Journal of Sharia Economics
Vol. 8, No. 1, Agustus, 2026, pp. 152 –171
p-ISSN: 2655-2493 ; e-ISSN: 2655-2485
Website: http://journal.uaindonesia.ac.id/index.php/JSE

Pengaruh Fitur Dan Kemudahan Shopee Paylater Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa MKS UIN STS Jambi Ditinjau Dari Perspektif Keuangan Syariah

Azizah [1], Hansen Rusliani [2], Ahmad Syukron Prasaja [3]
[1,2,3] Universitas Islam Negeri Sultan Thaha Syaifuddin Jambi

*Corresponding author, email; azizahazizah19784@gmail.com ; muhammadhansenrusliani@gmail.com ; syukronprasaja@uinjambi.ac.id

ARTICLE INFO

Article history:
Received Juni 2025
Revised Juni 2025
Accepted Juni 2025
Available online
http://journal.uaindonesia.ac.id/index.php/JSE

Keywords:
Shopee PayLater Features, Ease of Use, Consumer Behavior.

Turabian style in citing this article: [citation Heading]
Pengaruh Fitur Dan Kemudahan Shopee Paylater Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Mks Uin Sts Jambi Ditinjau Dari Perspektif Keuangan Syariah
Journal of Sharia Economics 8, No. 1 Agustus: 2026

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of the Shopee PayLater feature and ease of use on the consumer behavior of students of the Sharia Financial Management Study Program (MKS) UIN Sultan Thaha Saifuddin Jambi. This study uses a quantitative approach with a survey method. The sample selected using a purposive sampling technique. Data were collected through questionnaires and analyzed using validity tests, reliability tests, classical assumption tests, multiple linear regression analysis, t-tests, F-tests, and coefficients of determination (R^2) with the help of the SPSS program. The results showed that the Shopee PayLater feature (X1) had no significant effect on consumer behavior, with a calculated t-value of 1.306 and a significance value of 0.197 (>0.05). Meanwhile, ease of use (X2) had a positive and significant effect on consumer behavior, with a calculated t-value of 2.657 and a significance value of 0.010 (<0.05). Simultaneously, the Shopee PayLater feature and ease of use had a significant effect on student consumer behavior. The coefficient of determination (R^2) of 0.302 indicates that the two variables explain 30.2% of the variation in consumer behavior, while the remaining 69.8% is influenced by other variables outside the study. This study concludes that Shopee PayLater's ease of use is a more influential factor in student consumer behavior than its features. Therefore, students are expected to be more judicious in utilizing PayLater services to maintain responsible financial management and in accordance with sound financial management principles.

2026 Journal of Sharia Economics with CC BY SA license.

A. Pendahuluan

Perkembangan teknologi finansial (fintech) di Indonesia telah mengubah cara masyarakat dalam bertransaksi, salah satunya melalui fitur PayLater pada platform e-commerce seperti Shopee. Shopee PayLater memungkinkan pengguna membeli barang terlebih dahulu dan membayar di kemudian hari, baik secara penuh maupun cicilan. Fitur ini menawarkan kemudahan, proses cepat, serta berbagai promosi seperti cicilan 0%, diskon, dan cashback, sehingga sangat diminati terutama oleh kalangan mahasiswa.Mahasiswa sebagai pengguna aktif teknologi digital memanfaatkan Shopee PayLater untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumsi, meskipun sering memiliki keterbatasan dana. Namun, kemudahan akses kredit ini berpotensi mendorong perilaku konsumtif yang berlebihan dan tidak terkontrol. Dampaknya dapat menimbulkan masalah keuangan jangka panjang seperti penumpukan utang dan kesulitan dalam pengelolaan keuangan pribadi. Selain itu, penggunaan PayLater juga dapat bertentangan dengan prinsip keuangan syariah yang menekankan pengelolaan keuangan secara bijak serta menghindari riba dan gharar.

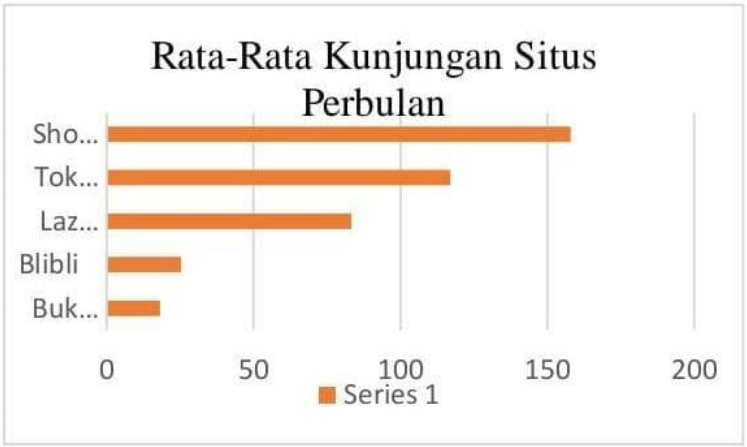
Shopee sendiri menjadi marketplace paling diminati masyarakat berdasarkan survei BOI Research, dengan sekitar 82% suara, mengungguli Tokopedia (64%), Bukalapak (28%), Lazada (22%), dan Blibli (15%). Tingginya popularitas Shopee dipengaruhi oleh kenyamanan layanan, harga terjangkau, fitur cash on delivery, serta inovasi fitur yang mendukung UMKM. Bahkan, sekitar 57% UMKM menilai Shopee sebagai marketplace dengan nilai jual terbesar.Secara keseluruhan, Shopee PayLater memberikan kemudahan transaksi dan mendorong aktivitas konsumsi, namun juga berpotensi meningkatkan perilaku konsumtif mahasiswa sehingga perlu dikaji lebih lanjut dampaknya terhadap pengelolaan keuangan.

Aplikasi Shopee merupakan aplikasi yang bergerak dalam bidang jual beli secara online dan dapat diakses dengan mudah menggunakan smartphone. Aplikasi Shopee juga banyak diminati masyarakat karena ragam produk yang menarik, penawaran harga yang kompetitif, serta penggunaan fitur yang memperpanjang waktu yang dihabiskan dan dalam aplikasi menjadi daya tarik

tersendiri bagi penggunanya.

Gambar 1.1

Rata-Rata Jumlah Kunjungan pada Lima *E-Commerce*



Sumber: katadata.co.id

Shopee tidak hanya memudahkan berbelanja, namun Shopee juga memberikan kemudahan dalam melakukan transaksi saat berbelanja, salah satunya dengan metode pembayaran menggunakan uang elektronik atau uang digital seperti Shopee Paylater.

Namun, Shopee PayLater juga merupakan layanan cicilan dari platform *e-commerce* Shopee yang memungkinkan pengguna membeli produk terlebih dahulu dan membayarnya dalam beberapa kali cicilan, sering kali dengan biaya administrasi atau denda keterlambatan yang dikenakan. Berdasarkan prinsip syariah Islam, layanan ini dianggap tidak sesuai karena melibatkan elemen riba, yaitu keuntungan tambahan tanpa risiko nyata, yang dilarang dalam Al-Qur'an surah Al-Baqarah ayat 275-279, sehingga struktur pinjaman konsumtifnya mirip dengan kredit konvensional yang haram.

Qs. Al-Baqarah ayat 276

يَمْحَقُ اللّٰهُ الرِّبٰوا وَيُرْبِى الصَّدَقٰتِۗ وَاللّٰهُ لَا يُحِبُّ كُلَّ كَفَّارٍ اَثِيْمٍ (٢٧٦)

Artinya:“*Allah menghilangkan (keberkahan dari) riba dan menyuburkan sedekah. Allah tidak menyukai setiap orang yang sangat kufur lagi bergelimang dosa.”*

Pendapat para ahli syariah, seperti DSN-MUI melalui Fatwa No. 17 Tahun 2000, Didin Hafidhuddin, Ma'ruf Amin, dan Ahmad Hasyim Muzadi, menyatakan bahwa biaya administrasi dan penalti dalam layanan PayLater tergolong riba tersembunyi serta belum memiliki sertifikasi syariah resmi. Oleh karena itu, masyarakat disarankan menggunakan alternatif layanan keuangan berbasis syariah atau berkonsultasi dengan lembaga seperti DSN-MUI.

Berdasarkan penelitian terdahulu, sebagian studi menunjukkan bahwa fitur dan kemudahan Shopee PayLater berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Kemudahan akses, limit kredit, tampilan yang user-friendly, serta promosi menarik dapat meningkatkan pembelian impulsif hingga 25–30%. Namun, terdapat juga penelitian yang menyatakan bahwa pengaruh tersebut tidak selalu signifikan, karena faktor lain seperti pendidikan finansial, pengalaman pribadi, kebutuhan, dan diskon lebih dominan dalam membentuk perilaku konsumsi.

Hasil data awal menunjukkan bahwa 83,3% responden lebih memilih PayLater konvensional dibandingkan PayLater syariah. Hal ini dipengaruhi oleh kemudahan akses, fitur yang lebih lengkap, banyaknya promosi, proses cepat, serta tingkat familiaritas yang lebih tinggi. Sebaliknya, rendahnya penggunaan PayLater syariah menunjukkan masih kurangnya literasi dan pemahaman masyarakat terhadap prinsip keuangan syariah.Observasi awal pada mahasiswa Manajemen Keuangan Syariah semester 7 menunjukkan bahwa sebagian besar telah mengenal dan menggunakan Shopee PayLater, terutama untuk membeli kebutuhan seperti pakaian, kosmetik, makanan, dan gaya hidup. Temuan ini mengindikasikan bahwa penggunaan PayLater cukup luas di kalangan mahasiswa, meskipun memiliki implikasi terhadap perilaku konsumtif dan kesesuaian dengan prinsip syariah.

B. Landasan Teori

1. Pengertian Fintech dan Paylater

a. Definisi *Fintech* (*financial technology*)

Fintech (financial technology) merupakan inovasi teknologi di bidang jasa keuangan yang bertujuan untuk mempermudah, mempercepat, dan meningkatkan efisiensi dalam transaksi serta layanan keuangan. Fintech mencakup berbagai layanan seperti pembayaran digital, pinjaman online, investasi, dan asuransi berbasis teknologi.Secara umum, fintech menghadirkan sistem digital yang memungkinkan transaksi keuangan dilakukan secara praktis, nyaman, dan ekonomis tanpa melalui proses tradisional yang rumit seperti datang ke bank atau ATM. Kehadiran fintech juga memberikan dampak besar terhadap perubahan gaya hidup masyarakat, meningkatkan inklusi keuangan, serta mempercepat perputaran ekonomi.

b. Definisi PayLater

PayLater merupakan layanan fintech yang memungkinkan konsumen membeli barang atau jasa sekarang dan membayarnya di kemudian hari, baik secara penuh maupun melalui cicilan, tanpa menggunakan kartu kredit. Layanan ini termasuk dalam konsep Buy Now PayLater (BNPL) yang banyak digunakan pada platform e-commerce seperti Shopee dan Tokopedia. PayLater menawarkan kemudahan akses, proses cepat, serta administrasi sederhana, bahkan sering tanpa agunan.

Perkembangan PayLater di Indonesia didorong oleh tingginya penetrasi internet, pesatnya pertumbuhan e-commerce, serta kebutuhan masyarakat akan layanan keuangan yang praktis. Data OJK menunjukkan bahwa hingga 2025 terdapat lebih dari 200 perusahaan fintech dengan jutaan pengguna aktif, dan PayLater menjadi salah satu layanan dengan pertumbuhan tercepat, terutama di kalangan generasi milenial dan Gen Z.Salah satu contoh populer adalah Shopee PayLater yang menawarkan kemudahan transaksi kredit, cicilan fleksibel, serta berbagai promosi. Namun, di balik kemudahan tersebut, penggunaan PayLater juga berpotensi

meningkatkan perilaku konsumtif karena mendorong pembelian di luar kebutuhan dan kemampuan finansial pengguna.

2. Perkembangan di Indonesia

Perkembangan Financial Technology (fintech) di Indonesia dimulai sejak awal tahun 2000-an melalui layanan perbankan elektronik seperti ATM dan internet banking, kemudian berkembang pesat seiring hadirnya smartphone dan internet yang memungkinkan akses layanan keuangan secara digital. Fintech kini mencakup berbagai layanan, seperti pembayaran digital, pinjaman online (peer-to-peer lending), investasi digital, crowdfunding, hingga layanan Buy Now PayLater (BNPL) seperti Shopee PayLater.Regulasi fintech mulai diperkuat sejak tahun 2016 melalui Peraturan OJK No. 77/POJK.01/2016 tentang layanan pinjam meminjam berbasis teknologi informasi, serta didukung oleh kebijakan Bank Indonesia dalam mengatur sistem pembayaran digital.

Tujuannya adalah menciptakan ekosistem fintech yang aman, sehat, dan mampu meningkatkan inklusi keuangan masyarakat.Dalam satu dekade terakhir, fintech mengalami pertumbuhan yang sangat pesat seiring meningkatnya transaksi e-commerce. Data OJK (2024) menunjukkan terdapat lebih dari 200 perusahaan fintech resmi dengan jutaan pengguna aktif, didominasi oleh generasi milenial dan Gen Z. Produk yang paling banyak digunakan adalah dompet digital seperti OVO, GoPay, DANA, dan ShopeePay, serta layanan kredit digital seperti PayLater.

a. Pertumbuhan pesat *e-commerce* yang mencapai 34% CAGR antara 2023-2025 menjadi motor utama adopsi PayLater karena integrasi langsung dari layanan pembayaran ini dalam aplikasi marketplace.
b. Pengguna PayLater didominasi oleh generasi digital yang memiliki tingkat melek teknologi tinggi dan membutuhkan kemudahan akses pembiayaan tanpa dokumentasi rumit.Proses approval yang sangat cepat (kurang dari 5 menit) dengan persyaratan minimum seperti e- KTP dan selfie.
c. Berbagai promo seperti cicilan 0%, cashback, dan diskon merchant yang agresif menambah daya tarik layanan ini.

3. Data Penggunaan

PayLater atau Buy Now Pay Later (BNPL) merupakan salah satu produk fintech yang berkembang pesat di Indonesia, didorong oleh tingginya penetrasi internet dan pertumbuhan belanja online. Layanan ini memungkinkan konsumen membeli barang atau jasa terlebih dahulu dan membayarnya kemudian, baik secara penuh maupun cicilan. PayLater banyak diminati oleh kalangan muda, seperti mahasiswa dan pekerja muda, karena memberikan fleksibilitas tanpa memerlukan kartu kredit.Pertumbuhan e-commerce menjadi faktor utama peningkatan penggunaan PayLater. Data Bank Indonesia (2023) menunjukkan transaksi e-commerce mencapai lebih dari Rp476 triliun, dengan kontribusi besar dari pembayaran digital termasuk PayLater. Berbagai platform seperti Shopee, Tokopedia, Traveloka, dan Gojek menyediakan fitur ini, didukung promosi seperti cicilan 0%, diskon, dan cashback yang semakin menarik minat konsumen.

Menurut OJK (2024), pengguna PayLater telah mencapai puluhan juta orang dan menjadi salah satu layanan fintech dengan pertumbuhan tercepat. Riset juga menunjukkan sekitar 28% konsumen e-commerce pernah menggunakan PayLater, didominasi usia 18–35 tahun, sehingga menjadi tren konsumsi baru di kalangan generasi milenial dan Gen Z.Namun, perkembangan PayLater juga menimbulkan tantangan, seperti risiko perilaku konsumtif berlebihan dan peningkatan utang. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa penggunaan PayLater, khususnya Shopee PayLater, dapat meningkatkan perilaku konsumtif mahasiswa. Dari perspektif keuangan syariah, layanan ini masih diperdebatkan karena adanya bunga atau denda yang berpotensi mengandung riba, sehingga diperlukan regulasi dan inovasi PayLater berbasis syariah yang sesuai dengan prinsip Islam.

Data Penggunaan *Fintech* di Indonesia:

a. pada 2020, transaksi *fintech* di Indonesia mencapai lebih dari Rp 4,6 triliun dengan 33% *fintech* mencatat transaksi lebih dari Rp 80 miliar.
b. Hingga Juli 2021, terdapat 121 perusahaan *fintech* resmi berizin dan terdaftar di OJK.

c. Inklusi keuangan di Indonesia meningkat dengan *fintech*, meskipun masih sekitar 20% dari total populasi yang terjangkau layanan keuangan formal.
d. Paylater menjadi salah satu produk *fintech* dengan pertumbuhan pengguna tercepat, mencapai puluhan juta pengguna.
e. Terdapat 297 perusahaan *fintech* aktif di Indonesia pada 2024, termasuk 89 perusahaan *fintech* lending konvensional dan 7 perusahaan *fintech* syariah.
f. *Fintech* lending menjadi solusi utama bagi UMKM dan masyarakat unbanked/unbanked, dengan akses pinjaman yang lebih cepat dan mudah.
g. Platform seperti Akulaku dan Kredivo menargetkan segmen ini dengan produk paylater dan pinjaman online.
h. Paylater digunakan oleh hampir 9% populasi Indonesia, dengan nilai pasar diperkirakan mencapai USD 8,59 miliar pada 2025 dan diproyeksikan tumbuh hingga USD 13,5 miliar pada 2030.

   Pengguna *fintech* mencapai puluhan juta orang di seluruh Indonesia, dengan pertumbuhan signifikan di kalangan milenial dan generasi Z.

4. Pengertian Fitur dan Kemudahan Shopee Paylater

a. Definisi Fitur Shopee Paylater

Fitur adalah karakteristik atau fasilitas yang dimiliki oleh suatu produk atau layanan yang dirancang untuk memberikan nilai tambah serta memenuhi kebutuhan pengguna. Fitur Shopee PayLater merupakan berbagai layanan yang tersedia dalam sistem PayLater seperti limit kredit, pilihan tenor cicilan, promo (cashback, diskon), serta fleksibilitas pembayaran yang memudahkan pengguna dalam bertransaksi.

Menurut Kotler & Keller, fitur adalah atribut produk yang melengkapi fungsi dasar dan menjadi pembeda dengan produk lain. Menurut Tjiptono (2015), fitur merupakan unsur produk yang memberikan manfaat tambahan bagi konsumen dan dapat mempengaruhi keputusan penggunaan.

b. Definisi Kemudahan Shopee Paylater

Kemudahan (perceived ease of use) adalah tingkat keyakinan seseorang bahwa suatu sistem atau teknologi dapat digunakan dengan

mudah, tanpa usaha yang besar.Kemudahan Shopee PayLater mencakup kemudahan dalam proses aktivasi, pengajuan, penggunaan, pembayaran cicilan, serta kejelasan sistem yang membuat pengguna merasa praktis dan tidak rumit.

Kemudahan dan manfaat yang diberikan Shopee sejalan dengan persepsi manfaat yang dipaparkan oleh Davis (1989) yaitu sejauh apa pengguna mempercayai suatu sistem akan mendorong kinerjanya jika digunakan. Lalu menurut Jogiyanto (2008) persepsi kemudahan ialah sebuah keyakinan dalam mengambil keputusan. Jika pengguna mempercayai sistem mudah untuk digunakan maka ia akan memakai sistem tersebut.

5. Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif merupakan keinginan seseorang untuk mengkonsumsi suatu barang atau jasa secara berlebihan untuk mencapai kepuasan (Tambunan, 2001). Sedangkan menurut Sumartono (2002) perilaku konsumtif merupakan tindakan membeli suatu barang tanpa pertimbangan yang masuk akal dan tidak didasari pada faktor kebutuhan. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa perilaku konsumtif adalah perilaku seseorang yang membeli barang yang didasarkan pada rasio dan keinginannya yang kurang diperlukan sehingga menjadi berlebihan untuk mencapai kepuasan maksimal. Zaman dulu, orang berbelanja untuk memenuhi kebutuhan primer dan sekunder namun saat ini orang berbelanja cenderung untuk menyenangkan diri sendiri, memuaskan keinginan, serta lebih mementingkan faktor keinginan dibandingkan kebutuhan.

Menurut Lina dan Rosyid (Amaliya, 2017), perilaku konsumtif seseorang ditandai dengan kehidupan mewah dan berlebihan. Untuk memenuhi perilaku konsumtif memerlukan biaya yang tidak sedikit, penggunaan segala hal yang dianggap paling mahal mampu memberikan kepuasan dan kesenangan bagi orang yang menganutnya. Perilaku Konsumtif dilakukan untuk menunjukkan status sosial, kekayaan, prestige, dan untuk mendapatkan kepuasan bagi penganutnya. Terbentuknya perilaku konsumtif sudah menjadi bagian dari

proses gaya hidup seseorang. Adapun lina dan Rosyid membagi aspek perilaku konsumtif menjadi tiga yaitu pembelian impulsif, pemborosan dan mencari kesenangan.

Adapun menurut Sumartono(2002) dalam Mujahidah(2020), perilaku konsumtif adalah suatu perilaku yang tidak lagi didasarkan pada pertimbangan yang rasional, melainkan karena adanya keinginan yang sudah mencapai taraf yang tidak rasional lagi.

C. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei untuk mengukur dan menganalisis pengaruh fitur Shopee PayLater terhadap perilaku konsumtif mahasiswa MKS UIN STS Jambi serta menilai kesesuaiannya dengan prinsip keuangan syariah secara objektif. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarkan kepada mahasiswa sebagai responden, guna memperoleh data primer terkait penggunaan PayLater, tingkat perilaku konsumtif, serta pemahaman prinsip keuangan syariah.Penelitian ini termasuk jenis penelitian eksplanatori yang bertujuan menjelaskan hubungan sebab-akibat antara variabel bebas (penggunaan Shopee PayLater) dan variabel terikat (perilaku konsumtif), serta mengkaji peran variabel moderasi yaitu prinsip keuangan syariah.Pemilihan metode kuantitatif dan survei didasarkan pada kemampuannya menghasilkan data yang terukur, objektif, dan dapat dianalisis secara statistik. Selain itu, metode ini memungkinkan pengumpulan data dari banyak responden secara cepat, efisien, serta menghasilkan temuan yang dapat digeneralisasi pada populasi mahasiswa MKS UIN STS Jambi.

Penarikan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling, yaitu teknik pengambilan sampel berdasarkan kriteria tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian. Kriteria yang digunakan adalah mahasiswa aktif Program Studi Manajemen Keuangan Syariah (MKS) UIN STS Jambi yang menggunakan fitur Shopee PayLater dalam aktivitas belanja online. Teknik purposive sampling dipilih agar data yang diperoleh benar-benar sesuai dengan fokus penelitian dan dapat memberikan informasi yang valid mengenai pengaruh fitur Shopee PayLater terhadap perilaku konsumtif mahasiswa dari perspektif

keuangan syariah.

Jumlah sampel yang diambil disesuaikan dengan jumlah populasi dan kemampuan peneliti dalam pengumpulan data. Berdasarkan rumus Slovin untuk menentukan ukuran sampel dengan tingkat kepercayaan 95% dan margin of error 10%, maka ukuran sampel dapat dihitung sebagai berikut:

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

dimana:

- Π = Ukuran sempel
- *N* = Jumlah Populasi (150 Mahasiswa)
- e = Margin of error (0.10)

$$\pi = \frac{162}{1+162X(0,10)^2} = \frac{162}{1+1,62} = \frac{162}{2,62} = 61,83$$

Dengan demikian, jumlah sampel yang diambil adalah sebanyak 61,83 di bulatkan menjadi 62 mahasiswa MKS yang menggunakan fitur Shopee PayLater.

Penggunaan fitur Shopee PayLater diartikan sebagai frekuensi, pola, dan alasan mahasiswa menggunakan layanan PayLater dalam aplikasi Shopee untuk melakukan pembelian dengan sistem pembayaran ditangguhkan atau cicilan tanpa kartu kredit. Variabel ini diukur melalui indikator seperti frekuensi penggunaan, kemudahan akses, tingkat kepuasan, dan motivasi penggunaan fitur PayLater.

Perilaku konsumtif mahasiswa adalah kecenderungan mahasiswa dalam melakukan pembelian barang dan jasa secara berlebihan, impulsif, dan tidak sesuai dengan kemampuan finansial pribadi. Variabel ini diukur melalui indikator seperti pembelian impulsif, pengeluaran melebihi pendapatan, dan sikap terhadap pengelolaan keuangan pribadi.

Prinsip keuangan syariah dalam penelitian ini merujuk pada penerapan nilai-nilai Islam dalam pengelolaan keuangan pribadi, khususnya menghindari riba (bunga), gharar (ketidakpastian), dan israf (pemborosan). Variabel ini diukur melalui tingkat kesadaran dan penerapan prinsip-prinsip tersebut dalam penggunaan fitur PayLater dan pengelolaan keuangan mahasiswa.

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Universitas Islam Negeri (UIN) Sulthan Thaha Saifuddin Jambi merupakan salah satu Perguruan Tinggi Keagamaan Islam Negeri (PTKIN) terbesar di Provinsi Jambi yang mengusung visi transintegrasi ilmu, yaitu menggabungkan ilmu umum dan keislaman. Kampus ini berperan sebagai wadah pengembangan potensi akademik mahasiswa, khususnya di bidang ekonomi dan keuangan berbasis syariah.

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) UIN STS Jambi, yang didirikan pada 26 Maret 2015, memiliki empat program studi, yaitu Ekonomi Syariah, Perbankan Syariah, Akuntansi Syariah, dan Manajemen Keuangan Syariah (MKS).

Penelitian ini difokuskan pada Program Studi Manajemen Keuangan Syariah (MKS) karena mahasiswa pada program ini telah memiliki pemahaman mendalam tentang pengelolaan keuangan berbasis syariah. Hal ini menjadikan mereka relevan untuk mengkaji bagaimana literasi keuangan syariah dapat mempengaruhi penggunaan teknologi finansial seperti PayLater serta dampaknya terhadap perilaku konsumtif dalam kehidupan sehari-hari.

Sebagai salah satu pilar utama di lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Program Studi Manajemen Keuangan Syariah (MKS) bergerak secara dinamis berdasarkan garis haluan yang jelas demi menunjang pencapaian visi fakultas maupun universitas. Adapun arah pengembangan tata kelola dan mutu akademis pada program studi ini dirumuskan secara terperinci melalui visi dan misi sebagai berikut:

1. Visi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

   “Menjadi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Yang Unggul Dalamintegrasi Ilmu Berbasis Entrepreneurship Dan Bereputasi Internasional 2031”.

2. Misi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

- Mengembangkan keilmuan Ekonomi dan Bisnis Islam dalam Pendidikan dan Pengajaran berbasis Entrepreneurship.
- Mengembangkan kreatifitas dalam penelitian Ekonomi dan Bisnis Islam yang Inovatif berbasis Entrepreneurship.

- Meningkatkan peran dalam pemberdayaan Ekonomi dan Bisnis yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat berdasarkan Nilai-Nilai Islam.
- Menyelenggarakan tata kelola, kerjasama nasional dan internasional yang kredibel dan akuntabel secara berkelanjutan.

Melalui rujukan visi dan misi tersebut, pemahaman terhadap prinsip pengelolaan keuangan syariah bukan sekadar menjadi landasan teoretis bagi mahasiswa, melainkan diwujudkan sebagai instrumen kontrol etis dan praktis. Hal ini menjadi alasan mendasar mengapa mahasiswa prodi MKS sangat relevan dijadikan subjek penelitian dalam membedah rasionalitas penggunaan teknologi finansial kontemporer.

Pembahasan Hasil Penelitian

1. Pengaruh Fitur Shopee (X1) terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Y)

Berdasarkan hasil pengujian statistik, variabel Fitur Shopee PayLater terbukti tidak memiliki pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap Perilaku Konsumtif mahasiswa, dengan nilai t hitung sebesar 1,306 dan tingkat signifikansi sebesar 0,197 (0,197 > 0,05). Hubungan yang tidak signifikan ini mengindikasikan bahwa kelengkapan, keunikan, maupun daya tarik fitur-fitur transaksi yang ditawarkan oleh ShopeePayLater tidak menjadi faktor penentu yang mendorong mahasiswa untuk melakukan konsumsi secara berlebihan atau tidak terencana.

Secara empiris, fenomena ini terlihat nyata di lapangan di mana mahasiswa Manajemen Keuangan Syariah (MKS) UIN STS Jambi cenderung memanfaatkan fitur Shopee hanya sebatas instrumen pendukung transaksi opsional untuk kebutuhan perkuliahan, bukan sebagai pemuas keinginan semata. Akses mudah yang ditawarkan oleh fitur *paylater* tersebut tidak serta-merta mengubah pola konsumsi mereka menjadi boros. Hal ini dikarenakan adanya kesadaran atau *self-control* yang cukup kuat dari mahasiswa dalam memilah mana fitur yang memberikan asas manfaat dan mana yang dapat menimbulkan kerugian finansial di masa depan.

Temuan lapangan ini diperkuat oleh studi relevan dari Saputra & Lestari (2023) yang menegaskan bahwa kelengkapan fitur pada aplikasi belanja daring tidak memiliki kontribusi signifikan secara langsung dalam membentuk perilaku konsumtif apabila pengguna memiliki kecerdasan finansial yang baik. Melalui

pemahaman etika konsumsi yang matang, mahasiswa mampu membatasi diri dari stimulus visual yang ditawarkan oleh berbagai fitur aplikasi digital.

2. Pengaruh Kemudahan Penggunaan (X2) terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Y)

Berdasarkan hasil pengujian statistik, variabel Kemudahan Penggunaan terbukti memiliki pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap Perilaku Konsumtif mahasiswa, dengan nilai t hitung sebesar 2,657 dan tingkat signifikansi sebesar 0,010 (0,010 < 0,05). Hasil ini menunjukkan bahwa kepraktisan sistem pembayaran, kemudahan navigasi, serta efisiensi prosedur yang ada pada layanan ShopeePayLater justru memberikan dampak nyata terhadap peningkatan perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa.

Secara empiris, kondisi ini tercermin dari aktivitas transaksi mahasiswa prodi MKS UIN STS Jambi yang semakin terdorong untuk melakukan pembelian saat dihadapkan pada sistem aktivasi dan pembayaran belanja yang sangat mudah (hanya dengan beberapa klik). Semakin sederhana dan cepat proses transaksi yang ditawarkan, semakin kecil pula jeda berpikir (cooling-off period) yang dimiliki mahasiswa sebelum memutuskan untuk membeli, sehingga dorongan untuk berbelanja di luar kebutuhan pokok menjadi lebih besar. Dengan kata lain, kemudahan teknologi yang seharusnya menjadi alat efisiensi justru berbalik menjadi pemicu (trigger) pembelian impulsif, karena minimnya hambatan transaksi membuat mahasiswa lebih mudah tergoda oleh penawaran maupun diskon yang muncul di platform.

Temuan lapangan ini sejalan dengan penelitian Astuti & Wardani (2024) yang menemukan bahwa kemudahan penggunaan paylater berpengaruh terhadap perilaku konsumtif generasi milenial, di mana semakin mudah proses penggunaan paylater, semakin tinggi pula kecenderungan penggunanya untuk berperilaku konsumtif. Hal ini memperkuat dugaan bahwa relasi sebab-akibat antara kemudahan teknologi finansial dan perilaku konsumtif bersifat langsung: kemudahan akses menurunkan kontrol diri rasional pengguna dalam mempertimbangkan keputusan belanja, terlepas dari niat awal transaksi tersebut untuk kebutuhan pokok atau bukan.

3. Pengaruh Fitur Shopee (X1**) dan Kemudahan Penggunaan (**X2**) terhadap Perilaku Konsumtif (**Y**)**

Berdasarkan hasil pengujian statistik secara simultan, diperoleh kesimpulan bahwa variabel Fitur Shopee PayLater dan Kemudahan Penggunaan secara bersama-sama memberikan kontribusi terhadap Perilaku Konsumtif mahasiswa. Hal ini selaras dengan hasil nilai Koefisien Determinasi (R^2) pada Model Summary pertama yang menunjukkan angka sebesar 0,302 atau 30,2%. Nilai tersebut mengindikasikan bahwa kemampuan kombinasi variabel Fitur Shopee PayLater dan Kemudahan Penggunaan dalam menjelaskan variasi Perilaku Konsumtif tergolong sedang, sementara 69,8% sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor eksternal lain di luar model ini, seperti literasi keuangan, gaya hidup, dan tingkat pendapatan mahasiswa.

Secara empiris, fenomena ini menunjukkan bahwa stimulus teknologi yang disediakan oleh platform Shopee, baik dari segi daya tarik fitur paylater maupun kepraktisan operasional sistem pembayarannya, secara bersama-sama menjadi sebab yang berkontribusi terhadap akibat berupa kecenderungan konsumtif mahasiswa Manajemen Keuangan Syariah (MKS) UIN STS Jambi, meskipun kontribusinya belum sepenuhnya dominan. Temuan ini mengonfirmasi bahwa sekalipun secara parsial Fitur Shopee PayLater tidak signifikan, ketika digabungkan dengan faktor Kemudahan Penggunaan, interaksi kedua aspek teknologi tersebut tetap menghasilkan dorongan kumulatif yang cukup berarti terhadap pola belanja mahasiswa. Hal ini mengindikasikan bahwa kemudahan sistem menjadi variabel penggerak utama, sementara fitur hanya berperan sebagai pendukung yang memperkuat efek tersebut ketika keduanya hadir bersamaan.

Temuan lapangan ini diperkuat oleh studi terdahulu yang dilakukan oleh Rahima & Cahyadi (2022) yang menemukan bahwa fitur Shopee PayLater berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa, dan sejalan dengan riset mengenai persepsi kemudahan yang menunjukkan bahwa literasi keuangan serta persepsi kemudahan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa pengguna fintech paylater. Temuan tersebut menguatkan

dugaan bahwa kombinasi antara stimulus fitur dan kemudahan akses teknologi finansial, ketika bekerja bersamaan, mampu mendorong pola konsumsi yang lebih tinggi dibandingkan jika masing-masing faktor diuji secara terpisah.

D. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai pengaruh Fitur Shopee PayLater dan Kemudahan Penggunaan terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Manajemen Keuangan Syariah UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi ditinjau dari Perspektif Keuangan Syariah, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Fitur Shopee PayLater tidak berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Hasil pengujian menunjukkan bahwa berbagai fitur yang tersedia pada layanan Shopee PayLater, seperti limit kredit, promo, maupun fleksibilitas pembayaran, belum mampu menjadi faktor utama yang mendorong mahasiswa berperilaku konsumtif. Mahasiswa cenderung memanfaatkan fitur tersebut secara rasional sesuai kebutuhan, sehingga keberadaan fitur tidak secara langsung memengaruhi peningkatan perilaku konsumtif.
2. Kemudahan Penggunaan Shopee PayLater berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Semakin mudah proses aktivasi, penggunaan, dan pembayaran melalui Shopee PayLater, maka semakin tinggi kecenderungan mahasiswa untuk melakukan pembelian secara konsumtif. Kemudahan transaksi yang ditawarkan mampu mengurangi pertimbangan dalam mengambil keputusan pembelian sehingga meningkatkan peluang terjadinya pembelian impulsif.
3. Fitur Shopee PayLater dan Kemudahan Penggunaan secara simultan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Kedua variabel tersebut secara bersama-sama memberikan kontribusi dalam menjelaskan variasi perilaku konsumtif mahasiswa, meskipun pengaruhnya masih tergolong sedang. Hal ini menunjukkan bahwa perilaku konsumtif mahasiswa tidak hanya dipengaruhi oleh aspek teknologi finansial, tetapi juga dipengaruhi oleh faktor lain seperti literasi keuangan, gaya hidup, kontrol diri, lingkungan sosial, dan tingkat pendapatan.

Ditinjau dari perspektif keuangan syariah, penggunaan Shopee PayLater perlu diperhatikan karena dapat mendorong perilaku konsumtif yang berlebihan dan kurang sesuai dengan prinsip pengelolaan keuangan Islam, seperti menghindari israf, riba, dan pemborosan. Oleh karena itu, pemahaman keuangan syariah penting dijadikan pedoman agar mahasiswa lebih bijak dalam menggunakan layanan pembayaran digital. Secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan bahwa kemudahan penggunaan menjadi faktor paling berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa**,** sedangkan fitur Shopee PayLater tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan secara parsial. Dengan demikian, perspektif keuangan syariah dalam penelitian ini berfungsi sebagai landasan dalam menilai agar penggunaan Shopee PayLater tetap dilakukan secara bijak dan tidak melampaui batas kebutuhan.

Daftar Pustaka

Aaker, David A. "Measuring Brand Equity Across Products and Markets." *California Management Review* 38, no. 3 (April 1996).

Abdul Rahman, Rashidah, Ahnaf Al Smady, and Soheil Kazemian. "Sustainability of Islamic Microfinance Institutions through Community Development." *International Business Research* 8, no. 6 (May 2015).

Anggraeni, Dini Kusumawati, M. Zakariah, Abd Rizal, and Aiedil Pebri Suwarna. *Pengaruh Penggunaan Fitur Shopee Paylater Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Di Kabupaten Kolaka*. 2024.

Aulia, Mahdiah, Aulia Fitria Yustiardhi, and Reni Oktavia Permatasari. "An Overview of Indonesian Regulatory Framework on Islamic Financial Technology (Fintech)." *Jurnal Ekonomi & Keuangan Islam* 6, no. 1 (January 2020).

Avivi Hilwana. A, Umi Widyastuti, and Diena Noviarini. "Pengaruh Literasi Keuangan dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna Shopee Pay Later: Peran Moderasi Kontrol Diri pada Generasi Z." *PENG: Jurnal Ekonomi dan Manajemen* 3, no. 1 (August 2025).

Budiarti's, Desti, and Ufira Isbah's. *Peran E-Commerce Dalam Meningkatkan Pendapatan UMKM Di Kota Pekanbaru Melalui Marketplace*. no. 1 (2022).

Candika, Yossy Imam, Faicha Sintya Riadi, Eka Lestari Hafqi Putri, and Novyandri Taufik Bahtera. "Kecenderungan penggunaan paylater di kalangan mahasiswa: Peran perilaku konsumtif dan tekanan sosial." *Journal of Management and Digital Business* 5, no. 2 (July 2025).

Dr. Arif Rachman, drg., SH., MH., MM., MTr.Hanla., and Sp.Pros., CIQnR., CIQa. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan Rd*.

Dzaky, M. Fadhlurrahman, and Budi Prasetiyo. *Neraca Akuntansi Manajemen, Ekonomi Vol. 19 no 11 Tahun 2025.*

Fransisca, Charissa, and Rezi Erdiansyah. "Media Sosial dan Perilaku Konsumtif." *Prologia* 4, no. 2 (October 2020).

Hidayatunni'mah, Khusna, Bahtiar Efendi, and Eni Candra Nurhayati. "Pengaruh Penggunaan E-Wallet, E-Money dan Shopee Paylatere Terhadap Perilaku Konsumtif." *Jurnal Akuntansi* 5 (2025).

Khaerunisa, Risma, Refaldo Fanther, and Didi Sukardi. "Pengaruh Literasi Keuangan dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna Shopee Paylater Pada Generasi Z (Studi Kasus Pada Mahasiswa Febi Iain Syekh Nurjati Cirebon))." *Jurnal Akuntansi dan Bisnis* 10, no. 01 (June 2024).

Leonita, Diva, and Siska Wulandari. "Pengaruh Fitur Shopee Paylater, Literasi Keuangan dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Berbelanja Online di Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Pelita Bangsa Progam Studi Manajemen Angkatan 2020)." *Jurnal Manajemen Terapan dan Keuangan* 13, no. 02 (June 2024).

Maryani, Dina, and Siska Maya. *Pengaruh Penggunaan Shopee Paylater Terhadap Perilaku Konsumtif (Studi Mahasiswa Jakarta)*. 4 (2024).

"Mixed Methods Research: An Overview for Beginner Researchers." *Journal of Literature, Languages and Linguistics*, ahead of print, (July 2019).

Muslikin, Sri Hardiyanti Karmila, Wulanmas Frederik, and Natalia Lengkong. *Peran Otoritas Jasa Keuangan (OJK) Dalam Memberantas Pinjaman Online (Fintech) Ilegal Di Indonesia*.

Program Studi Pendidikan Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta, Jakarta Timur, Hasanah Jaya Asja, Santi Susanti, Program Studi Pendidikan Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta, Jakarta Timur, Achmad Fauzi, and Program Studi Pendidikan Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta, Jakarta Timur. "Pengaruh Manfaat, Kemudahan, dan Pendapatan terhadap Minat Menggunakan Paylater: Studi Kasus Masyarakat di DKI Jakarta." *Jurnal Akuntansi, Keuangan, dan Manajemen* 2, no. 4 (September 2021).

Pusvisasari, Lina, Orina Pujastuti, Siti Nuralika Khilwani, and Syahla Fauziyah. *Pengaturan Regulasi dan Fatwa terhadap Praktik PayLater: Evaluasi Perbandingan antara Fatwa DSN-MUI dan Praktik di Lapangan (Studi pada Platform PayLater di Indonesia)*. n.d.

Putri Ayu Lestari and Khairunnisa. "Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Penggunaan Shopee Paylater dan Lifestyle Terhadap Perilaku Konsumtif: Studi Kasus pada Mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah UMSU." *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah* 6, no. 7 (July 2024).

Putri, Ella Meiza, Iwan Putra, and Romi Kurniadi. *Literasi Keuangan, Manfaat Paylater, dan Locus of Control: Studi Perilaku Penggunaan Shopee Paylater di Kota Jambi*. 8, no. 2 (2025).

———. *Literasi Keuangan, Manfaat Paylater, dan Locus of Control: Studi Perilaku Penggunaan Shopee Paylater di Kota Jambi*. 8, no. 2 (2025).

Rahima, Phyta, and Irwan Cahyadi. "Pengaruh Fitur Shopee Paylater terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Mataram." *Target : Jurnal Manajemen Bisnis* 4, no. 1 (July 2022).

———. “Pengaruh Fitur Shopee Paylater terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Mataram.” *Target : Jurnal Manajemen Bisnis* 4, no. 1 (July 2022).

Saidah, Fauziah Nur, Lucky Nugroho, and Yosi Mardoni. “Quo-Vadis Ekonomi Syariah di Indonesia.” *Jurnal Penelitian* 1, no. 1 (2024).

Salsabila, Yolanda, and Juliana Putri. *Fintech P2p Lending Dalam Pandangan Islam*. 3, no. 2 (2025).

Sekaran, Uma, and John Wiley. *Research Methods for Business*. 2013.

Suryanto, Suryanto. “Securities Crowdfunding : Transformasi Pembiayaan Usaha Kecil dan Menengah Di Indonesia.” *AdBispreneur* 6, no. 2 (November 2021).

Syifa Andarliana Putri, Umi Widyastuti, and Terrylina Arvinta Monoarfa. “Pengaruh Financial Literacy dan Hedonic Shopping Motivation Terhadap Impulsive Buying Melalui Spending Self Control Sebagai Mediasi pada Pengguna Shopee Paylater.”*Jurnal Ekonomi dan Manajemen* 3, no. 1 (August 2025).

M. Syafi'i Antonio dan Fitriani Sukma, "Analisis Perilaku Konsumsi Islami Mahasiswa Terhadap Layanan Digital Pembayaran Ditinjau dari Aspek Maslahah," *Al-Muzara'ah: Journal of Islamic Economics and Finance* 11, no. 1, 2023.

Rian Saputra dan Indah Lestari, "Dinamika Fitur Aplikasi E-Commerce dan Pengaruhnya terhadap Pembelian Impulsif Generasi Z," *Jurnal Manajemen dan Bisnis Digital* 4, no. 1, 2023.

Heri Ardani dan Bayu Prasetyo, "Persepsi Kemudahan Pembayaran dan Ekspansi Kapasitas Konsumsi Generasi Muda Pengguna Paylater," *Jurnal Manajemen dan Bisnis* 5, no. 1, 2023.

Maharani Dwi Astuti dan Mega Kusuma Wardani, "Pengaruh Kemudahan Penggunaan Paylater Terhadap Perilaku Konsumtif dengan Lifestyle sebagai Pemoderasi," *Jurnal Manajemen Strategik Kewirausahaan* 4, no. 2, 2024.

Putri Rahima dan Imam Cahyadi, "Pengaruh Fitur Shopee Paylater terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Mataram," *Jurnal Manajemen Bisnis* 4, no. 1, 2022.

Pengaruh Literasi Keuangan dan Persepsi Kemudahan Terhadap Perilaku Konsumtif Dalam Menggunakan Fintech Paylater," *Jurnal Ekonomi Bisnis dan Entrepreneurship* 5, no. 2, Agustus 2025.

Andrea Nur Hidayah dan F. Sartika, "Pengaruh Literasi Keuangan dan Sikap Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif Belanja Online Melalui Locus of Control sebagai Variabel Mediasi," *Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah* 6, no. 4, 2024.

C. K. Fitriyah dan R. N. A. Putri, "Literasi Keuangan Syariah dan Religiusitas Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Generasi Z dengan Variabel Mediasi Penggunaan Paylater," *Journal of Economic, Business and Accounting (COSTING)* 7, no. 4, 2024.

Dheaz Saskia Monica, Hamidah, dan Andy, "Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup, dan Pengetahuan Fintech Terhadap Perilaku Konsumtif dengan Kontrol Diri Sebagai Moderasi (Studi Kasus Pengguna E-Wallet Generasi Z)," *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 2025.

Amanda, "Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif Pelajar Remaja yang Dimoderasi oleh Perilaku Fintech," *LIABILITIES (Jurnal Pendidikan Akuntansi)*, 2025.