

BAB II

KAJIAN TEORI DAN KERANGKA BERPIKIR

A. Kajian Teori

1. *Theory of Planned Behavior*

Perilaku konsumen didefinisikan sebagai interaksi sosial dan perilaku orang, kelompok, dan organisasi ketika mereka mengevaluasi, mendapatkan, dan menggunakan barang dan jasa selama proses pertukaran atau pembelian. Tahap awal dari prosedur ini adalah proses pengambilan keputusan yang dapat menentukan tindakan ini.¹ Perilaku konsumen merupakan proses pengambilan keputusan dan aktifitas masing-masing individu yang dilakukan dalam rangka evaluasi, mendapatkan, penggunaan, atau mengatur barang-barang dan jasa.²

Theory of Planned Behavior (TPB) ialah teori yang dikemukakan oleh Ajzen, Teori ini adalah suatu pengembangan dari *Theory of Reasoned Action* (TRA) yang dicetuskan pertama kali oleh Ajzen tahun 1980. *Theory of Reasoned Action* mempunyai kesimpulan bahwa niat untuk melakukan sesuatu disebabkan oleh 2 faktor, yaitu norma subjektif dan sikap terhadap perilaku. Ajzen kemudian menambahkan 1 faktor persepsi kontrol

¹Sudirman Nurul Wahida, Idris Parakkasi, 'Perilaku Konsumen Dalam Ekonomi Islam', Jurnal Ekonomi Syariah, 4.9 (2024), 09–16 (h. 14)

²Nora Anisa Br. Sinulingga dkk, *Perilaku Konsumen: Strategi dan Teori*, (Deliserdang: IOCS Publisher, 2023). h. 29

perilaku (*perceived behavioral control*), sehingga mengubah *Theory of Reasoned Action* menjadi *Theory Planned Behavior*.

Menurut teori ini, perilaku konsumen dipengaruhi oleh tiga faktor utama: sikap terhadap perilaku, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku.³ Model ini telah digunakan secara luas dalam studi tentang perilaku konsumen, termasuk dalam menjelaskan keputusan pembelian pada berbagai jenis produk dan layanan.⁴

a. Sikap terhadap Perilaku (*Attitude toward the Behavior*)

Sikap terhadap perilaku didefinisikan sebagai evaluasi pribadi bermanfaat atau merugikan bagi pelaksanaan perilaku. Bahkan, seseorang memiliki potensi untuk mengejar beberapa perilaku jika dia memiliki sikap positif terhadap perilaku. Sikap (*attitude*) yang baik terhadap perilaku tertentu, niat perilaku mereka akan meningkat sesuai.⁵

³Icek Ajzen, 'The Theory of Planned Behavior', *Organizational Behavior And Human Decision Processes*, 33.1 (2022), 52–68 (h. 55) .

⁴Achmad Ridha and others, 'Determinan Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Usaha Mikro Melalui Pendekatan Theory of Planned Behavior', *Jurnal Ilmu Manajemen, Bisnis Dan Ekonomi*, 2.6 (2025), 491–502 (h. 494)

⁵Elistia Elistia and Anshafira Nurma, 'Theory Planned Behavior Dalam Minat Beli Produk Kosmetik Organik Pada Generasi Y Di Jakarta', *Journal 24/7: Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 1.1 (2023), 33–52 (h. 48).

b. Norma Subjektif (*Subjective Norma*)

Norma subjektif merujuk pada persepsi individu terhadap tekanan sosial atau pengaruh dari orang-orang terdekat (misalnya keluarga, teman, komunitas) yang mendukung atau tidak mendukung perilaku tertentu. Semakin kuat tekanan sosial yang mendukung pembelian, semakin besar kemungkinan individu memiliki niat untuk membeli.

c. Persepsi Kontrol Perilaku (*Perceived Behavioral Control*)

Theory of Planned Behavior adalah teori yang menyatakan bahwa hubungan antara sikap, norma subjektif, dan persepsi akan mempengaruhi niat perilaku individu untuk melakukan suatu tindakan seseorang atau individu. Bila ada sikap yang positif, dukungan dari orang sekitar serta adanya persepsi kemudahan karena tidak ada hambatan untuk berperilaku maka niat seseorang untuk berperilaku akan semakin tinggi.⁶

2. Perilaku Konsumsi Dalam Islam

Pada teori konsumsi dari perspektif ekonomi Islam akan memiliki sudut pandang yang berbeda daripada sistem konvensional. Hal ini dikarenakan Islam mengajarkan untuk mengonsumsi sesuatu yang halal dan

⁶Icek Ajzen, '*The Theory of Planned Behavior*', *Organizational Behavior And Human Decision Processes*, 33.1 (2022), 52–68 (h. 55) .

baik. Islam melarang konsumsi yang bersifat mengumpulkan harta, pemborosan ataupun untuk ajang pamer, mementingkan diri sendiri tanpa memperdulikan lingkungan sekitar.⁷ Al-Qur'an menegaskan :

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُبِينٌ

Wahai manusia, makanlah sebagian (makanan) di bumi yang halal lagi baik dan janganlah mengikuti langkah-langkah setan. Sesungguhnya ia bagimu merupakan musuh yang nyata. (QS. Al-Baqarah ayat 168)⁸

Konsumsi meliputi kebutuhan, kesenangan dan kemewahan. Kesenangan dibolehkan asal tidak berlebihan dan tidak melampaui batas yang dibutuhkan oleh tubuh dan tidak pula melampaui batas-batas makanan yang dihalalkan sebagaimana dijelaskan :⁹

يَا بَنِي آدَمَ خُذُوا زِينَتَكُمْ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوا وَاشْرَبُوا وَلَا تُسْرِفُوا إِنَّهُ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِينَ □

Wahai anak cucu Adam! Pakailah pakaianmu yang bagus pada setiap (memasuki) masjid, makan dan minumlah, tetapi jangan berlebihan sesungguhnya

⁷Oggy Maulidya Perdana Putri Syarifah Fatimah, 'Flexing: Fenomena Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Islam Syarifah', Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, 9.1 (2023), 37–43 (h. 40).

⁸Quran Kemenag, 'Al-Qur'an Dan Terjemahannya', 2022 <<https://quran.kemenag.go.id/>>. [Diakses 17 Desember 2025]

⁹Dewi Maharani and Taufiq Hidayat, 'Rasionalitas Muslim : Perilaku Konsumsi Dalam Prespektif Ekonomi Islam', Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, 6.3 (2020), 409-412 (h. 410)

Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebihan-lebihan. (Al-Qur'an surah Al-A'raf ayat 31)¹⁰

Sementara itu, konsumtif lebih spesifik dalam menjelaskan keinginan untuk mengonsumsi barang-barang secara berlebihan yang sebenarnya tidak diperlukan, semata-mata untuk mencapai kepuasan yang maksimal.¹¹ Allah Swt menegaskan hamba-Nya untuk tidak berperilaku konsumtif atau berlebih-lebihan dalam menggunakan harta yang dimilikinya, sebab harta tersebut merupakan bentuk rezeki dari Allah Swt yang sepantasnya kita syukuri dan digunakan pada jalan kebenaran.¹²

a. Tujuan Konsumsi Dalam Islam

Tujuan utama dari konsumsi seorang Muslim adalah sebagai sarana untuk membantu beribadah kepada Allah. Sesungguhnya mengonsumsi sesuatu dengan niat untuk meningkatkan stamina dalam ketaatan kepada Allah akan menjadikan konsumsi tersebut bernilai ibadah yang akan mendapatkan pahala. Konsumsi bagi seorang Muslim hanyalah media untuk meningkatkan kekuatannya dalam

¹⁰Quran Kemenag, 'Al-Qur'an Dan Terjemahannya', 2022 <<https://quran.kemenag.go.id/>>. [Diakses 17 Desember 2025]

¹¹Dinda Amanda Apriyanti, 'Mediasi Locus of Control: Pengaruh Fitur Paylater Dan Gaya Hidup Hedonis Terhadap Perilaku Konsumtif', Jurnal Manajemen Dan Bisnis, 3.3 (2025), 236–255 (h.238)

¹²Dila Fauziah, 'Makna Tabzīr Dalam Qs . Al- Isrā ' : 26 -27 Dan Relevansinya Terhadap Impulsive Buying Belanja Online (Analisis Semantik Toshihiko Izutsu) Program Studi Ilmu Al- Qur ' An Dan Tafsir Jurusan Studi Al- Qur ' An Dan Sejarah'.(Skripsi, Uin Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, 2025). h.26

menaati Allah, yang memiliki indikasi positif dalam kehidupannya.

Tujuan konsumsi Islam bukan hanya untuk memenuhi kepuasan diri sendiri tapi juga memberikan efek sosial disekitarnya, dengan melakukan konsumsi yang efiseien maka angka pengangguran akan berkurang, harga di pasaran juga akan stabil, dan kemiskinan juga akan berkurang karena konsumsi dalam Islam juga mengutamakan unsur sosial seperti zakat, infak, wakaf dan sedekah.¹³

b. Prinsip-Prinsip Konsumsi Dalam Islam

Terdapat 5 prinsip konsumsi dalam islam:¹⁴

1) Prinsip keadilan

Prinsip ini mengandung arti ganda mengenai mencari rizki yang halal dan tidak dilarang hukum.

Allah berfirman :

إِنَّمَا حَرَّمَ عَلَيْكُمُ الْمَيْتَةَ وَالدَّمَ وَلَحْمَ الْخَنِزِيرِ وَمَا
أَهْلَ بِهِ لِغَيْرِ اللَّهِ فَمَنْ اضْطُرَّ غَيْرَ بَاغٍ وَلَا عَادٍ
فَلَا إِثْمَ عَلَيْهِ إِنَّ اللَّهَ غَفُورٌ رَحِيمٌ

Sesungguhnya Allah Hanya mengharamkan bagimu bangkai, darah, daging babi, dan

¹³Adhayani Mentari Asriyana, Paramata and Abdi Wijaya, 'Tujuan Dan Prinsip Konsumsi Dalam Islam', *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 8.1 (2025), 517–23. 'Tujuan dan prinsip konsumsi dalam islam', *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis* 8.1 (2025): 517-523 (h. 520)

¹⁴Inayah Swasti Ratih Abdul Mannan, 'Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Usaha Mikro Mebel/UMKM', *Izzi : Jurnal Ekonomi Islam*, 1.2 (2021), 1–16 (h. 11)

binatang yang (ketika disembelih) disebut (nama) selain Allah. tetapi barangsiapa dalam keadaan terpaksa (memakannya) sedang dia tidak menginginkannya dan tidak (pula) melampaui batas, Maka tidak ada dosa baginya. Sesungguhnya Allah Maha Pengampun lagi Maha Penyayang.” (QS.Al-Baqarah : 173)¹⁵

Haram menurut ayat ini termasuk juga daging yang berasal dari sembelihan yang menyebut nama Allah tetapi disebut pula nama selain Allah. Pelarangan dilakukan karena berkaitan dengan hewan yang dimaksud berbahaya bagi tubuh dan tentunya berbahaya bagi jiwa, terkait dengan moral dan spritual (mempersekutukan tuhan).¹⁶

2) Prinsip kebersihan

Islam adalah agama yang sangat menekankan kepada pentingnya kebersihan. Prinsip kebersihan dalam konsumsi berarti makanan yang dimakan, minuman yang diminum haruslah baik, tidak kotor dan menjijikkan. Begitu juga alat yang digunakan dalam konsumsi harus bersih. Dalam hadis Nabi disebutkan “*Makanan diberkahi jika kita mencuci*

¹⁵Quran Kemenag, ‘*Al-Qur’an Dan Terjemahannya*’, 2022 <<https://quran.kemenag.go.id/>>. [Diakses 17 Desember 2025]

¹⁶Asriyana, Paramata and Wijaya. “*Tujuan dan prinsip konsumsi dalam islam*”. Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis 8 no 1 (2025): 517-523 (h. 519)

tangan sebelum dan setelah memakannya”(HR. Tarmidzi). Nabi juga mengajarkan agar tidak meniup makanan: *“Jika kalian minum maka janganlah mengambil nafas dalam wadah air minumnya.”*(HR. Bukhari). Untuk pakaian dan tempat tinggal, Nabi bersabda *“Allah itu indah dan dia mencintai keindahan”*(HR Muslim).¹⁷

3) Prinsip kesederhanaan

Prinsip ini mengatur perilaku manusia mengenai makanan dan minuman adalah sikap tidak berlebihan, yang berarti janganlah makan secara berlebih. Allah berfirman :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَحَرِّمُوا طَيِّبَاتِ مَا أَحَلَّ اللَّهُ
لَكُمْ وَلَا تَعْتَدُوا إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ الْمُعْتَدِينَ

Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu haramkan apa-apa yang baik yang telah Allah halalkan bagi kamu, dan janganlah kamu melampaui batas. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang melampaui batas. (QS. Al Maidah: 87)¹⁸

Pentingnya ayat ini adalah dalam pengamatan bahwa asupan makanan yang tidak mencukupi dapat berdampak pada pertumbuhan jiwa dan

¹⁷Shinta Ayu Pramesti. 'Etika Konsumsi Dalam Mencapai Falah',. Journal of Islamic Studies Review 1, no 2 (2021) 13-28 (h. 23)

¹⁸Quran Kemenag, 'Al-Qur'an Dan Terjemahannya', 2022 <<https://quran.kemenag.go.id/>>. [Diakses 17 Desember 2025]

tubuh, sementara itu konsumsi yang berlebihan dapat menimbulkan konsekuensi bagi perut. Dalam Islam, tindakan menunjukkan preferensi terhadap jenis makanan tertentu benar-benar dilarang.¹⁹

4) Prinsip kemurahan hati

Dengan mentaati perintah Islam tidak ada bahaya maupun dosa ketika kita memakan dan meminum makanan yang diberikan Allah.²⁰

Firman Allah al Quran :

أَحِلَّ لَكُمْ صَيْدُ الْبَحْرِ وَطَعَامُهُ مَتَاعًا لَّكُمْ
وَاللَّسْيَارَةَ وَحُرِّمَ عَلَيْكُمْ صَيْدُ الْبَرِّ مَا دُمْتُمْ
حُرُمًا ۚ وَاتَّقُوا اللَّهَ الَّذِي إِلَيْهِ تُحْشَرُونَ

Dihalalkan bagimu binatang buruan laut dan makanan (yang berasal) dari laut sebagai makanan yang lezat bagimu, dan bagi orang-orang yang dalam perjalanan; dan diharamkan atasmu (menangkap) binatang buruan darat, selama kamu dalam ihram, dan bertakwalah kepada Allah yang kepada-Nyalah kamu akan dikumpulkan.” (QS : Al-Maidah : 96)²¹

¹⁹Asriyana, Paramata and Wijaya. 'Tujuan dan prinsip konsumsi dalam islam Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis'. Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis 8 no 1 (2025): 517-523 (h. 521)

²⁰Eka Sakti Habibullah, 'Etika Konsumsi Dalam Islam', Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam, 2.1 (2020), 90–102 (h. 99)

²¹Quran Kemenag, 'Al-Qur'an Dan Terjemahannya', 2022 <<https://quran.kemenag.go.id/>>. [Diakses 17 Desember 2025]

5) Prinsip moralitas

Dalam prinsip moralitas, seorang konsumen Muslim akan selalu terikat hubungannya sangat kuat dengan sang pemberi nikmat, yaitu Allah Swt. Dimana Islam mengajarkan untuk menyebut nama Allah sebelum makan dan menyatakan terimakasih setelah makan, berdoa sebelum memakai pakaian, dan berdoa ketika memasuki rumah. Sebaliknya jika seorang konsumen terlepas dari ikatan yang menghubungkan dengan Allah, makadampak moralitasnya juga akan jauh dari nilai-nilai Allah.²²

Dalam Al-Qur'an ditegaskan:

إِنَّمَا يُرِيدُ الشَّيْطَانُ أَنْ يُوقَعَ بَيْنَكُمْ الْعَدَاوَةَ
وَالْبُغْضَاءَ فِى الْخَمْرِ وَالْمَيْسِرِ وَيَصُدَّكُمْ عَنْ ذِكْرِ
اللَّهِ وَعَنِ الصَّلَاةِ فَهَلْ أَنْتُمْ مُنْتَهُونَ

Sesungguhnya setan hanya bermaksud menimbulkan permusuhan dan kebencian di antara kamu melalui minuman keras dan judi serta (bermaksud) menghalangi kamu dari mengingat Allah dan (melaksanakan) salat, maka tidakkah kamu mau berhenti (QS. Al-Maidah (5): 91)²³

²²Shinta Ayu Pramesti. 'Etika Konsumsi Dalam Mencapai Falah',. Journal of Islamic Studies Review 1, no 2 (2021) 13-28 (h. 23)

²³Quran Kemenag, 'Al-Qur'an Dan Terjemahannya', 2022 <<https://quran.kemenag.go.id/>>. [Diakses 17 Desember 2025]

3. Sikap *Tabzir*

Makna mubazir atau *tabzir* adalah menghamburkan harta (uang) pada perkara maksiat atau kemewahan. Imam al-Nasafi menguraikan bahwa konsep mubazir atau *tabzir* melibatkan penyaluran uang atau harta dengan cara yang tidak baik dan tidak sesuai dengan keadaan yang seharusnya. Istilah "mubazir" atau "*tabzir*" mengacu pada penggunaan harta secara berlebihan dalam aktivitas yang melanggar hukum agama atau dalam konteks yang tidak diizinkan.²⁴

Tabzir didefinisikan sebagai tindakan pemborosan atau pengeluaran harta dan sumber daya untuk hal-hal yang tidak bermanfaat atau tidak dibutuhkan.²⁵ Membelanjakan harta diluar kebutuhan juga serupa dengan perilaku konsumtif, bahwa Islam mengajarkan untuk menerapkan paham keseimbangan dalam segala aspek. Artinya apabila memahami secara jelas konsep pola konsumsi yang telah diajarkan oleh Islam maka setiap individu dapat memberikan cakupan antara keinginan dan kebutuhan, dapat mengesampingkan apa

²⁴Desri Ari Enghario, "Pembacaan Wahbah Az-Zuhaili Terhadap Term Mubazir Dalam Kitab Al-Tafsir Al-Munir," Al Fawatih Jurnal kajian Alquran dan Hadis 3, no. 1 (2022): 1–15 (h. 13)

²⁵Meliana Esmiralda Wijaya, 'Konsep Israf Dan Tabdzir Dalam Al-Qur ' An', Jurnal Kajian Agama Islam, 9.1 (2025), 75–80 (h.78)

yang di inginkan sehingga jauh dari kategori boros, kikir dan sombong.²⁶

Dalam konteks ini, mahasiswa sebagai generasi muda hendaknya memiliki pemahaman mengenai pengelolaan keuangan secara bijaksana, yang tidak hanya berfokus pada kemudahan dalam bertransaksi, tetapi juga mengutamakan prinsip efisiensi dan tanggung jawab sebagaimana diajarkan dalam Islam.²⁷

1) Jenis-Jenis *Tabzir*

Ada 3 jenis *tabzir* yang wajib dihindari umat Islam sebagai berikut:

a) Boros dalam harta

Tabzir adalah mengambil harta orang yang berhak atasnya, tetapi tidak menafkahkanya kepada orang yang berhak atasnya. Berdasarkan penjelasan di atas, membuang-buang sesuatu adalah haram. Boros dalam kesehatan. Seperti yang ditunjukkan oleh kenyataan bahwa "Ada dua nikmat yang kebanyakan orang tertipu olehnya, yaitu nikmat sehat dan waktu luang,"

²⁶Dila Fauziah, 'Makna *Tabzīr* Dalam *Qs . Al- Isrā ' : 26 -27 Dan Relevansinya Terhadap Impulsive Buying Belanja Online (Analisis Semantik Toshihiko Izutsu) Program Studi Ilmu Al- Qur ' An Dan Tafsir Jurusan Studi Al- Qur ' An Dan Sejarah'.*(Skripsi, Uin Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, 2025). h.27

²⁷Dinah Husniah Nur Wulan, Muhammad Rasyad Al Fajar, "Pengaruh Mobile Banking , Gaya Hidup Dan Literasi Keuangan Terhadap Sikap *Tabzir* Pada Mahasiswa *The Influence Of Mobile Banking , Lifestyle And Financial Literacy,*" Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan 4.8 (2025): 1749–1766 (h. 1754).

sabda Rasulullah SAW (HR. Imam Al-Bukhari). Mereka, bagaimanapun, menggunakan kenikmatan ini untuk melakukan perbuatan jahat, seperti pergi ke tempat-tempat jahat, makan makanan yang haram, memukul orang dengan cara yang salah, dan menggunakan matanya untuk melihat hal-hal yang buruk.

b) Boros dalam waktu

Imam Ibnul Jauzi mengatakan bahwa Anda harus memanfaatkan waktu sehat untuk beramal. Jika Anda tidak melakukannya, ketaatan dan kemalasan akan mudah mengalahkan Anda. Itu menunjukkan bahwa ia telah menyakiti dirinya sendiri atau telah ditipu. Untuk meningkatkan pemahaman mereka tentang masalah ini, setiap orang yang beragama Islam harus benar-benar memahami bahwa dunia ini adalah tempat amal akhirat. Manfaatkan kesempatan ini untuk beramal salih untuk mendapatkan keuntungan baik di dunia maupun akhirat.²⁸

²⁸Yusgiantara, Akbar. "Menghindari Perilaku Berlebihan: Membumikan Gaya Hidup Islami Dalam Mengatasi Israf, Tabdzir, dan Bakhil." *Jurnal Media Akademik (JMA)* 2.10 (2024) 67-78 (h. 73).

2) Faktor Penyebab *Tabzir* Pada Generasi z

Adapun Faktor Penyebab *Tabzir* Generasi Z yaitu:

- a) Kecanduan penggunaan media sosial dan gadget menyebabkan konsumsi digital yang berlebihan dan tidak terkontrol.
- b) Pengaruh kuat dari tren dan iklan di media sosial yang mendorong perilaku konsumtif berlebihan.
- c) Kurangnya edukasi dan kesadaran yang konsisten mengenai pentingnya pengelolaan limbah digital dan konsumsi bertanggung jawab.
- d) Praktik konsumsi yang cepat dan mudah melalui e-commerce tanpa mempertimbangkan dampak jangka panjang terhadap lingkungan dan sosial.²⁹

3) Indikator Sikap *Tabzir*

Indikator sikap *tabzir* dalam penelitian ini meliputi:

- a) Membelanjakan harta dalam hal yang batil
- b) Mengonsumsi Konsumsi barang yang sebenarnya tidak diperlukan terlalu banyak
- c) Membelanjakan harta untuk kesenangan tanpa memperhatikan manfaat atau kegunaannya
- d) Menghambur – hamburkan kekayaan atau boros dalam penggunaan uang atau barang

²⁹Marcia Susila Putri, “*Resistensi Qur ’ Ani Terhadap Konsumerisme Digital Generasi Z: Larangan Tabzīr Dan I Ṣ Rāf Dalam Surah Al- Isrā ’: 26 - 27 ’*”, Jurnal Kajian Agama Islam, 9.12 (2025), 26–27.(h.27)

- e) Menggunakan kekayaan untuk memenuhi tuntutan nafsu belaka
- f) Mengabaikan nilai – nilai islam dalam penggunaan kekayaan.³⁰

4. Fitur Shopee *Paylater*

a. Definisi Fitur Shopee *Paylater*

Shopee *paylater* atau Spaylater merupakan produk pinjaman atau cicilan yang tersedia dalam e-commerce Shopee. Shopee *paylater* merupakan bentuk pinjaman resmi yang disediakan oleh shopee dan diawasi langsung oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK). Fitur shopee *paylater* adalah sejenis pinjaman online juga tapi tidak dalam bentuk dana tunai. Melainkan berupa pinjaman belanja. Konsumen bisa beli barang dulu tapi bayar kemudian bisa secara cicilan. Dengan kata lain, hutang barang dimuka secara kredit atau angsuran.³¹

Tujuan dari shopee *paylater* adalah untuk memberikan kemudahan kepada pelanggan yang sedang bertransaksi di platform Shopee.³² Tingkat

³⁰Shabilla 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

³¹J Beno, A.P Silen, and M Yanti, 'Pengaruh Shopee Paylater, Endorsment, Dan Sikap Tabzir Terhadap Impulse Buying Pada Produk Kosmetik 1Khoiriah'.Jurnal Manajemen Akuntansi 2.4, (2022), 1006-1019 (h. 1012)

³²Leonita and Wulandari. 'Pengaruh Fitur Shopee Paylater, Literasi Keuangan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Berbelanja Online

kepercayaan yang diberikan oleh pengguna kepada shopee *paylater* tinggi, pengguna lebih percaya bahwa shopee *paylater* mudah digunakan sebagai metode pembayaran saat berbelanja online.³³

b. Faktor-Faktor Penggunaan Fitur Shopee *Paylater*

1) Kemudahan

Mahasiswa yang positif terhadap manfaat fitur *paylater*, seperti kemudahan membeli barang tanpa pembayaran langsung, cenderung memiliki minat lebih tinggi untuk menggunakan fitur ini.³⁴ Kemudahan penggunaan dapat mengurangi usaha seseorang dalam mempelajari sistem ataupun teknologi.³⁵

2) Kemampuan membayar

Saat melakukan transaksi untuk memperoleh barang, konsumen harus memiliki kemampuan dalam melakukan pembayaran tepat waktu sesuai tanggal jatuh tempo. Oleh karena itu, kontrol

Di Shopee' Jurnal Manajemen Terapan dan Keuangan, 13.2 (2024) 554-566 (h. 557)

³³Dayan Singasatia Fachry Nurfaidzi, Ismi Kaniawulan, "Analisis Penerimaan Fitur Shopee *Paylater* Pada Aplikasi Shopee Menggunakan *Technology Acceptance Model (Tam)*," JINTEKS (Jurnal Informatika Teknologi dan Sains) 5.4 (2023): 649–654 (h. 650)

³⁴Nur Jamaludi and others, 'Manajemen Strategi', Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi, 2.3 (2023), 1–5 (h. 3)

³⁵Adela Rossa, 'Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan , Kepercayaan , Risiko Dan Keamanan Terhadap Impulse Buying Pengguna *SPaylater (Shopee Paylater) Di Jadetabek*', (Skripsi, Politeknik negeri Jakarta 2022), h. 15

perilaku berperan penting dalam membantu membedakan antara kebutuhan dan keinginan guna memastikan kemampuan membayar terpenuhi.³⁶

3) Kepercayaan

Kepercayaan ini mencerminkan keyakinan mahasiswa bahwa Shopee PayLater akan memenuhi harapan mereka dan memberikan pengalaman yang positif. Mahasiswa merasa yakin bahwa layanan shopee payLater akan memberikan manfaat dan kemudahan yang mereka harapkan, sehingga lebih cenderung untuk menggunakannya.³⁷

4) Keamanan

Keamanan adalah hal yang harus diberikan oleh para pelaku bisnis, baik produk maupun layanan. Keamanan membuat pengguna dan konsumen merasa nyaman dan meningkatkan kepercayaan

³⁶Shabilla 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. 56

³⁷Rizkiza Aurin and Ratih Kusumastuti, *'Pengaruh Literasi Keuangan Dan Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan Shopee Pay Later'*, JCA (Jurnal Cendekia Akuntansi), 4.2 (2023), 82-99 (h. 90)

konsumen, yang pada gilirannya meningkatkan jumlah penjualan..³⁸

c. Indikator Fitur Shopee *Paylater*

Indikator fitur shopee paylater dalam penelitian ini meliputi:

- 1) Kemudahan akses *paylater*, menggambarkan sejauh mana responden merasa fitur shopee *paylater* mudah ditemukan dan digunakan dalam aplikasi.
- 2) Limit pinjaman memadai, persepsi apakah jumlah limit yang diberikan cukup untuk memenuhi kebutuhan belanja.
- 3) Proses aktivasi cepat, mengukur pengalaman pengguna bahwa pendaftaran atau aktivasi *paylater* tidak rumit, tidak membutuhkan syarat berlebihan.
- 4) Biaya layanan tidak memberatkan, pandangan responden mengenai bunga atau biaya administrasi shopee *paylater*.
- 5) Kontrol penggunaan, Mengukur sejauh mana pengguna merasa mampu untuk mengendalikan penggunaan shopee *paylater*.

³⁸Shabilla 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. 34

- 6) Keyakinan melunasi tepat waktu, menilai persepsi responden atas kemampuannya menyelesaikan cicilan tanpa keterlambatan.³⁹

5. *Mobile Banking*

a. Definisi *Mobile Banking*

Mobile banking merupakan salah satu layanan perbankan yang memungkinkan penggunanya untuk berinteraksi, menggunakan transaksi keuangan, dan memperoleh informasi secara daring. Nasabah dapat mengakses layanan perbankan secara daring dalam bentuk internet banking yang bersifat informasional tanpa benar-benar menyelesaikan transaksi apa pun. Mobile banking, biasanya disebut sebagai SMS banking atau mobile banking, yaitu sejenis terminal yang dipergunakan untuk berbagai keperluan, termasuk membayar, melihat saldo, dan melakukan transaksi mata uang, menggunakan mobile banking dan perangkat seluler lainnya.⁴⁰

Mobile banking adalah langkah awal evolusi bank menjadi financial service provider (FSP). Dalam hal ini, fungsi bank tidak hanya sebagai

³⁹Shabilla 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

⁴⁰Annisa Rizki Pratiwi, 'Pengaruh Penggunaan Mobile Banking Dan Potensi Risiko Terhadap Kepercayaan Nasabah Dengan Literasi Keuangan Sebagai Variabel Moderasi', Jurnal Masharif Al-Syariah, 9.204 (2024), 3212–3227.h.3219

tempat menyimpan dan menyalurkan uang. Sebagai FSP, bank di masa depan berfungsi mengelola keuangan nasabahnya. Termasuk dalam pembayaran tagihan, sampai merencanakan dana pensiun. Layanan-layanan ini bersifat personal, disesuaikan dengan karakteristik nasabahnya.⁴¹

b. Kategori *Mobile Banking*

Saat ini, *mobile banking* dapat dibagi menjadi tiga kategori:

1) *Knowledgeable* (bersifat memberi informasi)

Ketentuan ini ditujukan agar Anda dapat melihat informasi mengenai produk dan layanan yang dimiliki suatu bank. Risiko yang terkait dengan situs-situs ini serupa dengan risiko yang terkait dengan lokasi dan jaringan utama bank, namun risiko tersebut juga berdampak pada server yang menjadi tuan rumah situs tersebut.

2) Efektif dalam komunikasi (bersifat komunikatif)

Dibandingkan dengan model pertama, model kedua lebih bersifat aktif (komunikasi aktif). Melalui sistem ini, memungkinkan untuk adanya interaksi pada konsumen dengan aturan yang ada di bank. Antarhubungan ini dapat berupa

⁴¹Jean Vania Dwi Melati, 'Pengaruh Penggunaan *Mobile Banking* (*M-Banking*) Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah', Jurnal Ilmiah Ekonomi, Manajemen Dan Syariah, 4.1 (2025), 1–12.h.9

jejak transaksi, data pribadi bank, formulir Bentuk keanggotaan layanan perbankan yang ada pada taraf sedang.

3) Transaksional (dapat melakukan transaksi)

server utama dan jaringan bank, maka risiko yang ditimbulkannya juga sangat tinggi, dengan kerugian terbesar terjadi di antara dua jenis data. Untuk itu, diperlukan adanya kontrol dalam sistem ini. Transaksi yang dapat diselesaikan melalui sistem ini antara lain adalah akses seketika ke rekening bank, seperti permintaan atau perubahan informasi rekening, pembayaran barang dan jasa, transfer uang, informasi rekening bank, dan hal lainnya.⁴²

c. Indikator *Mobile Banking*

Indikator perilaku *mobile banking* dalam penelitian ini meliputi:

- 1) Kemudahan (learnability)
- 2) Efisiensi (efficiency)
- 3) Mudah diingat (memorability)
- 4) Kesalahan dan keamanan (errors)

⁴²Bani Khafidz, 'Pengaruh Penggunaan Mobile Banking Terhadap Efektivitas Dalam Pembayaran Uang Kuliah Tunggal UIN SMH Banten', Jurnal Publikasi Ekonomi Dan Akuntansi, 2.3 (2024), 202–13.

5) Kepuasan (satisfaction).⁴³

6. Literasi Keuangan

a. Definisi literasi keuangan

Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) mendefinisikan literasi keuangan adalah sebagai pengetahuan (knowledge), keterampilan (skill), dan keyakinan (confidence) yang mempengaruhi sikap (attitude) dan perilaku (behavior) keuangan untuk meningkatkan kualitas pengambilan keputusan dan pengelolaan keuangan dalam rangka mencapai kesejahteraan.⁴⁴

Literasi keuangan merupakan kebutuhan dasar bagi setiap orang agar terhindar dari masalah keuangan. Memiliki literasi keuangan merupakan hal yang paling penting untuk mendapatkan kehidupan yang sejahtera. Dengan pengelolaan keuangan yang tepat yang ditunjang dengan literasi keuangan yang baik, maka taraf hidup masyarakat diharapkan akan meningkat, karena walau bagaimanapun tingginya tingkat penghasilan seseorang tapi tanpa pengelolaan

⁴³Ahmad Uci Safitra, 'Evaluasi Mobile Banking Dengan Pendekatan Use Questionnaire Dan Importance Performance Analysis', Jurnal Teknologi Informatika Dan Komputer, 8.2 (2022), 148–164.h.156

⁴⁴OJK dan B P S.

keuangan yang tepat, keamanan finansial pasti akan sulit tercapai.⁴⁵

b. Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Literasi Keuangan

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi literasi keuangan yaitu:

- 1) Usia
- 2) Jenis kelamin
- 3) Penghasilan
- 4) Pekerjaan
- 5) Pendidikan⁴⁶

c. Indikator Literasi Keuangan

Indikator literasi keuangan dalam penelitian ini meliputi:

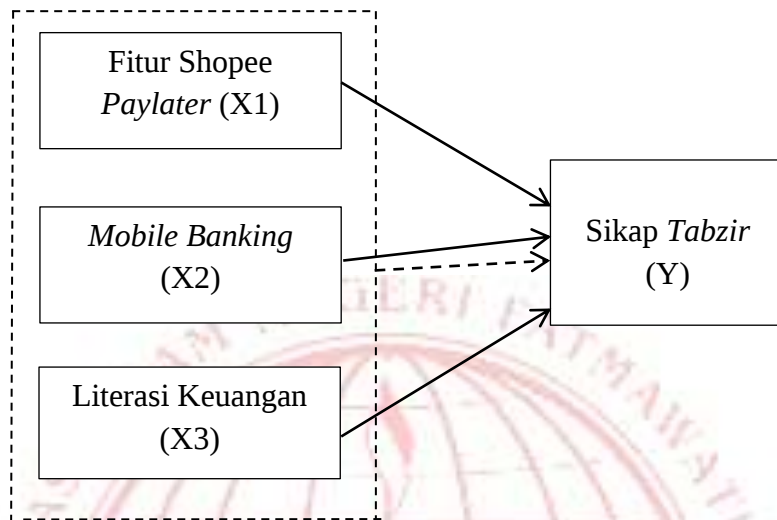
- 1) Pengetahuan umum tentang keuangan,
- 2) Simpanan dan
- 3) Pinjaman,
- 4) Asuransi serta
- 5) Investasi⁴⁷

⁴⁵Amanita Novi Yushita, 'Pentingnya Literasi Keuangan Bagi Pengelolaan Keuangan Pribadi', Jurnal Nominal / , VI.1 (2017), 11–26.

⁴⁶sri Wahyuni, 'Pengaruh Literasi Keuangan, Uang Saku, Dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Menabung', 2023.

⁴⁷Westi Rahmadani and Lisa Amelia Herman, 'Analisis Tingkat Literasi Keuangan Mahasiswa Bidikmisi Politeknik Negeri Padang', Jurnal Akuntansi , Bisnis Dan Ekonomi Indonesia, 1.1 (2021), 92–97.

B. Kerangka Berpikir Penelitian



Gambar 2 1 Kerangka Berpikir

Keterangan:

1. Variabel dependen (terikat) ialah variabel mempunyai akibat adanya variabel bebas. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah Sikap Tabzir (Y)
2. Variabel independen (bebas) ialah variabel yang menjadi sebab timbulnya variabel terikat. Variabel independen dalam penelitian ini adalah Fitur Shopee *Paylater* (X1), *Mobile Banking* (X2) dan Literasi keuangan (X3)

D. Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah jawaban sementara yang hendak diuji kebenarannya melalui penelitian.⁴⁸ Adapun yang menjadi rumusan hipotesis dalam penelitian ini adalah:

1. H_{01} : Fitur shopee *paylater* tidak berpengaruh terhadap sikap *tabzir* mahasiswa.

H_{a1} : Fitur shopee *paylater* berpengaruh terhadap sikap *tabzir* mahasiswa.

2. H_{02} : *Mobile banking* tidak berpengaruh terhadap sikap *tabzir* mahasiswa.

H_{a2} : *Mobile Banking* berpengaruh terhadap sikap *tabzir* mahasiswa.

3. H_{03} : Literasi keuangan tidak berpengaruh terhadap sikap *tabzir* mahasiswa.

H_{a3} : Literasi keuangan berpengaruh terhadap sikap *tabzir* mahasiswa.

4. H_{04} : Ketiga variabel independen secara simultan tidak berpengaruh terhadap sikap *tabzir*.

H_{a4} : Ketiga variabel independen secara simultan berpengaruh terhadap sikap *tabzir*.

⁴⁸Jim Hoy Yam and Ruhayat Taufik, 'Hipotesis Penelitian Kuantitatif'. *Perspektif: Jurnal Ilmu Administrasi*, 3.2 (2021), 96–102 (h. 99).