JIUBJ Jurnal Ilmiah
Universitas Batanghari Jambi
Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi 23, 1 (2023): 227-232
DOI: 10.33087/jiubj.v23i1.3168
http://ji.unbari.ac.id/index.php/ilmiah

Pengaruh Penggunaan Paylater terhadap Sikap Konsumtif Mahasiswa Universitas Jambi dalam Perspektif Ekonomi Islam

Ary Dean Amri, Allif Al Fattahillah, Chealsy Amanda, Hadiah Tri Marlia Putri, Nurul Adila, Pandu Syahrez Alkautsar
Program Studi Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Jambi
*Corresponde email: arydeanamry@unja.ac.id, allifalfattahillah2002@gmail.com, chealsyamanda@gmail.com, hadiahtrimarlia@gmail.com, nurul20adila@gmail.com, pandu.alkautsar02@gmail.com

Abstrak. Berdasarkan survei pendahuluan yang dilakukan peneliti terhadap 100 mahasiswa Fakultas Ekonomi dan bisnis Universitas Jambi dengan menggunakan kuesioner yang dibagikan secara online melalui Google Form, ditemukan 78 mahasiswa yang setuju bahwa paylater mempengaruhi sifat konsumtif. Dan hasil studi penelitian yang dilakukan peneliti juga menunjukkan bahwa 97 siswa menggunakan Shopee PayLater dengan slogan “bayar nanti dengan pembayaran dalam 3-6 bulan”. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Data yang digunakan adalah data primer dengan menyebarkan kuesioner kepada mahasiswa FEB Universitas Jambi secara online melalui Google form. Sampel sebanyak 100 orang dengan menggunakan rumus slovin yang diambil dengan metode random sampling dengan non probability sampling. Analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier sederhana yang diolah dengan SPSS versi 29. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel penggunaan sistem pembayaran Shopee PayLater bayar nanti berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumsi mahasiswa FEB Universitas Jambi. Dari perspektif bisnis syariah, sistem paylater sebenarnya adalah sistem paylater dengan menggunakan akad qardh atau nota pembayaran, di mana tidak bunga dan hanya admistrasi yang rasional hukumnya diperbolehkan.

Kata kunci: Paylater; Perilaku Konsumtif; Perspektif Ekonomi Islam; Shopee Paylater

Abstract. *Based on a preliminary survey conducted by researchers of 100 students of the Faculty of Economics and Business, University of Jambi using a questionnaire distributed online via Google Form, it was found that 78 students agreed that paylater affects consumptive behavior. And the results of a research study conducted by researchers also show that 97 students use Shopee PayLater with the slogan "pay later with payments in 3-6 months". This study uses a quantitative approach. The data used is primary data by distributing questionnaires to Jambi University FEB students online via the Google form. A sample of 100 people using the slovin formula was taken by random sampling method with non-probability sampling. The data analysis used was a simple linear regression analysis processed with SPSS version 29. The results of this study indicate that the variable use of the Shopee PayLater pay later payment system has a significant effect on the consumption behavior of Jambi University FEB students. From a sharia business perspective, the paylater system is actually a paylater system using a qardh contract or payment note, where no interest and only rational administration are legally permitted.*

Keywords: *Consumptive Behavior; Islamic Economic Perspective; Paylater; Shopee Paylater*

PENDAHULUAN

Berkembangnya ilmu pengetahuan dan teknologi, setiap orang pasti terhubung dengan dunia teknologi, jual beli dan melakukan segala macam aktivitas. Sebagai makhluk sosial, manusia harus memenuhi kebutuhannya sendiri. Kegiatan jual beli juga didorong oleh perkembangan teknis di era teknologi saat ini dengan menggunakan sistem yang diproduksi oleh vendor. Teknologi internet telah menjadi tumpuan hidup manusia, perkembangan teknologi internet dan digital serta data yang tidak terbatas telah membuat dunia menjadi tidak terbatas, menyebabkan terjadinya pergerakan hubungan. antara manusia dan mesin untuk berkembang.

Fitur PayLater menjadi salah satu tren yang belakangan ini diminati oleh kalangan milenial. Beberapa perusahaan aplikasi besar gencar mempromosikan fitur ini di platform mereka yang menawarkan fasilitas kredit tanpa kartu kredit. Bukan rahasia lagi kalau program PayLater memiliki sistem yang memiliki fitur dan manfaat yang sama persis dengan kartu kredit. Konsep dasar di balik fitur pembayaran modern ini adalah 'Beli Sekarang, Bayar Nanti'.

Masyarakat didorong untuk dapat memenuhi segala keinginan dan kebutuhannya seperti berbelanja dan jalan-jalan kesana kemari tanpa harus menunggu atau memiliki cukup uang karena kini telah hadir fungsi pembayaran kartu kredit digital PayLater. Dalam artian, fitur PayLater kini menjadi pilihan pembayaran yang disukai masyarakat (Safitri, 2022).

PayLater yang umum di situs e-commerce tidak membutuhkan kartu dalam bentuk fisik (Sari, 2020). PayLater adalah metode pembayaran, seperti kartu kredit, di mana perusahaan aplikasi terlebih dahulu membayar tagihan pengguna ke merchant, kemudian pengguna membayar tagihan ke perusahaan aplikasi. Untuk menggunakan layanan ini, pengguna diminta untuk memberikan informasi pribadi, foto diri dan foto KTP. Selain itu, Anda harus memasukkan informasi pribadi Anda dalam formulir online.

Dengan adanya aspek PayLater menawarkan kemudahan. Namun, itu bisa membuat kita "kecanduan" dan menggunakannya setiap saat. Konsep PayLater dari Perspektif Ekonomi Islam Seiring dengan semakin meluasnya fungsi PayLater, maka seringkali muncul pertanyaan tentang bagaimana ekonomi Islam memandang jual beli, dimana konsumen (pembeli) bebas mengambil barang apapun yang diinginkannya. kepada penjual setiap penjemputan, kemudian tagihan akan dikirimkan pada waktu yang telah disepakati sesuai dengan jumlah barang yang diangkut. Abu Hurairah radhiyallahu ‘anhu mengatakan, “Rasulullah shallallahu ‘alaihi wa sallam melarang jual beli dengan lemparan kerikil dan jual beli gharar. (HR. Muslim)”. An-Nawawi mengatakan, “Adapun praktek, dimana konsumen mengambil barang, dan tidak membayar apapun, juga tidak mengucapkan kalimat jual beli, namun sebatas niat mengambil barang berdasarkan harga standar umum sebagaimana yang dilakukan umumnya masyarakat, maka ini jual beli yang batil dengan sepakat ulama. (Prastiwi & Fitria, 2021)**.**

Salah satu toko online yang menawarkan fitur paylater adalah aplikasi belanja Shopee. Akibat kemajuan teknologi tersebut dan lahirnya aplikasi e-commerce seperti Shopee, dimana aktivitas e-commerce dilakukan melalui aplikasi tersebut, belum lagi aplikasi tersebut telah mengeluarkan fitur terbarunya yaitu Shoppe paylater. Berdasarkan laporan Fintech Daily Social 2021, Shopee Paylater menjadi layanan pay later atau bayar kemudian yang paling banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia. Tercatat 78% responden akan menggunakan aplikasi ini pada tahun 2021. Pemasar membidik remaja sebagai sasaran empuk, di sisi lain remaja tersebut hidup berdampingan dengan budaya konsumtif yang tinggi, sehingga mempengaruhi perilaku konsumen. Lima aspek perilaku konsumtif, yaitu 1) pembelian impulsif (Lina & Rosyid, 1997; 2) pemborosan Lina & Rosyid, 1997; 3) mudah terbujuk rayuan; 4) kepuasan; dan 5) kesenangan. Mahasiswa adalah bagian dari target pasar berkat perkembangan teknologi paylater. Menurut studi yang dilakukan oleh MoneySmart.id, rasio kebutuhan kelompok mahasiswa menjelaskan bahwa rasio pengeluaran gaya hidup responden adalah 10,8% Hiburan (menonton, konser), 37,7% perjalanan (memesan tiket transportasi), 23,3% nongkrong (membeli FandB, 7,1% Internet (membeli internet dan paket pulsa), 21,1% berbelanja (membeli merek). Mengidentifikasi kebiasaan membeli yang sangat kompleks, misalnya; pertama, biasanya kompleks, artinya, mereka memiliki pemahaman yang luas tentang perkembangan teknologi Kedua, terbuka terhadap teknologi Ketiga, rasakan dengan berani apa yang Anda inginkan karena kebutuhan, kebiasaan. Informasi produk melalui media sosial sudah menjadi fokus seseorang saat bernavigasi di situs media sosial, informasi merek dengan penawaran harga sudah menjadi tradisi individu sebelum melakukan pembelian. (Hardhika dan Huda, 2021)**.**

Menurut survei yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), terdapat 143,26 juta penduduk Indonesia dari 262 juta penduduk, dengan dominasi generasi Milenial sebesar 49,52 persen. Berdasarkan angka yang diberikan oleh APJII, pihaknya mampu mengarahkan ajakan para pemimpin bisnis ke media sosial dan melakukan kerjasama berbayar dengan media online. Berdasarkan penjelasan di atas, peneliti tertarik untuk mencari apakah paylater tersebut dapat mempengaruhi sikap konsumtif mahasiswa Universitas Jambi dari sudut pandang Ekonomi Islam.

METODE

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan jenis data interval dan sumber data primer. Penelitian ini menganalisis pengaruh kepercayaan (X1),

kepercayaan (X2) dan gaya hidup (X3) terhadap perilaku konsumsi (Y). Penelitian ini, penulis menggunakan dua sumber data, yaitu. sumber data primer (*Primary data*) dan sumber data sekunder (*Secondary data*). Penelitian ini mencakup mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi tahun ajaran 2020-2021 yaitu: Ekonomi Islam: 444 mahasiswa (S1); Ekonomi Pembangunan: 956 mahasiswa (S1); Manajemen: 996 mahasiswa (S1); Akuntansi: 952 mahasiswa (S1); Akuntansi: 127 mahasiswa (D3); Manajemen Pemasaran: 64 mahasiswa (D3); dan Perpajakan: 168 mahasiswa (D3). Jadi populasi dalam penelitian ini yaitu mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis adalah berjumlah 3.707 mahasiswa. Dengan hasil sampel perhitungannya adalah 100 orang.

Teknik pengumpulan datanya adalah penyebaran kuesioner yang dilakukan melalui platform Google Form, setelah itu link survei dibagikan ke media sosial berupa WhatsApp atau Instagram. Kuesioner tertutup dengan jawaban atas pertanyaan digunakan sebagai kuesioner, responden harus memilih hanya sesuai dengan situasi dan kondisi responden. Teknik pengujian data dalam penelitian melalui tiga tahap yaitu uji instrumen penelitian yang terdiri dari uji validasi dan uji reliabilitas. Kemudian tahap pengujian yang kedua adalah uji hipotesis klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji multikolinearitas, Pada pengujian tahap ketiga yaitu uji hipotesis yang terdiri dari analisis regresi berganda dengan uji t dan uji koefisien determinasi. Uji t digunakan untuk menganalisis tingkat signifikansi antar variabel secara terpisah atau parsial, setelah itu dilakukan uji F untuk mengetahui pengaruh antara variabel dengan variabel bebas yang menunjukkan nilai pada waktu yang sama; 0,05.

HASIL

Tabel 1
Hasil Uji Validitas (Paylater X1)

Item Pertanyaan	R Hitung	R Tabel	Pernyataan
1	0,400	0,197	Valid
2	0,786	0,197	Valid
3	0,859	0,197	Valid
4	0,738	0,197	Valid
5	0,750	0,197	Valid

Sumber: data olahan

Tabel 1 memperlihatkan bahwa seluruh item pernyataan Paylater memiliki nilai r masing-masing pertanyaan yaitu item 1 sebesar (0,400), item 2 sebesar (0,786), item 3 sebesar (0,859), item 4 sebesar (0,738), dan item 5 sebesar (0,750). Dengan demikian dari tabel diatas dapat dilihat nilai r hitung lebih besar dari r tabel (r hitung > r tabel) sehingga semua butir pertanyaan pada variabel paylater dapat dinyatakan valid. Tabel 2 dapat memperlihatkan bahwa seluruh item pertanyaan konsumtif memiliki nilai r masing-masing pertanyaan yaitu item 1 sebesar (0,738), item 2 sebesar (0,345), dan item 3 sebesar (0,685). Dengan demikian dari tabel diatas dapat dilihat nilai r hitung lebih besar dari r tabel (r hitung > r tabel) sehingga semua butir pertanyaan pada variabel paylater dapat dinyatakan valid.

Tabel 2
Hasil Uji Validitas Konsumtif (X2)

Item Pertanyaan	R Hitung	R Tabel	Pernyataan
1	0,738	0,197	Valid
2	0,345	0,197	Valid
3	0,685	0,197	Valid

Sumber: data olahan

Tabel 3
Hasil Uji Validitas Perspektif Ekonomi Islam (Y)

Item Pertanyaan	R Hitung	R Tabel	Pernyataan
1	0,672	0,197	Valid
2	0,672	0,197	Valid
3	0,124	0,197	Tidak Valid

Sumber: data olahan

Tabel 3 memperlihatkan bahwa seluruh item pertanyaan perspektif ekonomi islam memiliki nilai r masing-masing pertanyaan yaitu item 1 sebesar (0,672), item 2 sebesar (0,672) dan item 3 sebesar (0,124). Dengan demikian dari tabel diatas dapat dilihat nilai r hitung lebih besar dari r tabel (r hitung > r tabel) sehingga 2 item pertanyaan dinyatakan valid dan 1 item pertanyaan dinyatakan tidak valid. Tabel 4 menjelaskan bahwa nilai Cronbach's Alpha yang diperoleh Variabel (X1) yaitu Paylater adalah 0,797 dengan jumlah soal yang diuji sebanyak 5 soal yang valid berdasarkan uji validitas sebelumnya. Nilai tersebut berada diatas nilai 0,355 hal ini dapat disimpulkan bahwa 5 soal tersebut sudah reliabel.

Tabel 4
Hasil Uji Reliabilitas Paylater (X1)

Variabel	Cronbach's Alpha	N Of Items	Keterangan
Paylater (X1)	0,797	5	Reliabel

Sumber: data olahan

Tabel 5
Hasil Uji Reliabilitas Konsumtif (X2)

Variabel	Cronbach' Alpha	N Of Items	Keterangan
Konsumtif (X2)	0,791	3	Reliabel

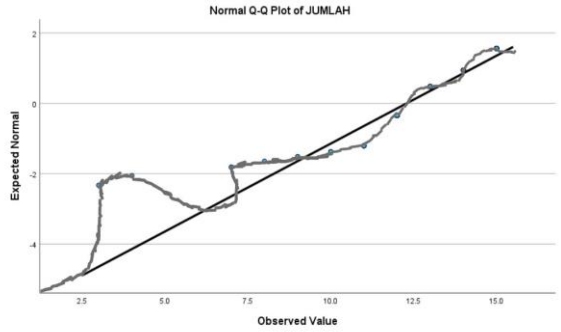
Sumber: data olahan

Tabel 5 menjelaskan bahwa nilai Cronbach's Alpha yang diperoleh Variabel (X2) yaitu Konsumtif adalah 0,791 dengan jumlah soal yang diuji sebanyak 3 soal yang valid berdasarkan uji validitas sebelumnya. Nilai tersebut berada diatas nilai 0,355 hal ini dapat disimpulkan bahwa 3 soal tersebut sudah reliabel. Tabel 6 menjelaskan bahwa nilai Cronbach's Alpha yang diperoleh Variabel (Y) yaitu Perspektif Ekonomi Islam adalah 0,735 dengan jumlah soal yang diuji sebanyak 3 soal 2 soal yang valid dan 1 soal tidak valid berdasarkan uji validitas sebelumnya. Nilai tersebut berada diatas nilai 0,355 hal ini dapat disimpulkan bahwa 3 soal tersebut sudah reliabel.

Tabel 6
Hasil Uji Reliabilitas Perspektif Ekonomi Islam (Y)

Variabel	Cronbach'alpha	N Of Items	Keterangan
Perspektif Ekonomi Islam (Y)	0,735	3	Reliabel

Sumber: data olahan



Sumber: data olahan

Gambar 1
Hasil Uji Normalitas

Gambar 1 hasil uji normalitas dapat diketahui bahwa ada data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal. Dengan demikian, model regresi memenuhi asumsi normalitas. Tabel 7 menunjukkan bahwa kedua variabel independent memiliki nilai Tolerance Value diatas 0,1 dan VIF kurang dari 10, yaitu nilai tolerance Value untuk variabel (X1) Paylater 0,427 dan variabel (X2) 0,427. Jadi dapat dinyatakan tidak ada multikolinieritas antar variabel independent.

Tabel 7
Hasil Uji Multikolinieritas

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	7.476	1.304		5.733	<.001		
	Paylater X1	.014	.100	.019	.136	.892	.427	2.340
	Konsumtif X2	.398	.139	.403	2.854	.005	.427	2.340

Sumber: data olahan

Tabel 7 menjelaskan bahwa nilai signifikan yang dihasilkan oleh Paylater 0,892 dan Konsumtif 0,005, maka model regresi dapat digunakan untuk memprediksi dan melihat Perspektif Ekonomi Islam (Y) atau dikatakan bahwa variabel (X1) Paylater dan variabel (X2) Konsumtif, secara individual atau parsial berpengaruh terhadap variabel Perspektif Ekonomi Islam pada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis Universitas Jambi. Tabel 8 menjelaskan nilai signifikan yang dihasilkan <0,001 lebih kecil dari nilai signifikan 0,05 maka model regresi dapat digunakan untuk dan melihat Perspektif Ekonomi Islam (Y) atau dikatakan bahwa variabel (X1) Paylater dan variabel (X2) Konsumtif secara bersamaan atau secara simultan berpengaruh terhadap variabel keputusan Perspektif Ekonomi Islam pada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis Universitas Jambi. (Prihatin & Iskandar, 2019)

Tabel 8
Hasil Uji Simultan (Uji F)

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	69.104	2	34.552	10.234	.001[b]
	Residual	327.486	97	3.376		
	Total	396.590	99			

Sumber: data olahan

SIMPULAN

Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa bahwa pengaruh shopee paylater terhadap sikap konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Jambi dari perspektif ekonomi islam adalah negatif karena membuat mahasiswa boros dan bersifat menghilangkan hutang dan juga memiliki riba.

DAFTAR PUSTAKA

Hardhika, R. E., & Huda, M. A. 2021. Pengalaman Pengguna Paylater Mahasiswa di Surabaya. *Commercium*, *4*, 19–32.

Lina, & Rosyid, H. F. 1997. Perilaku Konsumtif Berdasar Locus O F Control Pada Remaja Putri Lina. *Psikologika*, *2*(4), 5–13.

Prastiwi, I. E., & Fitria, T. N. 2021. Konsep Paylater Online Shopping dalam

Pandangan Ekonomi Islam. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, *7*(1), 425. https://doi.org/10.29040/jiei.v7i1.1458

Prihatin, P., & Iskandar, R. 2019. Hubungan Keaktifan Mahasiswa Dalam Berorganisasi Dengan Prestasi Belajar Mahasiswa Keperawatan Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta. *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*, *5*(1), 12–26. http://repository.unjaya.ac.id/3291/

Safitri, N. R. 2022. Sistem Shopee Paylater Dalam Pembayaran Jual Beli Online Perspektif Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah. *Universitas Islam Negeri*.

Sari, R. 2021. Pengaruh Penggunaan Paylater Terhadap Perilaku Impulse Buying Pengguna E-Commerce di Indonesia. *Jurnal Riset Bisnis Dan Investasi*, *7*(1), 44–57. https://doi.org/10.35313/jrbi.v7i1.2058