

Pengaruh Penggunaan ShopeePay Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Dalam Perspektif Hukum Ekonomi Syariah



Nur Muhamad Subehan¹, Andi Darmawangsa², Muh. Aidil Sudarmono³, Syarifah Raehana⁴

¹²³⁴Faculty of Islamic Religion, Universitas Muslim Indonesia, Makassar, Indonesia

✉ Author Corresponding: 05220200070@student.umi.ac.id*

Abstrak

Transaksi menggunakan dompet digital ShopeePay sering dipilih karena kemudahan yang ditawarkannya, seperti promo, proses cepat, dan praktis. Hal ini membuat konsumen cenderung terus menggunakannya. Penelitian ini bertujuan untuk 1) Mengetahui model penggunaan ShopeePay dan dampaknya terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muslim Indonesia, dan 2) Memberikan pemahaman lebih baik tentang pengelolaan keuangan dalam perspektif Islam, khususnya terkait dengan pembayaran digital. Jenis penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan pengumpulan data melalui kuesioner dan teknik Purposive Sampling, melibatkan 90 responden. Data dianalisis menggunakan statistik deskriptif, uji validitas, reliabilitas, uji linearitas, regresi linear sederhana, dan uji hipotesis dengan SPSS versi 27. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ShopeePay berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa, seperti dibuktikan oleh uji hipotesis (Uji T). Meskipun penggunaan ShopeePay di kalangan mahasiswa sangat baik, namun hal ini memunculkan perilaku konsumtif, seperti kurangnya pertimbangan fungsi barang, konsumsi berlebihan, lebih mengutamakan keinginan daripada kebutuhan, serta tidak adanya skala prioritas. Oleh karena itu, perilaku konsumtif ini perlu diminimalisir agar mahasiswa dapat lebih bijak dalam menggunakan dompet digital.

Kata Kunci: ShopeePay; Mahasiswa; Ekonomi Syariah

Abstract

Transactions using the ShopeePay digital wallet are often chosen because of the convenience it offers, such as promos, fast processing and practicality. This makes consumers tend to continue using it. This research aims to 1) Find out the ShopeePay usage model and its impact on the consumer behavior of Sharia Economic Law students, Faculty of Islamic Religion, Indonesian Muslim University, and 2) Provide a better understanding of financial management from an Islamic perspective, especially related to digital payments. The type of research used was quantitative with data collection through questionnaires and purposive sampling techniques, involving 90 respondents. Data were analyzed using descriptive statistics, validity, reliability, linearity tests, simple linear regression, and hypothesis testing with SPSS version 27. The research results showed that ShopeePay had a significant effect on student consumer behavior, as proven by hypothesis testing (T Test). Even though the use of ShopeePay among students is very good, this has given rise to consumerist behavior, such as a lack of consideration of the function of goods, excessive consumption, prioritizing wants over needs, and the absence of a priority scale. Therefore, this consumptive behavior needs to be minimized so that students can be wiser in using digital wallets.

Keyword: ShopeePay; Student; Syariah Economic

How to Cite:

Subehan, N. M., Darmawangsa, A., Sudarmono, M. A., Raehana, S., & Lawang, H. (2025). Pengaruh Penggunaan ShopeePay Terhadap Perilaku Konsumtif Dalam Perspektif Hukum Ekonomi Syariah. *Ukhuwah: Jurnal Ilmu Syariah*, 1(1), 1 — 10. <https://doi.org/10.15408/ajis.v24i1.37775>

Pendahuluan

Dalam kemajuan teknologi, terutama di ranah internet, peranannya telah sangat signifikan dalam mengglobalisasikan bisnis. Internet telah menghapuskan pembatasan geografis, memungkinkan perusahaan untuk beroperasi dan menjalankan bisnisnya secara luas di tingkat global. Adanya teknologi, membuat kita semakin mudah dalam melakukan hubungan transaksi antara penjual dan pembeli. Karena seperti yang kita tahu, Manusia adalah makhluk yang tidak dapat hidup tanpa kehadiran manusia lainnya. Hal ini mengharuskan kita untuk saling berinteraksi dengan baik antara sesama. Perubahan besar dalam dunia bisnis sangat berpengaruh di zaman sekarang sepertidalam hal kegiatan jual beli barang ataupun jasa yang harus bertatap muka di suatu tempat, kini bisa melakukan cara dengan via online saja.

Berkat kemajuan teknologi ini, e-bisnis sedang mengalami fase perkembangan dan integrasi puncak. Dalam konteks pemasaran, tidak diperlukan interaksi langsung tatap muka antara pembeli dan pemasok, karena semua produk dapat dipromosikan secara langsung melalui platform e-commerce. Perkembangan teknologi dan peningkatan jumlah pengguna internet telah mengubah secara signifikan cara orang bertransaksi dan berbisnis. Teknologi informasi dan internet telah memungkinkan berbagai inovasi di berbagai sektor, contohnya dengan adanya e-commerce. E-commerce adalah salah satu contoh nyata bagaimana teknologi informasi dan internet telah memungkinkan inovasi dalam dunia bisnis. E-commerce menawarkan transaksi jual beli atau perdagangan secara online. Para penyedia jasa keuangan dan e-commerce berlomba-lomba dalam memberikan kemudahan bagi para pengguna dalam melakukan transaksi. Penggunaan e-commerce memberikan banyak manfaat bagi pelaku bisnis dan konsumen karena memberikan kemudahan interaksi tanpa batasan tempat, jarak dan waktu. Dan menyusul adanya e-wallet untuk membantu mempermudah pengguna dalam melakukan transaksi. Produk dompet digital yang hadir oleh sejumlah perusahaan penyalur seperti ShopeePay, OVO, Gopay, Dana, Link Aja merepresentasikan kesediaan masyarakat dalam menerima media digital yang turut berkembang di Indonesia.

Dalam perspektif syari'ah, penggunaan e-wallet dianggap halal. Hal ini berdasarkan pada prinsip dasar hukum muamalah dalam Islam yang pada dasarnya memperbolehkan, kecuali terdapat dalil yang secara khusus melarang. Dengan demikian, hukumnya tetap halal kecuali ada indikasi yang mengubahnya menjadi haram.

Perkembangan teknologi dan digitalisasi telah membawa perubahan signifikan dalam kehidupan sehari-hari, termasuk dalam hal pembayaran. Saat ini, banyak platform digital payment yang tersedia, salah satunya adalah ShopeePay. ShopeePay adalah platform digital payment atau e-wallet yang memungkinkan pengguna untuk melakukan pembayaran secara online dengan mudah dan cepat. faktor lain yang mempengaruhi orang untuk bertransaksi dengan menggunakan e-wallet adalah mudah, cepat, dan aman dalam melakukan transaksi. Namun, penggunaan platform digital payment seperti ShopeePay juga dapat memicu perilaku konsumtif yang berlebihan. Terutama pada mahasiswa Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muslim Indonesia, yang seharusnya memiliki pemahaman yang baik tentang pengelolaan keuangan dalam pandangan Islam. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh penggunaan ShopeePay pada perilaku konsumtif mahasiswa Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muslim Indonesia dalam Perspektif Hukum Ekonomi Syariah. Diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan pemahaman yang lebih baik tentang pengaruh penggunaan platform digital payment pada perilaku konsumtif dan memberikan rekomendasi yang tepat dalam pengelolaan keuangan dalam pandangan Islam.

Mengingat Islam telah mengatur kaidah konsumtif yang seimbang. Jika kaidah konsumtif islam ini diterapkan, maka kerusakan ekonomi yang diakibatkan dari pemborosan dan kekikiran

dapat diatasi bahkan dihilangkan. Penggunaan secara berlebihan dapat memicu perilaku konsumtif. Perilaku konsumtif sering dikaitkan dengan pola konsumsi barang atau jasa yang berlebihan, diluar batas kebutuhan seseorang. Pada hakikatnya, Konsumsi adalah mengeluarkan sesuatu dalam rangka memenuhi kebutuhan. Dalam konteks Islam, perlu dibedakan antara dua jenis pengeluaran yang dilakukan oleh konsumen Muslim. Pertama, pengeluaran yang bertujuan memenuhi kebutuhan dunia dan keluarga. Kedua, pengeluaran yang dilakukan semata-mata untuk mencari keberkahan di akhirat. Perilaku konsumtif merupakan perilaku dimana timbulnya keinginan untuk membeli barang-barang maupun menggunakan jasa hanya untuk memenuhi kepuasan pribadi semata dan tidak lagi memandang manfaat atau urgensi dari barang maupun jasa tersebut.

Dengan demikian sebagai upaya kritis yang perlu diteliti untuk mengetahui lebih dalam mengenai penggunaan transaksi digital ShopeePay, peneliti merasa tertarik untuk melakukan penelitian tersebut dengan mengangkat judul “Pengaruh Penggunaan ShopeePay pada perilaku konsumtif Program Studi Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muslim Indonesia dalam Perspektif Hukum Ekonomi Syariah.

Metode Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah Kuantitatif. Pada penelitian ini, data yang digunakan berasal dari angket yang disebar pada sample. Untuk memaksimalkan hasil penelitian pada penelitian ini, penulis menggunakan pendekatan penelitian korelasional berdasarkan tipe variabel pada judul penelitian ini, dengan tujuan untuk mengetahui dan mengukur keeratan hubungan antara satu variabel dengan variabel lainnya. Data primer pada penelitian ini dikumpulkan langsung oleh peneliti sendiri dari sumber asli atau tempat dilakukannya objek penelitian. Dalam penelitian ini sumber data sekunder adalah literatur, artikel, jurnal, dan website di internet yang berhubungan dengan penelitian yang dilakukan. Penelitian ini dilaksanakan di Universitas Muslim Indonesia, Fakultas Agama Islam di JL. Urip Sumoharjo, Km. 5, Makassar Adapun pada pengambilan sample, dikarenakan jumlah populasi yang terlalu besar dengan keterbatasan tenaga dan waktu, maka peneliti menggunakan teknik pengambilan sample yaitu purposive sampling dengan tujuan agar sample yang diambil dari populasi benar-benar mewakili secara keseluruhan. Maka dari itu, kriteria sample yang digunakan oleh peneliti pada penelitian ini adalah mahasiswa aktif Program Studi Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muslim Indonesia yang memenuhi kriteria: 1) Mahasiswa Program Studi Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muslim Indonesia yang menggunakan aplikasi Shopee. 2) Mahasiswa Program Studi Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muslim Indonesia yang bertransaksi menggunakan ShopeePay di Shopee, ataupun diluar Shopee.

Hasil dan Pembahasan

Penggunaan Shopeepay di Aplikasi Shopee

		Frequency	Percent	Cumulative Percent
Valid	Ya	90	100.0	100.0

Tabel diatas menunjukkan bahwa dari keseluruhan responden memenuhi kriteria, yaitu menggunakan Shopeepay di aplikasi Shopee.

Penggunaan ShopeePay diluar aplikasi Shopee

		Frequency	Percent	Cumulative Percent
Valid	Ya	55	61.1	61.1
	Tidak	35	38.9	100.0
	Total	90	100.0	

Tabel diatas menunjukkan bahwa 55 responden dengan persentase 61.1% menggunakan ShopeePay untuk keperluan atau transaksi belanja diluar aplikasi shopee. Sedangkan terdapat 35 responden dengan persentase 38.9% yang tidak menggunakan shopeepay diluar aplikasi shopee.

Perolehan Skor Tanggapan Responden Mengenai ShopeePay dan Penggunaannya

No.	Pernyataan	Jawaban					Skor Aktual	Persentase (%)	Rata-rata Skor (Mean)
		STS	TS	N	S	SS			
1.	Pembayaran menggunakan shopeepay dapat menghemat waktu dalam proses bertransaksi	0	0	8	39	43	396	79,2%	4,38
2.	Pembayaran menggunakan shopeepay menjadi lebih praktis	0	0	9	44	37	390	78%	4,31
3.	Saya tidak perlu lagi membawa uang cash di dompet saya karena saya merasa shopeepay sudah cukup	8	7	25	37	13	313	62,6%	3,44
4.	Cara pemakaian shopeepay mudah saya mengerti	0	0	9	55	26	381	76,2%	4,18
5.	Cara kerja shopeepay sangat mudah saya pahami	0	0	8	54	28	385	77%	4,22
6.	Pengguna cepat beradaptasi menggunakan shopeepay karena sistemnya yang mudah	2	0	12	45	31	381	76,2%	4,16
7.	Saya merasa lebih update teknologi terutama shopeepay	0	3	26	32	29	364	72,8%	3,96
8.	Saya merasa penggunaan shopeepay tidak sesulit yang saya pikirkan	0	0	10	50	30	388	77,6%	4,22
9.	Saya merasa menambah wawasan akan kemajuan teknologi terutama di shopeepay	0	3	16	42	29	376	75,2%	4,07
Total							3374	74,98%	4,11

Tabel diatas menunjukkan hasil rata-rata skor atau mean dari 90 responden yang menjawab tentang variabel penggunaan shopeepay adalah 4,11. Hal ini menunjukkan bahwa rata-rata responden menyetujui pernyataan yang peneliti cantumkan untuk variabel penggunaan shopeepay.

Perolehan Skor Tanggapan Responden Mengenai Perilaku Konsumtif

No.	Pernyataan	Jawaban					Skor Aktual	Persentase (%)	Rata-rata Skor (Mean)
		STS	TS	N	S	SS			
1.	Saya membeli produk yang di sukai banyak orang	0	2	25	47	15	357	71,4%	3,85
2.	Saya memiliki keinginan mencoba produk baru meskipun belum tentu digunakan	1	12	14	52	11	341	68,2%	3,66
3.	Saya tetap membeli barang yang saya sukai meskipun harganya mahal	2	10	21	42	15	340	68%	3,64
4.	Saya memberi produk baru meskipun yang lama masih digunakan	1	8	20	50	11	345	69%	3,68
5.	Saya membeli beberapa barang tanparagu saya menyukainya	0	8	20	49	15	357	71,4%	3,81
6.	Saya melakukan pembelian secara terus- menerus ada barang yang sedang diskon	2	11	13	40	24	358	71,6%	3,81
7.	Saya suka melakukan pembelian karena keinginan sesaat	1	17	20	44	8	327	65,4%	3,45
8.	Saya tetap membeli barang yang saya sukai meskipun bukan yang saya butuhkan	3	13	29	35	10	323	64,6%	3,4
9.	Saya membelanjakan uang lebih banyak untuk barang yang saya sukai	0	5	14	55	16	370	74%	3,91
10.	Saya suka membeli barang secara spontan	2	10	15	53	10	348	69,6%	3,65
11.	Saya suka membeli barang banyak di satu toko beberapa produk	0	4	13	59	14	373	74,6%	3,92
12.	Saya membeli barang yang tidak memprioritaskan mana yang untuk dibeli	3	17	19	42	9	328	65,6%	3,41
Total							4167	69,45%	3,68

Tabel menunjukkan hasil rata-rata skor atau mean dari 90 responden yang menjawab tentang variabel perilaku konsumtif adalah 3,68. Jika dilihat berdasarkan interval skor pada tabel 4 kategori tanggapan responden, hal ini menunjukkan bahwa rata-rata responden menyetujui pernyataan yang peneliti cantumkan untuk variabel perilaku konsumtif.

Rekapitulasi Tanggapan Responden mengenai Penggunaan Shopeepay

No.	Item Pernyataan	Skor Aktual	Skor Ideal	Persentase (%)	Rata-rata Skor (Mean)	Ket
1.	Pembayaran menggunakan Shopeepay dapat menghemat waktu dalam proses bertransaksi	396	450	79,2%	4,38	Sangat setuju/ Sangat baik
2.	Pembayaran menggunakan Shopeepay menjadi lebih praktis	390	450	78%	4,31	Sangat setuju/ Sangat baik
3.	Saya tidak perlu lagi membawa uang cash di dompet saya karena saya merasa Shopeepay sudah cukup	313	450	62,6%	3,44	Setuju/ Baik
4.	Cara pemakaian Shopeepay mudah saya mengerti	381	450	76,2%	4,18	Setuju/ Baik
5.	Cara kerja Shopeepay sangat mudah saya pahami	385	450	77%	4,22	Sangat setuju/ Sangat baik
6.	Pengguna cepat beradaptasi menggunakan Shopeepay karena sistemnya yang mudah	381	450	76,2%	4,16	Setuju/ Baik
7.	Saya merasa lebih update teknologi terutama Shopeepay	364	450	72,8%	3,96	Setuju/ Baik
8.	Saya merasa penggunaan Shopeepay tidak sesulit yang saya pikirkan	388	450	77,6%	4,22	Sangat setuju/ Sangat baik
9.	Saya merasa menambah wawasan akan kemajuan teknologi terutama di Shopeepay	376	450	75,2%	4,07	Setuju/ Baik
TOTAL		3374	4050	74,98%	4,11	Setuju /Baik

Berdasarkan tabel di atas, variabel Penggunaan Shopeepay memiliki skor tertinggi yaitu pada item pertanyaan pertama, yaitu 4,38 yang masuk ke kategori Sangat setuju/sangat baik. Sedangkan item pertanyaan ketiga memiliki rata-rata skor terendah yaitu 3,44 yang masuk dalam kategori setuju/baik. Adapun rata-rata skor keseluruhan pada variabel ini adalah 4,11 dengan kategori setuju/baik. Artinya, penggunaan Shopeepay di kalangan mahasiswa program studi Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muslim Indonesia adalah baik, dengan mempertimbangkan berbagai aspek seperti fungsi/kegunaan, kemudahan yang diberikan, dll.

Rekapitulasi Tanggapan Responden mengenai Perilaku Konsumtif

No.	Pernyataan	Skor Aktual	Skor Ideal	Persentase (%)	Rata-rata Skor (Mean)	Ket
1.	Saya membeli produk yang di sukai banyak orang	341	450	68,2%	3,66	Setuju/ Baik
2.	Saya memiliki keinginan mencoba produkbaru meskipun belum tentu digunakan	340	450	68%	3,64	Setuju/ Baik
3.	Saya tetap membeli barang yang saya suka meskipun harganya mahal	345	450	69%	3,68	Setuju/ Baik
4.	Saya memberi produk baru meskipun yang lama masih digunakan	357	450	71,4%	3,81	Sangat setuju/ Sangat baik
5.	Saya membeli beberapa barang tanparagu saya menyukainya	358	450	71,6%	3,81	Setuju/ Baik
6.	Saya melakukan pembelian secara terus-menerus ada barang yang sedang diskon	327	450	65,4%	3,45	Setuju/ Baik
7.	Saya suka melakukan pembelian karenakeinginan sesaat	323	450	64,6%	3,4	Netral
8.	Saya tetap membeli barang yang saya suka meskipun bukan yang saya butuhkan	370	450	74%	3,91	Setuju/ Baik
9.	Saya membelanjakan uang lebih banyakuntuk barang yang saya suka	348	450	69,6%	3,65	Setuju/ Baik
10.	Saya suka membeli barang secara spontan	373	450	74,6%	3,92	Setuju/ Baik
11.	Saya suka membeli barang banyak di satutoko beberapa produk	328	450	65,6%	3,41	Setuju/ Baik
12.	Saya membeli barang yang tidak memprioritaskan mana yang untuk dibeli	357	450	71,4%	3,85	Setuju/ Baik
	TOTAL	4167	5400	69,45%	3,68	Setuju/ Baik

Berdasarkan tabel diatas, variabel Perilaku Konsumtif memiliki skor tertinggi yaitu pada item pertanyaan pertama, sebesar 3,92 yang masuk ke kategori setuju/ baik. Sedangkan item pertanyaan ketujuh memiliki rata-rata skor terendah yaitu 3,4 yang masuk dalam kategori netral. Adapun rata-rata skor keseluruhan pada variabel ini adalah 3,68 dengan kategori setuju/baik. Artinya, rata rata dari 90 mahasiswa program studi Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muslim Indonesia yang menjadi responden pada kuesioner ini setuju pada pernyataan-pernyataan yang menunjukkan perilaku konsumtif.

Penggunaan Shopeepay di kalangan Mahasiswa Program Studi Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muslim Indonesia

Berdasarkan perolehan data analisis variabel penggunaan Shopeepay yang telah dihasilkan oleh peneliti mempunyai rata-rata skor 4,11 yang berarti masuk pada kategori setuju/baik, dengan skor tertinggi adalah 4,38 yang masuk pada kategori sangat setuju/sangat baik. Ini dapat memberikan kesimpulan bahwa penggunaan Shopeepay sebagai alat transaksi digital di kalangan mahasiswa Program Studi Hukum Ekonomi Syariah dapat dikatakan baik. Berdasarkan indikator pernyataan yang diberikan kepada responden melalui kuesioner, peneliti menyimpulkan bahwa hasil tersebut diperoleh karena begitu banyaknya manfaat yang diberikan oleh Shopeepay kepada penggunanya. Hal ini sejalan dengan beberapa teori yang menunjukkan bahwa banyaknya kemudahan, kecanggihan, dll yang ditawarkan oleh Shopeepay. Faktor kedua yang turut menjadi bahan pertimbangan pengguna sebelum bertekad untuk menjadi pengguna sebuah layanan pembayaran digital ialah kemudahan. Menurut Davis (1989) dalam Kumala, Pranata, dan Thio (2020) menguraikan *perceived ease of use* yang dimana seberapa besar kepercayaan pengguna bahwa ketika menggunakan sistem tersebut, maka upaya yang harus pengguna keluarkan lebih kecil. Perusahaan ShopeePay kerap menawarkan fitur dan tampilan pada ShopeePay yang tidak membutuhkan pemahaman yang rumit atau perlu mempelajari mekanismenya terlebih dahulu, dan juga mitra layanan pembayaran yang tidak sulit dijumpai oleh konsumennya.

Dalam fitur Shopeepay tak hanya memudahkan pengguna dalam bertransaksi secara online saja, namun terdapat keuntungan bagi customer yaitu promo cashback dengan potongan beragam untuk setiap transaksi. Shopee biasanya memberikan promo mulai dari 1% sampai 10% bagi pengguna Shopeepay. Marketplace yang berkembang semakin pesat, sehingga tidak sedikit toko online yang menawarkan benefit dari segi harga yang kompetitif dan potongan yang menggiurkan. Berikutnya, berdasarkan perolehan analisis variabel perilaku konsumtif mempunyai rata-rata skor tertinggi yakni 3,68 yang masuk dalam posisi kategori Baik/Setuju. Adapun skor rata-rata tertinggi dari ke 12 butir pernyataan pada variabel ini adalah 3,92 yang masuk pada kategori setuju/baik. Dapat disimpulkan sejalan dengan teori indikator perilaku konsumtif bahwa responden kuesioner yaitu mahasiswa Program Studi Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muslim Indonesia menyatakan setuju bahwasannya perilaku konsumtif yang ditimbulkan antara lain tidak mempertimbangkan fungsi dan kegunaan ketika membeli barang, mengonsumsi barang dan jasa secara berlebihan, mendahulukan keinginan dari pada kebutuhan serta tidak ada skala prioritas.

Besarnya pengaruh penggunaan Shopeepay terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muslim Indonesia

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Besarnya Pengaruh Penggunaan Shopeepay terhadap Perilaku Konsumtif di kalangan Mahasiswa Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muslim Indonesia. Dari pemaparan yang telah dijabarkan di hasil, dapat disimpulkan bahwa berdasarkan perolehan analisis data, Shopeepay mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Program Studi Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muslim Indonesia. Shopeepay adalah sebuah dompet digital berasal dari shopee, yang dikenal pada kalangan masyarakat. Shopeepay merupakan sebuah layanan dompet dan uang elektronik yang berperan sebagai metode pembayaran serta tempat penyimpanan pengembalian dana. Iperkuat teori menurut Suyanto sebab dengan E-Wallet, pengguna memiliki kemampuan untuk melakukan beragam transaksi seperti pembayaran online/offline, mengirim uang, membayar tagihan, membeli pulsa dan lain

sebagainya. Selain itu tersedia juga kompatibilitas dan integrasi yang memudahkan pengguna yang aktif berbelanja online memakai Dompot Digital sebagai metode pembayaran karena dapat dengan mudah terintegrasi dengan platform e-commerce yang mereka gunakan.

Simpulan

Hasil penelitian Penggunaan Shopeepay mendapatkan rata-rata skor sebesar 4,11 dalam posisi kategori baik/ setuju. Maka Penggunaan Shopeepay oleh mahasiswa Program Studi Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muslim Indonesia sangat baik dalam membantu segala aktivitas pembayaran secara online. Adapun secara keseluruhan hasil penelitian Perilaku Konsumtif mendapatkan rata-rata skor sebesar 3,68 dalam posisi kategori Baik/Setuju. Maka mahasiswa Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muslim Indonesia menyatakan setuju bahwa Perilaku Konsumtif yang ditimbulkan dalam penggunaan Shopeepay. Perolehan Uji secara Parsial (Uji T) menunjukkan bahwasannya perolehan nilai sig. sebesar $0,001 \leq 0,05$. Lalu didapatkan nilai t hitung sebesar $4,731 \geq 1,987$ (t tabel). Sebab t hitung \geq t tabel, sehingga H_0 ditolak. Jika H_0 ditolak serta H_1 diterima, maka disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara Shopeepay terhadap Perilaku Konsumtif

Daftar Pustaka

- Ariyandi, M Rizki, Dwi Karsanty, and Meisya Maulid Qurrotaayun, 'Electronic Wallet dalam Perspektif Islam', *Jurnal Religion: Jurnal Agama, Sosial, Dan Budaya* Volume 1, Nomor 5 (2023)
- Ardiningrum, Perlita Hatma, Maura Rifzika Alfilia et al., 'Mekanisme Transaksi E-Wallet Menurut Syariat Islam: Bagaimana Pandangan Ulama dan Fatwa MUI?' *Prosiding National Seminar on Accounting, Finance, and Economics (NSAFE)* (2022)
- Budiarti, I, F Hibatulloh, and M Salman, 'Financial Technology as Payment Methods in the Digital Era', *International journal of research and applied technology. Universitas Komputer Indonesia*, (2021)
- Dewi Mahrani Rangkuty, 'PROSIDING Konferensi Nasional Universitas Nahdlatul Ulama Indonesia Apakah Penggunaan E-wallet Masa Pandemi Covid-19 Semakin Meningkatkan di Indonesia?', *Prosiding Konferensi Nasional Universitas Nahdlatul Ulama Indonesia*, vol. 01, No. 01, (2021)
- Ilyas, Rahmat, 'Konsep Pembiayaan Dalam Perbankan Syari'ah', *JURNAL PENELITIAN*, 9.1 (2015) <<https://doi.org/10.21043/jupe.v9i1.859>>
- Listiani, Triyanti, and Anna Wulandari, '(The Effect of Transaction Security, Ease of Transactions and Brand Image on Consumer Purchase Interest in Tokopedia E-Commerce)', 2022
- Lutfiah, Muhammad Basri, Heni Kuswanti, 'Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Ppapk Fkip Universitas Tanjungpura Pontianak', *Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran* Vol. 11, No. 3 (2022)
- Muhammad Ridwan, Ilham Galang Wahyudi, 'Perilaku Konsumtif Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi kasus Pada Pengguna Situs Belanja Online Aplikasi Lazada di Medan', *Seminar Nasional Pengabdian pada Masyarakat* (2019)
- Mujahidah, A. Noorah, 'Analisis Perilaku Konsumtif Dan Penanganannya', *Indonesian Journal of School Counseling: Theory, Application, and Development*, 1.1 (2021), <https://doi.org/10.26858/ijosc.v1i1.19316>
- Muzdalifa, Irma, Inayah Aulia Rahma, and Bella Gita Novalia, 'Peran Fintech Dalam Meningkatkan Keuangan Inklusif Pada UMKM Di Indonesia (Pendekatan Keuangan Syariah)', *Jurnal Masharif al- Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 3.1 (2018) <https://doi.org/10.30651/jms.v3i1.1618>

- M. Nur Rianto Al Arif, *Pengantar Ekonomi Syariah Teori dan Praktik*, Cet. 2. Bandung: Pustaka Setia, (2017).
- Rizal, Muhamad, Erna Maulina, and Nenden Kostini, 'Fintech Sebagai Salah Satu Solusi Pembiayaan Bagi UMKM', *AdBispreneur*, 3.2 (2019), 89
<<https://doi.org/10.24198/adbispreneur.v3i2.17836>>
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta (2009), 137.
- Syarifah Raehana, Jufri M. Zein, 'Dampak Sosial Media Bagi Pembinaan Anak dalam Keluarga', *Al-Tafaqquh: Journal of Islamic Law*, Fakultas Agama Islam UMI (2020), 85
- Widagdo, Bambang Wisnu, and Murni Handayani, 'Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Perilaku Peserta Didik Pada Proses Pembelajaran Daring Menggunakan Metode Pengukuran Skala Likert (Studi Kasus di Kabupaten Tangerang Selatan)' *Jurnal ESIT (E-Bisnis, Sistem Informasi, Teknologi Informasi)*, 15(2) (2020)