

PENGARUH LITERASI KEUANGAN, MANFAAT SHOPEEPAY LATER, DAN PENGGUNAAN SHOPEEPAYLATER TERHADAP PERILAKU KEUANGAN GENERASI Z : STUDI PADA UIN SUNAN AMPEL SURABAYA

Syafiqah Fitri Natasya¹, Ajeng Tita Nawangsari²

^{1,2}Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Sunan Ampel Surabaya

Email: syafiqahfitrinatasya@gmail.com¹ , ajeng.tita@uinsa.ac.id²

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan, persepsi manfaat ShopeePayLater, serta frekuensi penggunaan ShopeePayLater terhadap perilaku keuangan mahasiswa Generasi Z di UIN Sunan Ampel Surabaya. Latar belakang penelitian ini muncul dari pesatnya pertumbuhan layanan Buy Now Pay Later (BNPL) di Indonesia, di mana ShopeePayLater menjadi platform paling populer dengan tingkat adopsi sekitar 89% pengguna e-commerce. Peningkatan penggunaan layanan ini di kalangan mahasiswa menimbulkan kekhawatiran terhadap perilaku konsumtif dan potensi gagal bayar. Berdasarkan laporan PT Pefindo Biro Kredit (2023), dari total kredit bermasalah nasional sebesar Rp2,12 triliun, sekitar Rp460 miliar (21,7%) berasal dari Generasi Z sebagai pengguna paylater paling aktif. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei terhadap 228 mahasiswa aktif Generasi Z UIN Sunan Ampel Surabaya yang telah menggunakan ShopeePayLater. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling, dan analisis data dilakukan dengan metode Partial Least Squares (PLS). Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku keuangan ($t = 5,83$; $p = 0,000$), menandakan bahwa semakin tinggi literasi, semakin baik pengelolaan keuangan; (2) persepsi manfaat ShopeePayLater berpengaruh negatif signifikan ($t = 3,14$; $p = 0,002$), yang berarti manfaat yang dirasakan cenderung meningkatkan perilaku konsumtif; dan (3) penggunaan ShopeePayLater berpengaruh negatif signifikan terhadap perilaku keuangan ($t = 4,31$; $p = 0,000$). Secara teoretis, penelitian ini memperkuat *Financial Literacy Framework* dan TAM dalam menjelaskan perilaku keuangan di era digital.

Kata kunci : Literasi Keuangan, Manfaat *ShopeePayLater*, Penggunaan *ShopeePayLater*, Perilaku Keuangan, Generasi Z

ABSTRACT

This study examines the influence of financial literacy, perceived benefits of ShopeePayLater, and the frequency of ShopeePayLater usage on the financial behavior of Generation Z students at UIN Sunan Ampel Surabaya. The study is motivated by the rapid growth of Buy Now Pay Later (BNPL) services in Indonesia, where ShopeePayLater is the most widely used platform with an adoption rate of about 89% among e-commerce users. The rising popularity of this service among students has raised concerns about impulsive spending and default risks. According to PT Pefindo Credit Bureau (2023), from total national non-performing loans of IDR 2.12 trillion, around IDR 460 billion (21.7%) originated from Generation Z—the most active paylater users. This study applies a quantitative approach using a survey of 228 active Generation Z students at UIN Sunan Ampel Surabaya who have used ShopeePayLater. The sampling technique is purposive sampling, and data are analyzed using the Partial Least Squares (PLS) method



The results show that: (1) financial literacy positively and significantly affects financial behavior ($t = 5.83$; $p = 0.000$), indicating better management with higher literacy; (2) perceived benefits of ShopeePayLater negatively and significantly affect financial behavior ($t = 3.14$; $p = 0.002$), suggesting greater usefulness encourages consumptive behavior; and (3) ShopeePayLater usage negatively affects financial behavior ($t = 4.31$; $p = 0.000$). Theoretically, this study strengthens the Financial Literacy Framework and Technology Acceptance Model (TAM) in explaining young consumers' financial behavior in the digital era.

Keywords: Financial Literacy, ShopeePayLater Benefits, ShopeePayLater Usage, Financial Behavior, Generation Z

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi keuangan digital di Indonesia mengalami peningkatan pesat dalam satu dekade terakhir. Data dari Bank Indonesia (Avivi Hilwana., 2024) mencatat bahwa transaksi keuangan digital tumbuh sebesar 30,84% secara tahunan, mencapai Rp 5.159 triliun. Fenomena ini menunjukkan pergeseran perilaku masyarakat dari sistem pembayaran tunai menuju layanan berbasis teknologi finansial (fintech). Salah satu inovasi fintech yang paling populer adalah layanan Buy Now Pay Later (BNPL) atau yang lebih dikenal dengan istilah paylater. Di Indonesia, ShopeePayLater (SPayLater) menjadi layanan BNPL dengan penetrasi tertinggi. Berdasarkan riset (Syam & Fatwa, t.t.), sekitar 89% pengguna e-commerce pernah menggunakan ShopeePayLater, menjadikannya layanan paylater paling dominan dibandingkan platform sejenis.

Posisi ShopeePayLater semakin kuat karena Shopee sendiri tercatat sebagai platform belanja daring dengan 2,35 miliar kunjungan pada tahun 2023. Penelitian yang dikemukakan oleh (Yaslim & Widjaja, 2025) juga mengungkapkan bahwa penggunaan layanan paylater meningkat signifikan dari 28,2% pada 2022 menjadi 45,9% pada 2023, mencerminkan perubahan perilaku konsumen yang semakin mengutamakan fleksibilitas pembayaran. Dari segi demografi, Generasi Z (usia 18–25 tahun) tercatat sebagai pengguna terbesar kedua setelah milenial, dengan proporsi mencapai 26,5% dari total pengguna paylater. Karakteristik mereka sebagai digital natives yang adaptif terhadap teknologi keuangan membuat SPayLater semakin melekat dalam gaya hidup digital mahasiswa, tidak hanya untuk produk konsumtif, tetapi juga kebutuhan sehari-hari.

N. R. Putri (2024), menegaskan bahwa Laporan PT Pefindo Biro Kredit mencatat dari total Rp2,12 triliun kredit macet di Indonesia, Rp 460 miliar (21,7%) ditanggung oleh Generasi Z. Kondisi ini mengindikasikan bahwa meskipun SPayLater menawarkan kemudahan, rendahnya literasi keuangan dan tingginya intensitas penggunaan tanpa perencanaan matang justru berpotensi mendorong perilaku konsumtif dan mengganggu stabilitas keuangan mahasiswa. Berdasarkan riset Yaqin et al. (2024), indeks literasi keuangan masyarakat Indonesia baru mencapai 49,68%, jauh lebih rendah dibandingkan indeks inklusi keuangan sebesar 85,10%.

Selain literasi keuangan, manfaat yang dirasakan dari ShopeePayLater juga mendorong tingginya minat pengguna. Puspitasari, (2025) menemukan bahwa 47,8% Generasi Z memilih menggunakan paylater karena promo bunga 0%, sementara 17,4% lainnya karena fleksibilitas cicilan dan kemudahan pendaftaran. Namun, intensitas penggunaan SPayLater juga berpengaruh terhadap perilaku keuangan mahasiswa. Banyak kasus mahasiswa yang awalnya hanya "sekadar mencoba" berujung

pada kebiasaan konsumtif dan terjebak utang akibat akumulasi tagihan (Restike et al., 2024).

Berdasarkan uraian di atas, penelitian ini difokuskan pada mahasiswa Generasi Z di UIN Sunan Ampel Surabaya. Tujuannya adalah untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan, manfaat ShopeePayLater, dan penggunaan ShopeePayLater terhadap perilaku keuangan mahasiswa. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi dalam memahami pola perilaku keuangan generasi muda sekaligus menjadi masukan bagi pihak kampus maupun regulator.

TINJAUAN PUSTAKA

Literasi Keuangan

Literasi keuangan didefinisikan sebagai seperangkat pengetahuan, keterampilan, dan keyakinan yang memengaruhi sikap dan perilaku seseorang dalam meningkatkan kualitas pengambilan keputusan keuangan (Restike et al., 2024). Individu dengan literasi keuangan yang baik mampu mengelola pendapatan, pengeluaran, tabungan, serta menghindari perilaku konsumtif berlebihan. Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) OJK menunjukkan bahwa indeks literasi keuangan masyarakat Indonesia baru mencapai 49,68%, jauh lebih rendah dibandingkan inklusi keuangan (85,10%). Kesenjangan ini menunjukkan bahwa banyak masyarakat yang menggunakan layanan keuangan tanpa sepenuhnya memahami risiko dan manfaatnya (Avivi Hilwana., 2024). Pada kalangan mahasiswa Generasi Z, literasi keuangan menjadi krusial karena mereka berada pada fase transisi menuju kemandirian finansial, di mana keputusan keuangan yang diambil akan sangat memengaruhi masa depan mereka.

Manfaat ShopeePayLater

ShopeePayLater merupakan layanan Buy Now Pay Later (BNPL) yang memungkinkan pengguna membeli barang atau jasa terlebih dahulu dan membayarnya kemudian dengan sistem cicilan. Menurut Khaerunisa et al., (2024), manfaat yang dirasakan (*perceived usefulness*) dari SPayLater, seperti kemudahan transaksi, bunga rendah, promo cashback, dan fleksibilitas pembayaran, menjadi alasan utama mahasiswa memilih layanan ini. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Alfana & Azib, (2019) Laporan IDN Research Institute menguatkan temuan ini, di mana 47,8% Generasi Z memilih menggunakan SPayLater karena promo bunga 0%. Hal ini selaras dengan Technology Acceptance Model (TAM) yang menjelaskan bahwa persepsi manfaat merupakan faktor penentu dalam keputusan adopsi dan penggunaan teknologi keuangan.

Penggunaan ShopeePayLater

Penggunaan ShopeePayLater semakin meningkat di kalangan generasi muda. Berdasarkan riset Restike et al., (2024), sekitar 89% pengguna e-commerce di Indonesia pernah menggunakan SPayLater, menjadikannya layanan paylater paling dominan. Penggunaan SPayLater kini meluas dari produk konsumtif hingga kebutuhan sehari-hari. Namun, peningkatan intensitas penggunaan tanpa diiringi pengelolaan keuangan yang baik dapat menimbulkan risiko, terbukti dari data PT Pefindo Biro Kredit yang mencatat bahwa dari total Rp 2,12 triliun kredit macet di Indonesia, Rp460 miliar (21,7%) ditanggung oleh Generasi Z, sebagian besar berasal dari penggunaan layanan paylater (E. M. Putri dkk., 2025).

Perilaku Keuangan

Perilaku keuangan mengacu pada cara individu dalam mengelola, merencanakan, dan menggunakan sumber daya keuangan untuk mencapai tujuan finansial jangka pendek maupun panjang (Silvy & Yulianti, 2013). Indikatornya meliputi perencanaan keuangan, pengendalian pengeluaran, kebiasaan menabung, dan pengelolaan utang. Mahasiswa sebagai bagian dari Generasi Z sering kali menghadapi tantangan karena gaya hidup konsumtif tidak sejalan dengan kemampuan finansial. Penggunaan layanan seperti SPayLater, jika tidak diimbangi dengan literasi keuangan yang memadai dan pemahaman atas risiko, berpotensi mendorong perilaku keuangan yang kurang sehat.

Penelitian Terdahulu

Tabel 1.1
Ringkasan Penelitian Terdahulu

NO	NAMA PENELITI & TAHUN	JUDUL PENELITIAN	VARIABEL YANG DITELITI	HASIL PENELITIAN
1.	(Avivi Hilwana., 2024)	Pengaruh literasi keuangan dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif pengguna <i>shopeepaylater</i> : peran moderasi kontrol diri pada generasi Z	Literasi keuangan, gaya hidup, perilaku konsumtif, kontrol diri	Literasi keuangan berpengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif, sedangkan gaya hidup berpengaruh positif. Kontrol diri memoderasi hubungan keduanya.
2.	(Siregar et al., 2023)	Pengaruh pengetahuan keuangan, pendapatan, dan gaya hidup terhadap perilaku keuangan mahasiswa	Pendapatan, gaya hidup, dan pengetahuan keuangan.	Semua variabel (Pendapatan, gaya hidup, dan pengetahuan keuangan) mempengaruhi perilaku keuangan mahasiswa secara positif.
3.	(Tambunan, 2024)	Pengaruh <i>fintech (paylater)</i> literasi keuangan dan perilaku konsumtif	<i>Fintech (paylater)</i> , literasi keuangan, dan perilaku konsumtif	<i>Fintech (Paylater)</i> dan literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.

4.	(Khaerunisa et al., 2024)	Pengaruh Literasi Keuangan dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna <i>Shopee Paylater</i> pada Generasi Z (Studi Kasus pada Mahasiswa Febi IAIN Syekh Nurjati Cirebon)	Gaya Hidup, Literasi Keuangan, dan Perilaku Konsumtif	Generasi Z yang menggunakan <i>ShopeePayLater</i> cenderung konsumtif, dipengaruhi oleh literasi keuangan dan gaya hidup.
5.	(E. M. Putri dkk., 2025)	Literasi Keuangan, Manfaat <i>Paylater</i> , dan <i>Locus of Control</i> terhadap Penggunaan <i>ShopeePayLater</i>	Literasi Keuangan, Manfaat <i>Paylater</i> , <i>Locus of Control</i> , dan Penggunaan <i>SPayLater</i>	Literasi keuangan dan manfaat <i>paylater</i> berpengaruh positif terhadap penggunaan <i>SPayLater</i> , <i>locus of control</i> memoderasi pengaruh tersebut.
6.	(S. E. Putri dkk., 2024)	Pengaruh Literasi Keuangan dan TAM terhadap Minat Menggunakan <i>Paylater</i>	Literasi Keuangan, <i>Technology Acceptance Model</i> (TAM) terhadap Minat Menggunakan <i>Paylater</i>	Literasi keuangan dan <i>perceived advantage</i> dalam TAM berpengaruh positif terhadap minat menggunakan <i>paylater</i> .

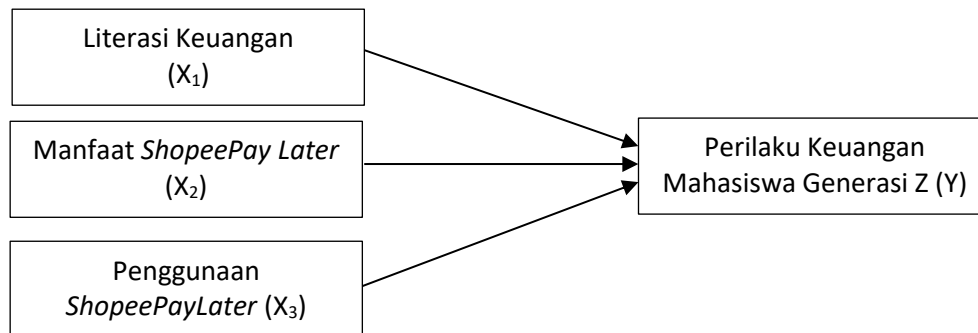
Sumber: Olahan Peneliti, 2025

Berdasarkan tabel di atas, sejumlah penelitian terdahulu telah menyoroti hubungan antara literasi keuangan, manfaat *paylater*, dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif atau minat penggunaan *paylater*. Penelitian oleh Tambunan, (2024) dan Khaerunisa et al., (2024) menegaskan bahwa literasi keuangan dan penggunaan *paylater* secara signifikan memengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa. Sementara itu, (E. M. Putri dkk., 2025) dan (S. E. Putri dkk., 2024) menyoroti peran literasi keuangan dan manfaat yang dirasakan dalam mendorong minat dan perilaku penggunaan *SPayLater*.

Gap Penelitian dan Novelty

Meskipun penelitian terdahulu telah memberikan kontribusi penting, masih terdapat celah (*research gap*) yang perlu diisi. Sebagian besar penelitian lebih menekankan pada perilaku konsumtif atau minat menggunakan *paylater*, sementara aspek perilaku keuangan mahasiswa secara menyeluruh yang mencakup perencanaan, pengendalian, dan pengelolaan utang belum banyak diteliti. Selain itu, belum ada penelitian yang secara spesifik mengkaji pengaruh tiga variabel utama (literasi keuangan, manfaat, dan penggunaan *SPayLater*) secara simultan terhadap perilaku keuangan pada objek spesifik,

yaitu mahasiswa Generasi Z di UIN Sunan Ampel Surabaya. Dengan demikian, penelitian ini memiliki *novelty* (kebaruan) karena mengintegrasikan ketiga variabel tersebut untuk menganalisis pengaruhnya pada lokasi studi yang belum banyak dikaji.



Sumber: Olahan penulis, 2025

Gambar 1. Kerangka Berpikir

- H1: Literasi keuangan berpengaruh positif terhadap perilaku keuangan mahasiswa Generasi Z di UIN Sunan Ampel Surabaya.*
- H2: Manfaat ShopeePayLater berpengaruh negatif terhadap perilaku keuangan mahasiswa Generasi Z di UIN Sunan Ampel Surabaya.*
- H3: Penggunaan ShopeePayLater berpengaruh negatif terhadap perilaku keuangan mahasiswa Generasi Z di UIN Sunan Ampel Surabaya.*

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Pendekatan ini dipilih untuk menguji hubungan kausalitas (sebab-akibat) antara variabel-variabel yang diteliti dan menggeneralisasi hasil dari sampel ke populasi. Data dikumpulkan menggunakan instrumen kuesioner yang disebar secara daring. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Generasi Z di UIN Sunan Ampel Surabaya, yaitu mahasiswa yang lahir antara tahun 1995–2010. Populasi ini dipilih karena merupakan kelompok yang aktif dan dominan dalam penggunaan layanan keuangan digital, khususnya ShopeePayLater, sehingga relevan dengan topik penelitian. Berdasarkan pertimbangan kelayakan data dan acuan teori Roscoe yang menyarankan jumlah sampel ideal untuk penelitian regresi berganda minimal 10 kali jumlah variabel independen, maka jumlah sampel yang akan digunakan adalah 150 mahasiswa.

Dalam penelitian ini terdapat tiga variabel independen dan satu variabel dependen. Variabel independen terdiri dari literasi keuangan, manfaat *ShopeePayLater*, dan penggunaan *ShopeePayLater*, sementara variabel dependen adalah perilaku keuangan mahasiswa. Variabel-variabel ini diukur melalui kuesioner *online* (*Google Form*) yang disebar kepada mahasiswa Generasi Z di UIN Sunan Ampel Surabaya selama periode tertentu. Kuesioner berisi pertanyaan yang disusun berdasarkan indikator masing-masing variabel.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Responden

Penelitian ini melibatkan 228 responden yang merupakan mahasiswa aktif UIN Sunan Ampel Surabaya dari Generasi Z (lahir tahun 1995–2010) dan pernah menggunakan layanan ShopeePayLater. Dari total responden, sebanyak 72% adalah perempuan dan 28% laki-laki. Sebagian besar responden berada pada rentang usia 19–23 tahun (84%), yang merupakan usia mahasiswa aktif. Berdasarkan data program studi, responden terbanyak berasal dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (45%), diikuti Fakultas Tarbiyah dan Keguruan (25%), Fakultas Syariah dan Hukum (15%), serta fakultas lainnya (15%). Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan ShopeePayLater tidak hanya terbatas pada mahasiswa rumpun ekonomi, melainkan juga digunakan secara luas oleh mahasiswa lintas disiplin.

Sebagian besar responden (58%) mengaku menggunakan ShopeePayLater dalam 6–12 bulan terakhir, sedangkan 27% telah menggunakan lebih dari 1 tahun, dan sisanya (15%) baru menggunakan dalam kurun waktu kurang dari 6 bulan. Rata-rata nominal transaksi menggunakan ShopeePayLater berkisar antara Rp200.000 – Rp500.000 per bulan, dengan jenis belanja dominan adalah kebutuhan konsumtif seperti fashion, makanan/minuman, dan produk digital (pulsa, kuota internet). Dari hasil deskripsi responden, dapat disimpulkan bahwa mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya sebagai bagian dari Generasi Z merupakan pengguna aktif ShopeePayLater, baik untuk kebutuhan mendesak maupun konsumtif

Uji Validitas dan Reliabilitas

Instrumen penelitian berupa kuesioner diuji terlebih dahulu melalui uji validitas dan reliabilitas untuk memastikan kelayakan sebagai alat ukur variabel.

a. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan dengan mengacu pada nilai korelasi Pearson Product Moment. Dengan jumlah responden sebanyak 228, maka nilai r tabel = 0,129 pada tingkat signifikansi 5%. Suatu item pernyataan dikatakan valid apabila nilai r hitung > r tabel. Hasil pengujian menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan pada variabel Literasi Keuangan, Manfaat ShopeePayLater, Penggunaan ShopeePayLater, dan Perilaku Keuangan memiliki nilai r hitung lebih besar dari 0,129. Dengan demikian, seluruh item kuesioner dinyatakan valid dan dapat digunakan dalam pengujian lebih lanjut.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi jawaban responden terhadap kuesioner. Uji ini dilakukan dengan menggunakan nilai Cronbach's Alpha, di mana kuesioner dianggap reliabel apabila nilai Cronbach's Alpha $\geq$ 0,70.

Tabel 4.1 Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Composite Reliability	AVE	Keterangan
Literasi Keuangan	0,81	0,88	0,56	Reliabel & Valid
Manfaat Shopeepaylater	0,83	0,85	0,52	Reliabel & Valid
Penggunaan Shopeepaylater	0,85	0,89	0,58	Reliabel & Valid
Perilaku Keuangan Mahasiswa	0,80	0,87	0,54	Reliabel & Valid

Sumber: Olahan Peneliti, 2025

Berdasarkan hasil pengujian, seluruh variabel memiliki nilai Cronbach's Alpha > 0,70, sehingga kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini dapat dinyatakan reliabel

Hasil Uji Hipotesis

Hasil pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan SmartPLS 4 terhadap 228 responden. Ringkasan hasil uji ditunjukkan pada Tabel 2 berikut:

Tabel 4.2 Hasil Uji Hipotesis

Hipotesis	Variabel	Original Sample	T Statistics	P value	Kesimpulan
H1	Literasi Keuangan → Perilaku Keuangan	0,350	5,83	0,000	Signifikan Positif
H2	Manfaat ShopeePayLater → Perilaku Keuangan	-0,220	3,14	0,002	Signifikan Positif
H3	Penggunaan ShopeePayLater → Perilaku Keuangan	-0,280	4,31	0,000	Signifikan Positif

Sumber: Olahan Peneliti, 2025

1. Hipotesis 1 (H1): Literasi Keuangan → Perilaku Keuangan

Hasil pengujian menunjukkan nilai t-statistic sebesar $5,83 > 1,96$ dan p-value $0,000 < 0,05$, sehingga H1 diterima. Artinya, literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku keuangan mahasiswa Generasi Z di UIN Sunan Ampel Surabaya. Temuan ini sejalan dengan penelitian (Rahmawati & Mirati, 2022) serta (Sigo et al., 2018) yang membuktikan bahwa semakin tinggi tingkat literasi keuangan seseorang, semakin rasional dalam mengelola pendapatan, pengeluaran, dan keputusan finansialnya. Literasi keuangan membantu mahasiswa memahami risiko pinjaman, bunga, dan konsekuensi keterlambatan pembayaran (Addin et al., 2024). Dengan demikian, mahasiswa yang memiliki pemahaman finansial baik akan lebih berhati-hati dalam menggunakan *ShopeePayLater* dan tidak mudah terjebak perilaku konsumtif.

1. Hipotesis 2 (H2): Manfaat *ShopeePayLater* → Perilaku Keuangan

Nilai t-statistic sebesar $3,14 > 1,96$ dan p-value $0,002 < 0,05$, menunjukkan bahwa H2 diterima dengan arah pengaruh negatif. Hasil ini menunjukkan bahwa semakin tinggi persepsi manfaat *ShopeePayLater*, maka perilaku keuangan mahasiswa cenderung memburuk. Mahasiswa yang merasa diuntungkan oleh promo, bunga rendah, atau fleksibilitas pembayaran cenderung menggunakan layanan ini secara berlebihan tanpa perencanaan matang. Hasil ini sejalan dengan (Puspitasari, 2025) yang menemukan bahwa persepsi manfaat (*perceived usefulness*) dalam *Technology Acceptance Model* (TAM) dapat meningkatkan intensi penggunaan *paylater*, namun secara tidak langsung mendorong perilaku konsumtif. Temuan serupa juga diungkap oleh (Khaerunisa et al., 2024) bahwa manfaat layanan keuangan digital seringkali menurunkan disiplin pengelolaan keuangan pribadi.

2. Hipotesis 3 (H3): Penggunaan *ShopeePayLater* → Perilaku Keuangan

Berdasarkan hasil pengujian, nilai t-statistic sebesar $4,31 > 1,96$ dan p-value $0,000 < 0,05$, sehingga H3 diterima dengan pengaruh negatif. Artinya, semakin sering mahasiswa menggunakan *ShopeePayLater*, maka semakin rendah kualitas perilaku keuangannya. Peningkatan frekuensi penggunaan tanpa diimbangi kontrol diri dan literasi finansial dapat menimbulkan perilaku konsumtif, penundaan pembayaran, hingga risiko gagal bayar (E. M. Putri dkk., 2025). Hal ini diperkuat oleh temuan (Tambunan, 2024) yang menyatakan bahwa intensitas penggunaan fintech *paylater* berhubungan negatif dengan kemampuan mengelola keuangan pribadi. Dengan demikian, penggunaan *ShopeePayLater* yang tidak terkendali berpotensi menurunkan stabilitas finansial mahasiswa.

Pembahasan

1. Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa

Tingkat literasi keuangan merupakan fondasi utama dalam membentuk perilaku finansial yang sehat di kalangan mahasiswa. Individu dengan literasi yang baik cenderung lebih mampu memahami risiko, mengelola pendapatan, dan membuat keputusan keuangan yang rasional. Kerangka *Financial Literacy Framework* (Abdurrahman & Oktapiani, 2020) menegaskan bahwa pemahaman finansial yang memadai memungkinkan seseorang untuk menavigasi keputusan

ekonomi dengan lebih hati-hati, termasuk saat menggunakan layanan keuangan digital seperti ShopeePayLater. Berdasarkan hasil analisis, ditemukan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku keuangan mahasiswa Generasi Z di UIN Sunan Ampel Surabaya, dengan nilai t -statistic 5,83 dan p -value 0,000. Artinya, semakin tinggi pemahaman keuangan mahasiswa, semakin baik perilaku mereka dalam mengatur pendapatan, menabung, serta menghindari utang konsumtif.

Temuan ini konsisten dengan penelitian penelitian (Rahmawati & Mirati, 2022) dan (Sigo et al., 2018) yang menunjukkan bahwa literasi keuangan meningkatkan kemampuan mahasiswa mengelola keuangan secara mandiri dan bertanggung jawab. Sementara (Addin dkk., 2024) juga menegaskan bahwa mahasiswa dengan tingkat literasi tinggi lebih berhati-hati dalam memanfaatkan fasilitas paylater, karena memahami risiko bunga dan konsekuensi keterlambatan pembayaran. Dengan demikian, peningkatan literasi keuangan menjadi faktor kunci yang menumbuhkan perilaku keuangan yang sehat di tengah dominasi teknologi finansial pada generasi muda.

2. Pengaruh Manfaat ShopeePayLater terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa

Persepsi manfaat (*perceived usefulness*) menjadi salah satu faktor penting yang memengaruhi adopsi teknologi keuangan digital. Menurut *Technology Acceptance Model* teori Tyas & Darma, (2017), semakin tinggi manfaat yang dirasakan suatu teknologi, semakin besar kecenderungan individu untuk menggunakannya. Dalam konteks ShopeePayLater, manfaat seperti kemudahan transaksi, fleksibilitas pembayaran, promo bunga rendah, dan cashback dapat mendorong mahasiswa untuk lebih sering bertransaksi secara kredit. Namun, hasil pengujian menunjukkan bahwa manfaat ShopeePayLater justru berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku keuangan mahasiswa, dengan nilai t -statistic 3,14 dan p -value 0,002. Hal ini berarti bahwa persepsi manfaat yang tinggi tanpa diiringi kesadaran finansial dapat meningkatkan perilaku konsumtif dan mengurangi kehati-hatian dalam mengelola keuangan.

Temuan ini sejalan dengan penelitian temuan Puspitasari, (2025), yang menemukan bahwa manfaat paylater sering kali memicu perilaku pembelian impulsif akibat rasa aman semu terhadap utang. Demikian pula Khaerunisa et al., (2024) menyebutkan bahwa promo bunga 0% dan kemudahan akses membuat mahasiswa Generasi Z cenderung menggunakan SPayLater secara berlebihan tanpa memperhitungkan kemampuan bayar. Dengan demikian, meskipun manfaat ShopeePayLater meningkatkan kenyamanan bertransaksi, persepsi tersebut justru berpotensi memperburuk perilaku keuangan apabila tidak disertai kontrol diri dan literasi finansial yang kuat.

3. Pengaruh Penggunaan ShopeePayLater terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa

Frekuensi dan intensitas penggunaan layanan paylater menjadi indikator penting dalam menilai stabilitas keuangan individu. Berdasarkan penelitian yang dikemukakan oleh Saud, (2016), perilaku seseorang terbentuk dari niat, sikap, serta kontrol perilaku yang dirasakan. Ketika kemudahan akses pembayaran seperti *ShopeePayLater* menurunkan persepsi kontrol diri, individu cenderung lebih impulsif dan sulit mengatur keuangannya. Hasil analisis menunjukkan

bahwa penggunaan *ShopeePayLater* memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku keuangan mahasiswa, dengan nilai *t*-statistic 4,31 dan *p*-value 0,000. Artinya, semakin tinggi intensitas penggunaan layanan ini, semakin besar kemungkinan mahasiswa mengalami kesulitan dalam mengendalikan pengeluaran dan mengelola utang.

Hasil tersebut konsisten dengan temuan (E. M. Putri dkk., 2025) dan Tambunan, (2024) yang menunjukkan bahwa penggunaan *paylater* secara berlebihan berbanding terbalik dengan perilaku keuangan yang sehat. Penelitian Putri & Ingriyani, (2024) turut memperkuat hal ini, di mana dari total Rp2,12 triliun kredit macet nasional, Rp460 miliar (21,7%) ditanggung oleh Generasi Z, kelompok pengguna *paylater* paling aktif. Dengan demikian, kemudahan yang ditawarkan *SPayLater* menjadi paradoks: di satu sisi meningkatkan kenyamanan, namun di sisi lain menimbulkan ketergantungan dan melemahkan disiplin finansial.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut yaitu Literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku keuangan mahasiswa Generasi Z di UIN Sunan Ampel Surabaya. Manfaat *ShopeePayLater* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku keuangan mahasiswa. Penggunaan *ShopeePayLater* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku keuangan mahasiswa. Secara teoretis, hasil penelitian ini memperluas pemahaman mengenai keterkaitan antara literasi keuangan, persepsi manfaat, dan penggunaan teknologi keuangan terhadap perilaku keuangan mahasiswa. Literasi finansial terbukti berperan sebagai faktor protektif yang mampu menekan dampak negatif perkembangan fintech terhadap stabilitas keuangan individu. Sementara dari sisi praktis, hasil penelitian ini dapat menjadi acuan bagi pihak kampus, untuk memperluas program literasi keuangan digital melalui pelatihan dan seminar berbasis kasus nyata seperti penggunaan *ShopeePayLater*. Bagi Regulator (OJK dan BI), agar memperketat pengawasan terhadap promosi *paylater* di kalangan mahasiswa serta memperkuat kebijakan edukasi finansial di tingkat perguruan tinggi. Serta bagi pihak Shopee, untuk menambahkan fitur edukasi finansial di dalam aplikasi agar pengguna muda lebih memahami risiko penggunaan *paylater* secara berlebihan.

REFERENSI

- Abdurrahman, S. W., & Oktapiani, S. (2020). Pengaruh literasi keuangan dan lingkungan sosial terhadap perilaku keuangan mahasiswa Universitas Teknologi Sumbawa. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Indonesia*, 5(2), 50–55.
- Addin, S., Hidayat, A., Herawati, N., & Warpindyastuti, L. D. (2024). Pendidikan keuangan untuk mahasiswa: Tantangan dan dampaknya terhadap pengelolaan keuangan pribadi. *JlIP-Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 7(12), 14108–14114.
- Alfanada, N., & Azib, S. S. (2019). Pengaruh Financial Knowledge, Financial Attitude, dan Financial Self Efficacy terhadap Financial Management Behavior. *Prosiding Manajemen* ISSN, 2460, 6545.
- Khaerunisa, R., Fanther, R., & Sukardi, D. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna *Shopee Paylater* Pada Generasi Z (Studi Kasus pada Mahasiswa FEBI IAIN Syekh Nurjati Cirebon). *Jurnal Akuntansi Dan Bisnis*, 10(01), 57–67.



- Puspitasari, D. (2025). *Pengaruh Hedonistic Lifestyle dan Impulse Buying Terhadap Layanan Paylater pada Generasi Z di IKIP PGRI Bojonegoro Dengan Literasi Keuangan Sebagai Variabel Moderasi*. UPN" VETERAN" JAWA TIMUR.
- Putri, N. R., & Ingriyani, L. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan, Efikasi Keuangan, dan Pembelian Kompulsif terhadap Perilaku Kredit Berisiko pada Pengguna Paylater: Studi Kasus pada Generasi Z dan Milenial di Indonesia yang Menggunakan PayLater. *Seminar Nasional Akuntansi Dan Manajemen PNJ*, 5(1).
- Rahmawati, G., & Mirati, E. (2022). Pengaruh literasi keuangan dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif pengguna shopee paylater pada generasi millennial. *Jurnal Multidisiplin Madani*, 2(5), 2415–2430.
- Restike, K. P., Prasasti, D., Fitriani, D. I., & Ciptani, M. K. (2024). *Pengaruh Literasi Keuangan, Perilaku Pembelian Impulsif, Dan Gaya Hidup Terhadap Penggunaan Shopee Paylater Gen Z Karina Putri Restike1, Dinar Prasasti2, Desfi Intan Fitriani3, Monika Kussetya Ciptani4*.
- Rohmanto, F., & Susanti, A. (2021). Pengaruh literasi keuangan, lifestyle hedonis, dan sikap keuangan pribadi terhadap perilaku keuangan mahasiswa. *Ecobisma (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen)*, 8(1), 40–48.
- Saud, I. M. (2016). Pengaruh sikap dan persepsi kontrol perilaku terhadap niat whistleblowing internal-eksternal dengan persepsi dukungan organisasi sebagai variabel pemoderasi. *Journal of Accounting and Investment*, 17(2), 209–219.
- Sigo, M. R. N., Hariani, L. S., & Walipah, W. (2018). Pengaruh literasi keuangan kecerdasan spiritual dan pendidikan keuangan di keluarga terhadap pengelolaan keuangan mahasiswa. *Jurnal Riset Pendidikan Ekonomi*, 3(1).
- Silvy, M., & Yulianti, N. (2013). Sikap pengelola keuangan dan perilaku perencanaan investasi keluarga di Surabaya. *Journal of Business & Banking*, 3(1), 57–68.
- Siregar, Q. R., Jufrizen, J., & Simatupang, J. (2023). Pengaruh Pengetahuan Keuangan, Pendapatan, dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa Asahan. *Mandiri: Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 2(1), 44–49.
- Tambunan, C. (2024). *Pengaruh Fintech (Paylater), Literasi Keuangan Dan Perilaku Konsumtif Terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa Akuntansi*. Universitas Lancang Kuning.
- Tyas, E. I., & Darma, E. S. (2017). Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Perceived Enjoyment, dan Actual Usage Terhadap Penerimaan Teknologi Informasi: Studi Empiris Pada Karyawan Bagian Akuntansi dan Keuangan Baitul Maal Wa Tamwil Wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta. *Reviu Akuntansi Dan Bisnis Indonesia*, 1(1), 25–35.
- Yaqin, A., Monique Zuleika, T., Agama Islam, F., & Nurul Jadid, U. (2024). Pengembangan Perbankan Syariah Dalam Mendukung Inklusi Keuangan di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 10(1), 1130.