

Pengaruh Penggunaan *Shopee Paylater* dan Tingkat Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa : Analisis Perspektif Ekonomi Islam Dengan Penerapan Akad Ijarah

Leli Anggraini^{a1*}, Doni Wirshandono Yogivaria^{a2}, Susmita Dian Indiraswari^{a3}

^aUniversitas PGRI Kanjuruhan Malang, Indonesia

¹Lellyanggraini26@gmail.com*

*Leli Anggraini¹

Received: 7 Agustus 2025 ; Revised: 15 Oktober 2025 ; Accepted: 20 Oktober 2025

Abstrak

Tujuan dari penelitian berikut ialah guna mendapatkan informasi bagaimana perilaku konsumen mahasiswa diberikan pengaruh oleh pemakaian *Shopee Paylater* dan literasi keuangan, dan pengaruh perspektif ekonomi Islam dan metode akad ijarah selaku faktor moderasi. Pengambilan sampel dengan cara purposive dipakai bersamaan dengan pendekatan kuantitatif pada penelitian berikut guna menghasilkan sampel penelitian sebanyak 96 responden. SmartPLS 4.0 dipakai guna menganalisis data dengan memakai inner model, model pengukuran, outer model, dan pengujian hipotesis, yang meliputi analisis moderasi (MRA). Temuan penelitian memperlihatkan bahwasannya meskipun literasi keuangan mempunyai dampak negatif yang bisa diabaikan kepada perilaku pembelian mahasiswa, pemanfaatan *Shopee PayLater* mempunyai dampak yang positif dan besar. Dampak *Shopee PayLater* kepada perilaku konsumen diperkuat oleh perspektif ekonomi Islam (akad ijarah), tetapi pengaruh literasi keuangan melemah. Penelitian berikut memperlihatkan betapa pentingnya memasukkan nilai-nilai syariah ke pada manajemen perilaku konsumen di era layanan keuangan digital.

Kata kunci - *shopee paylater; literasi keuangan; perilaku konsumtif; ekonomi islam*

Abstract

The purpose of this study is to ascertain how students' consumption patterns are impacted by the use of Shopee Paylater and their degree of financial literacy, as well as the influence of Islamic economic viewpoints and the ijarah contract as a moderating factor. A research sample of 96 respondents was recruited for this study using a quantitative approach and purposive sampling strategy. SmartPLS 4.0 was used to analyze the data utilizing the inner model, measurement model, outer model, and hypothesis testing, which included moderation analysis (MRA). The findings demonstrated that while financial literacy had a negative and negligible impact on student consumption behavior, Shopee Paylater use had a positive and substantial impact. The impact of Shopee Paylater on consumer behavior is bolstered by the Islamic economic perspective (ijarah contract), whereas the impact of financial literacy on consumer behavior is weakened. These results highlight how crucial it is to include sharia values into the management of consumer behavior in the age of digital financial services.

Keywords - *shopee paylate; financial literacy; consumptive behavior; islamic economics*

How to Cite : Anggraini, L., Yogivaria, D. W., & Indiraswari, S. D. (2025). Pengaruh Penggunaan *Shopee Paylater* dan Tingkat Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa : Analisis Perspektif Ekonomi Islam Dengan Penerapan Akad Ijarah. *Jurnal Riset Mahasiswa Akuntansi*, 13(2), 148–154. <https://doi.org/10.21067/jrma.v13i2.12766>

PENDAHULUAN

Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi sudah membawa perubahan signifikan pada interaksi dan aktivitas manusia. Teknologi digital mempermudah aktivitas seperti jual beli dan transaksi lewat internet. Era digital ditandai dengan munculnya aplikasi dan platform berbasis internet yang mempermudah pemenuhan kebutuhan manusia. Perkembangan teknologi informasi yang pesat di Indonesia sudah mengubah kehidupan manusia menjadi lebih kompleks, di mana teknologi informasi dan komunikasi memainkan peran penting dalam mempermudah berbagai aspek kehidupan, termasuk perdagangan (Islami, 2023).

Platform digital memungkinkan konsumen mengakses beragam produk dan layanan dengan cepat, mengubah pola konsumsi Masyarakat dan memicu perilaku konsumtif. Perilaku konsumtif ialah keinginan guna membeli barang ataupun jasa demi kepuasan pribadi tanpa memandang manfaat ataupun urgensi. Perilaku berikut sering ditemui di kalangan remaja dan mahasiswa guna memenuhi gaya hidup dan mengikuti tren, diperkuat oleh media social dan iklan yang menampilkan gaya hidup mewah (Mujahidah, 2020). Memahami perilaku konsumtif penting guna memberikan Gambaran tentang pola konsumsi Masyarakat, terutama mahasiswa yang berada pada fase transisi menuju kemandirian Dimana perilaku konsumtif yang tidak terkendali bisa berdampak negatif pada keuangan pribadi, tekanan social, dan gaya hidup.

Mahasiswa seringkali memperlihatkan perilaku konsumtif dengan membeli produk sebab keinginan daripada kebutuhan, dipicu oleh tren dan keinginan guna memperoleh pengakuan sosial. Perilaku berikut diberikan pengaruh oleh faktor-faktor seperti lingkungan sosial, media masa, perkembangan teknologi, gaya hidup, dan dorongan emosional individu (Pohan et al., 2022). Shopee selaku satu diantara *marketplace* terbesar di Indonesia menawarkan fitur *Shopee Paylater* yang memberikan kemudahan berbelanja dengan system pembayaran tertunda yang bisa mendorong perilaku konsumtif.

Layanan *Buy Now Pay Later* (BNPL) seperti *Shopee Paylater* menjadi populer sebab mekudahan akses dan fleksibilitas pembayaran akantetapi juga menimbulkan tantangan terkait pengelolaan utang dan risiko perilaku konsumtif (Widiawati et al., 2024). Layanan *Paylater* memungkinkan pembelian tanpa pembayaran langsung yang bisa mengoptimalkan perilaku konsumtif dan potensi utang pribadi jikalau tidak dikelola dengan baik (Mursalina et al., 2024). *Shopee Paylater* menawarkan pinjaman tanpa minimum transaksi dengan bunga awal 0% yang bisa dipakai untuk pembelian di platform shopee dengan pilihan cicilan 1 hingga 12 bulan (Ramadani & Riska, 2023).

Pemakaian *Shopee Paylater* oleh mahasiswa diberikan pengaruh oleh factor internal (psikologis) dan eksternal (tren sosial). Kemudahan "beli sekarang, bayar nanti" mmeungkinkan mahasiswa memenuhi kebutuhan *fashion* dan gaya hidup, tetapi memerlukan pengelolaan keuangan yang baik guna menghindari perilaku konsumtif berlebihan (Piabang et al., 2023). Literasi keuangan penting dalam mengelola keuangan dengan cara bijak dan menghindari masalah finansial. Literasi keuangan ialah kemampuan individu guna memahami, mengevaluasi, mengendalikan, dan mengomunikasikan informasi tentang kondisi finansial (Haiqal, 2024).

Data Otoritas Jasa Keuangan (OJK) tahun 2022 memperlihatkan bahwasannya indeks literasi keuangan masyarakat Indonesia sejumlah 49,68 persen meningkat dibandingkan tahun-tahun sebelumnya tetapi masih memperlihatkan bahwasannya banyak masyarakat termasuk mahasiswa mempunyai pemahaman terbatas mengenai keuangan (OJK, 2022). Perspektif Islam menekankan perilaku etis, tanggung jawab, dan keseimbangan pada konsumsi, melarang riba dan bunga tinggi, dan mendorong konsumen guna memeriksa kepatuhan syariah pada transaksi online (Wibowo & Adinugraha, 2024). Islam juga melarang konsumsi berlebihan dan menekankan pentingnya pengendalian diri.

Penelitian terdahulu tentang pengaruh Shopee PayLater dan literasi keuangan kepada perilaku konsumtif memperlihatkan hasil yang beragam. Penelitian Yuspira et al. (2024) menemukan bahwasannya *Shopee Paylater* mempunyai pengaruh kepada perilaku konsumtif mahasiswa. Hal berikut berbeda dengan penelitian Julita et al. (2022) yang tidak menemukan pengaruh signifikan.

Pemahaman kepada akad Ijarah memengaruhi pemakaian *Shopee Paylater* dan literasi keuangan mahasiswa. Tujuan dari penelitian berikut ialah guna mendapatkan informasi pengaruh pemakaian *shopee paylater* dan tingkat literasi keuangan kepada perilaku konsumtif mahasiswa, dan peran perspektif ekonomi islam dengan pendekatan akad ijarah.

Theory of Planned Behavior (TPB)

Theory of Planned Behavior (TPB) ialah pengembangan dari *Theory of Reasoned Action* (TRA) yang dikemukakan oleh Fishbein dan Ajzen (1975). Teori ini mendeskripsikan bahwasannya perilaku individu diberikan pengaruh oleh niat yang terbentuk dari tiga komponen utama sikap kepada perilaku, norma subjektif, dan kendali perilaku yang dirasakan. Ketiga komponen ini saling berinteraksi dalam membentuk perilaku aktual seseorang (Arwin et al., 2022). TPB relevan digunakan guna menganalisis perilaku konsumtif mahasiswa, sebab teori ini mampu menggambarkan bagaimana niat dan persepsi individu kepada penggunaan *Shopee PayLater* dapat mendorong munculnya perilaku konsumtif.

Perilaku Konsumtif Mahasiswa

Perilaku konsumtif bisa diartikan selaku pola ataupun gaya hidup mahasiswa yang cenderung memakai uang tanpa pertimbangan yang matang sehingga mengarah pada pengeluaran yang bersifat konsumtif (Miranda et al., 2024). Perilaku konsumtif ialah tindakan ataupun kebiasaan seseorang mengonsumsi suatu barang dan jasa pada jumlah berlebihan berlandaskan keinginan ataupun dorongan emosi daripada kebutuhan sebenarnya.

Shopee Paylater

Shopee Paylater ialah fitur layanan pembayaran yang ditawarkan oleh platform *e-commerce* shopee memungkinkan pengguna guna melaksanakan pembelian dengan pembayaran ditangguhkan ataupun cicilan (Fajrussalam et al., 2022). Layanan berikut termasuk pada kategori *Buy Now Pay Later* (BNPL) yang memberikan kemudahan dan fleksibilitas pada berbelanja.

Literasi Keuangan

Informasi, kemampuan, dan keyakinan yang memengaruhi sikap dan tindakan guna mengoptimalkan pengelolaan keuangan dan pengambilan keputusan guna meraih kesejahteraan ekonomi masyarakat dengan cara bersama-sama disebut literasi keuangan. Guna mencegah kesulitan keuangan di masa mendatang, siswa harus mempunyai pemahaman yang kuat tentang literasi keuangan. (Hariyani, 2022).

Ekonomi Islam

Ekonomi Islam ialah bidang yang mempelajari bagaimana perilaku ekonomi manusia diatur oleh aturan agama Islam dan didasarkan pada tauhid yang disatukan pada rukun iman dan rukun islam (Bakar, 2020). Islam mengajarkan konsumsi yang berlandaskan prioritas kebutuhan, kehalalan, kualitas, masalah, dan kesederhanaan (Hamdi, 2022).

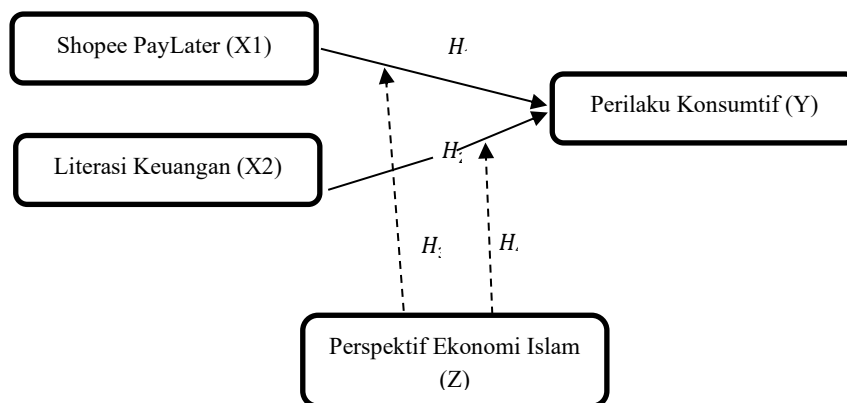
Akad Ijarah

Ijarah ialah jenis transaksi sewa menyewa yang melibatkan penyewaan barang ataupun jasa dengan pembayaran sewa ataupun imbalan jasa pada tanggal tertentu (Umari, 2023). Keabsahan Akad Ijarah pada perspektif ekonomi Islam berkaitan dengan pemenuhan beberapa rukun dan syarat, termasuk *aqid* (pihak yang melaksanakan akad), *ma'qud alaih* (objek yang menjadi akad), *ujrah* (upah ataupun imbalan), dan *nafs al-'aqad* (esensi akad) (Hardiati & Kusmawati, 2024).

Kerangka Konseptual Penelitian

Dengan memakai faktor moderasi, penelitian berikut akan meneliti bagaimana variabel independen memengaruhi variabel dependen. *Shopee PayLater* dan literasi keuangan ialah variabel

independen pada penelitian berikut, dan dampaknya kepada variabel dependen perilaku konsumtif akan diteliti. Guna menentukan apakah pendekatan nilai-nilai Islam mengoptimalkan ataupun menurunkan hubungan antara variabel independen dan dependen, penelitian berikut juga memakai Perspektif Ekonomi Islam selaku variabel moderasi. Kerangka konseptual yang akan diterapkan pada penelitian berikut dijelaskan di bawah ini:



Gambar 1
Kerangka konseptual

Keterangan :

- > = Hubungan dengan cara parsial
- - - - -> = Hubungan yang dimoderasi

Hipotesis

- H1 : *Shopee Paylater* mempunyai pengaruh positif terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa
H2 : Literasi Keuangan mempunyai pengaruh negatif terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa
H3 : Perspektif Ekonomi Islam (akad ijarah) memperkuat pengaruh antara *Shopee Paylater* terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa
H4 : Perspektif Ekonomi Islam (akad ijarah) memperlemah pengaruh antara Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa

METODE

Penelitian berikut bersifat kuantitatif. Sampel penelitian berikut ialah mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) angkatan 2022–2023. Metode yang dipakai ialah purposive sampling, dan total responden sebanyak 96 orang. Metode pengumpulan data kuesioner memakai skala Likert 4 poin. SmartPLS 4.0 dipakai pada penelitian berikut. Evaluasi perspektif ekonomi Islam, literasi keuangan, perilaku konsumen, dan faktor *Shopee Paylater* (Akad Ijarah).

PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

Uji Validitas dan Reliabilitas

Pengujian *outer model* dilaksanakan guna menilai validitas dan reliabilitas indikator kepada konstruk laten masing-masing variabel. Berlandaskan hasil pengolahan data memakai SmartPLS 4.0, seluruh indikator mempunyai nilai *outer loading* > 0,70 yang memperlihatkan validitas konvergen terpenuhi. Selain itu nilai *Cronbach's Alpha* seluruh konstruk berada > 0,70 dan nilai *Average Variance Extracted* (AVE) > 0,50 sehingga variabel memenuhi kriteria reliabilitas.

Dengan demikian bisa disimpulkan bahwasannya seluruh indikator pada penelitian berikut valid dan reliabel.

Uji Koefisien Determinasi (*R-Square*)

Hasil pengujian *inner model* memperlihatkan bahwasannya nilai *R-Square* pada variabel Perilaku Konsumtif sejumlah 0,710. Hal berikut memperlihatkan bahwasannya 7,10% variabel Perilaku Konsumtif bisa diberikan pengaruh oleh variabel *Shopee Paylater* dan Literasi Keuangan. Sedangkan sisanya sejumlah 29% diberikan pengaruh oleh factor lain yang tidak termasuk pada model penelitian berikut.

Uji *F-Square*

Analisis *F-Square* dipakai guna mendapatkan informasi kekuatan pengaruh masing-masing variabel kepada Perilaku Konsumtif. Nilai *F-Square* > 0,35 dikategorikan selaku pengaruh besar, > 0,15 sedang, dan > 0,02 kecil.

- a. *Shopee Paylater* = 1,018 (kuat)
- b. Literasi Keuangan = 0,001 (lemah)
- c. Ekonomi Islam = 0,065 (lemah)
- d. *Shopee Paylater* X Ekonomi Islam = 0,033 (lemah)
- e. Literasi Keuangan X Ekonomi Islam = 0,071 (lemah)

Uji Hipotesis

Uji hipotesis dilaksanakan dengan melihat nilai *Path Coefficient*, t-statistik, dan p-value pada level signifikansi 5% ($\alpha = 0,05$). Hasil pengujian ialah seperti dibawah ini :

- a. H1: *Shopee Paylater* → Perilaku Konsumtif
Koefisien = 0,679, t = 7,770, p = 0,000
→ H1 diterima. Pemakaian *Shopee Paylater* mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku Konsumtif.
- b. H2 : Literasi Keuangan → Perilaku Konsumtif
Koefisien = -0,019, t = 0,242, p = 0,404
→ H2 ditolak. Literasi Keuangan mempunyai pengaruh negatif tetapi tidak signifikan terhadap Perilaku Konsumtif.

Uji Moderasi (*Moderated Regression Analysis*)

Analisis moderasi dilaksanakan guna melihat peran Perspektif Ekonomi Islam (Akad Ijarah) dalam memperkuat ataupun memperlemah hubungan antara variabel independen dan variabel dependen.

- a. H3 : *Shopee Paylater* X Ekonomi Islam → Perilaku Konsumtif
Koefisien = 0,143, t = 1,688, p = 0,046
→ H3 diterima. Perspektif Ekonomi Islam memperkuat pengaruh *Shopee Paylater* terhadap Perilaku Konsumtif.
- b. H4 : Literasi Keuangan X Ekonomi Islam → Perilaku Konsumtif
Koefisien = - 0,272, t = 1,648, p = 0,050
→ H4 diterima dengan cara marginal. Perspektif Ekonomi Islam memperlemah Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif.

B. Pembahasan Penelitian

Temuan studi memperlihatkan bahwasannya kebiasaan belanja mahasiswa diberikan pengaruh dengan cara positif dan signifikan oleh *Shopee Paylater*, sebab mahasiswa cenderung melaksanakan pembelian yang tidak perlu saat mereka mempunyai akses mudah ke kredit digital. Komponen Theory of Planned Behavior (TPB) tentang kontrol perilaku yang dirasakan, yang ialah keyakinan keliru kepada kapasitas seseorang guna mengelola uang, memberikan kepercayaan pada hal berikut. Perilaku konsumen diberikan pengaruh dengan cara negatif tetapi tidak signifikan oleh literasi keuangan, yang memperlihatkan bahwasannya pengetahuan keuangan belum sepenuhnya

diasimilasi ke pada pengambilan keputusan konsumsi. Perspektif ekonomi Islam lewat pendekatan akad ijarah terbukti memperkuat pengaruh *Shopee Paylater* kepada perilaku konsumtif sebab adanya persepsi permisif kepada akad syariah meskipun konsumsi bersifat berlebihan. Sebaliknya, pemahaman kepada akad ijarah justru memperlemah pengaruh literasi keuangan kepada perilaku konsumtif sebab mahasiswa cenderung merasa aman dengan cara syariah meski melaksanakan konsumsi berlebihan. Temuan berikut menegaskan pentingnya integrasi nilai-nilai literasi keuangan dan pemahaman syariah yang mendalam guna menekan perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa.

KESIMPULAN

Pemakaian *Shopee Paylater* memberikan dampak positif kepada perilaku konsumen mahasiswa, berlandaskan hasil penelitian yang sudah dilaksanakan. Semakin banyak mahasiswa memanfaatkan *Shopee Paylater*, maka semakin banyak pula mahasiswa yang memakainya guna memenuhi kebutuhan dan keinginannya. Meskipun tidak terlalu mempunyai pengaruh, literasi keuangan memberikan dampak negatif kepada keputusan pembelian mahasiswa. Hubungan antara pemakaian *Shopee Paylater* dengan perilaku konsumen mahasiswa diperkuat oleh perspektif ekonomi Islam lewat metode akad ijarah, sedangkan hubungan antara literasi keuangan dengan perilaku konsumen mahasiswa diperlemah.

Berlandaskan hasil tersebut peneliti selanjutnya diharapkan bisa menambahkan variabel lain seperti gaya hidup, kontrol diri, dan *impulsive buying* guna memperoleh hasil yang lebih komprehensif. Selain itu disarankan juga memperluas objek penelitian agar tidak hanya terbatas pada mahasiswa dan memakai pendekatan kualitatif agar bisa menggali lebih pada pemahaman individu kepada prinsip ekonomi Islam pada pemakaian layanan keuangan digital.

Daftar Pustaka

- Arwin, A., Yuliana, Y., Weny, W., Lo, C., Kuan, J., Perusahaan, M., Cendana, P., Utara, S., Internasional, M. P., Cendana, P., & Utara, S. (2022). *Jurnal E-Bis : Ekonomi-Bisnis Analisis Niat Konsumen dalam menggunakan QRIS Dengan Pendekatan Theory of Planned Behavior (TPB) mendorong Bank Indonesia menerbitkan Quick Response Code Indonesian Standard ataupun yang*. 6(2), 680–690.
- Bakar, A. (2020). *Prinsip Ekonomi Islam di Indonesia pada Pergulatan Ekonomi Milenial*.
- Fajrussalam, H., Hartiani, D., Anggraeni, D., Malida, I., Merliana, N., Ropiah, R. L., Indonesia, U. P., & Purwakarta, K. (2022). *Analisis pembayaran paylater pada aplikasi shopee menurut perspektif islam*. 6(2), 265–290.
- Haiqal, M. R. (2024). *Pengaruh literasi keuangan dan gaya hidup terhadap minat mahasiswa menggunakan paylater (studi pada mahasiswa universitas muhammadiyah sorong) 1*. *Bahtiar* 2020, 413–427.
- Hamdi, B. (2022). *Prinsip dan Etika Konsumsi Islam (Tinjauan Maqashid Syariah)*. 23(1), 1–15.
- Hardiati, N., & Kusmawati, T. (2024). *Akad Ijarah pada Perspektif Fuqaha dan Relevansinya terhadap Perkembangan Ekonomi*. 1(April), 187–196.
- Hariyani, R. (2022). *Urgensi Literasi Keuangan terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi Mahasiswa di Masa Pandemi COVID-19 di Indonesia*. 6(1), 46–54.
- Islami, F. (2023). *Pengaruh Penggunaan E-Money dan Sistem Pembayaran Shopee PayLater terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa FEBI UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi pada Perspektif Syari'ah*. 9(2), 339–344.
- Julita, E., B, I., & Yustati, H. (2022). *Pengaruh Penggunaan Shopee Paylater terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Muslim*. 8(03), 2953–2957.
- Miranda, Nurjanah, & Pospos, A. F. (2024). *Pengaruh Literasi Keuangan , Locus of Control Dan Sikap Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa*. 9(1), 36–52.
- Mujahidah, A. N. (2020). *Analisis Perilaku Konsumtif dan Penanganannya*.
- Mursalina, A., Hasanah, & Efriani. (2024). *Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pengguna Shopee Paylater Consumptive Behavior of Shopee Pay later User Students*. 5(1), 29–51.
- OJK, O. J. K. (2022). *Literasi Keuangan*.

- Piabang, C. R., Roslan, S., & Supiyah, R. (2023). *Perilaku Konsumtif Remaja pada Berbeanja Melalui Online Shop di Kelurahan Anduonohu Kecamatan Poasia Kota Kendari*. 10(2), 117–123.
- Pohan, M., Azhar, M. E., Purnama, N. I., & Jasin, H. (2022). *Model Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Swasta Di Kota Medan*. 6(April), 1498–1508.
- Ramadani, M. R., & Riska, C. W. (2023). *Al-Sharf Al-Sharf Jurnal Ekonomi Islam*. 4(2), 129–141.
- Umari, Z. F. (2023). *Sosialisasi Ijarah pada Hukum Islam*. 283–290.
- Wibowo, S. N., & Adinugraha, H. H. (2024). *Analisis Sistem Paylater terhadap Perilaku Impulse Buying Mahasiswa pada Era Digital Menurut Perspektif Islam*. 6(1), 55–62.
- Widiawati, L., Yasin, F. H., Munandar, A., Studi, P., Akuntansi, M., & Unggul, U. E. (2024). *The importance of credit risk management in buy now pay later (bnpl) schemes*. 7, 10014–10020.
- Yuspira, P., Pane, S. G., Studi, P., Pembangunan, E., Sains, F. S., Pembangunan, U., Budi, P., Medan, K., Utara, P. S., & Pane, S. G. (2024). *Pengaruh Penggunaan Shopee Paylater terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa*. 2(1), 31–43.