

Pengaruh Religiusitas, Literasi Keuangan Syariah, dan Persepsi Manfaat Terhadap Penggunaan Shopee Paylater (Studi Kasus pada Mahasiswa FAI Universitas Pamulang)

¹Mela, ²Maria Ulfa

^{1,2}Universitas Pamulang, Indonesia

Email: mellameng1710@gmail.com, dosen02806@unpam.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh religiusitas, literasi keuangan syariah, dan persepsi manfaat terhadap penggunaan Shopee PayLater pada mahasiswa Fakultas Agama Islam Universitas Pamulang. Meningkatnya penggunaan layanan *Buy Now Pay Later* (BNPL) di kalangan mahasiswa menjadi fenomena penting untuk dikaji dalam perspektif ekonomi syariah, khususnya berkaitan dengan pemahaman keagamaan, kemampuan mengelola keuangan syariah, dan persepsi terhadap manfaat layanan digital. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Populasi penelitian adalah mahasiswa Fakultas Agama Islam Universitas Pamulang yang menggunakan Shopee PayLater, dengan sampel sebanyak 100 responden yang ditentukan melalui teknik *purposive sampling*. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner berskala Likert dan dianalisis dengan IBM SPSS Statistics melalui uji validitas, reliabilitas, asumsi klasik, regresi linier berganda, koefisien determinasi (R^2), uji t, dan uji F. Hasil penelitian menunjukkan bahwa religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan Shopee PayLater, sedangkan literasi keuangan syariah tidak berpengaruh signifikan. Persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan Shopee PayLater. Secara simultan, ketiga variabel berpengaruh signifikan terhadap penggunaan Shopee PayLater. Temuan ini menunjukkan bahwa perilaku mahasiswa lebih berkaitan dengan religiusitas dan manfaat yang dirasakan dibandingkan tingkat literasi keuangan syariah.

Kata Kunci: Religiusitas, Literasi Keuangan Syariah, Persepsi Manfaat, Shopee PayLater, Mahasiswa

Abstract

This study aims to analyze the influence of religiosity, Islamic financial literacy, and perceived benefits on the use of Shopee PayLater among students of the Faculty of Islamic Studies at Universitas Pamulang. The increasing use of Buy Now Pay Later (BNPL) services among students represents an important phenomenon to examine from an Islamic economic perspective, particularly regarding religious understanding, Islamic financial management skills, and perceptions of the benefits of digital financial services. This study employed a quantitative approach using a survey method. The population consisted of students of the Faculty of Islamic Studies at Universitas Pamulang who use Shopee PayLater, with 100 respondents selected through purposive sampling. Data were collected using a Likert-scale questionnaire and analyzed using IBM SPSS Statistics through validity, reliability, classical assumption, multiple linear regression, coefficient of determination (R^2), t-test, and F-test analyses. The results show that religiosity has a positive and significant effect on Shopee PayLater usage, while Islamic financial literacy has no significant effect. Perceived benefits have a positive and significant effect on Shopee PayLater usage. Simultaneously, the three variables significantly influence Shopee PayLater usage. These findings indicate that students' usage behavior is more closely associated with religiosity and perceived benefits than with their level of Islamic financial literacy.

Keywords: Religiosity, Islamic Financial Literacy, Perceived Benefits, Shopee PayLater, Students

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan signifikan dalam pola aktivitas ekonomi masyarakat, termasuk dalam cara individu memenuhi kebutuhan, melakukan transaksi, serta mengakses layanan keuangan. Perdagangan elektronik (*e-commerce*) berkembang menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari melalui kemudahan akses, kecepatan transaksi, variasi produk, dan integrasi layanan pembayaran digital. Perubahan tersebut melahirkan berbagai inovasi finansial berbasis teknologi (*financial technology/fintech*) yang memungkinkan masyarakat melakukan pembayaran dan pembiayaan secara lebih praktis. Transformasi digital tersebut memberikan manfaat dari sisi efisiensi, tetapi pada saat yang sama menghadirkan persoalan baru berkaitan dengan perilaku konsumsi, pengelolaan keuangan, serta kesadaran terhadap risiko transaksi keuangan (Afif & Indrarini, 2024).

Generasi muda merupakan kelompok yang memiliki keterikatan kuat dengan perkembangan teknologi digital. Intensitas penggunaan media sosial, *e-commerce*, dan layanan keuangan digital menjadikan kelompok ini sangat mudah terhubung dengan berbagai penawaran produk dan layanan. Pola konsumsi generasi muda tidak lagi hanya dipengaruhi oleh kebutuhan fungsional, tetapi juga oleh tren, gaya hidup, promosi digital, rekomendasi *influencer*, serta dorongan untuk mengikuti perkembangan lingkungan sosial. Kondisi tersebut dapat menciptakan kecenderungan pembelian impulsif ketika kemudahan transaksi tidak diimbangi dengan kemampuan mengendalikan kebutuhan dan kemampuan finansial. Fenomena *fear of missing out* (FOMO) turut memperkuat dorongan untuk mengikuti tren konsumsi yang berkembang di ruang digital (Serenade et al., 2024).

Shopee PayLater menjadi salah satu bentuk layanan *Buy Now Pay Later* (BNPL) yang menawarkan kemudahan transaksi dengan mekanisme pembelian barang atau jasa terlebih dahulu dan pembayaran dilakukan kemudian sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Kehadiran layanan tersebut

memberikan alternatif pembiayaan yang praktis bagi pengguna *e-commerce*, termasuk mahasiswa. Kemudahan aktivasi, proses transaksi yang terintegrasi dengan platform belanja, pilihan pembayaran secara berkala, serta berbagai program promosi dapat meningkatkan daya tarik layanan. Kemudahan tersebut sekaligus dapat menurunkan hambatan psikologis dalam melakukan pembelian karena konsumen tidak harus menyediakan dana secara penuh pada saat transaksi dilakukan (Gerrans et al., 2022).

Persoalan penggunaan *paylater* menjadi semakin penting ketika ditempatkan dalam perspektif ekonomi syariah. Transaksi keuangan dalam Islam tidak hanya dinilai berdasarkan aspek kemudahan dan manfaat ekonomi, tetapi juga berdasarkan kesesuaian akad, kejelasan transaksi, keadilan, serta terbebas dari unsur yang dilarang syariat. Pemahaman terhadap prinsip-prinsip tersebut menjadi penting bagi mahasiswa Fakultas Agama Islam karena lingkungan akademik keislaman secara ideal membentuk kemampuan mahasiswa dalam memahami dan mempertimbangkan aspek normatif dalam aktivitas ekonomi. Penggunaan layanan keuangan digital dalam kehidupan sehari-hari menjadi ruang aktual untuk melihat sejauh mana nilai-nilai keislaman dan pengetahuan keuangan syariah benar-benar tercermin dalam perilaku finansial mahasiswa (Marheni et al., 2025).

Religiusitas menjadi salah satu faktor yang secara teoritis dapat memengaruhi perilaku keuangan seseorang. Religiusitas tidak hanya berkaitan dengan intensitas pelaksanaan ibadah, tetapi juga mencakup sejauh mana nilai-nilai agama diinternalisasi dan dijadikan pedoman dalam menentukan pilihan kehidupan. Dalam aktivitas ekonomi, religiusitas dapat membentuk pertimbangan moral ketika seseorang menentukan produk keuangan yang digunakan. Individu dengan tingkat religiusitas yang tinggi secara teoritis memiliki kecenderungan lebih kuat untuk mempertimbangkan ketentuan agama dalam aktivitas ekonominya. Penggunaan Shopee PayLater menjadi menarik untuk dikaji karena keputusan menggunakan layanan tersebut dapat memperlihatkan bagaimana nilai keagamaan berinteraksi

dengan kebutuhan praktis dan perkembangan teknologi finansial (Hegawan et al., 2023).

Literasi keuangan syariah memiliki posisi penting dalam menjelaskan perilaku penggunaan layanan keuangan digital. Literasi keuangan syariah mencakup pengetahuan, pemahaman, dan kemampuan individu dalam mengelola keuangan berdasarkan prinsip-prinsip syariah. Mahasiswa yang memiliki literasi keuangan syariah yang baik diharapkan mampu memahami karakteristik produk keuangan, konsekuensi transaksi, biaya yang timbul, serta aspek kesesuaian syariah sebelum mengambil keputusan finansial. Pengetahuan tersebut secara ideal dapat mendorong perilaku keuangan yang lebih rasional dan berhati-hati. Realitas penggunaan layanan *paylater* dapat memperlihatkan apakah pengetahuan keuangan syariah benar-benar diterjemahkan menjadi perilaku dalam kehidupan sehari-hari (Nurhidayah et al., 2025).

Persepsi manfaat merupakan faktor lain yang relevan dalam menjelaskan penggunaan Shopee PayLater. Persepsi manfaat menggambarkan sejauh mana seseorang meyakini bahwa penggunaan suatu teknologi atau layanan dapat memberikan keuntungan dalam menyelesaikan kebutuhan secara lebih efektif dan efisien. Konsep tersebut memiliki keterkaitan dengan Technology Acceptance Model (TAM) yang menempatkan *perceived usefulness* sebagai salah satu determinan penting penerimaan teknologi. Layanan yang dianggap mampu memberikan kemudahan, menghemat waktu, membantu memenuhi kebutuhan, dan memberikan fleksibilitas pembayaran cenderung lebih mudah diterima oleh pengguna. Karakteristik Shopee PayLater yang terintegrasi langsung dengan aktivitas belanja online menjadikan persepsi manfaat sebagai faktor yang penting untuk diuji (Octaviana et al., 2024).

Perspektif Theory of Planned Behavior (TPB) juga memberikan landasan teoritis untuk memahami keputusan penggunaan layanan keuangan digital. Ajzen menjelaskan bahwa perilaku individu berkaitan dengan niat

yang terbentuk melalui sikap terhadap perilaku, norma subjektif, dan *perceived behavioral control*. Dalam konteks penggunaan Shopee PayLater, religiusitas dan literasi keuangan syariah dapat membentuk keyakinan serta evaluasi individu terhadap suatu perilaku finansial, sedangkan persepsi manfaat dapat memengaruhi penilaian terhadap keuntungan yang diperoleh dari penggunaan layanan. Interaksi berbagai faktor tersebut dapat membentuk kecenderungan mahasiswa untuk menerima atau menggunakan layanan *paylater* (Rahmani et al., 2023).

Konteks mahasiswa Fakultas Agama Islam Universitas Pamulang memberikan karakteristik penelitian yang menarik. Mahasiswa FAI memperoleh pembelajaran yang berkaitan dengan Islam, ekonomi, hukum, dan kehidupan sosial sehingga secara akademik memiliki peluang memperoleh pemahaman mengenai prinsip-prinsip muamalah dan keuangan syariah. Kondisi tersebut menimbulkan pertanyaan akademik mengenai hubungan antara pengetahuan dan nilai keagamaan dengan perilaku penggunaan layanan finansial digital. Tingginya pemahaman keislaman tidak secara otomatis menjamin bahwa seluruh keputusan ekonomi mahasiswa terbebas dari pertimbangan praktis, kebutuhan konsumsi, maupun daya tarik teknologi.

Fenomena tersebut menunjukkan adanya potensi kesenjangan antara pengetahuan normatif dan perilaku aktual. Mahasiswa dapat memahami prinsip keuangan syariah dalam ruang akademik, tetapi tetap menggunakan layanan *paylater* karena mempertimbangkan kemudahan, manfaat, fleksibilitas, atau kebutuhan tertentu. Kondisi tersebut tidak cukup dijelaskan hanya melalui tingkat literasi keuangan syariah. Faktor psikologis berupa persepsi manfaat dan faktor nilai berupa religiusitas perlu ditempatkan secara bersamaan untuk memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai perilaku penggunaan Shopee PayLater (Resky et al., 2025).

Penelitian terdahulu mengenai Generasi Z dan layanan keuangan syariah menunjukkan bahwa perilaku finansial dipengaruhi oleh berbagai

faktor, seperti religiusitas, literasi keuangan, kepercayaan, sikap, serta persepsi terhadap manfaat suatu layanan. Penelitian mengenai niat menabung Generasi Z di bank syariah juga menunjukkan pentingnya aspek pengetahuan dan religiusitas dalam pembentukan perilaku finansial. Kajian tersebut memberikan dasar bahwa karakteristik nilai keagamaan dan kemampuan memahami aspek keuangan memiliki relevansi terhadap keputusan finansial generasi muda. Ruang penelitian mengenai hubungan ketiga faktor tersebut dengan penggunaan Shopee PayLater pada mahasiswa Fakultas Agama Islam masih menarik untuk dikembangkan karena objek layanan yang digunakan berbeda dengan produk tabungan syariah (Serenade et al., 2024).

Research gap penelitian ini terletak pada perbedaan antara konteks pendidikan keislaman responden dan pilihan terhadap layanan keuangan digital berbasis kredit konsumtif. Sebagian penelitian sebelumnya lebih banyak mengkaji faktor-faktor yang memengaruhi minat menabung atau penggunaan bank syariah, sementara kajian yang secara khusus menguji religiusitas, literasi keuangan syariah, dan persepsi manfaat secara simultan terhadap penggunaan Shopee PayLater pada mahasiswa FAI masih relatif terbatas. Penelitian ini berupaya mengisi ruang tersebut dengan menempatkan mahasiswa Fakultas Agama Islam sebagai kelompok yang memiliki karakteristik religius dan akademik yang spesifik (Widodo & Haq, 2024).

Urgensi penelitian semakin kuat karena penggunaan *paylater* tidak hanya berkaitan dengan keputusan konsumsi, tetapi juga berkaitan dengan kemampuan individu dalam mengendalikan keuangan, memahami konsekuensi pembiayaan, dan mempertimbangkan prinsip syariah. Hasil penelitian diharapkan mampu memberikan gambaran empiris mengenai faktor yang lebih kuat dalam mendorong penggunaan Shopee PayLater di kalangan mahasiswa FAI. Temuan tersebut juga dapat menjadi bahan evaluasi bagi mahasiswa dalam meningkatkan kesadaran finansial, bagi perguruan tinggi dalam memperkuat pendidikan literasi keuangan syariah yang aplikatif,

serta bagi peneliti dalam mengembangkan kajian perilaku keuangan generasi muda dalam ekosistem digital.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh religiusitas, literasi keuangan syariah, dan persepsi manfaat terhadap penggunaan Shopee PayLater pada mahasiswa Fakultas Agama Islam Universitas Pamulang. Penelitian ini secara khusus menguji pengaruh masing-masing variabel secara parsial serta pengaruh ketiganya secara simultan. Hasil penelitian diharapkan dapat memperkaya kajian ekonomi syariah, khususnya mengenai perilaku keuangan mahasiswa dalam menghadapi perkembangan teknologi finansial dan layanan *Buy Now Pay Later* (BNPL).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei untuk menguji secara empiris pengaruh religiusitas, literasi keuangan syariah, dan persepsi manfaat terhadap penggunaan Shopee PayLater. Penelitian dilaksanakan di Fakultas Agama Islam (FAI) Universitas Pamulang dengan objek penelitian mahasiswa aktif angkatan 2022, 2023, 2024, dan 2025 yang pernah atau sedang menggunakan Shopee PayLater. Populasi penelitian berjumlah 2.122 mahasiswa. Sampel ditentukan menggunakan teknik purposive sampling, dengan kriteria responden merupakan mahasiswa aktif FAI Universitas Pamulang, pernah atau sedang menggunakan Shopee PayLater, serta bersedia berpartisipasi dalam penelitian. Penentuan jumlah sampel menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan (*margin of error*) sebesar 10%, sehingga diperoleh 100 responden. Pemilihan responden secara purposif dilakukan agar data yang diperoleh benar-benar berasal dari individu yang memiliki pengalaman langsung dengan objek penelitian, sehingga mampu memberikan informasi yang relevan mengenai faktor-faktor yang berkaitan dengan penggunaan Shopee PayLater (Zein & Sartika, 2025).

Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner tertutup menggunakan skala Likert lima tingkat, yaitu 1 = sangat tidak setuju hingga 5 = sangat setuju.

Instrumen penelitian disusun berdasarkan indikator masing-masing variabel, meliputi religiusitas (X1), literasi keuangan syariah (X2), persepsi manfaat (X3), dan penggunaan Shopee PayLater (Y). Data yang terkumpul dianalisis menggunakan IBM SPSS Statistics melalui beberapa tahapan, yaitu analisis statistik deskriptif, uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik yang meliputi normalitas, multikolinearitas, autokorelasi, dan heteroskedastisitas, serta analisis regresi linier berganda. Pengujian hipotesis dilakukan melalui uji t untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen secara parsial, uji F untuk mengetahui pengaruh ketiga variabel secara simultan, serta koefisien determinasi (R^2) untuk mengukur kemampuan model dalam menjelaskan variasi penggunaan Shopee PayLater. Rangkaian analisis tersebut digunakan untuk memperoleh bukti empiris yang objektif mengenai hubungan antara faktor keagamaan, kemampuan memahami keuangan syariah, dan persepsi manfaat dengan perilaku penggunaan layanan *Buy Now Pay Later* pada mahasiswa Fakultas Agama Islam (Serenade et al., 2024).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Operasional Variabel

Penelitian ini mengkaji penggunaan Shopee PayLater melalui tiga variabel independen, yaitu religiusitas, literasi keuangan syariah, dan persepsi manfaat. Masing-masing variabel dioperasionalkan berdasarkan indikator yang merepresentasikan karakteristik konstruk yang diteliti. Operasionalisasi variabel diperlukan untuk memastikan bahwa konsep yang bersifat abstrak dapat diukur secara empiris melalui persepsi dan pengalaman responden.

Variabel	Definisi Operasional	Indikator Utama
Religiusitas (X1)	Tingkat penghayatan, keyakinan, dan ketaatan seseorang dalam meyakini serta menjalankan ajaran agamanya.	Dimensi Keyakinan, Dimensi Ibadah, Dimensi Amal, Dimensi Penghayatan, Dimensi Pengetahuan
Literasi Keuangan Syariah (X2)	Kemampuan dan pemahaman individu dalam mengelola keuangan berdasarkan prinsip-prinsip syariah Islam.	Pengetahuan, Kemampuan, Sikap, Perilaku, Kepercayaan Diri

Persepsi Manfaat (X3)	Sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan meningkatkan kinerja dan efisiensi dalam memenuhi kebutuhannya.	Kemudahan (<i>Becomes Easier</i>), Produktivitas (<i>Increase Productivity</i>), Efektivitas (<i>Enhance Effectiveness</i>), Peningkatan Kinerja
Penggunaan Shopee PayLater (Y)	Proses dan tindakan individu dalam memilih, memperoleh, dan menggunakan fitur pembayaran Shopee PayLater.	Kemantapan Produk, Kebiasaan Penggunaan, Keuntungan Tambahan, Efisiensi Transaksi

Pengukuran tersebut menunjukkan bahwa penggunaan Shopee PayLater tidak hanya dilihat sebagai tindakan transaksi, tetapi sebagai perilaku yang terbentuk melalui interaksi antara faktor nilai keagamaan, kapasitas pengetahuan keuangan, dan evaluasi terhadap manfaat teknologi. Perspektif tersebut penting karena keputusan menggunakan layanan *paylater* merupakan perilaku ekonomi yang tidak sepenuhnya dapat dijelaskan hanya melalui pertimbangan rasional, tetapi juga berkaitan dengan nilai, persepsi, pengalaman, dan kebutuhan individu.

Hasil Analisis Regresi Linier Berganda dan Uji Hipotesis

Berdasarkan pengolahan data kuesioner terhadap 100 responden mahasiswa Fakultas Agama Islam Universitas Pamulang menggunakan IBM SPSS Statistics, diperoleh hasil pengujian regresi linier berganda dan hipotesis sebagai berikut.

Variabel / Pengujian	Koefisien / Value	Signifikansi (Sig.)	Keterangan
Religiusitas (X1)	$t_{hitung} > t_{tabel}$	Sig. < 0,05	Berpengaruh Positif & Signifikan (H1 Diterima)
Literasi Keuangan Syariah (X2)	$t_{hitung} < t_{tabel}$	Sig. > 0,05	Tidak Berpengaruh Signifikan (H2 Ditolak)
Persepsi Manfaat (X3)	$t_{hitung} > t_{tabel}$	Sig. < 0,05	Berpengaruh Positif & Signifikan (H3 Diterima)
Uji Simultan (Uji F)	$F_{hitung} > F_{tabel}$	Sig. < 0,05	Secara Simultan Berpengaruh Signifikan (H4 Diterima)

Hasil pengujian menunjukkan adanya pola yang menarik. Religiusitas dan persepsi manfaat terbukti berpengaruh positif dan signifikan, sedangkan literasi keuangan syariah tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan secara parsial. Temuan tersebut menunjukkan bahwa perilaku penggunaan Shopee

PayLater pada mahasiswa FAI tidak semata-mata ditentukan oleh seberapa tinggi pengetahuan mereka mengenai keuangan syariah. Faktor nilai keagamaan dan penilaian terhadap manfaat praktis layanan justru menunjukkan hubungan yang lebih nyata dengan perilaku penggunaan. Hasil uji simultan menunjukkan bahwa religiusitas, literasi keuangan syariah, dan persepsi manfaat secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap penggunaan Shopee PayLater. Temuan ini memperlihatkan bahwa ketiga variabel tersebut tetap memiliki relevansi ketika ditempatkan dalam satu model penelitian, meskipun kontribusi masing-masing variabel secara individual tidak sama.

Religiusitas terhadap Penggunaan Shopee PayLater

Hasil penelitian menunjukkan bahwa religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan Shopee PayLater pada mahasiswa Fakultas Agama Islam Universitas Pamulang. Temuan ini menunjukkan bahwa tingkat religiusitas tidak secara otomatis membuat mahasiswa menghindari layanan *paylater*. Nilai keagamaan dapat berjalan berdampingan dengan kebutuhan praktis, perkembangan teknologi, serta pertimbangan dalam memenuhi kebutuhan finansial (Kharisma et al., 2025).

Temuan tersebut dapat dijelaskan melalui Theory of Planned Behavior (TPB) yang menempatkan keyakinan, sikap, norma subjektif, dan persepsi kontrol sebagai faktor pembentuk niat perilaku. Religiusitas dapat memengaruhi cara mahasiswa mengevaluasi penggunaan layanan keuangan digital, tetapi tidak selalu menentukan keputusan penggunaan secara mutlak. Kondisi ini menunjukkan adanya kemungkinan religiosity-behavior gap, yaitu perbedaan antara nilai agama yang diyakini dengan penerapannya dalam keputusan ekonomi (Hegawan et al., 2023).

Implikasinya, pendidikan ekonomi syariah perlu diarahkan tidak hanya pada pemahaman konsep halal, haram, riba, dan akad, tetapi juga pada kemampuan menerapkan prinsip tersebut dalam menghadapi produk keuangan digital. Mahasiswa perlu memiliki kemampuan mengevaluasi akad,

biaya, risiko, serta kesesuaian layanan *paylater* dengan prinsip syariah sebelum menggunakannya.

Literasi Keuangan Syariah terhadap Penggunaan Shopee PayLater

Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan syariah tidak berpengaruh signifikan terhadap penggunaan Shopee PayLater. Temuan ini menunjukkan bahwa pengetahuan mahasiswa mengenai prinsip keuangan syariah belum secara langsung menentukan keputusan mereka dalam menggunakan layanan *paylater*. Mahasiswa yang memiliki pemahaman keuangan syariah tinggi tetap dapat menggunakan layanan tersebut karena adanya kebutuhan, keterbatasan dana, kemudahan transaksi, atau pertimbangan praktis lainnya.

Temuan ini menunjukkan adanya kesenjangan antara pengetahuan dan perilaku (*knowledge-behavior gap*). Dalam perspektif Theory of Planned Behavior (TPB), pengetahuan tidak secara otomatis menghasilkan perilaku karena keputusan juga dipengaruhi oleh sikap, norma, persepsi kontrol, dan kondisi yang dihadapi individu. Literasi keuangan syariah membantu mahasiswa memahami risiko dan prinsip transaksi, tetapi keputusan penggunaan tetap dipengaruhi oleh faktor lain, terutama manfaat yang dirasakan (Aina & Chalid, 2023).

Hasil ini menegaskan bahwa literasi keuangan syariah perlu dikembangkan secara aplikatif, bukan hanya melalui pemahaman teori. Mahasiswa perlu dibekali kemampuan menganalisis akad, biaya, risiko, dan konsekuensi penggunaan *paylater* agar pengetahuan yang dimiliki dapat benar-benar menjadi dasar dalam mengambil keputusan keuangan yang sesuai dengan prinsip syariah.

Persepsi Manfaat terhadap Penggunaan Shopee PayLater

Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan Shopee PayLater. Semakin besar manfaat yang dirasakan, semakin tinggi kecenderungan mahasiswa menggunakan layanan tersebut. Kemudahan transaksi, efisiensi waktu,

fleksibilitas pembayaran, serta integrasi dengan platform Shopee menjadi faktor yang membentuk persepsi positif terhadap layanan *paylater* (Ardiansyah & Sa'diyah, 2026).

Temuan ini sejalan dengan Technology Acceptance Model (TAM) Davis yang menjelaskan bahwa *perceived usefulness* menjadi faktor penting dalam penerimaan teknologi. Ketika mahasiswa menilai Shopee PayLater mampu memberikan kemudahan dan manfaat praktis, kecenderungan untuk menggunakannya semakin tinggi. Perspektif Theory of Planned Behavior (TPB) juga memperkuat temuan bahwa persepsi manfaat dapat membentuk sikap positif yang kemudian mendorong niat dan perilaku penggunaan (Afif & Indrarini, 2024).

Dalam konteks mahasiswa FAI, hasil ini menunjukkan bahwa keputusan menggunakan layanan keuangan digital tidak hanya dipengaruhi pertimbangan syariah, tetapi juga manfaat, kenyamanan, dan efisiensi teknologi. Karena itu, edukasi keuangan syariah perlu membekali mahasiswa dengan kemampuan menilai manfaat sekaligus risiko dan konsekuensi jangka panjang sebelum menggunakan layanan *paylater*.

Pengaruh Religiusitas, Literasi Keuangan Syariah, dan Persepsi Manfaat secara Simultan

Hasil uji simultan menunjukkan bahwa religiusitas, literasi keuangan syariah, dan persepsi manfaat secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap penggunaan Shopee PayLater. Hasil tersebut menunjukkan bahwa perilaku penggunaan layanan *paylater* merupakan fenomena yang multidimensional. Keputusan mahasiswa tidak dapat dijelaskan hanya berdasarkan satu aspek, melainkan merupakan hasil interaksi antara faktor nilai, pengetahuan, dan persepsi terhadap manfaat teknologi. Temuan tersebut memperkuat pendekatan perilaku yang melihat keputusan individu sebagai hasil interaksi antara faktor internal dan eksternal. Religiusitas merepresentasikan dimensi nilai dan keyakinan; literasi keuangan syariah merepresentasikan kapasitas kognitif; sedangkan persepsi manfaat

merepresentasikan evaluasi fungsional terhadap teknologi. Ketiga dimensi tersebut memberikan perspektif yang lebih utuh dalam memahami perilaku penggunaan Shopee PayLater (Furqan et al., 2025).

Menariknya, hasil parsial menunjukkan bahwa literasi keuangan syariah tidak signifikan, sedangkan religiusitas dan persepsi manfaat signifikan. Kondisi tersebut mengindikasikan bahwa memiliki pengetahuan tentang keuangan syariah belum tentu menjadi faktor yang secara langsung menentukan perilaku penggunaan. Nilai keagamaan yang dihayati serta manfaat yang dirasakan justru memiliki hubungan yang lebih nyata dengan perilaku aktual mahasiswa dalam penelitian ini. Hasil tersebut memberikan kontribusi teoritis bahwa penerapan TPB dalam konteks layanan *paylater* syariah perlu memperhatikan faktor-faktor yang berada di luar konstruk utama teori. Religiusitas dapat berperan sebagai faktor nilai yang membentuk keyakinan dan sikap, sedangkan persepsi manfaat dapat menjadi faktor evaluatif yang memengaruhi penerimaan teknologi. Literasi keuangan syariah dapat berfungsi sebagai sumber pengetahuan, tetapi pengaruhnya terhadap perilaku membutuhkan proses internalisasi yang lebih panjang (Gerrans et al., 2022).

Secara praktis, hasil penelitian menunjukkan perlunya pendekatan edukasi keuangan syariah yang lebih kontekstual. Mahasiswa tidak hanya membutuhkan pengetahuan mengenai prinsip muamalah, tetapi juga membutuhkan kemampuan menerapkan pengetahuan tersebut ketika menghadapi berbagai layanan finansial digital. Pendidikan ekonomi syariah perlu menghubungkan teori dengan praktik melalui studi kasus *paylater*, simulasi transaksi, analisis akad, evaluasi biaya, serta pengukuran kemampuan membayar. Secara lebih luas, penelitian ini menunjukkan bahwa perkembangan teknologi keuangan telah mengubah cara mahasiswa mengambil keputusan ekonomi. Kemudahan teknologi dapat mempercepat keputusan, sedangkan religiusitas dan literasi keuangan menjadi instrumen yang seharusnya memberikan arah terhadap keputusan tersebut. Tantangan

utama pendidikan ekonomi syariah bukan sekadar meningkatkan pengetahuan mahasiswa, tetapi memastikan pengetahuan tersebut mampu menjadi pertimbangan nyata dalam perilaku finansial sehari-hari.

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan Shopee PayLater pada mahasiswa Fakultas Agama Islam Universitas Pamulang dipengaruhi oleh kombinasi faktor internal dan pertimbangan fungsional. Secara parsial, religiusitas berpengaruh positif dan signifikan, sedangkan literasi keuangan syariah tidak berpengaruh signifikan terhadap penggunaan Shopee PayLater. Persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan, yang menunjukkan bahwa pertimbangan terhadap manfaat layanan memiliki keterkaitan yang kuat dengan perilaku penggunaan. Secara simultan, religiusitas, literasi keuangan syariah, dan persepsi manfaat berpengaruh signifikan terhadap penggunaan Shopee PayLater.

Temuan tersebut memperlihatkan bahwa perilaku keuangan mahasiswa dalam lingkungan digital merupakan fenomena yang kompleks dan tidak sepenuhnya ditentukan oleh tingkat pengetahuan keuangan syariah. Nilai keagamaan dan penilaian terhadap manfaat layanan turut menjadi bagian penting dalam pembentukan keputusan penggunaan. Hasil penelitian ini menegaskan pentingnya penguatan literasi keuangan syariah yang bersifat aplikatif, sehingga pemahaman mahasiswa tidak berhenti pada aspek konseptual, tetapi mampu menjadi dasar dalam mengevaluasi risiko, konsekuensi, dan kesesuaian setiap layanan keuangan digital dengan prinsip syariah.

DAFTAR PUSTAKA

Aina, Q., & Chalid, D. A. (2023). The role of financial literacy and religiosity in the BNPL misuse: The case of Indonesia's generations Y and Z. *International Journal of*

- Islamic Economics and Finance Research*, 10(1).
<https://doi.org/10.33102/iiecons.v10i1.87>
- Afif, Z. T., & Indrarini, R. (2024). Pengaruh literasi keuangan syariah, manfaat, dan risiko terhadap minat menggunakan Shopee PayLater pada mahasiswa Surabaya. *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam*, 7(3), 60–75.
<https://doi.org/10.26740/jekobi.v7n3.p60-75>
- Ardiansyah, R. F., & Sa'diyah, M. (2026). The influence of perceived ease, Islamic lifestyle, and religiosity on the consumptive behavior Buy Now Pay Later users of Generation Z in Jepara. *Al-Kharaj: Journal of Islamic Economic and Business*, 8(1). <https://doi.org/10.24256/kharaj.v8i1.9568>
- Furqan, F., Pangaribuan, C. H., Tjhin, S., & Luhur, C. (2025). Buy now, pray later? Demystifying unrestrained spending in the age of BNPL. *Jurnal Siasat Bisnis*, 29(1), 15–26. <https://doi.org/10.20885/jsb.vol29.iss1.art2>
- Gerrans, P., Baur, D. G., & Lavagna-Slater, S. (2022). Fintech and responsibility: Buy-now-pay-later arrangements. *Australian Journal of Management*, 47(3), 474–502. <https://doi.org/10.1177/03128962211032448>
- Hegawan, C. I. P., Faustine, T. M., Wijayanti, S., & Manaf, P. A. (2023). Exploring the influence of perceived usefulness and value of PayLater/BNPL on satisfaction, impulsive buying, and post-purchase intention. *International Journal of Emerging Trends in Social Sciences*, 15(1), 1–12.
<https://doi.org/10.55217/103.v15i1.667>
- Kharisma, F. N., Astriani, D., & Sujaya, F. A. (2025). The influence of students' spirituality and religiosity on the use of Shopee PayLater facilities with usury as a moderating variable. *International Journal of Management, Economic, Business and Accounting*, 3(2), 66–83.
<https://doi.org/10.58468/ijmeba.v3i2.109>
- Marheni, D. K., Widiyanti, R., Haryanto, H., & Cruz II, R. B. (2025). Financial literacy, financial parenting, and riba awareness: Drivers of BNPL use among Muslim youth. *Jurnal REKSA: Rekayasa Keuangan, Syariah dan Audit*, 12(2).
<https://doi.org/10.12928/jreksa.v12i2.13777>
- Nurhidayah, N., Muchlis, S., & Bin Sapa, N. (2025). The effect of Sharia financial literacy and risk perception on the intention to use Shopee PayLater in Generation Z with religiosity as a moderating variable. *Indonesian Interdisciplinary Journal*

- of Sharia Economics*, 8(3), 9883–9894.
<https://doi.org/10.31538/ijse.v8i3.7806>
- Octaviana, F., Dewi, F. R., & Hidayati, N. (2024). Financial literacy, risk perception, and PayLater adoption: A TPB analysis. *Jurnal Aplikasi Bisnis dan Manajemen*, 10(2), 491. <https://doi.org/10.17358/jabm.10.2.491>
- Rahmani, S., Mukhsin, M., & Fakhruddin, M. (2023). Pengaruh religiositas, prinsip konsumsi, dan gaya hidup Islami terhadap keputusan pembelian menggunakan Shopee PayLater. *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam*, 6(1), 32–43. <https://doi.org/10.26740/jekobi.v6n1.p32-43>
- Resky, S. W. R., Wahab, A., & Muin, R. (2025). The influence of lifestyle, income, and financial literacy on religiosity and consumptive behavior among Generation Z. *LAA MAISYIR: Jurnal Ekonomi Islam*, 12(2), 341–363. <https://doi.org/10.24252/lamaisyir.v12i2.55235>
- Serenade, V., Gusniar, B., & Rahmasari, Y. (2024). Trend analysis: Consumer behavior towards the decision to use Shopee PayLater. *UPI YPTK Journal of Business and Economics*, 9(2), 14–20. <https://doi.org/10.35134/jbe.v9i2.260>
- Widodo, A. Z. Z., & Haq, F. (2024). Determinants of Shopee PayLater usage decisions with financial management behavior as a moderating variable. *Journal of Islamic Economic Scholar*, 5(2), 101–120. <https://doi.org/10.14421/jies.2024.5.2.101-120>
- Zein, A. Z., & Sartika, F. (2025). Financial literacy, consumptive behavior, and lifestyle on the use of Shopee PayLater with the moderating role of financial behavior. *Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics*, 8(2), 5910–5927. <https://doi.org/10.31538/ijse.v8i2.6017>