

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan ekonomi digital membawa perubahan pada perilaku konsumsi masyarakat Indonesia. Transaksi e-commerce di Indonesia terus meningkat setiap tahun seiring dengan tingginya penggunaan layanan pembayaran digital berbasis kredit yang meningkat lebih dari 30% dalam beberapa tahun terakhir.¹ Kemudahan bertransaksi dan promosi yang agresif yang mempermudah keputusan pembelian telah mendorong individu untuk melakukan pengeluaran yang lebih impulsif dibandingkan sebelumnya.² Dalam ekonomi Islam, kondisi ini berisiko meningkatnya perilaku *tabzir*, yaitu membelanjakan harta melebihi batas kewajaran dan tidak memberikan manfaat yang jelas.³ Kondisi ini tidak hanya berdampak pada finansial individu, tetapi juga menantang prinsip konsumsi dan pengelolaan harta

¹ Nadya Zahira, 'OJK: BNPL Perusahaan Pembiayaan Naik 37,6% per Desember 2024, Ini Penyebabnya', *Kontan.Co.Id*, 2025 <https://keuangan.kontan.co.id/news/ojk-bnpl-perusahaan-pembiayaan-naik-376-per-desember-2024-ini-penyebabnya?utm_source=chatgpt>.[Diakses, 12 Agustus 2025]

²Putri Wulandari and Stevanus Gatot Supriyadi, 'Pengaruh Sistem Informasi Akuntansi , Kualitas Produk , Promosi , Pengalaman Pengguna , Dan Nilai Hedonis Terhadap Perilaku Impulsive Buying Generasi Z Di Shopee', *Economic and Business Journal*, 1.02 (2025), 114–131 (h.123)

³Akbar Yusgiantara, 'Menghindari Perilaku Berlebihan : Membumikan Gaya Hidup Islami Dalam Mengatasi Israf , Tabdzir , Gaya Hidup Islami Dalam Mengatasi Israf , Tabdzir , Dan Bakhil', *Jurnal Media Akademik (JMA)*, 2.10 (2024), 45-56 (h. 50).

terutama di tengah derasnya digitalisasi yang mendorong perilaku konsumsi instan.⁴

Hadirnya *e-commerce* telah membuat perubahan pada perilaku konsumen yang semula hanya berbelanja secara offline dengan datang langsung ke pusat perbelanjaan, pasar, maupun toko itu sendiri sekarang dapat dengan mudah dilakukan secara online di rumah.⁵ Platform pasar digital tersebut muncul dan mendukung pola konsumsi tersebut.⁶ Beberapa *e-commerce* yang populer di Indonesia antara lain Tokopedia, Shopee, dan Lazada yang mana Shopee menjadi salah satu yang paling diminati. Shopee pertama kali diluncurkan di Singapura sebagai platform belanja online yang banyak digemari di Indonesia karena salah satu *e-commerce* yang memiliki layanan *paylater* atau pembayaran kredit online. Shopee *PayLater* merupakan salah satu metode pembayaran berbentuk pinjaman instan dengan suku bunga yang tergolong rendah.⁷

⁴Cici Handary, 'Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumsi Generasi Milenial', *Circle Archive*, 1.7 (2025), 1–9 (h.7).

⁵ Rahmatika Sari, 'Pengaruh Penggunaan Paylater Terhadap Perilaku Impulse Buying Pengguna E-Commerce Di Indonesia', *Jurnal Riset Bisnis Dan Investasi*, 7.1 (2021), 44–57 (h. 52).

⁶ Diva Leonita and Siska Wulandari, 'Pengaruh Fitur Shopee Paylater, Literasi Keuangan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Berbelanja Online Di Shopee', *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan*, 13.02 (2024), 554–566 (h. 559).

⁷Risukmasari Risukmasari, 'Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Berbelanja Konsumen Pada Penggunaan Fitur Shopee Pay Later', *Jurnal Sosial Teknologi*, 4.2 (2024), 101–108 (h.105) .

Kemudahan layanan transaksi digital seperti shopee *paylater* telah menimbulkan tantangan tersendiri bagi masyarakat Indonesia. Hal ini ditunjukkan oleh shopee *paylater* menempati posisi puncak dengan pangsa pasar 78,4% di antara layanan *paylater* di Indonesia.⁸ Total utang masyarakat Indonesia melalui layanan beli sekarang bayar nanti (*buy now pay later*/BNPL) atau *paylater* terus meningkat. Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mencatat total utang *paylater* per Juni 2025 mencapai Rp 31,55 triliun, berasal dari perbankan sebesar Rp 22,99 triliun dan perusahaan pembiayaan Rp 8,56 triliun.⁹ Kemajuan teknologi *Paylater* menjadikan mahasiswa sebagai salah satu target pasar. Porsi kebutuhan gaya hidup responden adalah 10,8% untuk hiburan (nonton film, konser), 37,7% untuk travel (tiket), 23,3% untuk hiburan (belanja kebutuhan sehari – hari) dan 7,1% untuk internet (pembelian paket internet dan pulsa), 21,1% untuk belanja (belanja *branded*).¹⁰

Di kalangan mahasiswa, layanan *paylater* menjadi semakin populer karena kemudahan dan aksesibilitasnya. Kehidupan mahasiswa yang dinamis dengan kebutuhan yang

⁸Nandang Ihwanudin Shinta Ayu Pramesti, 'Etika Konsumsi Dalam Mencapai *Falah*', *Journal of Islamic Studies Review*, 1.2 (2021), 13–28 (h.18).

⁹ Shafira Cendra Arini, 'Waspada! Utang *Paylater* Masyarakat Naik Terus Tembus Rp 31,55 T', *Detikfinance*, 2025.[Diakses pada, 17 Agustus 2025]

¹⁰ Elpa Julita, Idwal B, and Herlina Yustati, 'Pengaruh Penggunaan *Shopee Paylater* Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Muslim', *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8.3 (2022), 29-53 (h. 32)

beragam, seringkali tidak seimbang dengan kemampuan finansial, membuat layanan ini menjadi alternatif dalam mengatasi keterbatasan keuangan, terutama menjelang akhir bulan. Terlebih lagi, rendahnya literasi keuangan di kalangan pengguna muda menjadikan mereka rentan terhadap perilaku konsumtif dan penggunaan layanan secara berlebihan.¹¹ Jika terus dibiarkan paylater dapat membentuk mindset yang buruk dalam pengelolaan keuangan.¹²

Sejalan dengan terjadinya kenaikan transaksi pembelian pada situs belanja online juga mengakibatkan transaksi pembayaran digital pun mengalami kenaikan dimana sebagian besar transaksi dilakukan melalui SMS banking ataupun Mobile Banking. Layanan Mobile Banking kini menjadi tren yang sangat terkenal karena memberikan kemudahan bagi para nasabah bank. Banyak masyarakat Indonesia yang sudah menggunakan Mobile Banking sebagai penunjang kemudahan bertransaksi.¹³ Banyaknya kemudahan dari Mobile Banking dan Marketplace tersebut, dapat menimbulkan beberapa masalah seperti munculnya perilaku

¹¹Elvira Adyaputri and Surawan Surawan, 'Transaksi Digital Paylater Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z Pada Mahasiswa IAIN Palangka Raya', *Educatia : Jurnal Pendidikan Dan Agama Islam*, 15.1 (2025), 61–75 (h.69).

¹²Dhiyaul Aulia Anjarwati, 'Pengaruh System Paylater Dan Diskon Harbolnas Terhadap Impulse Buying Dengan Motivasi Hedonis Sebagai Variable Intervening', (Skripsi, Universitas Muhammadiyah Malang, 2024), h. 6

¹³ Dera Liana Ningrum, 'Pengaruh Kemudahan Penggunaan Mobile Banking Dan Marketplace Terhadap Perilaku Konsumtif Dalam Perspektif Ekonomi', 2022.

konsumtif di kalangan masyarakat.¹⁴ Dalam perspektif ekonomi Islam, perilaku konsumtif yang berlebihan ini dapat mengarah pada tabzir, yaitu pemborosan harta yang dilakukan secara berlebihan dan tidak sesuai dengan kebutuhan hidup.¹⁵

Di sisi lain, hal tersebut menunjukkan bahwa banyak perilaku mahasiswa yang tidak pandai dalam mengelola keuangan mereka, karena mereka sering tidak mempertimbangkan secara bijaksana berapa banyak yang mereka belanjakan untuk kebutuhan sehari-hari.(hasan) Sebaliknya, mahasiswa dengan tingkat literasi keuangan rendah lebih rentan mengalami pemborosan karena kurangnya perencanaan keuangan yang matang,¹⁶ Berdasarkan hasil Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) Tahun 2025 yang diselenggarakan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) bersama Badan Pusat Statistik (BPS), tingkat literasi keuangan di Indonesia meningkat menjadi 66,46%, sedangkan inklusi keuangan mencapai 80,51%.¹⁷

¹⁴Dita Amanah, 'Perilaku Belanja Online Di Indonesia: Studi Kasus', Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI), 9.2 (2018), 193–213.h.199

¹⁵Nur Wulan, 'Pengaruh Mobile Banking , Gaya Hidup Dan Literasi Keuangan Terhadap Sikap Tabzir Pada Mahasiswa The Influence Of Mobile Banking , Lifestyle And Financial Literacy', Sibatik Journal, 4.8 (2025), 1749–66, h.1750

¹⁶Nur Wulan, 'Pengaruh Mobile Banking , Gaya Hidup Dan Literasi Keuangan Terhadap Sikap Tabzir Pada Mahasiswa The Influence Of Mobile Banking , Lifestyle And Financial Literacy', Sibatik Journal, 4.8 (2025), 1749–66, h.1750

¹⁷ OJK dan B P S, *Siaran Pers Bersama Indeks Literasi Dan Inklusi Keuangan Masyarakat Meningkat*, 2025.

Dengan demikian, literasi keuangan yang rendah tidak hanya memengaruhi individu secara ekonomi tetapi juga berkontribusi pada pola hidup boros yang semakin meluas di kalangan mahasiswa.

Dalam konteks mahasiswa, fenomena ini menarik untuk dikaji lebih dalam. Mahasiswa diharapkan memahami prinsip-prinsip konsumsi Islami yang berlandaskan pada moderasi (*wasathiyah*), kebutuhan yang nyata (*dharuriyyat*), serta menjauhi perilaku mubazir dan israf. Namun, kenyataannya, banyak mahasiswa masih terjebak dalam perilaku konsumtif akibat pengaruh teknologi digital, Kondisi ini menimbulkan pertanyaan penting apakah fitur shopee *paylater*, *mobile banking*, dan literasi keuangan memengaruhi sikap *tabzir* mahasiswa.

Berdasarkan permasalahan tersebut, penelitian ini penting dilakukan untuk menganalisis pengalaman empiris mengenai pengaruh penggunaan fitur shopee *paylater*, *mobile banking*, dan literasi keuangan terhadap sikap *tabzir* di kalangan mahasiswa muslim khususnya pada mahasiswa Ekonomi Syariah UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu, sekaligus menilai sejauh mana perilaku tersebut sejalan atau bertentangan dengan nilai-nilai pengelolaan keuangan dalam perspektif Islam. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi rujukan akademis maupun praktis dalam

pengembangan literasi keuangan syariah, khususnya terkait penggunaan layanan kredit digital di lingkungan mahasiswa.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka rumusan masalahnya adalah sebagai berikut:

1. Apakah fitur shopee *paylater* berpengaruh terhadap sikap *tabzir* pada mahasiswa Ekonomi Syariah?
2. Apakah *mobile banking* berpengaruh terhadap sikap *tabzir* pada mahasiswa Ekonomi Syariah?
3. Apakah literasi keuangan berpengaruh terhadap sikap *tabzir* pada mahasiswa Ekonomi Syariah?
4. Apakah fitur shopee *paylater*, *mobile banking* dan literasi keuangan secara simultan berpengaruh terhadap sikap *tabzir* pada mahasiswa Ekonomi Syariah?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan utama yang telah disebutkan di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh fitur shopee *paylater* terhadap sikap *tabzir* pada mahasiswa Ekonomi Syariah
2. Untuk mengetahui pengaruh *mobile banking* terhadap sikap *tabzir* pada mahasiswa Ekonomi Syariah
3. Untuk mengetahui pengaruh *literasi keuangan* terhadap sikap *tabzir* pada mahasiswa Ekonomi Syariah

4. Untuk mengetahui pengaruh fitur shopee *paylater*, mobile banking, dan literasi keuangan secara simultan terhadap sikap *tabzir* pada mahasiswa Ekonomi Syariah

D. Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan teoritis

a. Bagi Mahasiswa

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi pengaruh dalam pengembangan ilmu pengetahuan tentang perilaku konsumen dalam berbelanja *online*, khususnya dalam hal pengaruh penggunaan fitur shopee *paylater*, *mobile banking*, dan literasi keuangan terhadap sikap *tabzir* selanjutnya sebagai referensi atau pedoman penelitian yang berkaitan.

b. Bagi Peneliti

Penelitian ini bisa jadi tambahan referensi dalam pengembangan ilmu ekonomi Islam, khususnya yang membahas perilaku konsumtif mahasiswa di era digital. Peneliti juga bisa mendapat pemahaman lebih tentang bagaimana fitur shopee *paylater*, *mobile banking* dan literasi keuangan bisa memengaruhi sikap *tabzir* dalam perilaku konsumsi Islam.

c. Bagi Masyarakat

Bagi masyarakat, penelitian ini secara teoritis bisa bantu memahami bahwa penggunaan teknologi keuangan seperti *Paylater* dan *mobile banking*

ternyata punya dampak terhadap perilaku konsumsi sehari-hari. Ini juga bisa jadi pengingat pentingnya menjaga prinsip hidup sederhana dan tidak boros sesuai nilai-nilai Islam.

2. Kegunaan Praktis

a. Bagi Kampus

Sebagai sumber referensi untuk meningkatkan mutu pendidikan dan metode pengajaran yang diterapkan oleh dosen, serta sebagai dukungan bagi kampus untuk mengembangkan beragam jenis media pembelajaran.

b. Bagi Peneliti

Penelitian ini bisa jadi pengalaman langsung buat peneliti dalam mengkaji isu-isu kekinian yang dekat dengan kehidupan mahasiswa. Selain itu, hasilnya bisa jadi dasar untuk bikin penelitian lanjutan yang lebih dalam, misalnya dengan objek atau pendekatan yang berbeda.

c. Bagi Masyarakat

Penelitian ini juga bermanfaat buat masyarakat, terutama anak muda, supaya lebih paham tentang risiko penggunaan layanan keuangan digital kalau tidak digunakan dengan bijak. Hasil penelitian ini bisa jadi bahan edukasi supaya masyarakat lebih melek

literasi keuangan syariah dan bisa menerapkan gaya hidup yang lebih hemat dan sesuai ajaran Islam.

E. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu menjadi dasar penting dalam mengidentifikasi kesenjangan penelitian serta mengarahkan fokus penelitian ini. Oleh karena itu, beberapa studi yang relevan akan diuraikan untuk menunjukkan perbedaan penelitian ini dengan studi sebelumnya diantaranya:

1. Penelitian yang dilakukan oleh Shabilla Fithratul'uyun yang berjudul *Pengaruh Fitur Shopee Paylater Dan Perilaku Impulse Buying Terhadap Sikap Tabzir Pada Mahasiswa Ekonomi Syariah*. Pendekatan penelitian ini adalah kuantitatif. Populasi yang digunakan sebagai objek penelitian adalah Mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah angkatan 2021 – 2023 dengan total 184 mahasiswa dengan 56 sampel yang menggunakan metode *non probability sampling* dan metode *purposive sampling*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa fitur *shopee paylater* dan perilaku *impulse buying* berpengaruh terhadap sikap *tabzir* pada mahasiswa ekonomi syariah.¹⁸ Penelitian ini memiliki kedekatan atau kesamaan dengan objek penelitian namun lokasi dan subjeknya berbeda. Penelitian ini belum menasar mahasiswa Ekonomi

¹⁸Shabilla Fitharatul'uyun, "*Pengaruh Fitur Shopee Paylater Dan Perilaku Impulse Buying Terhadap Sikap Tabzir Mahasiswa Ekonomi Syariah*," (skripsi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup (2024), h. 67

Syariah di UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu secara khusus, yang memiliki karakteristik dan latar akademik berbeda serta peneliti menggunakan variabel X2 dan X3 yang berbeda untuk memperkaya analisis.

2. Penelitian yang dilakukan oleh Nur Wulan, dkk. yang berjudul *Pengaruh Mobile Banking, Gaya Hidup Dan Literasi Keuangan Terhadap Sikap Tabzir Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Bima*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif asosiatif. Sampel sebanyak 365 responden dipilih melalui teknik purposive sampling dari populasi sebanyak 4.191 mahasiswa. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mobile banking dan gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap sikap tabzir mahasiswa. Sebaliknya literasi keuangan berpengaruh negatif namun tidak signifikan. Secara simultan, mobile banking, gaya hidup dan literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap sikap tabzir mahasiswa Universitas Muhammadiyah Bima.¹⁹ Penelitian ini memiliki kedekatan atau kesamaan dengan objek penelitian namun lokasi dan subjeknya berbeda. Penelitian ini belum menasar mahasiswa Ekonomi Syariah di UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu secara khusus, yang memiliki karakteristik dan latar akademik

¹⁹Nur Wulan, 'Pengaruh Mobile Banking , Gaya Hidup Dan Literasi Keuangan Terhadap Sikap Tabzir Pada Mahasiswa The Influence Of Mobile Banking , Lifestyle And Financial Literacy', *Sibatik Journal*, 4.8 (2025), 1749–66, h.1750

berbeda serta peneliti menggunakan variabel yang berbeda untuk memperkaya analisis.

3. Penelitian yang dilakukan oleh Elpa Julita, dkk. yang berjudul Pengaruh Penggunaan Shopee *Paylater* Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Muslim Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif asosiatif. Berdasarkan hasil penelitian, disimpulkan bahwa terdapat pengaruh penggunaan shopee *paylater* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu.²⁰ Persamaan penelitian ini terletak pada topik yang sama-sama membahas penggunaan shopee *paylater* dan perilaku konsumtif mahasiswa UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu dengan pendekatan kuantitatif. Perbedaan penelitian ini terletak pada variabel dan fokus kajian, di mana penelitian ini meneliti pengaruh fitur shopee *paylater*, *mobile banking* dan literasi keuangan terhadap sikap *tabzir*, sedangkan penelitian terdahulu hanya meneliti pengaruh penggunaan shopee *paylater* terhadap perilaku konsumtif.

²⁰Julita, B, and Yustati."Pengaruh Penggunaan Shopee Paylater Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Muslim". Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, 8.03, (2022), 2953-2957 (h.16)

4. Penelitian yang dilakukan oleh Siti Zakiyyah Frialyani, dkk. Untuk cara penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling dengan kriteria responden adalah pengguna bca mobile dan menggunakan pendekatan kuantitatif. Hasil dari penelitian ini adalah terdapat hubungan yang kuat dan positif antara variabel kemudahan penggunaan dan gaya hidup. kemudahan penggunaan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif, dan variabel gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Dan secara simultan atau bersama-sama variabel kemudahan penggunaan dan gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif.²¹ Persamaan penelitian ini terletak pada tema yang sama, yaitu membahas pengaruh penggunaan *mobile banking* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Ekonomi Syariah dengan pendekatan kuantitatif. Perbedaan penelitian ini terletak pada variabel dan cakupan kajian. Penelitian ini mengkaji pengaruh fitur *shopee paylater*, *mobile banking*, dan literasi keuangan terhadap sikap *tabzir*.

²¹Siti Zakiyyah Frialyan, 'The Effect Of Ease Of Use Of Mobile Banking And Lifestyle On Consumptive Behavior In Generation Z', *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4.5 (2023), 4724–4731.h.4729

5. Penelitian yang dilakukan oleh Inda Geovani Butar Butar, dkk. yang berjudul *Pengaruh Digital Payment, Pendapatan, Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa*. Penelitian kuantitatif merupakan metode yang digunakan untuk menginvestigasi populasi atau sampel tertentu dengan mengumpulkan data melalui alat penelitian yang terstruktur. Hasilnya variabel Digital payment berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Selanjutnya variabel pendapatan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Terakhir, variabel literasi keuangan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.²² Perbedaan penelitian ini terletak pada variabel dan fokus kajian, di mana penelitian ini meneliti pengaruh fitur *shopee paylater*, *mobile banking* dan literasi keuangan terhadap sikap *tabzir*, sedangkan penelitian terdahulu hanya meneliti pengaruh *Pengaruh Digital Payment, Pendapatan, Dan Literasi Keuangan terhadap perilaku konsumtif*.

²²Indah Geovani, '*Pengaruh Digital Payment , Pendapatan , Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa*', *Indo-Fintech Intellectuals: Journal of Economics and Business*, 4.6 (2024), 3021–3035.h.30