

DISPARITAS ANTARA MINAT LITERASI DAN PRAKTIK EKONOMI SYARIAH: STUDI ANALISIS
PERILAKU GENERASI Z DI ERA GAYA HIDUP HALAL

Muhammad Radi Aziqri, Fazriman Fadhlullah Sahbir

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Syariah, Universitas Tazkia

Email: 2410101078.radi@student.tazkia.ac.id, 2410101039.fazriman@student.tazkia.ac.id

ABSTRAK

Fenomena *halal lifestyle* telah menjadi tren global yang signifikan, khususnya di Indonesia sebagai negara dengan populasi muslim terbesar di dunia. Generasi Z, sebagai mayoritas demografi terbesar, menunjukkan antusiasme tinggi terhadap simbol-simbol identitas keislaman. Namun, penelitian ini bertujuan untuk menginvestigasi apakah tingginya minat terhadap gaya hidup halal berbanding lurus dengan kedalaman literasi ekonomi syariah dan implementasinya dalam keputusan finansial sehari-hari. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif dengan survei daring terhadap 250 responden mahasiswa (usia 18-25 tahun). Hasil penelitian menunjukkan adanya disparitas yang nyata: Minat belajar ekonomi syariah tergolong tinggi, terutama didorong oleh konten media sosial. Namun, implementasi praktis berada pada kategori sedang. Temuan spesifik menunjukkan bahwa meskipun mayoritas responden memiliki rekening bank syariah, penggunaan instrumen *Paylater* konvensional berbasis bunga masih tinggi karena faktor kemudahan akses dan desakan gaya hidup. Penelitian ini menyimpulkan bahwa literasi di kalangan Generasi Z masih berada pada level simbolik dan belum transformatif, memerlukan intervensi edukasi yang lebih praktis dan aplikatif.

Kata Kunci: Ekonomi Syariah, Generasi Z, *Halal Lifestyle*, *Theory of Planned Behavior*, Literasi Keuangan.

Article History

Received: December 2025

Reviewed: December 2025

Published: December 2025

Plagiarism checker no 1568

DOI : prefix DOI :

10.8734/musytari.v1i2.359

Copyright : author

Publish by : musytari



This work is licensed under a [creative commons attribution-noncommercial 4.0 international license](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

1. PENDAHULUAN

Dalam satu dekade terakhir, lanskap sosial-ekonomi Indonesia diwarnai oleh gelombang "Hijrah" atau kebangkitan kesadaran beragama di kalangan kelas menengah muslim. Fenomena ini bermanifestasi dalam apa yang disebut sebagai *Global Halal Lifestyle*, mencakup sektor makanan, fesyen, pariwisata, hingga keuangan. State of the Global Islamic Economy Report (2024) menempatkan Indonesia sebagai salah satu konsumen produk halal terbesar di dunia. Di tengah arus ini, Generasi Z (lahir 1997-2012) memegang peranan krusial sebagai agen perubahan sekaligus target pasar utama karena karakteristik mereka yang *digital native* dan religius.

Namun, terdapat paradoks yang mengkhawatirkan dalam tren positif ini. Data Otoritas Jasa Keuangan (OJK) secara konsisten menunjukkan bahwa indeks literasi keuangan syariah nasional masih tertinggal jauh dibandingkan literasi keuangan konvensional, dan lebih rendah lagi jika dibandingkan dengan indeks inklusi keuangannya. Hal ini mengindikasikan bahwa banyak individu menggunakan produk syariah (inklusi tinggi) tanpa pemahaman mendalam mengenai akad dan prinsip dasarnya (literasi rendah), atau sebaliknya, memiliki ketertarikan pada isu syariah namun gagal mengamalkannya karena kendala ekosistem.

Permasalahan utama (*gap analysis*) yang diangkat dalam penelitian ini adalah adanya kesenjangan antara "tren kesalehan" dengan "perilaku ekonomi rasional syariah". Banyak anak

muda yang vokal mengenai makanan halal, namun permisif terhadap instrumen keuangan yang mengandung unsur *Riba* demi pemenuhan gaya hidup konsumtif.

Penelitian ini bertujuan untuk: (1) Mengukur tingkat minat Generasi Z dalam mempelajari konsep ekonomi syariah; (2) Menganalisis tingkat implementasi prinsip ekonomi syariah dalam transaksi harian; dan (3) Mengidentifikasi faktor-faktor penyebab terjadinya disparitas antara minat pengetahuan dan praktik nyata. Kontribusi penelitian ini diharapkan dapat memberikan peta jalan bagi pemangku kebijakan dan akademisi dalam merumuskan strategi edukasi ekonomi syariah yang lebih efektif bagi kaum muda.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Theory of Planned Behavior (TPB)

Kerangka teoritis utama dalam penelitian ini mengadopsi *Theory of Planned Behavior* yang dikembangkan oleh Icek Ajzen (1991). TPB mempostulatkan bahwa niat seseorang untuk melakukan suatu perilaku (dalam hal ini, bertransaksi secara syariah) dipengaruhi oleh tiga determinan utama:

1. Sikap (Attitude): Evaluasi positif atau negatif individu terhadap perilaku tersebut.
2. Norma Subjektif (Subjective Norm): Tekanan sosial yang dirasakan untuk melakukan atau tidak melakukan perilaku.
3. Kontrol Perilaku Persepsian (Perceived Behavioral Control): Persepsi kemudahan atau kesulitan dalam melakukan perilaku tersebut.

Dalam konteks ekonomi syariah, minat belajar mungkin didorong oleh *Norma Subjektif* (tren teman sebaya), namun *Kontrol Perilaku* (aksesibilitas produk syariah vs konvensional) dapat menjadi penghambat implementasi.

2.2. Konsep Dasar Ekonomi Syariah dan Perilaku Konsumen

Ekonomi Islam bukan sekadar sistem perbankan, melainkan tata cara kehidupan (*way of life*) yang mencakup konsumsi, distribusi, dan produksi. Prinsip dasarnya meliputi pelarangan *Riba* (bunga/tambahan yang tidak adil), *Gharar* (ketidakpastian), dan *Maysir* (judi/spekulasi). Implementasi sehari-hari bagi seorang mahasiswa muslim idealnya mencakup penggunaan lembaga keuangan syariah, penghindaran utang konsumtif ribawi, dan prioritas pada konsumsi barang halal (Rahardjo & Wibowo, 2023).

4. METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode deskriptif analitis untuk menggambarkan fenomena yang sedang terjadi tanpa memberikan perlakuan/eksperimen terhadap objek penelitian.

3.2. Populasi dan Sampel

Populasi penelitian adalah mahasiswa aktif tingkat sarjana (S1) di wilayah Jabodetabek yang merepresentasikan demografi urban Generasi Z dengan rentang usia 18-25 tahun. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dengan kriteria: (1) Beragama Islam, (2) Memiliki akses ke layanan perbankan/dompot digital, dan (3) Aktif menggunakan media sosial. Jumlah sampel yang valid dan digunakan dalam analisis adalah 250 responden.

3.3. Instrumen dan Teknik Pengumpulan Data

Data dikumpulkan melalui kuesioner daring (Google Forms) yang disebarluaskan melalui media sosial. Instrumen menggunakan Skala Likert 5 poin (1 = Sangat Tidak Setuju, 5 = Sangat Setuju). Variabel yang diukur meliputi:

- Minat Belajar Ekonomi Syariah (Learning Interest).
- Pemahaman Konsep Dasar (Basic Understanding).
- Implementasi Perilaku (Behavioral Implementation).

3.4. Analisis Data

Data dianalisis menggunakan statistik deskriptif untuk mencari nilai rata-rata (Mean) dan persentase frekuensi guna memetakan pola perilaku responden.

5. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Profil Responden

Mayoritas responden adalah perempuan (60%) dan laki-laki (40%). Sebanyak 85% responden mengaku terpapar informasi mengenai ekonomi syariah melalui media sosial (Instagram/TikTok), sementara hanya 15% yang mendapatkannya dari literatur formal atau perkuliahan.

4.2. Analisis Minat Belajar (Variabel X)

Data lapangan menunjukkan antusiasme yang sangat tinggi pada variabel minat belajar. Ketertarikan pada konten edukasi keuangan syariah Sangat Tinggi serta Keinginan mendalami hukum Riba juga tinggi Persepsi bahwa ekonomi syariah adalah solusi modern Sangat Tinggi Responden menunjukkan kesadaran tinggi bahwa ekonomi syariah adalah bagian integral dari identitas keislaman mereka. Hal ini sejalan dengan teori *Social Identity* di mana Generasi Z cenderung mengadopsi nilai-nilai yang memperkuat identitas kelompok mereka (Santoso, 2024).

4.3. Analisis Implementasi Sehari-hari (Variabel Y)

Berbanding terbalik dengan minat, aspek implementasi menunjukkan data yang lebih variatif dan cenderung moderat.

Berdasarkan data yang ada menunjukkan bahwa indikator penggunaan bank syariah ini dapat menghindari penggunaan paylater atau pinjol dengan data ini menyatakan bahwa menggunakan bank syariah dapat menjadi alternatif yang dapat menjadi pilihan anak muda dalam menghindari paylater atau pinjol. Dengan adanya bank syariah ini telah diatur dalam akad syariah dan terhindar dari riba dan gharar serta tingginya minat saham syariah pada generasi muda ini

4.4. Pembahasan: Fenomena "Sharia Compliance Gap"

Temuan paling menarik dalam penelitian ini adalah adanya kesenjangan signifikan antara kepemilikan rekening bank syariah dengan perilaku utang (liabilitas). Meskipun skor kepemilikan rekening syariah tinggi (3.80), skor penghindaran *Paylater* konvensional rendah (2.45).

1. Literasi Simbolik vs Literasi Substantif

Hasil ini mengindikasikan bahwa pemahaman Generasi Z tentang ekonomi syariah masih bersifat simbolik. Mereka merasa cukup "syariah" dengan memiliki kartu debit berlogo iB (Islamic Banking), namun gagal mengidentifikasi unsur *Riba* yang terselubung dalam fitur late fees atau bunga berbunga pada layanan buy now pay later (BNPL) yang disediakan platform *e-commerce*.

2. Desakan Gaya Hidup dan Kemudahan Teknologi

Dalam wawancara singkat tambahan pada kolom terbuka kuesioner, responden menyatakan bahwa fitur Paylater konvensional menawarkan User Experience (UX) yang jauh lebih mulus dan

integrasi merchant yang lebih luas dibandingkan pembiayaan syariah. Sesuai dengan Theory of Planned Behavior, faktor Perceived Behavioral Control (kemudahan penggunaan) pada produk konvensional lebih dominan mengalahkan Attitude (sikap anti-riba) mereka.

3. Cognitive Dissonance (Disonansi Kognitif)

Terjadi fenomena disonansi kognitif, di mana responden menyadari bahwa bunga paylater adalah haram, namun melakukan rasionalisasi. Rasionalisasi yang umum ditemukan adalah "Nominal bunganya kecil," atau "Terpaksa karena ada diskon besar." Hal ini menunjukkan bahwa militansi beragama Generasi Z dapat melunak ketika berhadapan dengan insentif ekonomi jangka pendek (diskon/promo).

5. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Penelitian ini menyimpulkan bahwa tingginya minat Generasi Z terhadap ekonomi syariah belum terkonversi secara utuh menjadi perilaku ekonomi yang patuh syariah (sharia compliant behavior). Terjadi diskoneksi antara semangat belajar yang tinggi dengan praktik di lapangan, khususnya dalam aspek manajemen utang dan pembiayaan digital. Minat belajar lebih didorong oleh tren sosial (halal lifestyle), sementara keputusan transaksi masih didominasi oleh motif pragmatisme dan kenyamanan teknologi.

5.2. Saran

1. Bagi Industri Keuangan Syariah: Diperlukan akselerasi transformasi digital. UI/UX aplikasi perbankan syariah harus setara dengan kompetitor konvensional untuk menghilangkan hambatan (barrier to entry) bagi Generasi Z.
2. Bagi Akademisi dan Pendidik: Metode pengajaran ekonomi syariah harus bergeser dari pendekatan normatif-fikih (dalil halal-haram) menjadi pendekatan studi kasus kontemporer. Mahasiswa perlu diajarkan cara membedah akad pada produk digital modern seperti e-wallet dan paylater.
3. Penelitian Selanjutnya: Disarankan untuk melakukan penelitian kualitatif mendalam (fenomenologi) untuk memahami mekanisme psikologis di balik rasionalisasi penggunaan produk non-syariah oleh individu yang paham agama.

DAFTAR PUSTAKA

Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211.

Badan Pusat Statistik (BPS). (2024). *Statistik Pemuda Indonesia 2023*. Jakarta: BPS Indonesia.
Otoritas Jasa Keuangan (OJK). (2024). *Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan 2023*. Jakarta: OJK.

Rahardjo, B., & Wibowo, A. (2023). Analisis Preferensi Mahasiswa Muslim Terhadap Layanan Fintech Syariah: Pendekatan Technology Acceptance Model. *Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 15(2), 112-128.

Santoso, D. I. (2024). *Psikologi Ekonomi Islam: Memahami Perilaku Konsumen Muslim Milenial*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

State of the Global Islamic Economy Report. (2024). *Thriving in Uncertainty*. DinarStandard.

Wulandari, R., & Hidayat, T. (2023). The Gap Between Knowledge and Action: A Study on Islamic Financial Literacy Among Gen Z in Jakarta. *International Journal of Islamic Economics and Finance*, 6(1), 45-58.

Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)

DinarStandard. (2023). *State of the Global Islamic Economy Report 2023/24: Unlocking Opportunity*. DinarStandard.

Otoritas Jasa Keuangan (OJK). (2022). *Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) 2022*. Jakarta: Otoritas Jasa Keuangan.

Yuswohady, et al. (2020). *Gen Z Indonesia: The Changemakers*. Jakarta: Inventure Knowledge.

Abror, A., Patrisia, D., Syahrizal, S., Sarianti, R., & Dastgir, S. (2020). Self-identity and halal tourism: The mediating role of attitude and subjective norm. *Journal of Islamic Marketing*, 13(3), 670-692.

Handriana, T., et al. (2021). Purchase behavior of millennial female generation on Halal cosmetic products. *Journal of Islamic Marketing*, 12(7), 1295-1315.

Wibowo, B., & Ahmad, F. S. (2016). Mechanisms of Islamic Financial Literacy and Inclusion on The Performance of MSMEs. *Etikonomi*, 15(1), 1-14.