelitian ini bahwa ada pengaruh yang positif dan signifikan pada Pengaruh Riba Terhadap Minat Masyarakat Sebesar 8,1%.

Kata Kunci : *Pengetahuan Riba, Minat Masyarakat, Pinjaman, Belanja Online Shopee Paylater.*

Pendahuluan

Kemajuan teknologi membuat masyarakat tertarik untuk berbelanja secara *online, e-commerce* hadir dengan berbagai jasa-jasa yang ditawarkan untuk memberi kemudahan proses transaksi masyarakat, seperti jual beli *online, e-banking*, pembayaran tagihan bulanan, pemesanan tiket pesawat, hotel, dan bioskop. Dengan berbagai kemudahan yang didapat didalam *E-commerce* tersebut sehingga menarik peminat masyarakat untuk menggunakan pilihan yang dari manual kini menggunakan teknologi yang berbasis internet, dan dengan berkembangnya masyarakat dapat membeli suatu barang dengan cara kredit (Monica, 2020).

Minat masyarakat dalam membeli barang atau jasa mungkin timbul dari suatu kebutuhan, keinginan maupun motivasi. Dengan melakukan pembelanjaan *online* ini dapat memudahkan urusan dikarenakan cukup mengoperasikan melalui *mobile* apa yang kita inginkan bisa didapatkan tanpa harus mengeluarkan *effort* yang lebih. Mereka dapat melakukan pembelanjaan *online* sambil bersantai dan tidak terputus akan waktu yang artinya bebas dilakukan dimanapun dan kapanpun, oleh karena itu peran *e-commerce* sangatlah tepat untuk mempengaruhi pelanggan.

Shopee paylater menawarkan produk pinjaman dana dan *system* belanja bayar nanti, dengan hadirnya *shopee* membuat masyarakat tertarik untuk berbelanja. Dengan berkembangnya *Shopee*, sehingga *shopee* memberikan fasilitas kepada masyarakat berupa *shopee paylater*. Pinjaman yang diberikan hanya bisa digunakan untuk membeli produk di *Shopee* dengan tenor 30 hari dari hari peminjaman dan dengan jangka waktu cicilan mulai dari 1 bulan, 3 bulan, 6 bulan hingga 12 bulan. Untuk cicilan 1 bulan *Shopee Paylater* menetapkan bunga sebesar 0%, sedangkan untuk biaya transaksi cicilan 3-6 bulan dikenakan biaya 2,95%. Sama seperti sistem kredit pada umumnya, semakin lama jangka waktu cicilan yang dipilih maka semakin besar bunga yang harus dibayarkan. Jika peminjam telat membayar dari tempo yang telah ditentukan maka peminjam akan mendapatkan denda dengan ketentuan seharusnya dari pihak *shopee paylater*, serta akan memiliki catatan buruk di BI checking yang menyebabkan peminjam tidak dapat meminjam pinjaman ditempat lainnya (Aldes, 2022).

Praktik *Shopee Paylater* dalam hukum Islam berdasarkan akad *qard* dan Fatwa DSN-MUI No:116/DSN-MUI/IX/2017 menjelaskan bahwa pinjaman *Shopee Paylater* tidak diperbolehkan karena mengandung unsur yang merugikan pengguna. Pemberian pinjaman yang ada pada *Shopee Paylater* merupakan penerapan akad *qard* di dalam perspektif hukum Islam dalam keuangan tersebut terdapat adanya bunga, dimana peminjam mengembalikan pinjamannya

diwajibkan menambah pada pinjaman pokoknya yang dapat dikategorikan sebagai riba (Adika, 2021).

Riba sistemnya menggandakan uang tetapi cenderung untuk keperluan pribadi dan tidak sah menurut hukum Islam karena seperti rentenir. Riba dalam *Shopee paylater* merupakan bunga dari pinjaman dana yang digunakan langsung untuk bertransaksi dalam belanja *online* pada aplikasi *shopee*, sehingga dengan membeli barang di *shopee* yang nantinya akan dibayar dengan masa waktu yang telah ditentukan oleh pihak *shopee* itu sendiri dan dengan bunga yang telah ditentukan (Nasution, 2020).

Pinjam meminjam seperti ini sebenarnya tidak ada persoalan, tetapi banyaknya masyarakat yang tidak mengetahui akan muncul persoalan dalam perspektif ekonomi Islam ketika dalam instrument pinjam meminjam ini dilengkapi dengan instrument bunga (Riba), yaitu ketika mengembalikan pinjamannya diwajibkan menambah pada pinjaman pokoknya. Dalam perspektif Fiqih Muamalah, penambahan atas pokok pinjaman itu dapat dikategorikan sebagai riba, dimana dalam Islam hukum riba itu sendiri adalah haram.

Dengan melihat banyaknya masyarakat yang tidak memikirkan apakah ada hukum riba pada *fitur Shopee Paylater* yang diberikan dari aplikasi *Shopee* tersebut, karena pada masyarakat kemang Agung banyak menggunakan *Shopee Paylater* tetapi belum memahami *Shopee paylater* tersebut dalam pandangan islam, maka penulis tertarik untuk meneliti lebih mendalam apakah masyarakat Kemang Agung Kertapati Kota Palembang juga banyak yang tidak mengetahui pengetahuan Riba terhadap minat belanja *online shopee paylater* sehingga mendorong peneliti untuk menyusun laporan skripsi dengan judul “Pengaruh Pengetahuan Riba Terhadap Minat Masyarakat Dalam Pinjaman Belanja *Online Shopee Paylater* Pada Masyarakat Kemang Agung Kertapati Kota Palembang”.

Landasan Teori

1. Definisi Riba

Riba menurut istilah ahli fikih adalah penambahan pada salah satu dari dua ganti yang sejenis tanpa ada ganti dari tambahan ini (Utomo et al., 2022). Tidak semua tambahan dianggap Riba, karena tambahan terkadang dihasilkan dalam sebuah perdagangan dan tidak ada Riba didalamnya hanya saja tambahan yang di istilahkan dengan nama “Riba” dan Al-Qur’an datang untuk pengharamannya adalah tambahan yang diambil sebagai ganti rugi dari tempo yang ditentukan. *Qatadah* berkata :“Sesungguhnya Riba orang jahiliyah adalah seseorang menjual satu jualan sampai tempo tertentu dan ketika jatuh tempo dan orang yang berhutang tidak bisa membayarnya dia menambahkan hutangnya dan melambatkan tempo” (Arif, 2019, Aravik, 2016)

2. Macam-Macam Riba

a. Riba Utang-piutang yaitu meminjamkan uang kepada seseorang dengan

syarat ada kelebihan atau keuntungan bagi pemberi utang.

- b. Riba Jual-beli yaitu riba yang timbul akibat pertukaran barang sejenis yang tidak memenuhi kriteria sama kualitasnya dan tambahan yang di syaratkan kepada yang berutang dari orang yang mengutangkan sebagai imbalan penundaan pembayaran utang.
- c. Riba *Dain* disebut juga dengan Riba *Jahiliyah*, yaitu penambahan harta sebagai denda dari penambahan tempo dan Pinjaman dengan bunga yang di persyaratkan di awal akad (Aravik et al., 2023).

3. Definisi Minat Masyarakat

Minat dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia diartikan sebagai kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu gairah, keinginan. Minat adalah kecenderungan seseorang untuk memilih melakukan suatu kegiatan tertentu diantara sejumlah kegiatan lain yang berbeda. Minat merupakan kecenderungan afektif seseorang untuk membuat pilihan aktivitas, kondisi kondisi individual dapat merubah minat seseorang. Sehingga dapat dikatakan minat itu tidak stabil sifatnya. Sedangkan menurut Whiterington minat adalah kecenderungan seseorang untuk memilih dan melakukan suatu kegiatan tertentu diantarasejumlah kegiatan lain yang tersedia (Nuriza, 2018).

4. Faktor Yang Mempengaruhi Timbulnya Minat

Faktor-faktor yang mempengaruhi timbulnya minat, secara garis besar dapat dikelompokkan menjadi dua Hujannah, (2018) :

- a. Faktor internal adalah faktor yang bersumber dari dalam diri individu yang bersangkutan, misalnya : motivasi, umur, jenis kelamin, pengalaman, perasaan mampu, kepribadian, Perhatian.
- b. Faktor eksternal adalah yang berasal dari luar seperti lingkungan keluarga, lingkungan sekolah, dan lingkungan masyarakat.

5. Indikator Minat

Indikator minat terdiri dari beberapa bagian Rofifah, (2020) antara lain :

- a. Dorongan dari dalam individu/diri sendiri Misalkan dorongan untuk makan, dorongan untuk makan akan membangkitkan minat untuk bekerja atau mencari penghasilan.
- b. Motif sosial Menjadi faktor yang membangkitkan minat untuk melakukan sesuatu aktivitas sosial.
- c. Faktor emosional Minat mempunyai hubungan erat dengan emosi. Dengan demikian maka dapat dikatakan bahwa minat adalah dorongan kuat bagi seseorang untuk melakukan segala sesuatu dalam mewujudkan pencapaian atas tujuan dan cita - cita yang menjadi keinginannya.

6. Definisi Shopee

Shopee adalah aplikasi *Marketplace online* untuk jual beli diponsel dengan mudah dan cepat. *Shopee* menawarkan berbagai macam produk-produk mulai dari produk fashion sampai dengan produk untuk kebutuhan sehari-hari. *Shopee* hadir dalam bentuk aplikasi mobile untuk memudahkan penggunaanya dalam melakukan kegiatan belanja online tanpa harus membuka website melalui perangkat komputer. *Shopee* hadir di Indonesia untuk membawa pengalaman berbelanja baru. *Shopee* memfasilitasi penjual untuk berjualan dengan mudah serta membekali pembeli dengan proses pembayaran yang aman dan pengaturan logistik yang terintegrasi. *Shopee* juga menerapkan strategi komunikasi pemasaran efektif dalam membangun positioning yang dapat diterima secara baik di benak konsumen. (Wahyudi, 2022).

7. Fitur-Fitur Shopee

Adapun fitur-fitur yang dapat dimanfaatkan di marketplace Shopee sebagai berikut:

- a. Gratis Ongkir
- b. *Cash On Delivery*
- c. *Cashback* dan *Voucher*
- d. *Flash Sale*
- e. Fitur *Shopee Games*
- f. Fitur *Shopee Paylater*
- g. Fitur *Shopee Pinjam*.

8. Definisi Shopee Paylater

Shopee Paylater adalah jasa pinjam meminjam berbasis inovasi data yang menyatukan pemberi kredit dan penerima kredit dalam hal pembelian kredit oleh pemberi kredit kepada peminjam dalam rupiah secara langsung melalui tahapan sebagaimana tertuang dalam POJK No. 77/2016. Otoritas Jasa Keuangan, (2016). Jasa ini diberikan oleh *Shopee* yang digunakan sebagai strategi cicilan saat berbelanja di *E-commerce* pada aplikasi *Shopee*. Kehadiran *Shopee Paylater* yang mendasari dirasakan oleh penjual di *Shopee* saja, namun saat ini juga dapat dirasakan oleh pengguna *Shopee* tergantung pada perjanjian yang tidak umum. *Shopee Paylater* memberi kemudahan dengan barang dapat diterima terlebih dahulu namun pembayaran dapat menyusul dibulan depan dengan cicilan (Hasanah, 2020).

9. Mekanisme dan Ketentuan Sistem Pengaktifan, Pembayaran *Shopee Paylater*

Untuk mendapatkan fitur terbaru dari marketplace *Shopee*, ada beberapa persyaratan yang harus dipenuhi terlebih dahulu, seperti; akun *Shopee* harus terdaftar dan terverifikasi, akun *Shopee* sudah berusia 3 bulan, akun *Shopee* sering digunakan untuk bertransaksi, harus update aplikasi *Shopee* terbaru, pengguna diharuskan WNI yang berusia minimal 17 tahun dan memiliki KTP.

Berikut cara mengaktifkan *Shopee Paylater* untuk mendapatkan pinjaman dari marketplace *Shopee* (Hasanah, 2020) antara lain :

- a. Klik tab Saya kemudian pilih *Shopee Paylater*.
- b. Klik Aktifkan Sekarang.
- c. Masukkan kode OTP yang dikirimkan melalui SMS dan klik lanjutkan.
- d. Unggah foto KTP.
- e. Masukkan kontak darurat, lalu klik lanjutkan.
- f. Kemudian verifikasi wajah.
- g. Tunggu verifikasi diterima.
- h. Setelah mengikuti cara diatas, maka *Shopee Paylater* berhasil diaktifkan. Selanjutnya pengguna dapat menggunakan pinjaman tersebut untuk berbelanja.

10. Keunggulan dan Kekurangan *Shopee Paylater*

Berikut kelebihan dari *Shopee Paylater* (Wahyudi, 2022) :

- a. Memiliki Fitur Cicilan Hingga 12 kali Pembayaran
- b. Suku Bunga Relatif Ringan
- c. Biaya Penanganan Sangat Rendah
- d. Dapat Memilih Tangga Jatuh Tempo
- e. Banyak Promo Khusus Pengguna *Shopee Paylater*

Selain memiliki kelebihan, *Shopee* juga memiliki kelemahan seperti yang berikut ini Wahyudi, (2022) :

1. Memiliki Biaya Keterlambatan Yang Tinggi
2. Dana Kredit Hanya digunakan di *Shopee*
3. Resiko Kebiasaan Hidup Boros
4. Skor Kredit di BI Checking Buruk Jika Gagal Bayar

Metode Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan ini adalah penelitian kuantitatif. Menurut Sugiyono (2018) Metode kuantitatif merupakan suatu metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, serta digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data tersebut menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan sebelumnya.

Penelitian ini disebut penelitian kuantitatif karena yang menjadi masalah penting dalam penelitian kuantitatif adalah kemampuan untuk melakukan

generalisasi hasil penelitian, seberapa jauh hasil penelitian dapat digeneralisasikan pada populasi, sedangkan penelitian kualitatif mencari data tidak untuk melakukan generalisasi, karena penelitian kuantitatif meneliti proses bukan meneliti permukaan yang nampak (Mulyadi, 2019).

Pendekatan penelitian yang dilakukan pendekatan deskriptif, metode deskriptif adalah mengeksplorasi atau memotret situasi sosial yang akan diteliti secara luas, menyeluruh dan mendalam dengan tujuan untuk melukiskan secara sistematis fakta atau karakteristik populasi tertentu atau bidang tertentu secara faktual dan cermat (Saleh, 2021).

Pembahasan

1. Uji Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen yaitu pengaruh Riba berpengaruh secara signifikan atau tidak terhadap variabel dependen minat masyarakat.

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	10.032	9.581		1.047	.298
	Pengetahuan Riba	.727	.272	.285	2.676	.009
a. Dependent Variable: Minat Masyarakat						

Pengujian hipotesis pengaruh yang signifikan dalam pengaruh pengetahuan Riba terhadap minat masyarakat dalam pinjaman belanja *online shopee paylater* pada masyarakat kemang agung kertapati kota Palembang. Berdasarkan pada tabel diatas maka dapat dinyatakan bahwa dari pengujian variabel pengaruh Riba yang dihasilkan yaitu thitung 2.676 > t_{tabel} 1.98969 dengan tingkat signifikan $0,009 < 0,05$ maka artinya terdapat pengaruh positif yang signifikan antara pengaruh pengetahuan Riba terhadap minat masyarakat.

2. Uji Regresi Sederhana

Menurut Sugiyono (2017), regresi sederhana didasarkan pada hubungan fungsional atau kausal satu variabel independen dengan satu variabel dependen.

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	10.032	9.581		1.047	.298
	Pengetahuan Riba	.727	.272	.285	2.676	.009
a. Dependent Variable: Minat Masyarakat						

Dari persamaan tersebut bahwa konstanta sebesar 10.032 mengandung bahwa nilai konsisten variabel sebesar 10,032. Koefisien regresi X sebesar 0,727 menyatakan bahwa setiap penambahan 1% nilai pengaruh Riba, maka nilai minat masyarakat bertambah sebesar 10,032. Koefisien regresi tersebut bernilai positif sehingga dapat dikatakan bahwa ada pengaruh variabel X terhadap Y adalah positif.

3. Uji Koefisien Determinasi (R²)

Tujuan analisis ini adalah untuk menghitung besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.285 ^a	.081	.070	10.483
a. Predictors: (Constant), Minat Masyarakat				

Berdasarkan hasil uji determinasi yang tampak pada tabel diatas, dapat dinilai pada Adjusted R Square sebesar 0,081 yang artinya Pengaruh Riba (X) dan Minat Masyarakat sebesar 8,1% . Sedangkan sisanya 91,9% dipengaruhi oleh faktor lain diluar yang diteliti.

Pembahasan

Berdasarkan pada hasil analisis karakteristik responden penelitian menunjukan bahwa Masyarakat Kemang Agung Kertapati Kota Palembang cukup banyak menggunakan *Shopee Paylater*, selain itu mayoritas pengguna *Shopee Paylater* dengan rentan usia 17- 22 Tahun. Dalam pembahasan ini, peneliti menggunakan 83 responden yang diuji SPSS 26 dari 83 responden, dimana respondennya adalah Masyarakat Kemang Agung Kertapati Kota Palembang. Peneliti menggunakan *google form* guna mengetahui bagaimana Pengaruh Pengetahuan Riba Terhadap Minat Masyarakat Dalam Pinjaman Belanja *Online Shopee Paylater* Pada Masyarakat Kemang Agung Kertapati Kota Palembang.

Setelah menganalisa seluruh hasil pengujian yang diperoleh dari tiap variabel serta telah dilakukannya uji hipotesis, dimana telah dilakukannya Uji Parsial (Uji T) untuk mengetahui hasil pengujian hipotesis (H_a). Berdasarkan hasil uji tersebut, variabel penggunaan *Shopee Paylater* (X) memiliki pengaruh yang signifikan, yaitu pada nilai t_{hitung} sebesar $2.676 > t_{tabel}$ sebesar 1,98969 dengan tingkat signifikan $0,009 < 0,05$ maka artinya terdapat pengaruh positif yang signifikan antara Pengaruh Pengetahuan Riba Terhadap Minat Masyarakat Dalam Pinjaman Belanja *Online Shopee Paylater* Pada Masyarakat Kemang Agung Kertapati Kota Palembang.

Hasil dari Uji determinasi yang digunakan untuk mengetahui seberapa

besar hubungan variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y) adalah sebesar 0,81 yang artinya menunjukkan bahwa variabel Pengetahuan Riba (X) memberikan pengaruh terhadap variabel Minat Masyarakat (Y) sebesar 8,1%.

Simpulan

Berdasarkan pada hasil analisis karakteristik responden penelitian menunjukkan bahwa Masyarakat Kemang Agung Kertapati Kota Palembang cukup banyak menggunakan *Shopee Paylater*, selain itu mayoritas pengguna *Shopee Paylater* dengan rentan usia 17- 22 Tahun. Dalam pembahasan ini, peneliti menggunakan 83 responden yang diuji SPSS 26 dari 83 responden, dimana respondennya adalah Masyarakat Kemang Agung Kertapati Kota Palembang. Peneliti menggunakan *google form* guna mengetahui bagaimana Pengaruh Pengetahuan Riba Terhadap Minat Masyarakat Dalam Pinjaman Belanja *Online Shopee Paylater* Pada Masyarakat Kemang Agung Kertapati Kota Palembang.

Setelah menganalisa seluruh hasil pengujian yang diperoleh dari tiap variabel serta telah dilakukannya uji hipotesis, dimana telah dilakukannya Uji Parsial (Uji T) untuk mengetahui hasil pengujian hipotesis (H_a). Berdasarkan hasil uji tersebut, variabel penggunaan *Shopee Paylater* (X) memiliki pengaruh yang signifikan, yaitu pada nilai t_{hitung} sebesar $2.676 > t_{tabel}$ sebesar 1,98969 dengan tingkat signifikan $0,009 < 0,05$ maka artinya terdapat pengaruh positif yang signifikan antara Pengaruh Pengetahuan Riba Terhadap Minat Masyarakat Dalam Pinjaman Belanja *Online Shopee Paylater* Pada Masyarakat Kemang Agung Kertapati Kota Palembang.

Daftar Pustaka

- Adika, L. A. (2021). *Pengaruh Kualitas Sitem, Kualitas Layanan, Kemudahan Pengguna, Promosi, Religiusitas Terhadap Kepuasan Pengguna Dan Keputusan Pengguna Shopee Paylater Kepercayaan Sebagai Variabel Perantar* (Issue February).
- Aldes. (2022). *Pengaruh Penggunaan Fitur Paylater Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Uin Raden Intan Lampung Dalam Perspektif Ekonomi*
- Aravik, H. (2016). *Ekonomi Islam: Konsep, Teori dan Aplikasi serta Pandangan Pemikiran Ekonomi Islam dari Abu Ubaid sampai al-Maududi*. Empat Dua Intranspublishing.
- Aravik, H., Gustiawati, S., & Aji, R. H. S. (2023). *Pengantar Bisnis Islam: Mengenal Kajian Bisnis dalam Perspektif Islam*. Jakarta: Prenada Media Group. <https://prenadamedia.com/product/pengantar-bisnis-islam-mengenal-kajian-bisnis-dalam-perspektif-islam/>
- Hasanah, R. (2020). Tinjauan Hukum Islam terhadap Praktik Kredit Shopee Paylater dari Marketplace Shopee. In *SKRIPSI Fakultas Syariah IAIN Purwokerto*.

- Huljannah, M. (2018). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Kampung Religi Untuk Bertransaksi Pada Lembaga Keuangan Syariah (Studi pada Masyarakat Jorong Koto Gadih Nagari Limo Kaum Kecamatan Lima Kaum)*.
- Monica, M. A. (2020). Analisis Hukum Islam terhadap Pinjaman Uang Elektronik Shopee Pay Later pada E-Commerce. *Universitas Islam Negeri Sunan Ampel*, 1–68.
- Mulyadi, M. (2019). Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif Serta Pemikiran Dasar Menggabungkannya [Quantitative and Qualitative Research and Basic Rationale to Combine Them]. *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media*, 15(1), 128–138.
- Nasution. (2020). *Pengaruh Pengetahuan tentang Riba dan Produk Perbankan Syariah terhadap Minat Mahasiswa FEBI UIN Sumatera Utara menjadi Nasabah Bank Syariah*.
- Nuriza, R. (2018). Ponorogo, Manajemen Hubungan Masyarakat Dalam Menarik Minat Masyarakat Di SMK Negeri 2. In *Journal of Materials Processing Technology* (Vol. 1, Issue 1).
- Rofifah, D. (2020). Minat Dan Promosi. *Paper Knowledge: Toward a Media History of Documents*, 12–26.
- Saleh, Z. (2021). *Pengembangan Potensi Diri Anak Melalui Program kegiatan Islami Majelis Anak Shaleh Kota Parepare*. 1, 9–25.
- Utomo, K. W., Aji, R. H. S., & Aravik, H. (2022). *Islamic Entrepreneurship : Konsep Berwirausaha Ilahiyah*. Jakarta: Media Edu Pustaka.