

BAB V

SIMPULAN, IMPLIKASI DAN REKOMENDASI

5.1 Simpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menguji sebagian variabel menggunakan *Theory of planned behavior* (TPB) dengan menganalisis, Gaya Hidup, Pengaruh Sosial, Literasi Keuangan Syariah, dan Religiositas untuk mengetahui pengaruh berbagai faktor terhadap keputusan dan perilaku penggunaan Pinjaman daring (ShopeePinjam) di kalangan masyarakat muslim Generasi Z dalam menggunakan Shopee Pinjam. Serta bagaimana niat tersebut akhirnya memengaruhi perilaku nyata dalam menggunakan layanan Shopee Pinjam, diperoleh beberapa Kesimpulan sebagai berikut:

1. Secara deskriptif, seluruh variabel dalam penelitian ini berada pada rata-rata skor yang kategori tinggi. Kondisi ini menggambarkan bahwa responden memiliki gaya hidup modern, cukup terpapar pengaruh sosial, memiliki pemahaman literasi keuangan syariah yang baik, serta tingkat religiositas yang kuat. Namun, keputusan penggunaan Shopee Pinjam lebih dipengaruhi oleh faktor internal seperti gaya hidup, literasi keuangan syariah, dan niat penggunaan.
2. Gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan Shopee Pinjam. Persepsi responden terhadap gaya hidup modern dan konsumtif terbukti cukup kuat dalam mendorong keputusan menggunakan Shopee Pinjam. Artinya, tren konsumsi digital menjadi faktor dominan yang lebih menentukan perilaku keuangan dibanding pertimbangan nilai syariah atau sosial.
3. Pengaruh Sosial tidak berpengaruh signifikan, Dorongan sosial dari lingkungan sekitar tidak cukup kuat untuk membentuk keputusan penggunaan Shopee Pinjam. Keputusan terkait pinjaman daring bersifat personal dan sensitif, sehingga pengaruh lingkungan sosial cenderung diabaikan.

4. Literasi Keuangan Syariah berpengaruh positif dan signifikan, Meskipun pemahaman responden mengenai prinsip keuangan syariah cukup baik, keputusan untuk menggunakan Shopee Pinjam tetap diambil ketika layanan dianggap praktis dan mendesak. Artinya, literasi syariah belum menjadi pengendali utama dalam perilaku keuangan digital.
5. Religiositas berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan penggunaan Shopee Pinjam. Tingginya tingkat religiositas responden tidak cukup berperan dalam membentuk keputusan penggunaan Shopee Pinjam. Hal ini menunjukkan bahwa nilai religius belum menjadi pertimbangan dominan ketika individu dihadapkan pada kebutuhan finansial dan kemudahan layanan.
6. Niat Penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan Shopee Pinjam. Niat penggunaan memiliki kekuatan signifikan dalam mendorong keputusan aktual. Semakin kuat niat individu untuk menggunakan Shopee Pinjam, semakin besar peluang keputusan tersebut diambil, menunjukkan bahwa niat berperan sebagai faktor kunci dalam perilaku keuangan digital.
7. Niat Penggunaan dapat memediasi secara signifikan pengaruh gaya hidup terhadap keputusan penggunaan Shopee Pinjam. Artinya, gaya hidup konsumtif membentuk niat, yang pada akhirnya menjadi pendorong keputusan untuk menggunakan Shopee Pinjam.
8. Niat Penggunaan tidak dapat memediasi pengaruh sosial terhadap keputusan penggunaan Shopee Pinjam. Persepsi individu terhadap pengaruh sosial belum cukup kuat untuk membentuk niat penggunaan Shopee Pinjam. Hal ini menunjukkan bahwa tekanan atau dorongan sosial bukan faktor dominan dalam membentuk niat maupun keputusan penggunaan layanan Shopee Pinjam.
9. Niat Penggunaan dapat memediasi secara signifikan literasi keuangan syariah terhadap keputusan penggunaan Shopee Pinjam. Literasi keuangan syariah secara tidak langsung memengaruhi keputusan melalui pembentukan niat. Artinya, pemahaman individu tentang prinsip keuangan

syariah lebih dulu membentuk niat keuangan, yang kemudian menentukan perilaku aktual.

10. Niat Penggunaan tidak dapat mediasi pengaruh sosial terhadap keputusan penggunaan Shopee Pinjam. Tingkat religiositas islam individu tidak cukup kuat untuk membentuk niat penggunaan Shopee Pinjam. Hal ini menunjukkan bahwa nilai-nilai keagamaan belum mampu mengendalikan intensi individu dalam situasi keuangan mendesak atau ketika akses layanan pinjaman mudah tersedia.

Secara umum, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa keputusan masyarakat dalam menggunakan Shopee Pinjam lebih dominan dipengaruhi oleh faktor internal, khususnya gaya hidup, pemahaman literasi keuangan syariah, dan niat penggunaan. Sementara itu, pengaruh sosial dan religiositas islam, meskipun tergolong tinggi secara deskriptif, tidak memiliki pengaruh signifikan. Hal ini mengindikasikan bahwa keputusan menggunakan Shopee Pinjam bersifat pribadi, rasional, dan praktis, lebih dipengaruhi kebutuhan serta kemudahan layanan dibandingkan dorongan sosial atau nilai-nilai agama. Niat penggunaan juga terbukti berperan sebagai mediator penting dalam hubungan gaya hidup dan literasi keuangan syariah terhadap keputusan penggunaan, sementara pengaruh sosial dan religiositas islam belum mampu membentuk niat yang cukup kuat untuk memengaruhi perilaku tersebut.

5.2 Implikasi

Hasil penelitian ini memberikan implikasi penting baik secara teoritis maupun praktis, sebagai berikut:

5.2.1 Implikasi Teoritis

- a) Hasil penelitian ini memberikan kontribusi terhadap pengembangan Theory of Planned Behavior (TPB) dalam konteks perilaku keuangan digital, khususnya penggunaan layanan pinjaman daring berbasis aplikasi seperti Shopee Pinjam. Temuan menunjukkan bahwa faktor internal berupa gaya hidup konsumtif, literasi keuangan syariah, dan niat penggunaan lebih dominan dalam membentuk keputusan keuangan digital, dibandingkan faktor eksternal seperti pengaruh sosial dan religiositas islam. Implikasi ini memperkuat teori Ajzen (1991) yang menyatakan

bahwa perilaku aktual dipengaruhi oleh niat, dan niat terbentuk dari sikap, norma subjektif, serta kontrol perilaku. Dalam konteks ini, sikap individu terhadap konsumsi digital (gaya hidup) dan pemahaman finansial (literasi keuangan syariah) lebih memengaruhi niat dan keputusan aktual daripada tekanan sosial dan nilai agama. Temuan ini juga mengonfirmasi bahwa dalam pengambilan keputusan keuangan pribadi, *subjective norm* dapat melemah, terutama jika keputusan tersebut bersifat privat, sensitif, dan berbasis kebutuhan.

- b) Literasi keuangan syariah berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan namun belum mampu memediasi pengaruh religiositas islam memperkaya studi literatur tentang keuangan syariah digital. Temuan ini menunjukkan bahwa pemahaman konsep syariah penting, tetapi tanpa ketersediaan layanan keuangan digital syariah yang mudah diakses dan kompetitif, literasi belum sepenuhnya dapat membatasi keputusan masyarakat untuk menggunakan layanan berbasis bunga. Maka, model perilaku keuangan syariah digital perlu mempertimbangkan variabel praktis seperti kemudahan akses dan kebutuhan konsumtif.
- c) Niat terbukti menjadi faktor perantara penting dalam hubungan gaya hidup dan literasi keuangan syariah terhadap keputusan penggunaan. Ini menguatkan konsep TPB bahwa niat adalah prediktor utama perilaku, sekaligus memperluas pemahaman bahwa dalam konteks digital, pembentukan niat lebih dipengaruhi oleh gaya hidup konsumtif dan pemahaman finansial daripada tekanan sosial atau nilai religius.

5.2.2 Implikasi Praktis

- a) Hasil penelitian menunjukkan bahwa gaya hidup menjadi faktor signifikan dalam memengaruhi keputusan penggunaan Shopee Pinjam. Oleh karena itu, penyedia layanan *fintech lending* perlu menyusun strategi promosi yang menyesuaikan tren gaya hidup digital masyarakat, khususnya generasi muda. Kampanye promosi sebaiknya tidak hanya mendorong konsumsi, tetapi juga menyisipkan edukasi literasi keuangan Islami dan etika berhutang agar pengguna lebih bijak dalam menggunakan layanan pinjaman daring.

- b) Mengingat literasi keuangan syariah berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan, lembaga keuangan syariah, pemerintah daerah, serta OJK perlu mengintensifkan program literasi keuangan syariah yang lebih aplikatif dan berbasis digital. Edukasi ini tidak hanya menyampaikan konsep keuangan syariah, tetapi juga membimbing masyarakat memahami risiko pinjaman berbunga serta alternatif pembiayaan halal berbasis teknologi digital.
- c) Temuan bahwa niat penggunaan berperan sebagai mediator penting menegaskan perlunya penyedia layanan menghadirkan layanan pinjaman syariah digital yang mudah diakses dan kompetitif. Penyedia Shopee Pinjam maupun *fintech* lain disarankan menyediakan fitur pinjaman syariah dengan akad yang sesuai prinsip Islam agar dapat menjadi pilihan bagi masyarakat muslim yang peduli terhadap keuangan halal di era digital.
- d) Meskipun religiositas islam tergolong tinggi secara deskriptif, temuan penelitian menunjukkan bahwa nilai religius belum cukup kuat menahan keputusan penggunaan Shopee Pinjam. Oleh karena itu, kampanye literasi keuangan Islami perlu diperkuat tidak hanya dari sisi hukum agama, tetapi juga melalui pendekatan dampak sosial-ekonomi dan gaya hidup konsumtif. Kolaborasi dengan tokoh agama, influencer Islami, komunitas ekonomi syariah, dan masjid-masjid di lingkungan perkotaan dapat menjadi strategi efektif.
- e) Perlu adanya ekosistem layanan pembiayaan syariah digital yang kompetitif, mudah diakses, cepat, dan aman. Pemerintah bersama OJK dan lembaga keuangan syariah dapat menjadikan hasil penelitian ini sebagai dasar untuk memetakan kebutuhan masyarakat terhadap layanan *fintech* halal, serta mendorong lahirnya startup *fintech* syariah yang setara dengan *fintech* konvensional dari sisi kemudahan dan kecepatan.

5.3 Rekomendasi

Berdasarkan temuan penelitian dan analisis yang telah dilakukan, berikut ini adalah beberapa rekomendasi yang ditujukan kepada pihak-pihak terkait agar hasil penelitian dapat dimanfaatkan secara optimal. Sebagai Berikut:

Nasya Fathiyah Kamilah, 2025

PENGUNAAN SHOPEE PINJAM: PENGARUH GAYA HIDUP, SOSIAL, LITERASI KEUANGAN SYARIAH DAN RELIGIOSITAS ISLAM TERHADAP PENGUNAAN SHOPEE PINJAM DENGAN NIAT SEBAGAI VARIABEL MEDIASI

Universitas Pendidikan Indonesia | Repository.upi.edu | Perpustakaan upi.edu

1. Bagi penyedia layanan *fintech* lending/Shopee Pinjam
 - a) Disarankan agar penyedia layanan seperti Shopee Pinjam lebih memfokuskan strategi pemasarannya pada edukasi keuangan Islami, khususnya bagi segmen Gen Z dan milenial. Selain itu, penting bagi penyedia layanan untuk mulai menghadirkan opsi pinjaman berbasis syariah dengan akad sesuai prinsip Islam, guna menjangkau konsumen muslim yang semakin peduli terhadap aspek keuangan halal di era digital.
 - b) Promosi layanan sebaiknya tidak hanya berorientasi pada gaya hidup konsumtif, melainkan juga menyertakan fitur layanan keuangan syariah yang kompetitif. Di dalam aplikasi, penyedia layanan perlu menyisipkan edukasi finansial Islami yang mendorong pengguna agar lebih bijak dalam berutang sesuai kebutuhan dan nilai syariah. Upaya ini dapat dilakukan melalui fitur-fitur seperti pengingat batas pinjaman, simulasi risiko keuangan, serta pesan moral Islami terkait etika berutang.
 - c) Penyedia Layanan juga perlu mulai menerapkan pendekatan bisnis yang lebih etis dan sesuai dengan prinsip keuangan syariah, tanpa mengurangi kemudahan serta fleksibilitas layanan digital. Langkah ini penting dilakukan agar mampu bersaing di pasar *fintech* berbasis nilai Islami yang saat ini masih terbatas ketersediaannya.
2. Bagi Lembaga keuangan syariah
 - a) Lembaga keuangan syariah disarankan menyediakan layanan digital yang mudah diakses, cepat, dan kompetitif sebagai alternatif pembiayaan halal yang dapat bersaing dengan *fintech* konvensional, sekaligus mengurangi ketergantungan masyarakat pada pinjaman berbunga.
 - b) Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa religiositas saja belum cukup mencegah penggunaan layanan berbasis riba. Karena itu, edukasi tentang risiko pinjaman daring berbunga perlu diperkuat, khususnya bagi masyarakat muslim usia produktif, dengan kampanye yang tidak hanya menyoroti aspek hukum atau agama,

tetapi juga dampak finansial jangka panjang dan gaya hidup konsumtif.

3. Bagi Pemerintah dan OJK

- a) Pemerintah atau regulator perlu meningkatkan edukasi literasi keuangan syariah di kalangan generasi muda, agar masyarakat tidak hanya memahami konsep keuangan Islami, tetapi juga mampu mengendalikan niat penggunaan layanan keuangan berbunga di tengah kondisi ekonomi mendesak.
- b) Melakukan kampanye literasi keuangan syariah yang harus ditingkatkan, tidak hanya bersifat edukatif tetapi juga aplikatif sesuai gaya hidup digital. Literasi semata tidak cukup tanpa didukung ketersediaan layanan pinjaman syariah digital yang mudah, cepat, dan aman.
- c) Pengembangan inovasi layanan pinjaman syariah digital yang mudah diakses, cepat, dan aman, agar dapat menjadi alternatif yang lebih kompetitif di pasar *fintech* lending.

4. Bagi masyarakat

- a) Kepada masyarakat khususnya generasi produktif, diimbau untuk lebih bijak dalam mengelola gaya hidup digital agar tidak terjebak pola konsumsi berlebihan yang berdampak pada keuangan pribadi.
- b) Hasil ini menjadi pengingat penting bahwa gaya hidup konsumtif dan kemudahan layanan digital harus diimbangi dengan kemampuan literasi keuangan yang kuat dan kesadaran terhadap dampak finansial jangka panjang.
- c) Meningkatkan kesadaran bahwa kemudahan layanan digital pinjaman perlu diimbangi dengan kontrol keuangan pribadi. Mengingat keputusan keuangan digital lebih bersifat pragmatis dan didorong gaya hidup, individu perlu mengatur prioritas kebutuhan dan memahami konsekuensi jangka panjang sebelum memutuskan memanfaatkan layanan seperti Shopee Pinjam.

5. Keterbatasan dan Rekomendasi Bagi penelitian selanjutnya.

Berdasarkan hasil penelitian dan keterbatasan yang ada, terdapat beberapa rekomendasi yang dapat dijadikan masukan untuk penelitian berikutnya :

- a) Penelitian ini menggunakan model *Theory Planned Behavior* dengan lima variabel utama dan satu mediasi. Peneliti selanjutnya disarankan dapat menggunakan pendekatan lain seperti TAM (*Technology Acceptance Model*), atau UTAUT dan dapat menambahkan variabel persepsi risiko, *financial distress* atau *financial urgency* untuk melihat apakah keputusan layanan pinjaman daring dapat dipengaruhi oleh kondisi keuangan darurat
- b) Penelitian selanjutnya dapat melakukan penelitian komperatif antara Shopee Pinjam dengan platform Fintech *Lending* syariah guna mengetahui perbedaan faktor yang mempengaruhi keputusan penggunaan di kedua jenis layanan
- c) Agar penelitian lebih komperhensif, pada penelitian selanjutnya dapat memperluas karakteristik responden, tidak hanya pada Generasi Z namun kepada generasi milenial dan generasi X. Dan dapat memperluas jangkauan responden lebih dari 200.
- d) Pada penelitian ini, indikator Literasi Keuangan Syariah belum dapat terwakilkan secara optimal. Hal ini menunjukkan perlunya pengembangan instrumen yang lebih mendalam dan spesifik, agar mampu menggambarkan pemahaman responden terkait prinsip-prinsip keuangan syariah dengan lebih akurat. Peneliti selanjutnya disarankan menambahkan indikator lain, seperti praktik keuangan sehari-hari yang berbasis syariah, sehingga hasil penelitian dapat lebih komprehensif dan representatif.
- e) Dalam penelitian ini Pengaruh Sosial dan Religiositas islam tidak berperan sebagai variabel dan mediasi yang signifikan. Namun, ini bukan berarti variabel tersebut tidak relevan. Pada penelitian selanjutnya disarankan dapat memeriksa lebih spesifik, misalnya bisa menambahkan dimensi yang lebih spesifik dan menuju perannya sebagai moderator.