Al-Ihsan: Jurnal Bisnis dan Ekonomi Syariah
Journal homepage: https://ihsan.yrpk.org/index.php/jbes

Vol.2, No.1, Juni (2024) **E-ISSN: 3026-6149**

Pengaruh Pengetahuan Hukum Syariah dan Kemudahan Penggunaan Aplikasi Terhadap Minat Mahasiswa MBS Menggunakan Fitur Shopee PayLater

Norazlina[1], Najwa Amanda[2], Mutiara Annisa[3], M.Irvan Maulana[4], Ahlamul Jaris[5],
Faculty Of Islamic, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

ARTICLE INFO

Article history:
Received: 2 Februari 2024
Revised: 16 Februari 2024
Accepted: 3 April 2024

Keywords: Hukum Syariah, Kemudahan Aplikasi, Minat Mahasiswa, Shopee PayLater, Ekonomi Digital

ABSTRACT

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pengetahuan hukum syariah dan kemudahan penggunaan aplikasi terhadap minat mahasiswa Program Studi Manajemen Bisnis Syariah (MBS) dalam memanfaatkan fitur Shopee PayLater. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan pendekatan survei melalui penyebaran kuesioner kepada 81 responden yang dipilih menggunakan rumus Slovin. Data dianalisis menggunakan perangkat lunak SmartPLS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan aplikasi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa MBS, sedangkan pengetahuan hukum syariah tidak berpengaruh secara signifikan. Temuan ini mengindikasikan bahwa kenyamanan dan kemudahan akses aplikasi lebih dominan dalam memengaruhi perilaku penggunaan fitur dibandingkan aspek normatif keislaman. Temuan ini penting sebagai masukan bagi pengembangan fitur keuangan digital yang ramah syariah dan mudah digunakan. Penelitian ini juga memberikan kontribusi terhadap literatur terkait perilaku keuangan mahasiswa dalam ekosistem ekonomi digital. Implikasi dari penelitian ini adalah perlunya peningkatan edukasi literasi keuangan syariah yang dikemas secara praktis dan adaptif terhadap perkembangan teknologi digital agar mampu bersaing dalam pasar yang semakin kompetitif.

This study aims to analyze the influence of Sharia law knowledge and application usability on the interest of students from the Sharia Business Management (MBS) program in utilizing the Shopee PayLater feature. The research employed a quantitative method using a survey approach, with questionnaires distributed to 81 respondents selected through the Slovin formula. Data were analyzed using the SmartPLS software. The results indicate that application usability has a positive and significant effect on students' interest, whereas Sharia law knowledge does not have a significant effect. These findings suggest that convenience and ease of use play a more dominant role in influencing user behavior than normative Islamic legal considerations. This insight is crucial for the development of Sharia-compliant and user-friendly digital financial services. The study also contributes to the literature on student financial behavior within the digital economic ecosystem. The implications highlight the need for enhanced Sharia financial literacy programs designed in a practical and technologically adaptive manner to remain competitive in the evolving digital marketplace.

This is an open-access article under the CC BY-NC license.

Corresponding Author:
Norazlina
Faculty Of Islamic, , Muhammadiyah University Of North Sumatra
Jl. Kapten Muchtar Basri No.3, Glugur Darat II, Kec. Medan Timur Kota Medan Sumatera Utara 20238
Email: norazlina4720@gmail.com

PENDAHULUAN

Pada era modern zaman sekarang, perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi sangat bertumbuh pesat sejalan dengan adanya berbagai kemudahan yang terdapat pada proses transaksi jual beli. Salah satu contohnya yaitu dengan munculnya wadah e-commerce (perdagangan elektronik).(Nurfayda & Erviana, 2022) E-commerce merupakan kegiatan bisnis yang melibatkan proses jual beli barang atau jasa melalui jaringan internet. Aktivitas jual beli secara daring ini mencerminkan adanya proses tawar-menawar, melihat-lihat produk yang ingin dibeli, serta terjadinya transaksi antara penjual dan pembeli. Munculnya E–Commerce ini memberikan pengaruh yang cukup signifikan dikalangan mahasiswa karena adanya kredit online. Banyaknya e-commerce yang tersedia, Shopee merupakan aplikasi yang menyediakan kredit online dengan fitur Shopee Pay Later. (Mahardika, 2023)

Menurut (Yogi Piko Rio Randes & Jhon Veri, 2025)pandemi Covid-19 telah mempercepat penggunaan e-commerce di Indonesia, termasuk layanan PayLater seperti Shopee PayLater. Transaksi jual beli Shopee PayLater dikenakan bunga minimal sebesar 2,95%. Pembayaran melalui Spaylater dikenakan biaya penanganan 1% setiap kali bertransaksi. Tidak hanya itu, Shopee PayLater juga mengenakan denda keterlambatan sebesar 5% setiap bulan dari total tagihan yang telah jatuh tempo (termasuk tagihan sebelumnya). Apabila membahas tentang peminjaman yang mengandungi unsur bunga atau riba sudah pasti dilarang dalam hukum ruang lingkup islam. (Ponorogo, 2023)Muh. Maksum & Anggraini (2023) menjelaskan bahwa transaksi Shopee PayLater menimbulkan kontroversi dalam perspektif hukum Islam karena adanya unsur bunga atau riba dalam sistem pembayarannya. Meskipun demikian, Fatwa MUI No: 116/DSN-MUI/IX/2017 memperbolehkan penggunaan uang elektronik selama sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Penelitian Ananda (2022) juga menegaskan bahwa pinjaman online dapat diterima secara hukum Islam apabila diawasi oleh OJK dan mengikuti ketentuan syariah.

Layanan ini memudahkan transaksi dengan konsep "beli sekarang, bayar kemudian", sehingga menyediakan pilihan pembayaran yang lebih fleksibel bagi konsumen, khususnya mahasiswa yang merupakan salah satu kelompok pengguna utama. (Sosial & Covid-, 2022) Shopee PayLater merupakan suatu fitur yang sudah lama di terapkan dalam aplikasi Shopee yang merupakan aplikasi marketplace secara daring atau online. Shopee PayLater adalah kemudahan bagi solusi pinjaman secara instant tanpa memerlukan proses peminjaman yang berkala seperti bank yang lain.(Amanda et al., 2024) mengungkapkan bahwa faktor utama yang memengaruhi minat konsumen dalam menggunakan Shopee PayLater adalah kemudahan dalam penggunaan aplikasi serta aspek keamanan. Fitur-fitur seperti proses pengajuan yang cepat, pengingat otomatis, dan antarmuka aplikasi yang mudah digunakan turut meningkatkan persepsi kemudahan serta kepercayaan dari para pengguna.

Menurut data yang dikumpul oleh PT Pefindo Biro Kredit (IDScore)(Putri & Ingriyani, n.d.) Berdasarkan survei, pekerjaan pengguna Shopee PayLater paling banyak adalah mahasiswa (23,3%), diikuti oleh wiraswasta (18,9%), pegawai swasta (16,7%), freelancer dan pelajar (masing-masing 8,3%), serta pegawai negeri, pegawai BUMN, petani/nelayan, dan ibu rumah tangga dalam proporsi lebih kecil. Hal ini dapat dibuktikan banyak di kalangan mahasiswa meangaplikasikan fitur Shopee PayLater. Dari data diatas dapat disimpulkan bahwa mahasiswa adalah pengguna terbanyak fitur Shopee Pay Later. untuk memenuhi kehendak dan keperluan sehari-hari apatah lagi unuk mengikuti gaya hidup dan tren media soial yang semkain berkembang pesat. (Konsumen et al., 2024) Maka dengan itu mahasiswa menjadi salah satu bagian target pasar dari adanya kemajuan teknologi paylater termasuk dalam penggunaan Shopee PayLater.(Lestari & Kartika, 2024)

Tujuan penilitan ini dilakukan untuk menggali lebih dalam untuk menganalisis secara kuantitatif bagaimana Pengaruh Pengetahuan Hukum Syariah dan Kemudahan Penggunaan Aplikasi Terhadap Minat Mahasiswa MBS Dalam Penggunaan Fitur Shopee PayLater. Hasil dari penelitian ini amat diharapkan agar dapat memberikan Gambaran hukum penggunaan fitur spaylater dan kemudahan penggunaan aplikasi terhadap minat mahasiswa khususnya mahasiswa MBS.

KAJIAN TEORI

Pengetahuan Hukum Syariah

Dalam Ekonomi Syariah, prinsip dasarnya adalah Al-Abahah (diperbolehkan) selama tidak ada larangan yang jelas. Transaksi jual beli online, termasuk melalui platform e-commerce seperti Shopee, sejatinya serupa dengan akad As-Salam, yang diperbolehkan dalam Islam. Akad salam mengharuskan spesifikasi barang disebutkan secara jelas dan pembayaran dilakukan secara tunai di muka, sementara barang diserahkan pada waktu yang telah disepakati. Fitur PayLater di platform e-commerce, khususnya Shopee, tidak selalu bertentangan dengan prinsip Ekonomi Syariah. Namun, penting untuk memperhatikan aspek kepatuhan terhadap syariah, terutama terkait adanya bunga atau biaya tambahan akibat penundaan pembayaran yang mungkin muncul dan harus diwaspadai**.** (Hasanah, n.d.)

Pengetahuan hukum syariah merupakan pemahaman yang mencakup prinsip-prinsip fiqih muamalah, khususnya yang berkaitan dengan transaksi keuangan digital. Dalam konteks layanan paylater, mahasiswa yang memiliki literasi hukum syariah yang baik cenderung lebih kritis dalam menilai keabsahan suatu produk keuangan. Mereka akan mempertimbangkan aspek kehalalan suatu transaksi, termasuk kejelasan akad, keabsahan keuntungan, serta ketentuan riba dan gharar. Pengetahuan ini berperan penting dalam membentuk sikap hati-hati dan selektif dalam menggunakan fitur keuangan yang tersedia di e-commerce, seperti Shopee PayLater. Dalam literatur keuangan syariah, transaksi yang mengandung unsur bunga atau denda keterlambatan seperti yang terdapat pada paylater berpotensi melanggar prinsip syariah. Oleh karena itu, pemahaman syariah menjadi filter moral dan hukum bagi mahasiswa muslim dalam mengambil keputusan. Hasil penelitian terdahulu menunjukkan bahwa pengetahuan syariah mampu membatasi perilaku konsumtif apabila pengguna menyadari adanya unsur riba dalam transaksi digital (Munawaroh et al., 2024). Selain itu, pendekatan Maqashid Syariah menekankan pentingnya menjaga harta dan akal, yang relevan dalam menghindari perilaku berhutang konsumtif tanpa perhitungan. Dengan demikian, semakin tinggi pemahaman syariah, seharusnya semakin rasional pula keputusan penggunaan layanan keuangan berbasis teknologi.

Kemudahan Penggunaan Aplikasi

Salah satu faktor yang memengaruhi keputusan pembelian adalah kemudahan dalam menggunakan platform. Kemudahan navigasi dan pengalaman positif pengguna dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, yang selanjutnya mendorong minat beli. Dengan antarmuka yang mudah dipahami dan fitur pencarian yang efektif, Shopee berupaya memberikan pengalaman pengguna yang terbaik.(Teknologi, 2024). Kemudahan penggunaan aplikasi merupakan aspek penting dalam teori teknologi penerimaan (Technology Acceptance Model/TAM), yang menjelaskan bahwa persepsi kemudahan sangat memengaruhi minat dan perilaku pengguna dalam mengadopsi suatu teknologi. Dalam konteks ini, Shopee PayLater menjadi pilihan karena antarmuka yang intuitif, proses pendaftaran cepat, notifikasi otomatis, dan integrasi langsung dengan fitur belanja online. Bagi mahasiswa yang terbiasa dengan perangkat digital, kemudahan teknis ini mengurangi hambatan psikologis dan praktis dalam menggunakan fitur tersebut. Penelitian dari (Ibrahim & Pradesyah, 2023) menegaskan bahwa kenyamanan aplikasi menjadi alasan utama pengguna memilih layanan paylater, di samping faktor promosi dan diskon. Dalam pendekatan perilaku konsumen digital, semakin kecil usaha yang diperlukan untuk memahami dan menjalankan fitur, maka semakin besar pula kemungkinan fitur tersebut digunakan secara berulang. Aksesibilitas dan kenyamanan juga membentuk persepsi efisiensi, yang sangat dihargai oleh mahasiswa dengan mobilitas dan waktu yang terbatas. Maka dari itu, kemudahan penggunaan bukan sekadar fitur teknis, tetapi telah menjadi strategi pemasaran yang kuat dan efektif dalam menjangkau generasi digital-native.

Minat Mahasiswa MBS dalam Penggunaan Fitur Shopee PayLater

Shopee PayLater adalah layanan pembayaran yang memungkinkan pengguna untuk membeli barang terlebih dahulu dan membayar di waktu yang akan datang. Layanan ini sangat populer di kalangan mahasiswa karena sering menghadapi keterbatasan keuangan. Penelitian lainnya menunjukkan bahwa penggunaan layanan paylater dapat meningkatkan frekuensi dan nilai transaksi, tetapi juga berpotensi menimbulkan masalah utang jika tidak dikelola dengan baik hasil ini juga yang menyatakan bahwa mahasiswa yang menggunakan layanan paylater cenderung mengalami peningkatan pengeluaran yang tidak terencana. Teori perilaku konsumen, khususnya pada Teori Perilaku Terencana (Literatur, 2017) yang dikembangkan oleh (Rizaldy & Pradesyah, 2023), dapat digunakan untuk memahami

pengaruh penggunaan Shopee PayLater terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Teori ini menyatakan bahwa niat seseorang untuk melakukan suatu tindakan dipengaruhi oleh tiga faktor utama, yaitu sikap terhadap perilaku tersebut, norma subjektif, dan persepsi kontrol atas perilaku itu. Dalam konteks pemanfaatan Shopee PayLater, ketiga faktor ini sangat berperan dalam menentukan keputusan mahasiswa untuk menggunakan layanan tersebut.(Felix et al., 2024)

Minat mahasiswa terhadap penggunaan Shopee PayLater dapat dipahami melalui pendekatan psikologi konsumen dan perilaku terencana. Dalam Teori Perilaku Terencana (Theory of Planned Behavior/TPB), intensi untuk menggunakan suatu layanan dipengaruhi oleh sikap, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku. Mahasiswa yang memiliki sikap positif terhadap manfaat paylater, seperti kemudahan membeli barang tanpa pembayaran langsung, cenderung memiliki minat lebih tinggi untuk menggunakan fitur ini. Selain itu, pengaruh teman sebaya, tren sosial media, serta iklan promosi juga memperkuat norma subjektif yang membentuk perilaku konsumtif. Persepsi bahwa penggunaan paylater mudah dan aman meningkatkan kontrol persepsi atas keputusan keuangan mereka, meskipun dalam praktiknya sering kali menyebabkan pembelian impulsif. Penelitian Felix et al. (2024) menunjukkan bahwa fitur ini banyak dimanfaatkan oleh mahasiswa bukan karena kebutuhan mendesak, melainkan dorongan konsumsi gaya hidup. Oleh karena itu, minat yang tinggi terhadap Shopee PayLater mencerminkan pergeseran paradigma dari keuangan berbasis kebutuhan ke keuangan berbasis keinginan, yang dipengaruhi oleh kemudahan akses dan daya tarik fitur digital.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Penelitian ini menguji hubungan dan pengaruh antara dua variabel independen (pengetahuan hukum syariah dan kemudahan penggunaan aplikasi) terhadap satu variabel dependen (minat mahasiswa MBS dalam menggunakan Shopee PayLater). Penelitian kuantitatif menekankan objektivitas, sehingga hasilnya tidak dipengaruhi opini pribadi peneliti. Proses pengumpulan dan analisis data dilakukan secara terstruktur dan sistematis.

Menurut Sugiyono (2017:80) mengartikan bahwa "populasi adalah wilayah generalisasi terdiri dari obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya".(Penelitian et al., 2023) Berdasarkan hasil data yang kami peroleh, jumlah populasi mahasiswa Program Studi Manajemen Bisnis Syariah (MBS) yang menjadi subjek penelitian terdiri dari mahasiswa pada semester 2, 4, 6, dan 8, dengan total sebanyak 242 mahasiswa. Jumlah ini merupakan dari keseluruhan mahasiswa aktif yang terdaftar pada keempat semester tersebut dan menjadi dasar dalam penentuan populasi penelitian. Untuk menentukan jumlah sampel yang representatif dari populasi tersebut, peneliti akan menggunakan rumus Slovin. Rumus Slovin dipilih karena efektif dalam menghitung ukuran sampel minimal yang diperlukan dari populasi yang telah diketahui jumlahnya, sehingga hasil penelitian dapat tetap akurat dan efisien meskipun tidak meneliti seluruh populasi. Besarnya sampel penelitian ini ditentukan dengan rumus slovin, yaitu :

$$\mathbf{n}= \frac{N}{1+(N\times e^2)}$$

Keterangan :

n : Ukuran sampel

N : Populasi

e^2 : presentase kesalahan pengambilan sampel yang masih diinginkan. (1%, 5%,10%)

Diperoleh 242 mahasiswa program studi Mnajemen Bisnis Syariah yang akan dijadikan obyek dan diambil sampel untuk dijadikan responden penelitian ini. Besarnya sampel ditentukan dengan rumus Slovin berikut ini dengan presentase kesalahan 10%.

Maka,

$$\mathbf{n}= \frac{\mathbf{242}}{\mathbf{1+(242\times 0{,}1^2)}}$$

$$\mathbf{n}= \frac{\mathbf{242}}{\mathbf{1+(242\times 0{,}1^2)}} \rightarrow \quad \mathbf{n}= \frac{\mathbf{242}}{\mathbf{1+(242\times 0{,}01)}}$$

$$\mathbf{n}= \frac{\mathbf{242}}{\mathbf{1+2{,}42}}$$

$$\mathbf{n}= \frac{\mathbf{242}}{\mathbf{3{,}42}} \approx \frac{\mathbf{242}}{\mathbf{3}}$$

n= 80,66 ≈ 81

Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 81, sehingga dengan demikian peneliti mengambil sebanyak 81 mahasiswa pada program studi Manajemen Bisnis Syariah dari jumlah populasi. Data yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah data primer. Menurut Sugiyono (2017:137) mendefinisikan bahwa "data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data, sehingga peneliti merupakan tangan pertama yang memperoleh data tersebut"(Sugiyono, 2020). Metode pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu berupa penyebaran kuesioner.

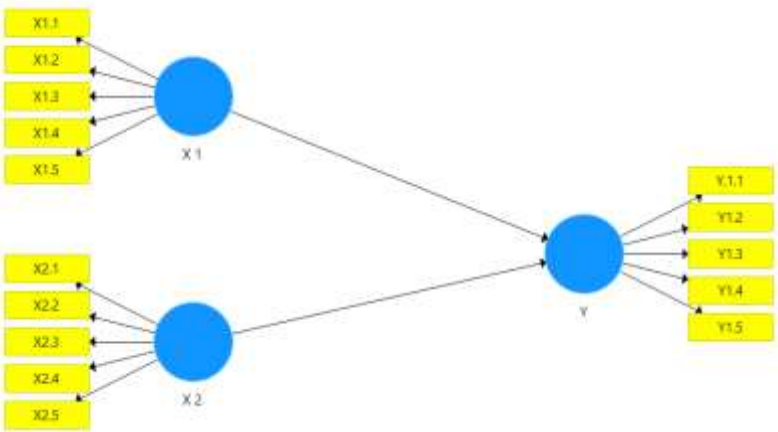
Penelitian ini dalam penyebaran kuesionernya menggunakan skala likert sebagai instrumennya. Menurut Sugiyono (2017:222), skala Likert merupakan suatu alat ukur yang dirancang untuk menilai sikap seseorang terhadap suatu hal dalam satu dimensi tertentu (Sugiyono, 2020). Melalui skala ini, setiap individu dapat menempatkan dirinya pada suatu posisi di sepanjang rentang sikap yang disediakan oleh pernyataan-pernyataan dalam instrumen tersebut. Dengan kata lain, responden diminta untuk memilih salah satu jawaban yang paling sesuai dengan pendapat atau perasaannya terhadap pernyataan yang diberikan. Umumnya, dalam penerapan skala Likert, digunakan kategori skor mulai dari angka 1 hingga 5. Setiap angka pada rentang tersebut memiliki makna penilaian tersendiri, yang biasanya dijelaskan secara rinci dalam tabel, seperti yang dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Table.1. Skala Likert

Pernyataan	Nilai
Sangat Tidak Setuju (STS)	1
Tidak Setuju (TS)	2
Kurang Setuju (KS)	3
Setuju (S)	4
Sangat Setuju (SS)	5

HASIL PENELITIAN

Untuk mencapai hasil yang diharapkan, penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dalam menyelesaikan masalah yang ada serta untuk menguji hipotesis yang diajukan. Penelitian ini melibatkan beberapa variabel, yaitu Pengaruh Pengetahuan Hukum Syariah (X1), Kemudahan Penggunaan Aplikasi (X2), dan Terhadap Minat Mahasiswa MBS Dalam Menggunakan Fitur Shopee PayLater (Y). Setiap variabel memiliki jumlah pernyataan yang berbeda; variabel bebas masing-masing terdiri dari lima pernyataan, sedangkan variabel terikat hanya terdiri dari lima pernyataan. Berikut kerangka penelitian dari aplikasi SmartPls :



Gambar.1. Kerangka Penelitian.

Gambar diatas mendeskripsikan sebuah kerangka pemikiran yang umum digunakan dalam penelitian kuantitatif, khususnya yang melibatkan hubungan antara variabel independen dan dependen beserta indikator-indikatornya. Kerangka ini, terdapat dua variabel independen, yaitu X1 dan X2, yang masing-masing diukur melalui lima indikator yang diasumsikan memiliki pengaruh terhadap satu variabel dependen, yaitu Y. Panah yang menghubungkan indikator ke variabel utama menunjukkan bahwa indikator-indikator tersebut merupakan alat ukur atau representasi dari masing-masing variabel. Sementara itu, panah dari X1 dan X2 ke Y menggambarkan hubungan kausal atau pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen. Selanjutnya, variabel Y diukur melalui indikator-indikatornya untuk memastikan hasil pengukuran yang komprehensif. Kerangka pemikiran seperti ini penting untuk merancang instrumen penelitian, melakukan analisis data, serta menginterpretasikan hasil penelitian secara sistematis dan terukur.

Setelah kerangka pemikiran selesai disusun, tahap selanjutnya adalah melakukan pengujian outer loading. Pengujian ini dilakukan untuk mengevaluasi apakah setiap pernyataan memenuhi kriteria standar yang telah ditentukan. Apabila ada pernyataan yang tidak memenuhi standar tersebut, maka pernyataan tersebut akan diperbaiki atau tidak akan dimasukkan dalam proses pengolahan data berikutnya. Berikut adalah hasil dari pengujian tersebut:

Tabel.2. Uji Validasi Outer Loading

	X 1	X 2	Y
X1.1	0.881		
X1.2	0.854		
X1.3	0.811		
X1.4	0.837		
X1.5	0.786		
X2.1		0.796	
X2.2		0.736	
X2.3		0.853	
X2.4		0.880	
X2.5		0.810	
Y.1.1			0.936
Y1.2			0.890
Y1.3			0.951
Y1.4			0.963
Y1.5			0.922

Sumber : Hasil Olahan Data SmartPls 3

Table diatas, dapat ditarik kesimpulan bahwa seluruh indikator pada variabel X1, X2, dan Y memiliki nilai outer loading yang tergolong tinggi. Variabel X1, nilai outer loading berada di kisaran 0,786 hingga 0,881, yang menandakan bahwa kelima indikator (X1.1 sampai X1.5) sudah memenuhi standar minimum yang ditetapkan, yaitu lebih dari 0,7. Variabel X2, nilai outer loading juga berada di atas 0,7, yakni antara 0,736 hingga 0,880, sehingga semua indikator (X2.1 hingga X2.5) dapat dipertahankan dalam model penelitian. Sementara itu, variabel Y menunjukkan nilai outer loading yang sangat tinggi pada kelima indikatornya (Y1.1 sampai Y1.5), yaitu antara 0,890 hingga 0,963, yang mengindikasikan bahwa indikator tersebut sangat baik dalam menggambarkan variabel Y. Oleh karena itu, seluruh indikator pada ketiga variabel ini telah memenuhi kriteria validitas konvergen dan layak digunakan untuk analisis lanjutan dalam penelitian. Berikutnya dilakukan pengujian Variance Inflation Factor (VIF), dimana syarat yang digunakan bahwa nilai VIF< 5 maka dinyatakan tidak ada masalah korelasi pada pernyataan yang diajukan, adapun hasil yang didapatkan sebagai berikut :

Tabel.3. Variance Inflation Factor (VIF)

	VIF
X1.1	2.975
X1.2	2.368

X1.3	1.759
X1.4	2.986
X1.5	2.603
X2.1	1.893
X2.2	2.382
X2.3	3.219
X2.4	3.197
X2.5	1.706
Y.1.1	5.760
Y1.2	3.434
Y1.3	7.059
Y1.4	8.628
Y1.5	5.040

Tabel diatas menampilkan nilai Variance Inflation Factor (VIF) untuk sejumlah variabel independen yang digunakan guna mendeteksi adanya multikolinearitas dalam analisis regresi. Data yang diperoleh, semua variabel dalam rentang X1.1 hingga X2.5 memiliki nilai VIF di bawah 5, yang menunjukkan tidak adanya indikasi multikolinearitas yang serius di antara variabel-variabel tersebut. Nilai VIF terendah ditemukan pada variabel X1.3 sebesar 1,759, sedangkan nilai tertinggi terdapat pada X2.3 dengan angka 3,219, keduanya masih berada dalam batas aman. Variabel-variabel dalam kelompok Y menunjukkan potensi multikolinearitas, di mana beberapa variabel seperti Y1.1, Y1.3, Y1.4, dan Y1.5 memiliki nilai VIF lebih dari 5, dengan nilai tertinggi pada Y1.4 mencapai 8,628. Hal ini mengindikasikan adanya korelasi yang tinggi antar variabel tersebut, yang dapat mempengaruhi kestabilan model regresi. Oleh karena itu, disarankan untuk melakukan evaluasi terhadap variabel Y yang memiliki nilai VIF tinggi, baik dengan menghapus beberapa variabel, melakukan transformasi data, atau menggunakan metode reduksi dimensi seperti Principal Component Analysis (PCA) untuk mengatasi masalah multikolinearitas. Selanjutnya pengujian Construct Reliability an Validity. Pengujian ini ada beberapa hal yang harus dilihat. Pertama, AVE > 0,5 descriminan validity, Cronbach's Alpha > 0,7 reliabel, selanjutnya Composite Reliability > 0,6 dinyatakan reliabel, hasil yang didapatkan dalam pengolahan data sebagai berikut :

Tabel.4. Construct Reliability and Validity

	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability	Average Variance Extracted (AVE)
X 1	0.895	0.911	0.920	0.696
X 2	0.881	0.930	0.909	0.667
Y	0.962	0.964	0.971	0.870

Tabel diatas memperlihatkan hasil pengujian reliabilitas dan validitas konstruk untuk variabel X1, X2, dan Y dengan menggunakan empat indikator utama, yaitu Cronbach's Alpha, rho_A, Composite Reliability, dan Average Variance Extracted (AVE). Hasil pengujian menunjukkan bahwa semua variabel memiliki nilai Cronbach's Alpha di atas 0,70, yakni X1 sebesar 0,895, X2 sebesar 0,881, dan Y sebesar 0,962, yang mengindikasikan konsistensi internal yang sangat baik pada masing-masing konstruk. Selain itu, nilai rho_A untuk ketiga konstruk juga tinggi, yaitu 0,911 pada X1, 0,930 pada X2, dan 0,964 pada Y, yang semakin menguatkan reliabilitas konstruk tersebut. Nilai Composite Reliability yang melebihi batas minimum 0,70 (X1 = 0,920, X2 = 0,909, Y = 0,971) menunjukkan bahwa indikator-indikator dalam setiap konstruk dapat dipercaya untuk merepresentasikan variabel yang diukur. Sementara itu, nilai AVE yang semuanya lebih dari 0,50 (X1 = 0,696, X2 = 0,667, Y = 0,870) menunjukkan bahwa validitas konvergen terpenuhi, artinya indikator-indikator tersebut mampu menjelaskan variabel laten secara efektif. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa seluruh konstruk dalam model ini telah memenuhi kriteria reliabilitas dan validitas yang baik, sehingga layak dipakai untuk analisis penelitian selanjutnya. Selanjutnya dilakukan pengujian hipotesis untuk melihat pengaruh positif dan signifikan variabel bebas

terhadap variabel terikat, dengan membandingkan nilai nilai p-value > 0,05 maka dinyatakan signifikan. Hasil yang diapatkan dalam pengolahan data sebagai berikut :

Tabel.5. Path Coefficient

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (|O/STDEV|)	P Values
X 1 -> Y	0.081	0.084	0.111	0.726	**0.468**
X 2 -> Y	0.722	0.733	0.058	12.510	**0.000**

Hubungan X1-Y

a) **Original Sample (O)**: 0.081
→ Menunjukkan bahwa pengaruh langsung X1 terhadap Y sangat kecil (hampir mendekati nol).

b) **Sample Mean (M)**: 0.084
→ Rata-rata dari hasil bootstrap; hampir sama dengan nilai original, menunjukkan stabilitas.

c) **Standard Deviation (STDEV)**: 0.111
→ Nilai standar deviasi yang cukup tinggi dibandingkan nilai pengaruh (O), menandakan ketidakstabilan dalam estimasi.

d) **T Statistics**: 0.726
→ Nilai ini jauh di bawah batas kritis 1.96 (untuk signifikansi 95%), menunjukkan bahwa hasilnya tidak signifikan secara statistik.

e) **P Value**: 0.468
→ Nilai ini lebih besar dari 0.05, yang berarti **tidak ada hubungan signifikan antara X1 terhadap Y**.

Hubungan X2-Y

a) **Original Sample (O)**: 0.722
→ Menunjukkan pengaruh langsung X2 terhadap Y sangat kuat.

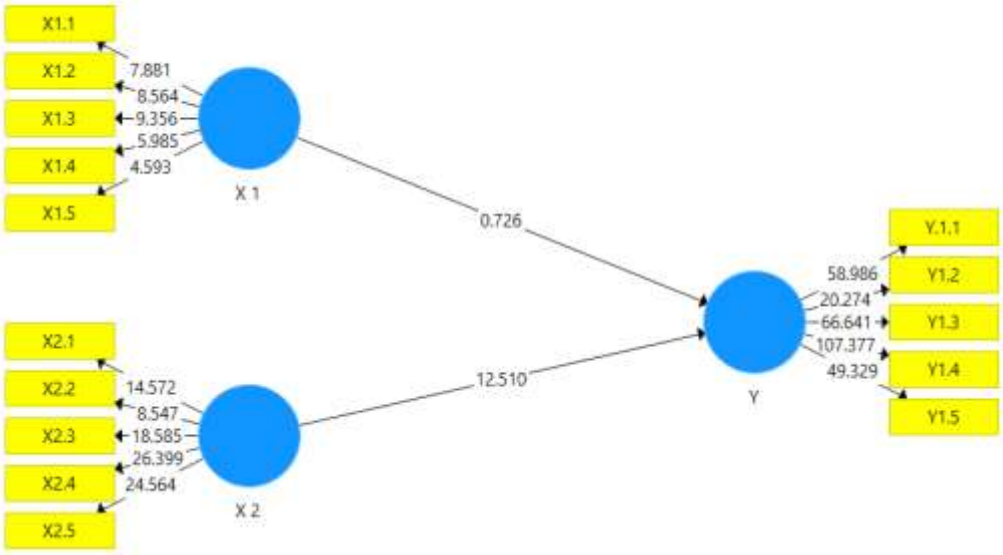
b) **Sample Mean (M)**: 0.733
→ Nilai rata-rata hasil bootstrap konsisten dengan nilai original; menandakan kestabilan dan reliabilitas pengaruh.

c) **Standard Deviation (STDEV)**: 0.058
→ Nilai deviasi kecil, menunjukkan bahwa estimasi pengaruh sangat stabil dan dapat dipercaya.

d) **T Statistics**: 12.510
→ Nilai ini jauh di atas 1.96, yang berarti hubungan antara X2 dan Y **sangat signifikan secara statistik**.

e) **P Value**: 0.000
→ Nilai ini di bawah 0.05, bahkan nol, menunjukkan bahwa hubungan ini sangat signifikan.

Hasil di atas dapat di validasi dari inner model yang didapatkan dalam pengolahan data dengan Smart PLS, dimana inner model ini menggambarkan pengaruh yang ada pada masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikan, adapun gambar dari inner model sebagai berikut :



Gambar.2. Inner Model

Model ini menunjukkan hubungan antara variabel laten X1 dan X2 terhadap variabel Y, serta keterkaitan antara masing-masing variabel laten dengan indikator-indikator pengukurnya. Variabel X1 diukur menggunakan lima indikator (X1.1 sampai X1.5) dengan nilai loading yang bervariasi, yang mencerminkan kontribusi masing-masing indikator terhadap konstruk X1, seperti indikator X1.3 yang memiliki loading tertinggi sebesar 9.356, sedangkan X1.4 memiliki loading terendah sebesar 4.593. Begitu pula, variabel X2 diukur melalui lima indikator (X2.1 hingga X2.5), dengan nilai loading tertinggi pada indikator X2.4 sebesar 26.399 dan terendah pada X2.2 sebesar 8.547.

Untuk variabel dependen Y, terdapat lima indikator (Y1.1 hingga Y1.5) yang menunjukkan nilai loading sangat tinggi, terutama pada Y1.4 dengan nilai 107.377 dan Y1.3 sebesar 66.641, yang mengindikasikan bahwa indikator-indikator tersebut sangat efektif dalam merepresentasikan konstruk Y. Dalam hubungan antar variabel laten, koefisien jalur dari X1 ke Y sebesar 0.726 menunjukkan adanya pengaruh, namun analisis statistik sebelumnya menunjukkan bahwa pengaruh tersebut tidak signifikan. Sebaliknya, variabel X2 memberikan pengaruh yang sangat signifikan terhadap Y dengan koefisien jalur sebesar 12.510, sehingga menjadikan X2 sebagai prediktor utama dalam model ini. Secara keseluruhan, model ini memperlihatkan bahwa variabel X2 memiliki peran yang lebih kuat dibandingkan X1 dalam memengaruhi variabel Y, baik dari segi besar pengaruh maupun signifikansi statistiknya.

PEMBAHASAN

Penelitian ini berhasil mengidentifikasi bahwa kemudahan penggunaan aplikasi (X2) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa dalam menggunakan fitur Shopee PayLater (Y), sedangkan pengaruh pengetahuan hukum syariah (X1) tidak signifikan. Validitas dan reliabilitas instrumen telah terjamin, namun terdapat potensi multikolinearitas pada beberapa indikator variabel Y yang perlu mendapat perhatian dalam analisis lanjutan. Model yang digunakan telah sesuai dan dapat menjadi dasar untuk pengembangan penelitian selanjutnya atau penerapan praktis dalam meningkatkan minat penggunaan aplikasi oleh mahasiswa.

Temuan bahwa pengetahuan hukum syariah tidak berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa dalam penggunaan fitur Shopee PayLater memberikan gambaran yang menarik dalam konteks perilaku keuangan mahasiswa muslim. Hal ini mengindikasikan bahwa terdapat celah antara pengetahuan normatif keislaman dengan praktik konsumsi digital yang semakin pragmatis. Dalam kajian

(Pradesyah, 2024), dijelaskan bahwa tingginya akses terhadap layanan keuangan digital tidak selalu diikuti oleh internalisasi nilai-nilai syariah secara utuh. Mahasiswa cenderung menempatkan aspek kenyamanan dan kemudahan sebagai faktor utama dalam pengambilan keputusan finansial, termasuk ketika berinteraksi dengan layanan berbasis kredit digital.

Sementara itu, kemudahan penggunaan aplikasi terbukti memiliki pengaruh yang sangat kuat dan signifikan terhadap minat mahasiswa, sebagaimana juga diperkuat dalam studi (Ismail, 2024) yang menyoroti bahwa antarmuka digital yang intuitif, proses aktivasi cepat, serta tersedianya fitur navigasi yang ramah pengguna menjadi determinan utama dalam meningkatkan loyalitas pengguna terhadap aplikasi e-commerce. Hal ini selaras dengan konsep digital engagement yang menyatakan bahwa pengalaman pengguna (user experience) yang positif dapat membentuk keterikatan emosional dan loyalitas dalam jangka panjang, bahkan ketika layanan tersebut mengandung risiko finansial seperti bunga atau denda.

Dalam konteks mahasiswa MBS, keterbatasan ekonomi seringkali menjadi alasan rasionalisasi penggunaan fitur paylater. Meskipun sebagian besar dari mereka memiliki pemahaman dasar mengenai hukum riba dalam Islam, namun kebutuhan akan likuiditas jangka pendek, keinginan mengikuti tren sosial, dan tekanan lingkungan menjadikan rasionalitas normatif tergantikan oleh rasionalitas praktis. Temuan ini didukung oleh kerangka teori perilaku terencana, di mana norma subjektif dan persepsi kontrol perilaku memainkan peran yang lebih dominan dalam pembentukan niat, dibandingkan dengan sikap berbasis nilai normatif.

(Putra & Pradesyah, 2023)juga menegaskan bahwa dalam era ekonomi digital, keterbukaan akses informasi tidak serta-merta meningkatkan literasi keuangan syariah. Bahkan, banyak mahasiswa yang hanya memiliki pengetahuan parsial dan tidak memahami implikasi syariah dari suatu produk keuangan digital secara menyeluruh. Oleh karena itu, perlu adanya intervensi edukatif yang lebih aplikatif dan kontekstual, seperti seminar keuangan syariah digital, pelatihan manajemen konsumsi Islami, serta integrasi literasi syariah dalam platform e-learning.

Di sisi lain, fenomena ini juga menunjukkan bahwa mahasiswa lebih merespons aspek teknologis ketimbang substansi hukum transaksi. Kemudahan akses, kecepatan transaksi, dan promosi diskon melalui fitur Shopee PayLater telah mendorong perilaku konsumtif yang cenderung instan. (Pradesyah, 2023) menambahkan bahwa pola konsumsi mahasiswa saat ini dipengaruhi oleh algoritma platform digital yang bersifat persuasif dan manipulatif, sehingga membentuk bias perilaku (behavioral bias) dalam pengambilan keputusan keuangan. Dengan demikian, penting bagi regulator dan lembaga pendidikan untuk menciptakan ekosistem digital yang tidak hanya efisien secara teknis, tetapi juga etis dan berlandaskan pada prinsip maqashid syariah.

Secara metodologis, hasil ini juga memperkuat urgensi pemanfaatan pendekatan kuantitatif berbasis PLS (Partial Least Squares) dalam memahami determinan perilaku finansial digital. Penggunaan SmartPLS dalam penelitian ini memungkinkan analisis hubungan antar variabel secara simultan, termasuk validitas indikator dan signifikansi jalur pengaruh. Nilai outer loading yang tinggi menunjukkan bahwa indikator yang digunakan telah mewakili konstruk secara baik, sedangkan nilai p-value yang signifikan pada variabel kemudahan penggunaan mempertegas peran utama faktor ini dalam mendorong niat mahasiswa.

Adapun temuan tidak signifikannya pengaruh pengetahuan hukum syariah dapat dimaknai sebagai bentuk "kognitif disonansi", yaitu kondisi di mana pemahaman seseorang tidak selaras dengan tindakan aktualnya. Dalam hal ini, mahasiswa memahami bahwa fitur Shopee PayLater mengandung unsur yang dapat dipertanyakan dari sisi syariah, namun tetap menggunakannya karena pertimbangan pragmatis. Menurut (Naila Putri, 2025), kondisi semacam ini menunjukkan lemahnya integrasi antara kesadaran nilai dan kebiasaan konsumsi digital, serta lemahnya kontrol sosial terhadap penggunaan layanan keuangan non-syariah.

Dari perspektif ekonomi syariah, hasil ini memberikan pelajaran bahwa perlu adanya penguatan strategi dakwah ekonomi melalui pendekatan teknologi yang kreatif dan solutif. Seperti yang diungkapkan oleh (Ismail & Pradesyah, 2024), literasi ekonomi Islam tidak cukup hanya berbasis hukum, tetapi harus dikaitkan dengan kondisi sosial ekonomi mahasiswa, gaya hidup digital, serta narasi yang relevan dengan kebutuhan generasi milenial. Hal ini menjadi tantangan sekaligus peluang bagi lembaga keuangan syariah untuk menciptakan produk digital alternatif yang kompetitif, etis, dan edukatif.

Sebagai penutup dari pembahasan ini, hasil penelitian memberikan gambaran bahwa dalam menghadapi realitas digitalisasi ekonomi, mahasiswa sebagai pengguna aktif layanan keuangan harus dibekali tidak hanya dengan pengetahuan, tetapi juga kesadaran kritis dalam menyikapi kemudahan akses. Hanya dengan sinergi antara aspek teknis dan normatif, akan tercipta generasi konsumen muslim yang cerdas, beretika, dan seimbang antara kebutuhan dan nilai.

PENUTUP

Dari hasil penelitan dan pembahasan, Dapat disimpulkan bahwa Pengaruh Pengetahuan Hukum Syariah tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Minat Mahasiswa Dalam Penggunaan Fitur Shopee Pay Later, sedangkan Kemudahan Penggunaan Aplikasi berpengaruh signifikan terhadap Minat Mahasiswa Dalam Penggunaan Fitur Shopee Pay Later. Dalam penelitian ini terdapat keterbatasan yaitu dalam proses pengumpulan data beberapa responden ternyata tidak memenuhi kriteria yang telah ditetapkan. Kejadian ini disebabkan karena peneliti tidak melakukan pengawasan langsung saat responden mengisi kuesioner.

REFERENSI

Amanda, C. D., Harahap, A. R., & Sari, D. P. (2024). *BELANJA ONLINE PADA KALANGAN*. *7*, 17197–17203.

Felix, A., Lyem, R., Alexander, F., & Sutrisno, J. (2024). *Pengaruh Shopee PayLater terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa : Antara Kemudahan dan Perangkap The Impact of Shopee PayLater on Students ' Consumptive Behavior : Between Convenience and Traps*. *4*(2), 33–43.

Hasanah, M. (n.d.). *Tinjauan Pengaruh Platform E-Commerce Shopee Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Syariah : Studi Kasus di Indonesia*. *3*, 450–465.

Ibrahim, F., & Pradesyah, R. (2023). *the Influence of Sharia Marketing and Product Literacy*. *6*(3), 2437–2447. https://doi.org/https://doi.org/10.31538/iijse.v6i3.3947

Ismail, A. H. (2024). *MUDHARABAH FINANCING IN INCREASING THE INCOME OF HALAL MSMEs*. *5*, 1841–1847.

Ismail, A. H., & Pradesyah, R. (2024). *Pengaruh Pemahaman Produk Dan Preferensi Terhadap Minat Masyarakat Menggunakan Jasa Perbankan Syariah*. *5*(2), 135–144.

Konsumen, B., Penggunaan, P., & Shopee, F. (2024). *No Title*. *4*(2), 101–108.

Lestari, R. M., & Kartika, E. (2024). *Pengaruh Pendapatan , Literasi Keuangan , Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Paylater Pada Generasi Z Di Kota Semarang*. *9*(2), 659–667.

Literatur, T. (2017). *Faktor revolusi perilaku konsumen era digital: sebuah tinjauan literatur*.

Mahardika, E. R. (2023). Penggunaan Shopee Pay Later Dalam Pandangan Hukum Islam. *Jurnal Religion : Jurnal Agama, Sosial, Dan Budaya*, *1*(6), 1033–1037.

Munawaroh, Radiansyah, M., Ayni, C., Silalahi, P., & Pradesyah, R. (2024). *Pengaruh Inovasi Produk, Pemahaman Sertifikat Halal, dan Literasi Produk Terhadap Keputusan Generasi Milenial Membeli Produk Kosmetik*. *6*(2), 229–241.

Naila Putri, R. P. (2025). the Influence of Islamic Business Ethics and Service Quality. *Journal, Indonesian Interdisciplinary Economics, Sharia*, *8*(2), 4262–4272.

Nurfayda, A., & Erviana, A. (2022). *JUAL BELI E-COMMERCE DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM*. *01*(01), 1–15.

Penelitian, D., Pendidikan, I., Suriani, N., & Jailani, M. S. (2023). *Konsep Populasi dan Sampling Serta Pemilihan Partisipan Ditinjau*. *1*, 24–36.

Ponorogo, M. I. (2023). *Journal of Sharia Economic Law Analisis Hukum Islam Terhadap Transaksi Shopee PayLater*. *1*(2), 53–62. https://doi.org/10.37680/J

Pradesyah, R. (2023). Digital Marketing and Product Literacy on Generation Z' Interest in Using Sharia Banks. *UPMI Proceeding Series*, *1*(01), 1464–1469.

Pradesyah, R. (2024). *Pengaruh Transformasi Digital dan Bisnis Online Terhadap Pola Perilaku Masyarakat dalam Menggunakan M-Banking Syariah : Studi Kasus pada Masyarakat Martubung*. *5*(4), 3412–3425.

Putra, R., & Pradesyah, R. (2023). THE IMPACT OF SOCIAL MEDIA AND LIFESTYLE ON THE DECISION TO BECOME A CUSTOMER AT PT. BANK SYARIAH INDONESIA KCP TOMANG

ELOK MEDAN. *NBER Working Papers*, *6*(3), 89. https://doi.org/https://doi.org/10.31538/iijse.v6i3.3951

Putri, N. R., & Ingriyani, L. (n.d.). *Pengaruh Literasi Keuangan , Efikasi Keuangan , dan Pembelian Kompulsif terhadap Perilaku Kredit Berisiko pada Pengguna Paylater*. *3*.

Rizaldy, M., & Pradesyah, R. (2023). Reslaj : Religion Education Social Laa Roiba Journal Sarjanawiyata Tamansiswa Reslaj : Religion Education Social Laa Roiba Journal. *Reslaj : Religion Education Social Laa Roiba Journal*, *5*(1), 168–184. https://doi.org/10.47476/reslaj.v6i1.4736

Sosial, J. I. I., & Covid-, P. (2022). *E m i k*. *5*, 63–83.

Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mixed Methods)*. 1–781.

Teknologi, U. (2024). *Pengaruh Konten Promosi , Pemasaran Digital , dan Kemudahan Penggunaan Shopee terhadap Minat Beli*. *10*(2020), 942–953.

Yogi Piko Rio Randes, & Jhon Veri. (2025). Dampak Pandemi Covid-19 terhadap Perkembangan E-Commerce di Indonesia. *JEKIN - Jurnal Teknik Informatika*, *5*(1), 204–211. https://doi.org/10.58794/jekin.v5i1.1107