

MINAT PENGGUNAAN SHOPEEPAYLATER PADA MAHASISWA AKUNTANSI DI JAKARTA SELATAN: ANTARA PENGETAHUAN AKUNTANSI SYARIAH DAN PERSEPSI RISIKO

Kartika Lisnawati¹, Husnul Khotimah^{2*}

^{1,2}Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Bisnis dan Humaniora, Universitas Trilogi, Jakarta, Indonesia

kartika.lisnawati.911@gmail.com ¹, husnulshotimah@trilogi.ac.id^{2*}

ABSTRAK

Kemajuan teknologi informasi telah memengaruhi banyak aspek kehidupan manusia, termasuk industri keuangan. Ketersediaan layanan pembayaran digital dan pinjaman online, yang semakin umum terutama di kalangan generasi muda adalah salah satu perkembangan baru yang dihasilkan oleh pertumbuhan ini. Shopee adalah salah satu platform online yang mempunyai peminat paling banyak saat ini hingga mencapai 158 juta kunjungan perbulannya. Shopee juga menyediakan metode pembayaran yang mudah untuk diakses seperti fitur ShopeePayLater, ShopeePay, Cash On Delivery (COD) dan Transfer Bank. ShopeePayLater menjadi salah satu fitur spesial yang semakin banyak diminati oleh pengguna. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui bagaimana pengaruh pengetahuan akuntansi syariah dan persepsi risiko terhadap minat penggunaan ShopeePayLater pada mahasiswa akuntansi di Jakarta Selatan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu kuantitatif dengan mengumpulkan data sebanyak 100 responden melalui penyebaran kuesioner secara online pada Google Form. Pengujian data dalam penelitian ini menggunakan software SmartPLS 4.0. Hasil dari penelitian ini yaitu pengetahuan akuntansi syariah dan persepsi risiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan ShopeePayLater.

Kata Kunci: Pengetahuan Akuntansi Syariah; Persepsi Risiko; ShopeePayLater

ABSTRACT

Information technology advancements have impacted many facets of human existence, including the financial industry. The availability of digital payment services and online loans, which are becoming more and more common, particularly among the younger generation, is one of the new developments brought about by this growth. Shopee is one of the online platforms that has the most enthusiasts today, reaching 158 million visits per month. Shopee also provides payment methods that are easy to access such as the ShopeePayLater, ShopeePay, Cash On Delivery (COD) and Bank Transfer features. ShopeePayLater is one of the special features that is increasingly in demand by users. The purpose of this study is to determine how the influence of Islamic accounting knowledge and risk perceptions on interest in using ShopeePayLater on accounting students in South Jakarta. The method used in this research is quantitative by collecting data from 100 respondents through distributing questionnaires online on Google Form. Data testing in this study using SmartPLS 4.0 software. The results of this study are sharia accounting knowledge and risk perception have a positive and significant effect on interest in using ShopeePayLater.

Keywords: Risk Perception; Sharia Accounting Knowledge; ShopeePayLater

Histori artikel:

Diunggah: 26-05-2026

Direview: 18-06-2026

Diterima: 26-06-2026

Dipublikasikan: 29-06-2026



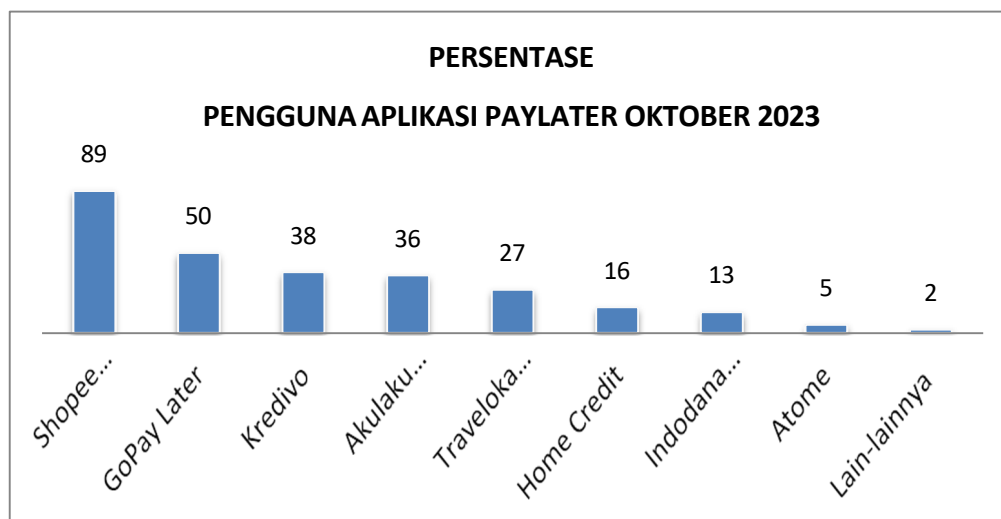
* Penulis korespondensi ✉

PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi informasi telah memengaruhi banyak aspek kehidupan manusia, termasuk industri keuangan. Ketersediaan layanan pembayaran digital dan pinjaman online, yang semakin umum terutama di kalangan generasi muda adalah salah satu perkembangan baru yang dihasilkan oleh pertumbuhan ini.

Shopee adalah salah satu platform online yang mempunyai peminat paling banyak saat ini hingga mencapai 158 juta kunjungan perbulannya. Shopee menjadi aplikasi yang lebih berfokus untuk memudahkan konsumen dalam mencari suatu barang yang dibutuhkan. Selain itu, Shopee juga menyediakan metode pembayaran yang mudah untuk diakses seperti fitur ShopeePayLater, ShopeePay, Cash On Delivery (COD) dan Transfer Bank. ShopeePayLater adalah layanan pinjaman berbasis kredit yang bekerja sama dengan PT Lentara Nusantara dan sudah diatur oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) sehingga aman untuk digunakan. ShopeePayLater menjadi salah satu fitur spesial yang semakin banyak diminati oleh pengguna ((Ramadhan et al., 2024)

Pernyataan di atas dapat dibuktikan dari data yang diperoleh databoks melalui laporan Populix bertema Unveiling Indonesia's Financial Evolution: Fintech Lending & Paylater Adoption edisi Oktober 2023, bahwa layanan yang memiliki brand awareness tertinggi adalah ShopeePayLater. Gambar 1.1 menjelaskan tentang survey yang dilakukan pada tanggal 15 - 18 September 2023 terhadap 1.017 responden yang berada di wilayah Indonesia. ShopeePayLater menjadi layanan pinjaman online berbasis fitur kredit terbanyak sebesar 89% responden. Di posisi kedua terdapat GoPay Later sebanyak 50% responden, dilanjutkan oleh Kredivo 38% dan Akulaku Paylater 36%. Seperti yang ditunjukkan pada grafik, proporsi responden yang mengetahui tentang paylater seperti Traveloka, Indodana, Atome dan Home Credit mempunyai jumlah responden yang lebih kecil. Sebanyak 79% responden di Pulau Jawa, diikuti 12% responden dari Pulau Sumatra serta pulau-pulau lainnya sebanyak 9%. Berdasarkan usianya, responden terdiri dari usia 17-25 tahun sebanyak 55% dan 26-35 tahun sebanyak 31%.



Gambar 1. Persentase Pengguna Aplikasi Paylater Oktober 2023

Dilansir pada laman berita Bloomberg Technoz Jakarta, menyatakan bahwa penggunaan paylater dalam memenuhi gaya hidup konsumtif menjadi sangat trending dalam kehidupan masyarakat Indonesia terutama pada usia produktif, Milenial dan Gen Z. Usia muda

menjadi perhatian utama yang mendominasi tren paylater. Seperti yang dilaporkan oleh media lokal, data yang dirilis oleh Pefindo Biro Kredit menunjukkan bahwa dari sebanyak 13,4 juta pengguna paylater hingga akhir 2023, debitur milenial pada kalangan usia 28 hingga 42 tahun mendominasi pemakaian paylater sebanyak 6,99 juta orang, sedangkan debitur gen z yang berusia di bawah 27 tahun mencapai 4,59 juta orang.

Sebagai mahasiswa akuntansi, diharapkan untuk memiliki pemahaman yang baik terkait dengan pengetahuan akuntansi syariah. Pemahaman ini dapat memengaruhi mereka dalam menggunakan produk layanan keuangan digital. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Fitriyah & Ayuningtyas, 2024) yang menunjukkan bahwa religiusitas berpengaruh negatif terhadap keputusan pembelian menggunakan ShopeePayLater. Di mana penelitian ini menjelaskan bahwa ketika mahasiswa memiliki tingkat religiusitas yang baik terhadap pemahaman akan ajaran agama Islam, mereka cenderung untuk mampu dan efektif dalam pengambilan keputusan pembelian menggunakan ShopeePayLater. Hal tersebut mereka lakukan untuk menghindari hal-hal yang tidak sesuai dengan ajaran agama Islam, karena Islam sangat melarang umatnya untuk melakukan hal berlebihan serta merugikan.

Dalam mengatasi perilaku konsumtif, diperlukan pemahaman terkait persepsi risiko dalam penggunaan ShopeePayLater sebagai tindakan untuk pengambilan keputusan finansial di masa depan. ShopeePayLater mempunyai dampak risiko yang dapat dirasakan oleh penggunaannya seperti masalah pengelolaan keuangan, adanya perilaku konsumtif yang berlebihan, biaya yang tidak disadari dan kemungkinan produk yang tidak sesuai dengan ekspektasi. Selain itu adanya akibat yang dapat dirasakan oleh konsumen seperti pengiriman barang yang tidak tepat waktu, kerusakan barang dan lain sebagainya sehingga dapat menyebabkan kekhawatiran tentang risiko yang wajib diterima dan bisa diartikan sebagai persepsi risiko (Dewi & Tarigan, 2022). Hal ini diperkuat oleh hasil penelitian yang dilakukan oleh (Purnamasari et al., 2021) yang menjelaskan bahwa variabel persepsi risiko memiliki pengaruh negatif terhadap keputusan penggunaan ShopeePayLater.

TINJAUAN LITERATUR DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Pengetahuan Akuntansi Syariah

Definisi Akuntansi Syariah telah dijelaskan oleh (Nurhayati & Wasilah, 2019) merupakan suatu "Proses akuntansi" yang memberikan informasi tepat (tidak terbatas pada data keuangan) kepada pemangku kepentingan suatu entitas yang akan memungkinkan mereka untuk memastikan bahwa entitas tersebut terus beroperasi dalam batas-batas Syariat Islam untuk mencapai tujuan sosial ekonominya. Dalam penelitian (Raufik & Khotimah, 2025) pengetahuan akuntansi syariah menjadikan mahasiswa lebih berkeinginan berkarir di lembaga keuangan syariah. Hal ini tentu juga akan memengaruhi kehidupan mereka dalam hal keuangan seperti penggunaan pinjaman berbasis riba seperti ShopeePayLater.

Persepsi Risiko

Cara seseorang menyadari, menginterpretasikan dan memberikan makna terhadap rangsangan sensorik yang mereka terima dari lingkungannya biasa disebut sebagai persepsi. Persepsi adalah proses mental yang kompleks untuk memungkinkan seseorang dalam memahami dan merespons lingkungannya. Sedangkan risiko dapat berupa kemungkinan bagi seseorang untuk mengalami kerugian atau efek negatif yang mungkin timbul dari suatu tindakan atau keputusan yang telah diambil. Berdasarkan pemaparan tersebut risiko dapat diartikan sebagai dampak negatif yang muncul akibat ketidakpastian dalam pengambilan

keputusan. Oleh karena itu, persepsi risiko dapat dipahami sebagai sudut pandang konsumen terhadap potensi kerugian yang membayangi keputusan tersebut. (Purnamasari et al., 2021). Ketika mengambil keputusan untuk membeli, konsumen umumnya mempertimbangkan empat jenis risiko, yakni risiko keuangan, kinerja, psikologis, dan waktu. Aspek keuangan berkaitan dengan kecemasan akan munculnya kendala finansial di masa depan. Sementara itu, risiko kinerja melibatkan pengaruh eksternal atau lingkungan yang merugikan saat proses pembelian dan konsumsi produk. Di sisi lain, risiko psikologis menyangkut konsekuensi negatif pada kondisi internal pengguna, dan risiko waktu berfokus pada potensi mundurnya jadwal penyelesaian suatu aktivitas yang berujung pada kerugian biaya tambahan (Prasetyani & Wahyuningsih, 2019).

Minat

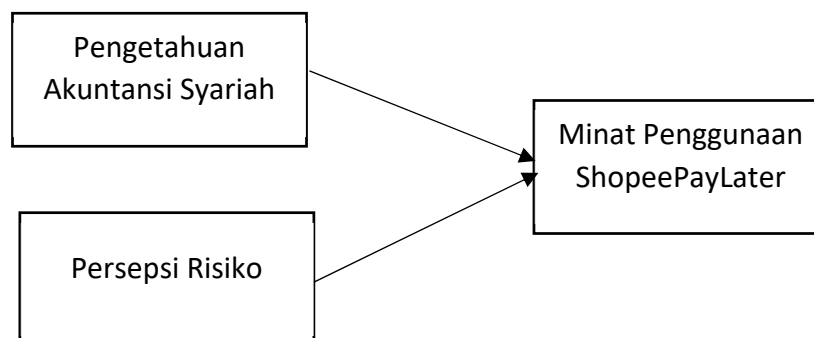
Minat merupakan keinginan atau ketertarikan seseorang terhadap suatu objek, aktivitas atau ide tertentu. (KBBI, 2026) menjelaskan bahwa minat yaitu kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu; gairah; keinginan. Minat juga dapat dipengaruhi oleh tekanan dari orang-orang sekitar kepada suatu individu. Perilaku minat penggunaan berfungsi sebagai alat ukur penerimaan pelanggan terhadap sistem teknologi informasi baru, sekaligus menjadi prediktor akurat untuk intensitas penggunaan kembali. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa minat penggunaan mencerminkan kecenderungan individu yang didorong oleh keinginan untuk memanfaatkan suatu produk atau layanan demi memenuhi kebutuhan hidupnya (Ardianto et al., 2021).

ShopeePayLater

ShopeePayLater adalah fitur layanan yang ditawarkan oleh aplikasi Shopee. Aplikasi ini diterbitkan oleh PT Commerce Finance. ShopeePayLater digunakan untuk menyediakan layanan pinjaman finansial bagi para pengguna aplikasi Shopee dalam membeli barang dan membayarnya di kemudian hari pada saat tanggal jatuh tempo yang telah ditentukan. Pokok pembiayaan yang disediakan oleh layanan ini maksimal mencapai nilai Rp 50.000.000 dengan suku bunga minimal 2,95% dan waktu jatuh tempo mulai dari 1 bulan, 3 bulan, 6 bulan, 12 bulan, 18 bulan dan 24 bulan. Sebagai platform online yang memiliki manfaat untuk memudahkan konsumen dalam mempunyai barang atau produk yang diinginkan, ShopeePayLater juga memiliki risiko bagi konsumen yang lalai dalam melakukan pembayaran angsuran yang telah disepakati. Berikut ini adalah risiko yang harus dijalani bagi konsumen yang tidak bertanggung jawab : (1) Adanya pengenaan biaya keterlambatan; (2) Adanya penagihan yang dilakukan oleh agen dari pihak penagihan perusahaan atau pihak ketiga dan (3) Adanya reputasi pencatatan Riwayat Pembiayaan pada Sistem Layanan Informasi Keuangan (SLIK) bagi konsumen ketika menunggak pembayaran.

Selain itu terdapat biaya yang timbul dari penggunaan ShopeePayLater yaitu biaya penanganan mulai dari 1% per transaksi. Apabila terjadi keterlambatan, biaya penanganan akan meningkat sebanyak 5%. Persyaratan yang harus dipenuhi dalam proses permohonan pada pembiayaan ini yaitu dengan mengunggah E-KTP, Liveness Check – unggah foto selfi beserta E-KTP calon konsumen dan informasi pribadi lainnya.

Kerangka Konseptual



Gambar 2. Kerangka Konseptual

Pengembangan Hipotesis

Penelitian (Angelista et al., 2024) menemukan bahwa maraknya penggunaan produk ShoppeePayLater dikalangan mahasiswa membuat mereka cenderung bersikap konsumtif. Oleh karena itu, mereka harus memiliki pemahaman terkait literasi keuangan syariah untuk memperbaiki perilaku keuangan di masa depan. Namun, ketika mahasiswa memiliki tingkat religiusitas yang baik terhadap pemahaman akan ajaran agama Islam, mereka cenderung untuk mampu dan efektif dalam pengambilan keputusan pembelian menggunakan ShoppeePayLater, sehingga hal ini tidak memengaruhi mereka untuk menggunakan produk paylater tersebut. Maka hipotesis pertama penelitian ini adalah:

H₁: Pengetahuan akuntansi syariah berpengaruh negatif terhadap minat penggunaan ShoppeePayLater.

Pada penelitian yang dilakukan oleh (Purnamasari et al., 2021) menjelaskan bahwa variabel persepsi risiko memiliki pengaruh negatif terhadap keputusan penggunaan ShoppeePayLater. Meskipun ShoppeePayLater menawarkan banyak kemudahan dan jaminan keamanan, ada banyak masalah yang membuat pelanggan khawatir tentang kepercayaan dan menimbulkan risiko saat menggunakan layanan mereka. Sekitar tahun 2021 dan 2022, terdapat masalah penipuan, peretasan akun, dan penyalahgunaan limit ShoppeePayLater. Hal Ini mungkin menunjukkan bahwa layanan paylater memiliki tingkat risiko yang tinggi yang dapat memengaruhi keputusan pelanggan untuk menggunakan Shoppee Paylater (Nurajizah & Indriani, 2023) Maka hipotesis kedua penelitian ini adalah:

H₂: Persepsi risiko berpengaruh negatif terhadap minat penggunaan ShoppeePayLater.

METODE PENELITIAN

Penelitian yang dilakukan oleh penulis termasuk kedalam penelitian sebab akibat (kausal) dengan pendekatan kuantitatif. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer. Objek penelitian ini adalah Mahasiswa Akuntansi yang berada di wilayah Jakarta Selatan. Teknik sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah purposive sampling. (Sugiyono, 2019) menjelaskan bahwa *purposive sampling* adalah salah satu metode pengambilan sampel dengan pertimbangan tertentu.

Pada penelitian ini, teknik pengumpulan data yang digunakan berupa penyebaran kuesioner secara online berupa *Google form* kepada mahasiswa akuntansi khususnya di daerah Jakarta Selatan. Pada penyebaran kuesioner digunakan suatu skala pengukuran

berupa skala likert. Skala likert yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan skala likert 4 point. Alat yang digunakan untuk mengolah data menggunakan SmartPLS 4.0. Metode pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan *Structural Equation Modeling Partial Least Square* (SEM-PLS). Dalam metode SEM-PLS terdapat 2 model pengukuran yaitu *outer model* dan *inner model*. Outer model terdiri dari uji validitas yang diukur dengan *convergent validity* dan *discriminant validity*, serta uji realibilitas yang diukur dengan *composite reliability* dan *cronbach's alpha*. Inner model diukur dengan menggunakan nilai r-square (r^2), q- square (predictive relevance) serta uji hipotesis menggunakan metode *bootstrapping*. Nilai koefisien parameter dapat digunakan untuk menentukan signifikansi hipotesis, dan nilai signifikansi T-statistik dari laporan algoritme bootstrapping harus lebih dari $> 1,96$ atau p-value $< 0,05$ untuk menunjukkan adanya pengaruh pada setiap variabel penelitian (Nurhasanah; et al., 2023). Adapun indikator dari tiap pertanyaan yang diajukan adalah sebagai berikut:

Tabel 1. Indikator Variabel

Variabel Penelitian	Pengukuran
Pengetahuan Akuntansi Syariah	a. Sistem Akuntansi Syariah b. Asumsi Dasar Akuntansi Syariah c. Prinsip Umum Akuntansi Syariah d. Karakteristik Akuntansi Syariah e. Unsur – Unsur Laporan Akuntansi Syariah
Persepsi Risiko	a. Risiko Keuangan b. Risiko Kinerja c. Risiko Psikologis d. Risiko Waktu
Minat	a. Ketertarikan b. Keinginan c. Keyakinan

HASIL DAN PEMBAHASAN

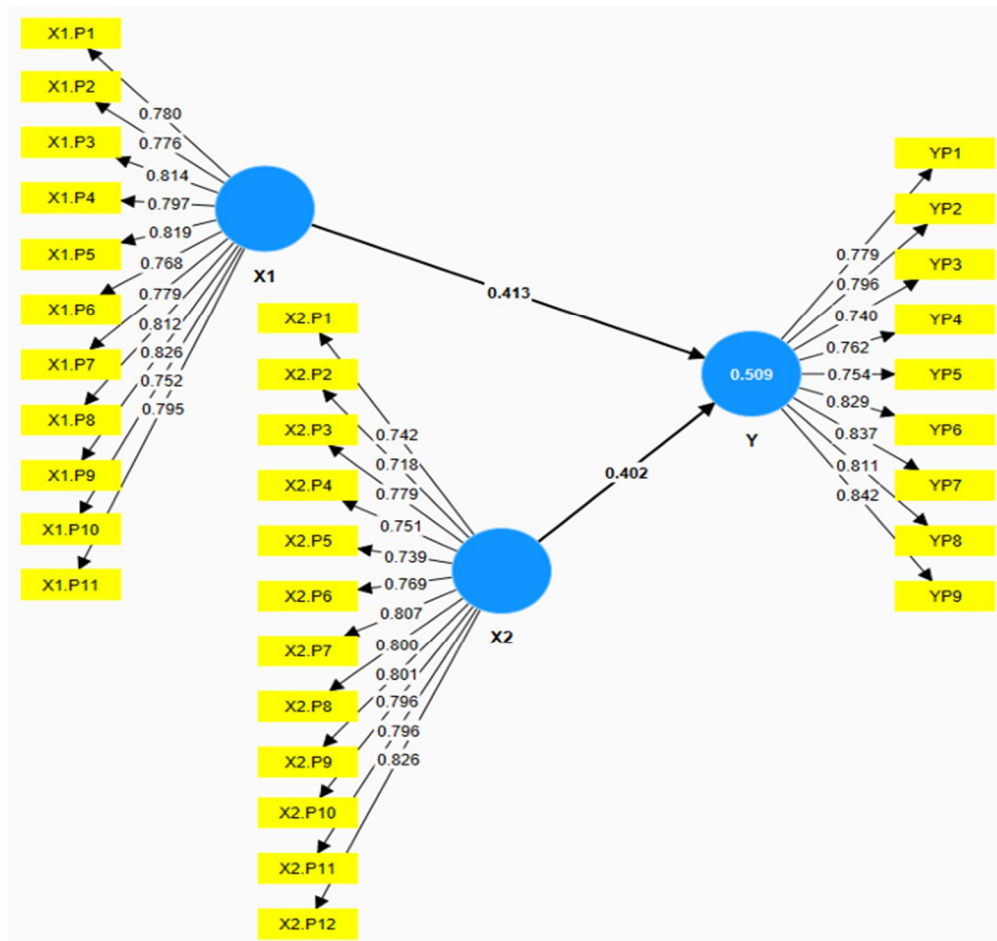
Analisis Deskriptif

Penelitian ini dilakukan pada mahasiswa akuntansi di universitas Jakarta Selatan yang sedang atau telah selesai mengambil mata kuliah akuntansi syariah. Selain itu, mahasiswa ini juga harus mempunyai aplikasi Shopee sebagai pengalaman mereka untuk mengetahui informasi terkait ShopeePayLater. Data dalam penelitian ini diperoleh melalui penyebaran kuesioner pada berbagai media social adalah 100 mahasiswa. Pada penelitian ini, diketahui mayoritas responden berjenis kelamin perempuan (65%), berusia 18-22 tahun (60%), semester 7-8 (35%).

Hasil Olah Data

Pengujian Outer Model

Berdasarkan Gambar 3 dapat diketahui bahwa variabel pengetahuan akuntansi syariah, persepsi risiko dan minat penggunaan ShopeePayLater memperoleh nilai outer loading $> 0,7$ yang membuktikan bahwa setiap variabel penelitian ini dinyatakan valid. Hasil ini dibuktikan dengan pengujian *discriminant validity* (*Fornell Larcker Criterion*) dan (*Cross Loadings*) yang menunjukkan nilai *average extracted variance (AVE)* > 50 . Hasil pengujian *Composite Reliability* dan *Cronbach's Alpha* diperoleh angka > 70 yang artinya data yang diujikan reliabel.

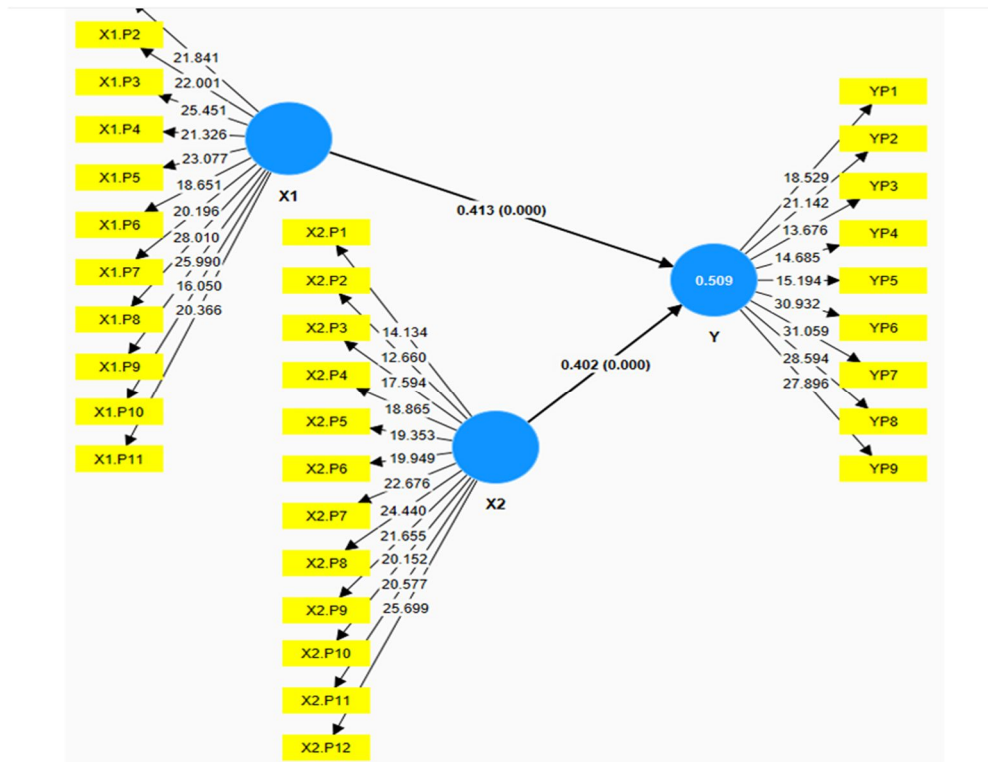


Gambar 3. Hasil Uji Outer Model

Tabel 2. Hasil Pengujian Composite Reliability dan Cronbach's Alpha

Variabel	Cronbach's Alpha	Composite Reliability	Keterangan
X1	0,941	0,949	Reliable
X2	0,940	0,948	Reliable
Y	0,927	0,939	Reliable

Pengujian Inner Model



Gambar 4. Hasil Uji Inner Model

R - Square

Tabel 3. Hasil Pengujian Hasil Uji Nilai R-Square (R2)

Variabel	R Square
Minat Penggunaan ShopeePayLater	0,509

Berdasarkan tabel 3 diperoleh nilai koefisien r-square sebesar 0.509 , yang memiliki arti bahwa variabel Minat Penggunaan ShopeePayLater (Y) dapat dijelaskan oleh semua variabel independennya yang terdiri dari Pengetahuan Akuntansi Syariah (X1) dan Persepsi Risiko (X2) sebesar 50.9%. Sehingga hasil ini dapat diinterpretasikan bahwa terdapat pengaruh moderat dari Pengetahuan Akuntansi Syariah dan Persepsi Risiko terhadap Minat Penggunaan ShopeePaylater. Dan sisanya sebesar 49.1 % dipengaruhi oleh variabel lain selain dari variabel yang ada pada penelitian ini.

Q – Square (Predictive Relevance)

Tabel 4. Hasil Pengujian Nilai Q-Square (Q2)

Variabel	Q ² (=1-SSE/SSO)
Minat Penggunaan ShopeePayLater (Y)	0,308

Berdasarkan tabel 4 diperoleh nilai *predictive relevance* sebesar 0,308 yang memiliki arti bahwa sebesar 30,8% dari banyaknya keragaman data penelitian dapat dijelaskan oleh model penelitian, dan 69,2% sisanya dijelaskan oleh faktor lain di luar model penelitian ini. Dengan hasil tersebut, model penelitian ini dapat dinyatakan mempunyai *goodness of fit* model yang baik.

Analisis Estimate for Path Coefficients

Tabel 5. Path Coefficients

Hipotesis	Original Sample	T-Statistics	P-Value s
Pengetahuan Akuntansi Syariah > Minat Penggunaan ShopeePayLater	0,413	4,081	0,000
Persepsi Risiko > Minat Penggunaan ShopeePayLater	0,402	3,824	0,000

Pengetahuan Akuntansi Syariah berpengaruh negatif terhadap Minat Penggunaan ShopeePayLater.

Berdasarkan tabel 4.18 pada pengujian pengaruh Pengetahuan Akuntansi Syariah terhadap Minat Penggunaan ShopeePayLater, memiliki nilai original sample yaitu 0,413 dengan nilai t-statistics > t-tabel yaitu 4,081 > 1,96 serta nilai p-values 0,000 < 0,05, yang memiliki arti bahwa pengetahuan akuntansi syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan ShopeePayLater. Pernyataan ini bertolak belakang dengan Hipotesis 1 (H1) dalam penelitian. Sehingga (H1 diterima namun bersifat anomali).

Persepsi Risiko berpengaruh negatif terhadap Minat Penggunaan ShopeePayLater.

Berdasarkan tabel 4.18 pada pengujian pengaruh Persepsi Risiko terhadap Minat Penggunaan ShopeePayLater, memiliki nilai original sample yaitu 0,402 dengan nilai t-statistics > t-tabel yaitu 3,824 > 1,96 serta nilai p-values 0,000 < 0,05, yang memiliki arti bahwa persepsi risiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan ShopeePayLater. Pernyataan ini bertolak belakang dengan Hipotesis 2 (H2) dalam penelitian. Sehingga (H2 diterima namun bersifat anomali).

PEMBAHASAN

Hasil pengujian pada hipotesis pertama menunjukkan bahwa pengetahuan akuntansi syariah berpengaruh positif terhadap minat penggunaan ShopeePayLater. Hal tersebut memiliki arti bahwa, semakin baik pemahaman mahasiswa terhadap pengetahuan akuntansi syariah, maka semakin tinggi minat mereka terhadap penggunaan ShopeePayLater. Pernyataan tersebut diperkuat oleh penelitian yang dilakukan oleh (Rahmani et al., 2023) di mana religiusitas berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian menggunakan ShopeePayLater.

Religiusitas memiliki peran yang penting bagi suatu individu untuk menentukan keputusan bagi hidup mereka termasuk dalam hal berbelanja online. Religiusitas dapat menjadi suatu landasan yang sejalan dengan ajaran agama Islam (Rahmani et al., 2023). Begitu juga dengan pengetahuan akuntansi syariah yang bisa dijadikan dasar bagi mahasiswa akuntansi di universitas Jakarta Selatan dalam berbelanja online. Dengan adanya pengetahuan ini dapat memudahkan konsumen untuk memastikan bahwa transaksi yang dilakukan sudah sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Pengetahuan ini juga dapat membantu mahasiswa untuk mengetahui konsep halal dan haram yang tidak diperbolehkan dalam transaksi seperti larangan terhadap bunga (riba), maysir (spekulasi) dan gharar (ketidakjelasan). Larangan tersebut dapat berdampak buruk bagi keuangan mahasiswa di masa depan, oleh karena itu pentingnya pemahaman terhadap pengetahuan akuntansi syariah untuk mengetahui transaksi mana yang baik, bisa dilakukan dan memiliki banyak manfaat bagi keuangan mahasiswa akuntansi di masa depan.

Hasil pengujian pada hipotesis kedua menunjukkan bahwa persepsi risiko berpengaruh positif terhadap minat penggunaan ShopeePayLater. Hal tersebut memiliki arti bahwa, semakin tinggi risiko yang ada saat menggunakan ShopeePayLater maka semakin tinggi juga minat mereka untuk menggunakan ShopeePayLater. Pernyataan tersebut diperkuat oleh penelitian yang dilakukan oleh (Ningsih & Akbar, 2011) di mana risiko berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan ShopeePayLater di Solo Raya.

ShopeePayLater mempunyai risiko yang dapat dirasakan oleh pengguna, yaitu masalah pengelolaan keuangan, biaya yang tidak disadari, kemungkinan produk yang tidak sesuai dengan ekspektasi, kerusakan barang, pengiriman yang tidak tepat waktu dan perilaku konsumtif yang berlebihan (Dewi & Tarigan, 2022). Perilaku konsumtif yang berlebihan atau biasa disebut dengan gaya hidup hedonisme menjadi masalah yang sering terjadi di wilayah Jakarta. Faktanya di daerah Jakarta Selatan banyak anak muda khususnya generasi Z dengan usia 18 – 22 tahun seperti responden dalam penelitian ini yang ingin mencoba hidup lebih baik tapi dengan memanfaatkan layanan ShopeePayLater dan tidak memikirkan risiko yang akan dirasakan pada hidupnya. Pernyataan ini diperkuat oleh penelitian (Hestiningtyas & Oktoriza, 2024) yang menyatakan bahwa motivasi hedonis berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan ShopeePayLater. Motivasi hedonis menjadi lebih tinggi karena terciptanya life style di lingkungan masyarakat. Untuk masyarakat yang berpenghasilan tinggi, mereka dapat dengan mudah mengikuti life style yang ada di lingkungan sekitar. Namun berbeda dengan masyarakat yang berpenghasilan menengah ke bawah. Mereka akan memanfaatkan fitur ShopeePayLater agar dapat mengikuti life style yang sedang trending di lingkungan masyarakat (Lestari & Endang, 2023)

SIMPULAN

Pengetahuan akuntansi syariah berpengaruh positif terhadap minat penggunaan ShopeePayLater. Artinya semakin banyak mahasiswa akuntansi di universitas Jakarta Selatan yang mengetahui dengan baik pemahaman tentang akuntansi syariah, mereka juga memiliki minat yang tinggi terhadap penggunaan ShopeePayLater. Hal ini disebabkan oleh berbagai faktor salah satunya adalah karena ShopeePayLater menawarkan banyak kemudahan dalam proses transaksi pembayaran serta harga dari produk atau jasa yang ditawarkan jauh lebih menarik. Sementara persepsi risiko berpengaruh positif terhadap minat penggunaan

ShopeePayLater. Artinya semakin banyak mahasiswa akuntansi di universitas Jakarta Selatan yang mengetahui tentang dampak serta risiko terhadap penggunaan ShopeePayLater, mereka tetap memiliki minat yang tinggi terhadap penggunaan ShopeePayLater. Hal ini disebabkan oleh berbagai faktor salah satunya adalah karena ShopeePayLater menawarkan banyak kemudahan dalam proses transaksi pembayaran serta harga dari produk atau jasa yang ditawarkan jauh lebih menarik.

Penelitian ini hanya meneliti 2 variabel yang memengaruhi minat penggunaan ShopeePayLater oleh mahasiswa. Penelitian berikutnya bisa menggunakan variabel lain seperti religiusitas. Penelitian berikutnya juga bisa menggunakan responden usia pekerja yang telah memiliki penghasilan sendiri dan/atau responden yang telah berpengalaman menggunakan aplikasi PayLater lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Angelista, F. D., Anggraini, L. D., & Putri, A. U. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup dan Sikap Keuangan Terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa Pengguna Shopee Paylater. *Journal of Trends Economics and Accounting Research*, 4(3), 696–705. <https://doi.org/10.47065/jtear.v4i3.1197>
- Ardianto, K., Azizah, N., Risiko, P., Kegunaan, P., & Penggunaan, P. K. (2021). *Analisis Minat Penggunaan Dompot Digital Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) Pada Pengguna di Kota Surabaya (The Analysis of Intention to Use E-Wallet with Technology Acceptance Model (TAM) Approach on Users in Surabaya)*. 23(01), 13–26.
- Dewi, S. K., & Tarigan, A. A. (2022). Pengaruh Religiusitas, Risiko, Penanganan Keluhan Konsumen Terhadap Keputusan Penggunaan Shopee Paylater dengan Minat Sebagai Variabel Intervening. *JURNAL ILMIAH MANAJEMEN BISNIS DAN INOVASI UNIVERSITAS SAM RATULANGI (JMBI UNSRAT)*, 9(3), 1544–1560.
- Fitriyah, C. K., & Ayuningtyas, P. R. N. (2024). Sharia Financial Literacy and Religiousness on Consumptive Behavior of Generation Z Students With Mediation Variables for Paylater Use. *COSTING:Journal of Economic, Business and Accounting Volume*, 7.
- Hestingtyas, F. Y., & Oktoriza, L. A. (2024). Dampak Teknologi Inovatif, Word of Mouth dan Motivasi Hedonis Terhadap Pemakaian Shoppee Paylater. *Journal of Management and Bussines (JOMB)*, 6(3), 973–983.
- KBBI. (2026). *KBBI*. Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa Kemendikdasmen.
- Lestari, P. D., & Endang. (2023). Pengaruh Life Style, Media Sosial TikTok, dan Kebutuhan Terhadap Penggunaan Shopeepay Later (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Bojonegoro). *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 23(2), 2359–2365. <https://doi.org/10.33087/jiubj.v23i2.3438>
- Ningsih, S., & Akbar, D. A. (2011). *Pengaruh Corporate Social Responsibility Dan Kinerja Perusahaan Terhadap return Saham Perusahaan Yang terdaftar Di Jakarta Islamic Index*. 1–9.
- Nurajizah, A., & Indriani, F. (2023). Analisis Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Perantara (Studi Pada Layanan Shopee Paylater). *DIPONEGORO JOURNAL OF MANAGEMENT*, 12(1), 1–14. <https://doi.org/https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/index>
- Nurhasanah,, Perkasa, D. H., Magito,, Fathihani,, Abdullah, M. A. F., & Islamiah, K. (2023). Keinginan Berwirausaha Mahasiswa Dipengaruhi Oleh Kompetensi Kewirausahaan,

- Motivasi Berwirausaha dan Kreativitas Berwirausaha. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 3(1), 27–44.
- Nurhayati, S., & Wasilah. (2019). *Akuntansi Syariah di Indonesia* (5th ed.). Salemba Empat.
- Prasetyani, I., & Wahyuningsih, T. H. (2019). Pengaruh sumber informasi, keamanan, dan persepsi resiko terhadap keputusan pembelian pada Marketplace Shopee. *EFEKTIF Jurnal Bisnis Dan Ekonomi*, 10(2), 91–104.
- Purnamasari, D. R. A., Sasana, H., & Novitaningtyas, I. (2021). *Pengaruh perceived ease of use , perceived usefulness , perceived risk , dan brand image terhadap keputusan pembelian menggunakan metode pembayaran paylater The effect of perceived ease of use , perceived usefulness , perceived risk , and brand image on p.* 13(3), 420–430.
- Rahmani, S., Mukhsin, M., & Fakhruddin, M. (2023). Pengaruh Religiositas, Prinsip Konsumsi, dan Gaya Hidup Islami Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Shopee Paylater dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, 6(1), 32–43.
- Ramadhan, S., Karim, N. K., & Nurabiah. (2024). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, dan Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Pembayaran Shopee Paylater. *Jurnal Ganec Swara*, 18(1), 209–217.
<http://journal.unmasmataram.ac.id/index.php/GARA>
- Raufik, F. M., & Khotimah, H. (2025). Religiusitas, Pengetahuan Akuntansi Syariah, dan Pertimbangan Pasar Kerja Serta Pengaruhnya Terhadap Minat Mahasiswa Berkarir Di Lembaga Keuangan Syariah. *Trilogi Accounting and Business Research*, 06(1).
<https://ojs.trilogi.ac.id/index.php/TABR/article/view/2237>
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif dan R&D (23-ed)*. Alfabeta.