

Pengaruh Media Sosial dan Komunitas Daring dalam Literasi Keuangan Syariah Generasi Z

Kumaidi¹, Darul Qotni Abbas²

^{1,2}Universitas Islam Sarolangun

khumaidiachmad.22@gmail.com¹, darelqotn@gmail.com²

ABSTRACT

This research examines the role of social media and online communities in building sharia financial literacy among Generation Z in Indonesia through a systematic literature review following PRISMA 2020 guidelines. A review of academic research, official reports, and related publications (2017–2025) identified three main interacting elements: (1) social media as an educational gateway—especially visual platforms like Instagram and TikTok; (2) online communities (Telegram groups, WhatsApp, forums) that strengthen collective learning through discussions and peer-to-peer learning; and (3) critical digital literacy which acts as a filter for the validity of sharia content. The synthesized findings indicate that sharia financial literacy serves as a primary mediator between digital exposure and changes in financial behavior, such as an increased tendency to save and invest in sharia instruments and a reduction in consumptive behavior triggered by viral content. However, the effectiveness of content depends on credibility, narrative quality, and user engagement; entertainment-oriented platforms like TikTok risk encouraging impulsiveness without a foundation of literacy. The study also shows that religiosity acts as a strong motivator in the adoption of sharia products. The article formulates a synergistic model (social media + online communities + digital literacy) as an adaptive framework for Islamic financial education. It also highlights the challenges of information verification and the need for a contextual and evidence-based content strategy. Practical recommendations are presented for financial education stakeholders, regulators, and sharia industry players.

Keywords : Sharia Financial Literacy, Social Media, Online Communities, Generation Z.

ABSTRAK

Penelitian ini menelaah peran media sosial dan komunitas daring dalam membangun literasi keuangan syariah pada generasi Z di Indonesia melalui tinjauan sistematis literatur sesuai pedoman PRISMA 2020. Kajian terhadap penelitian akademik, laporan resmi, dan publikasi terkait (2017–2025) mengidentifikasi tiga elemen utama yang saling berinteraksi: (1) media sosial sebagai pintu masuk edukasi – terutama platform visual seperti Instagram dan TikTok; (2) komunitas daring (grup Telegram, WhatsApp, forum) yang memperkuat pembelajaran kolektif melalui diskusi dan *peer-to-peer learning*; dan (3) literasi digital kritis yang menjadi filter terhadap validitas konten syariah. Temuan sintetis menunjukkan bahwa literasi keuangan syariah berperan sebagai mediator utama antara eksposur digital dan perubahan perilaku finansial, seperti peningkatan kecenderungan menabung dan investasi pada instrumen syariah, serta pengurangan perilaku konsumtif yang dipicu konten viral. Namun, efektivitas konten bergantung pada kredibilitas, kualitas narasi, dan keterlibatan pengguna; platform yang bersifat hiburan seperti TikTok berisiko mendorong impulsivitas tanpa landasan literasi. Kajian juga menunjukkan bahwa religiusitas berperan sebagai motivator kuat dalam adopsi produk syariah. Artikel merumuskan model sinergis (media sosial + komunitas daring + literasi digital) sebagai kerangka edukasi finansial Islami yang adaptif, serta menyoroti tantangan verifikasi informasi dan perlunya strategi konten yang kontekstual dan berbasis bukti. Rekomendasi praktis disajikan untuk pemangku kepentingan pendidikan finansial, regulator, dan pelaku industri syariah.

Kata kunci : *Literasi Keuangan Syariah, Media Sosial, Komunitas Daring, Generasi Z*

PENDAHULUAN

Perkembangan industri keuangan syariah di Indonesia menunjukkan tren yang cukup signifikan dalam beberapa tahun terakhir, seiring dengan meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap prinsip keuangan Islam. Namun, tingkat literasi keuangan syariah secara nasional masih tergolong rendah. Berdasarkan Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK), pada tahun 2022 tingkat literasi keuangan syariah baru mencapai 9,14%, jauh tertinggal dibandingkan literasi keuangan konvensional yang mencapai 49,68% (OJK, 2024).

Beberapa kajian empiris menunjukkan masih terdapat kesenjangan signifikan antara literasi syariah dan literasi keuangan umum. Menurut penelitian Wardani & Maksum (2024), menemukan bahwa literasi dasar keuangan syariah mencapai 82,88% (tinggi), sedangkan literasi mengenai perbankan syariah saja 58,58%, asuransi syariah 62,94%, dan pasar modal syariah 68,80%, menghasilkan rata-rata literasi keseluruhan sebesar 68,38% (sedang) berdasarkan empat dimensi utama: pengetahuan dasar, perbankan syariah, asuransi, dan pasar modal.

Mustika dkk. (2025) menekankan bahwa literasi keuangan syariah sangat berpengaruh terhadap perilaku generasi Z dalam penggunaan fintech syariah, meskipun transformasi digital sendiri hanya berpengaruh tidak langsung. Temuan ini menunjukkan bahwa akses digital saja tidak cukup, sehingga pengetahuan syariah masih menjadi fondasi utama. Lebih lanjut, Riski dkk. (2024) menyampaikan bahwa di Kota Padang, literasi keuangan syariah secara signifikan mendorong perilaku investasi instrumen syariah pada generasi muda, dengan media sosial berperan sebagai variabel mediasi penting. Hal ini sekali lagi menekankan pentingnya kanal digital bukan hanya sebagai media informasi, tetapi juga sebagai pemicu perubahan perilaku.

Secara lebih luas, Fadillah & Lubis (2024) menunjukkan bahwa literasi keuangan syariah dan inklusi finansial mempengaruhi keputusan investasi Gen Z di Jawa Barat; literasi digital tidak secara langsung mempengaruhi, tetapi keberadaan informasi dan akses merupakan hal yang sangat penting. Penelitian ini menekankan bahwa pengetahuan syariah (literasi) dan akses inklusi lebih dominan dalam membentuk keputusan finansial Islami.

Selanjutnya, studi oleh Thomas dkk. (2024) menguatkan temuan di Indonesia: literasi keuangan, modal sosial, dan fintech memiliki pengaruh positif terhadap inklusi keuangan mahasiswa di Tangerang, meski digital inklusi belum sepenuhnya menyamai literasi.

Berkaitan dengan pendekatan edukatif digital, Safitri & Pebruary (2024) menemukan bahwa pendidikan keuangan syariah dan penggunaan media sosial secara signifikan mempengaruhi literasi fintech syariah pada mahasiswa; gender ternyata tidak menjadi faktor utama.

Temuan-temuan ini mengindikasikan adanya kesenjangan pemahaman terhadap sistem keuangan berbasis syariah yang membutuhkan perhatian lebih, terutama dari aspek

edukasi publik. Di sisi lain, generasi muda, khususnya Gen Z yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012, merupakan segmen masyarakat yang sangat adaptif terhadap teknologi digital dan memiliki keterikatan tinggi terhadap media sosial.

Data dari We Are Social (2024) menunjukkan bahwa lebih dari 70% pengguna internet di Indonesia berusia di bawah 35 tahun, dan sebagian besar dari mereka mengakses informasi melalui platform digital seperti Instagram, TikTok, YouTube, dan X (Twitter). Dalam konteks ini, media sosial menjadi ruang potensial dalam menyebarkan nilai-nilai keuangan Islam, seperti anti-riba, zakat, investasi halal, serta penggunaan layanan keuangan berbasis syariah.

Temuan dari berbagai studi tersebut menunjukkan adanya konsistensi bahwa literasi syariah (baik dalam bentuk pengetahuan maupun aplikasi) adalah kunci utama. Namun, diskusi mengenai peran media sosial dan komunitas daring baik sebagai pengantar maupun pelengkap literasi masih terbatas dan memerlukan kajian yang lebih sistematis. Oleh karena itu, kajian ini menjadi relevan dan strategis untuk memberikan pemetaan ilmiah mengenai pengaruh media sosial dan komunitas daring dalam meningkatkan literasi keuangan syariah pada generasi muda di Indonesia.

Penelitian ini difokuskan pada analisis literatur terhadap artikel ilmiah, laporan survei, dan publikasi terpercaya yang membahas hubungan antara media sosial, komunitas daring, dan literasi keuangan syariah di kalangan Gen Z. Dengan pendekatan ini, diharapkan dapat dihasilkan sintesis konseptual dan tematik yang memperkaya khazanah literasi keuangan syariah, sekaligus memberikan rekomendasi praktis dalam penguatan edukasi finansial berbasis nilai-nilai Islam di era digital.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan Studi Literatur Sistematis (Systematic Literature Review) sesuai pedoman internasional PRISMA 2020 untuk menjamin transparansi, replikasi, dan kualitas pelaporan hasil tinjauan literatur. Metode studi literatur ini sangat penting untuk membangun landasan teori yang kuat dan memfasilitasi pemahaman yang lebih komprehensif tentang subjek penelitian. Dengan mengintegrasikan temuan penelitian sebelumnya, penelitian ini tidak hanya memberikan ringkasan tentang apa yang diketahui, tetapi juga memberikan perspektif baru (Kumaidi, 2024). Pendekatan penelitian bersifat deskriptif-transformasional, dengan fokus menjawab pertanyaan utama tentang kontribusi media sosial dan komunitas daring dalam literasi keuangan syariah generasi muda Indonesia. Prosedur penelitian mengikuti kerangka PRISMA, termasuk tahap pencarian literatur, penyaringan, ekstraksi data, dan sintesis tematik (Page et al, 2021).

Pertanyaan Penelitian

- Bagaimana media sosial dan komunitas daring memengaruhi literasi keuangan syariah di kalangan Gen Z Indonesia?
- Apa jenis konten digital keuangan syariah yang diterima dan bagaimana interaksi komunitas daring mendukung pemahaman keuangan Islami?

Economic Reviews Journal

Volume 4 Nomor 3 (2025) 1458 – 1470 E-ISSN 2830-6449

DOI: 10.56709/mrj.v4i3.920

Sumber Data dan Basis Data

Pengumpulan literatur dilakukan melalui beberapa basis data akademik seperti Google Scholar, SINTA, Scopus, DOAJ, dan platform institusi seperti situs resmi OJK, KNEKS. Strategi pencarian dirancang menggunakan kata kunci utama: “literasi keuangan syariah”, “media sosial”, “komunitas daring”, “Gen Z”, “Islamic finance education” dan varian terkait, sesuai pedoman PRISMA-S untuk strategi pencarian dan pelaporan sumber literatur (Page et al, 2021).

Kriteria Inklusi dan Eksklusi

Kriteria inklusi berupa publikasi akademik (artikel jurnal, prosiding, tesis) dan laporan resmi (OJK, KNEKS) dibuat antara tahun 2017–2025 serta studi yang membahas literasi keuangan syariah dan salah satu aspek: media sosial atau komunitas daring, khususnya pada generasi muda. Untuk kriteria eksklusi adalah studi tanpa fokus syariah, non-digital, atau dipublikasikan sebelum 2017. Artikel non-peer-reviewed (blog, opini umum) juga tidak diikuti. Proses seleksi literatur mencakup identifikasi awal, penyaringan judul atau abstrak, evaluasi teks lengkap untuk relevansi dan kualitas, serta kemudian seleksi akhir artikel yang memenuhi kriteria untuk disaring dan ditinjau sekaligus dianalisa lebih lanjut.

Setelah literatur yang relevan terpilih, dilakukan proses sintesis tematik. Proses ini melibatkan *coding* secara manual terhadap temuan-temuan utama dari setiap studi, kemudian pengelompokan hasil *coding* ke dalam tema-tema besar sesuai fokus penelitian. Pendekatan sintesis tematik ini memungkinkan peneliti mengidentifikasi pola-pola dan hubungan antarkonsep secara sistematis, sehingga dapat menyusun kesimpulan yang komprehensif lintas studi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Ringkasan Temuan dari Literatur Terkurasi

Penulis (Tahun)	Konteks/Sampel	Temuan Utama
Hardinawati et al. (2023)	Gen Z (investasi reksa dana syariah)	Literasi keuangan syariah berpengaruh signifikan terhadap keputusan Gen Z berinvestasi di reksa dana syariah; motivasi pribadi tidak berpengaruh signifikan.
Ramadhani et al. (2023)	Gen Z (platform Instagram)	Konten edukasi keuangan di Instagram meningkatkan perilaku menabung dan pengelolaan anggaran Gen Z secara signifikan.
Sepdiana (2025)	Mandau, Riau (milenial & Gen Z pekerja)	Rendahnya literasi keuangan syariah di Kecamatan Mandau menjadi penyebab utama rendahnya minat investasi syariah di kalangan generasi muda.
Fitriyah & Rahmawati (2022)	Nusa Tenggara Barat (Gen Z investor saham)	Platform digital dan motivasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan Gen Z berinvestasi pada saham syariah; literasi keuangan syariah hanya berpengaruh tidak langsung melalui motivasi.

Economic Reviews Journal

Volume 4 Nomor 3 (2025) 1458 – 1470 E-ISSN 2830-6449

DOI: 10.56709/mrj.v4i3.920

Ismanto et al. (2024)	Jawa Tengah (mahasiswa kampus Islam)	Mahasiswa di kampus Islam memiliki literasi <i>fintech</i> yang cukup baik dipadu inklusi digital tinggi, meskipun menghadapi tantangan psikologis jika tidak diiringi kesiapan manajemen risiko.
Wulansari et al. (2025)	Indonesia (survei n=365 Gen Z)	Digitalisasi meningkatkan minat menabung dan investasi syariah Gen Z, dengan literasi keuangan syariah sebagai mediator utama dalam model SEM-PLS.
Safirah et al. (2025)	Mataram (nasabah Gen Z bank syariah)	Literasi keuangan syariah berpengaruh signifikan terhadap perilaku menabung Gen Z di Kota Mataram; digitalisasi dan gaya hidup tidak berpengaruh signifikan.
Lestari et al. (2024)	BSI (preferensi tabungan Gen Z)	Pemasaran digital di Instagram meningkatkan preferensi Gen Z terhadap produk tabungan syariah; kualitas konten lebih berpengaruh daripada popularitas influencer.
Fitria Nur Masithoh (2024)	Mojokerto (mahasiswa ekonomi syariah)	Influencer finansial di media sosial efektif meningkatkan disiplin menabung, mengurangi perilaku konsumtif, dan mendorong keputusan investasi berbasis nilai-nilai syariah di kalangan mahasiswa.
Elsalonika & Ida (2025)	Indonesia (218 responden Gen Z)	Literasi keuangan konvensional merupakan prediktor terkuat perilaku finansial Gen Z, sementara adopsi <i>fintech</i> dan efikasi diri finansial juga berkontribusi signifikan terhadap perilaku tersebut.
Habibie (2023)	Medan (pengguna produk digital syariah Gen Z)	Penggunaan produk digital syariah membantu Gen Z memahami literasi keuangan digital karena kemudahan akses dan kesesuaian dengan gaya belajar mereka.
Mubarokah et al. (2024)	Indonesia (312 responden Gen Z Jawa & luar Jawa)	Literasi digital yang tinggi berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku menabung Gen Z; menunjukkan pentingnya kompetensi digital yang kuat dalam mendorong pengelolaan finansial yang positif.
Ulfa & Sagantha (2024)	Gen Z (edukasi via video animasi)	Video animasi terbukti menjadi sarana efektif untuk meningkatkan pemahaman ekonomi syariah Gen Z melalui penyampaian visual yang interaktif dan menarik.
Aulia Rahmi et al. (2024)	Banjarmasin (Gen Z konsumen digital)	Penggunaan TikTok dan <i>digital wallet</i> berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif Gen Z, namun literasi keuangan syariah mampu meredam efek konsumtif tersebut secara bermakna.

Literasi Keuangan Syariah sebagai Prediktor Perilaku Menabung dan Investasi

Hardinawati et al. (2023) menunjukkan bahwa literasi keuangan syariah secara signifikan mempengaruhi keputusan Gen Z untuk berinvestasi dalam reksadana syariah, sementara motivasi pribadi tidak terbukti berdampak signifikan. Ramadhani et al. (2023) menyimpulkan bahwa konten Instagram yang memuat edukasi keuangan meningkatkan perilaku menabung dan *budgeting* Gen Z secara signifikan. Sepdiana (2025) menyimpulkan

bahwa rendahnya literasi syariah di Kecamatan Mandau menjadi penyebab utama rendahnya minat investasi syariah pada generasi muda. *Fitriyah & Rahmawati (2022)* di NTB melaporkan platform digital dan motivasi secara signifikan memengaruhi keputusan Gen Z untuk berinvestasi pada saham syariah, sementara literasi hanya berpengaruh secara tidak langsung melalui motivasi. *Ismento et al. (2024)* menemukan mahasiswa dari kampus Islam di Jawa Tengah memiliki literasi *fintech* cukup baik, yang dipadukan dengan inklusi digital yang tinggi meski membawa tantangan psikologis jika tidak disertai kesiapan pengelolaan risiko.

Efek Digitalisasi & Kondisi Ekonomi terhadap Niat Investasi dan Menabung

Wulansari et al. (2025) menemukan digitalisasi meningkatkan minat menabung dan investasi syariah, dengan literasi keuangan syariah sebagai mediator utama dalam model SEM-PLS ($n = 365$). Safirah et al. (2025) mencatat bahwa literasi keuangan syariah memiliki pengaruh signifikan pada perilaku menabung Gen Z di Kota Mataram, sedangkan digitalisasi dan gaya hidup tidak berpengaruh signifikan. Lestari et al. (2024) menyimpulkan bahwa pemasaran digital di Instagram meningkatkan preferensi Gen Z terhadap produk syariah, dengan efektivitas lebih terpaku pada kualitas konten daripada daya tarik influencer. Selaras dengan itu, Fitriya Nur Masithoh (2024) dalam studi pada mahasiswa ekonomi syariah di Mojokerto menemukan bahwa influencer finansial di media sosial efektif meningkatkan disiplin menabung, mengurangi perilaku konsumtif, dan memengaruhi keputusan investasi berdasarkan nilai-nilai syariah.

Peran Literasi Digital dan Teknologi Finansial dalam Pembentukan Perilaku

Elsalonika & Ida (2025) menyimpulkan literasi keuangan konvensional sebagai prediktor utama perilaku finansial Gen Z, dengan *fintech* dan efikasi diri juga memberikan kontribusi signifikan. Habibie (2023) melaporkan bahwa penggunaan produk digital syariah membantu memahami literasi keuangan digital Gen Z karena kemudahan akses dan kesesuaian dengan gaya belajar mereka (studi kasus di Jurnal UM Tapsel). Mubarakah et al. (2024) mencatat literasi digital yang tinggi meningkatkan perilaku menabung (dari survei terhadap 312 orang Gen Z di Jawa dan luar Jawa), yang membuktikan pentingnya kompetensi digital sangat kuat bagi Gen Z dalam pengelolaan finansial positif.

Dampak Konten Visual terhadap Literasi Syariah

Ulfa & Sagantha (2024) menemukan video animasi sebagai sarana efektif meningkatkan pemahaman ekonomi syariah di kalangan Gen Z melalui metode sosialisasi berbasis visual dan interaktif.

Pengaruh Media Sosial TikTok terhadap Perilaku Konsumtif dan Literasi Syariah

Uji empiris Aulia Rahmi et al. (2024) membuktikan bahwa penggunaan TikTok dan digital wallet secara signifikan memengaruhi perilaku konsumtif, tetapi literasi keuangan syariah dapat meredam efek tersebut dengan signifikansi ($\text{sig. media sosial} = 0.00$; $\text{literasi} = 0.02$).

Diskusi Tematis yang Diperkuat oleh Teori dan Temuan Media Sosial Sebagai Gerbang Literasi Keuangan Syariah

Media sosial telah menjadi alat strategis untuk menyampaikan konten literasi keuangan syariah kepada Gen Z. Menurut teori *digital persuasion*, konten yang menarik, visual, dan *relatable* dapat menciptakan perubahan sikap dan perilaku pada audiens. Temuan dari Ramadhani et al. (2025) dan Lutfi & Prihatiningrum (2023) memaparkan pengaruh konten visual di Instagram dan keterlibatan (*engagement*) pengguna terhadap niat investasi syariah. Hal ini mengonfirmasi bahwa media sosial efektif berfungsi sebagai “gerbang edukasi” apabila kontennya kredibel dan substantif.

Menariknya, dalam penelitian Lutfi & Prihatiningrum tersebut, literasi keuangan syariah yang lebih tinggi justru memperlemah efek influencer terhadap keputusan investasi, sementara keterlibatan aktif menjadi penentu utama niat kepemilikan produk syariah. Keadaan ini menunjukkan bahwa kualitas konten dan keterlibatan aktif perlu menjadi fokus dalam strategi edukasi keuangan syariah digital.

Hasil studi Safitri & Pebruary (2024) juga mengindikasikan bahwa media sosial berpengaruh signifikan terhadap literasi *fintech* syariah pada kalangan mahasiswa. Ini sejalan dengan kerangka teori literasi digital yang memosisikan media sosial sebagai salah satu media pembelajaran informal yang efektif, terutama di kalangan generasi muda. Sebelumnya, studi Mansyur & Ali (2022) mengungkapkan bahwa penggunaan media sosial berkorelasi positif dengan niat menggunakan layanan *fintech* syariah, khususnya karena peran sosial dan konten edukatif yang tersebar melalui platform digital.

Platform Instagram, misalnya, banyak dimanfaatkan Gen Z sebagai media edukasi visual dengan konten yang dapat disajikan dalam format lebih panjang (misalnya melalui slide karusel, infografik, atau video pendek). Temuan Lestari et al. (2024) menjelaskan bahwa konten edukatif yang jelas dalam penyampaian nilai syariah dan kredibel secara akademis lebih efektif membangun **preferensi** (kesukaan) terhadap produk tabungan syariah dibandingkan hanya menampilkan influencer populer tanpa muatan edukasi mendalam. Sejalan dengan itu, studi Fitria (2024) menegaskan bahwa mahasiswa ekonomi syariah yang mengikuti akun-akun edukasi finansial Islami di Instagram menunjukkan peningkatan disiplin menabung dan cenderung memilih investasi syariah. Fenomena ini terjadi karena konten tersebut sesuai dengan akar religius dan kebutuhan edukatif mereka. Temuan ini konsisten dengan teori *uses and gratifications*, di mana pengguna (misalnya mahasiswa) secara aktif mencari konten yang relevan dengan orientasi akademik dan spiritual mereka.

Di sisi lain, platform berbagi video singkat seperti TikTok membawa isu baru: konten yang sangat cepat viral namun konsumsi cenderung impulsif. Rahmi et al. (2024) menunjukkan bahwa penggunaan TikTok dan dompet digital dapat memicu perilaku konsumtif, namun literasi keuangan syariah berperan sebagai penyangga (*buffer*) yang mampu mengurangi dampak negatif tersebut secara signifikan. Hal ini mengindikasikan bahwa TikTok sebagai platform hiburan-edukatif perlu diimbangi filter nilai syariah yang kuat, agar tidak sekadar mendorong gaya hidup konsumtif.

Komunitas Daring dan Medial Sosial dalam Literasi Kolektif

Teori social capital Putnam menjelaskan bagaimana jejaring sosial memfasilitasi transfer pengetahuan dan norma sosial. Kusumawati et al. (2025) mendukung teori tersebut dengan menyatakan bahwa berada dalam komunitas daring meningkatkan literasi syariah melalui diskusi dan pertukaran informasi antar anggota. Temuan Wulansari et al. (2025) menambahkan bahwa digitalisasi memfasilitasi inklusi keuangan, sedangkan literasi keuangan syariah mempertemukan digitalisasi dengan praktik aktual—memediasi digitalisasi sehingga menghasilkan perilaku finansial Islami yang nyata.

Komunitas daring – seperti grup Telegram, WhatsApp, atau forum diskusi di lingkungan kampus – berfungsi sebagai ruang pembelajaran kolektif yang memperkuat internalisasi literasi finansial Islami. Sebagai contoh, Kelompok Studi Ekonomi Islam (KSEI) di berbagai universitas yang tergabung dalam jaringan FoSSEI memanfaatkan grup WhatsApp/Telegram untuk berbagi pengetahuan dan pengalaman seputar keuangan syariah di kalangan anggotanya. Demikian pula, komunitas investor muda di media sosial (misalnya grup Telegram "Syariah Saham" dengan ribuan anggota Gen Z) secara rutin mendiskusikan tips menabung dan investasi halal. Kehadiran wadah interaktif semacam ini mendukung temuan empiris bahwa interaksi komunitas secara daring dapat meningkatkan pemahaman dan penerapan literasi keuangan syariah melalui mekanisme *peer learning* dan saling berbagi informasi yang terpercaya.

Studi Safitri et al. (2025) tentang penggunaan media sosial Islami dalam konteks *crowdfunding* syariah juga menekankan bahwa literasi keuangan syariah memoderasi keterkaitan antara kampanye media sosial dan niat menggunakan platform keuangan syariah. Artinya, komunitas daring yang mendukung peningkatan literasi digital dan literasi keuangan dapat memperbesar dampak konten digital terhadap perilaku finansial Islami yang diharapkan. Sebagai tambahan, riset Rahayu et al. (2024) menemukan bahwa pengaruh sosial – termasuk interaksi dalam komunitas daring maupun pengaruh keluarga – menjadi determinan signifikan terhadap tingkat literasi keuangan syariah Gen Z di Indonesia, melebihi pengaruh sosialisasi finansial dalam keluarga. Temuan ini memperlihatkan kuatnya peran komunitas sosial di luar lingkungan rumah dalam membentuk pemahaman dan perilaku keuangan Islami generasi muda.

Literasi Digital: Modal Kompetensi Kritis Gen Z

Literasi digital yang memadai merupakan modal penting bagi Gen Z dalam menyerap informasi finansial secara benar. Mubarakah et al. (2024) menegaskan bahwa literasi digital tinggi berdampak positif signifikan terhadap perilaku menabung, mengindikasikan bahwa kemampuan teknis dan kritis dalam mengakses informasi digital adalah fondasi bagi literasi keuangan Islami. Tanpa kompetensi digital, Gen Z rentan terpapar konten menyesatkan yang mungkin mengklaim berlabel "halal" tanpa bukti akad syariah yang valid. Hal ini diperkuat oleh temuan Rahmi et al. (2024), di mana literasi keuangan syariah berperan sebagai *buffer* yang menahan perilaku konsumtif yang dipicu paparan TikTok dan dompet digital. Dengan demikian, upaya peningkatan literasi digital (misalnya melalui pelatihan keamanan digital, kemampuan fact-checking, dan etika bermedia) menjadi bagian tak terpisahkan dari program literasi keuangan syariah di era teknologi.

Model Sinergi: Media Sosial + Komunitas + Literasi Digital

Integrasi antara media sosial, komunitas daring, dan literasi digital membentuk model pendidikan finansial Islami yang komprehensif dan saling memperkuat:

- **Media sosial** berfungsi sebagai pintu masuk edukasi berbasis konten visual dan naratif yang menarik minat Gen Z.
- **Komunitas daring** memperdalam pemahaman melalui *peer-to-peer learning*, diskusi kasus, dan dukungan sosial sesama anggota.
- **Literasi digital** yang kritis menjadi alat filter informasi untuk memastikan konten keuangan Islami yang diterima valid dan terpercaya.

Model sinergis tiga elemen ini konsisten dengan teori pembelajaran sosial Bandura dan konsep *digital ecosystem*, di mana individu belajar dari konten (aspek media sosial), interaksi sosial (aspek komunitas), dan refleksi kritis atas informasi yang dikonsumsi secara digital (aspek literasi digital). Kolaborasi ketiga komponen ini menghasilkan kerangka edukasi keuangan syariah yang adaptif, holistik, dan sesuai dengan konteks generasi muda Indonesia.

Konteks Indonesia: Religiusitas, Edukasi Digital, dan Strategi Kultural

Dalam konteks masyarakat Indonesia yang religius, faktor religiusitas terbukti tetap menjadi motivator utama dalam keputusan finansial generasi muda. Fenomena *born-again* Muslim di kalangan anak muda menunjukkan kecenderungan mereka untuk memilih produk keuangan syariah sebagai bagian dari refleksi identitas religius. Namun, literatur juga menunjukkan bahwa tanpa pemahaman yang benar mengenai akad dan produk syariah, risiko misinformasi tetap tinggi meskipun semangat religius meningkat.

Oleh karena itu, kombinasi strategi edukasi yang mempertimbangkan konteks nilai religius, kemajuan teknologi digital, dan pendekatan komunitas menjadi penting. Strategi integratif tersebut perlu mencakup: konten edukatif di media sosial yang berbasis narasi syariah dan mudah diakses; fasilitasi komunitas daring yang mendorong diskusi intensif dan tanya-jawab seputar keuangan syariah; serta modul literasi digital yang membekali Gen Z dengan kemampuan kritis dalam menyaring informasi dan memilih produk halal yang benar-benar sesuai prinsip.

Media sosial dapat efektif sebagai gerbang literasi jika dikombinasikan dengan konten berkualitas dan edukatif. Komunitas daring memperkuat internalisasi literasi melalui interaksi sosial dan *peer learning*. Literasi digital kritis diperlukan agar Gen Z dapat membedakan antara konten syariah yang valid dan misinformasi berbahaya. Model sinergi dari ketiga elemen tersebut menawarkan kerangka edukasi keuangan syariah yang adaptif, holistik, dan sesuai dengan karakter generasi muda Indonesia.

Tantangan Literasi Digital dan Risiko Informasi Tidak Akurat

Tantangan literasi digital dan risiko informasi yang tidak akurat juga perlu mendapat perhatian. Generasi muda berada pada era banjir informasi digital, namun belum semua memiliki kemampuan literasi digital kritis yang memadai. Studi Ayuningtyas dkk. (2025) pada pelaku UMKM, misalnya, menunjukkan bahwa meskipun 78,3% responden mengalami peningkatan literasi setelah mendapatkan edukasi melalui media sosial, sekitar

35–55% masih menghadapi kesulitan dalam memverifikasi informasi dan konsistensi pembelajaran. Ini menjadi peringatan bahwa dalam literasi keuangan syariah era digital, penyampaian konten harus disertai dengan upaya peningkatan kemampuan memilah informasi.

Selain itu, penelitian Irma Aulia et al. (2025) menyoroti bahwa literasi keuangan syariah dan literasi digital bukanlah faktor dominan terhadap minat menabung Gen Z; melainkan religiusitas yang paling kuat memotivasi perilaku tersebut, meskipun ketiga variabel secara simultan berpengaruh signifikan (58,4%). Ini menggarisbawahi pentingnya pendekatan yang mengintegrasikan dimensi spiritual dan religius dalam edukasi finansial Islami.

KESIMPULAN

Berdasarkan tinjauan sistematis literatur, media sosial dan komunitas daring secara bersama-sama berkontribusi signifikan terhadap peningkatan literasi keuangan syariah pada generasi muda di Indonesia. Literasi digital kritis serta literasi keuangan syariah itu sendiri berperan sentral sebagai mediator perubahan perilaku finansial. Media sosial berfungsi efektif sebagai pintu masuk edukasi apabila konten yang disajikan bersifat kredibel, substantif, dan mampu mendorong keterlibatan pengguna; sementara komunitas daring memperdalam pemahaman melalui diskusi interaktif dan pembelajaran kolektif. Meskipun demikian, risiko disinformasi dan efek konsumtif – khususnya pada platform berformat hiburan dan viral – menuntut upaya verifikasi dan peningkatan kapasitas literasi digital pengguna. Di sisi lain, religiusitas tetap menjadi motivator kuat bagi adopsi produk keuangan syariah; sehingga strategi edukasi sebaiknya mengintegrasikan dimensi nilai-nilai keagamaan dengan pendekatan pedagogis digital yang tepat.

Untuk implementasi praktis, direkomendasikan adanya kolaborasi antara pendidik, regulator (seperti OJK/KNEKS), pelaku industri keuangan syariah, dan platform media sosial dalam merancang konten edukatif berbasis bukti, program peningkatan literasi digital, serta mekanisme *fact-checking* khusus untuk konten keuangan syariah. Upaya terpadu ini diharapkan dapat menciptakan ekosistem pembelajaran keuangan Islami yang aman, inklusif, dan memberdayakan bagi Generasi Z. Penelitian lanjutan dapat diarahkan pada studi empiris jangka panjang atau eksperimen intervensi spesifik per platform untuk menguji efektivitas model sinergis yang diusulkan, sekaligus mengatasi keterbatasan bukti kuantitatif yang ada saat ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Annisa Kusumawati, Arief Nurrahman, R. Andro Zyllo Nugraha, Caesar Rosyad Achmadi, Agatha Saputri, & Muhammad Harfiansyah Makarim. (2025). Peran Social Capital dan Literasi Digital dalam Meningkatkan Literasi Keuangan Syariah Generasi Z di Era Digital. *Jurnal Inovasi Ekonomi Syariah Dan Akuntansi*, 2(3), 16–27. <https://doi.org/10.61132/jiesa.v2i3.914>
- Ayuningtyas, A., Widati, S. T., & Suparno. (2025). The Effectiveness of Social Media in Increasing Financial Literacy Among MSME Actors in Indonesia. *International*

Economic Reviews Journal

Volume 4 Nomor 3 (2025) 1458 – 1470 E-ISSN 2830-6449

DOI: 10.56709/mrj.v4i3.920

- Student Conference on Business, Education, Economics, Accounting, and Management (ISC-BEAM)*, 3(1), 1–10. <https://doi.org/10.21009/ISC-BEAM.013.01>
- Elsalonika, A., & Ida, I. (2025). Perilaku keuangan Generasi Z: Peran penerapan financial technology, literasi keuangan, dan efikasi diri. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 9(2), 365–379. <https://doi.org/10.24912/jmbk.v9i2.32838>
- Fadillah, A. N., & Lubis, D. (2024). *The Influence of Islamic Financial Literacy, Islamic Financial Inclusion, and Financial Behavior on the Investment Decisions of Generation Z in West Java*. *Falah: Jurnal Ekonomi Syariah*, 9(1), DOI: 10.22219/jes.v9i1.29286
- Fitria. The Impact of Social Media Influencers on Personal Finance and Investment Decisions: Case Study of Students of The IAI Uluwiyah Mojokerto Sharia Economics Program. (2024). *Jurnal At-Tamwil: Kajian Ekonomi Syariah*, 6(2), 196-214. <https://doi.org/10.33367/at-tamwil.v6i2.5825>
- Fitriyah, A. T., Rahmawati, Nailii. 2022. <https://doi.org/10.18326/muqtasid.v13i2.112-126>
- Habibie, Azwansyah. 2024. Transformasi Produk Digital Syariah dalam Mengembangkan Pemahaman Literasi Keuangan Digital Kaum Z. *Nusantara: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 11(4),
- Hardinawati, L., Fathorrazi, M., & Kusbendi. (2023). *Pengaruh literasi keuangan syariah dan motivasi terhadap keputusan Gen Z berinvestasi di reksadana syariah*. *At-Tasharruf: Jurnal Kajian Ekonomi dan Bisnis Syariah*, 6(2), 2087. <https://doi.org/10.32528/at.v6i2.2087>
- <https://wearesocial.com/id/blog/2024/01/digital-2024/>
https://wearesocial.com/id/wp-content/uploads/sites/19/2024/02/Digital_2024_Indonesia.pdf
- Irma Aulia, Irianto, & Hj. Erviva Fariantin. (2025). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Literasi Digital Dan Religiusitas Terhadap Minat Menabung Generasi Z Pada Bank Syariah Di Mataram. *Kredibel: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 4(1), 375–390. Retrieved from <https://journal.stieamm.ac.id/kredibel/article/view/520>
- Ismanto, et. al. 2024. Fintech Literacy-Inclusion and Its Impact on Generation Z: Study of Islamic State University Students in Central Java, Indonesia. (2024). *Journal of Islamic Economics Perspectives*, 6(2), 25-37. <https://doi.org/10.35719/64nm3n30>
- Kumaidi, K. (2024). Analysis of the Influence of Mudharabah Financing on the Profitability of Indonesian Islamic Banks. *El-Qish: Journal of Islamic Economics*, 4(2). <https://doi.org/10.33830/elqish.v4i2.10453.2024>
- Kumaidi, K. (2024). Analysis of the Influence of Mudharabah Financing on the Profitability of Indonesian Islamic Banks. *El-Qish: Journal of Islamic Economics*, 4(2). <https://doi.org/10.33830/elqish.v4i2.10453.2024>
- Lestari, C., Fatimah, E. S., Wirakusuma, N. D., & Nurhalizah, S. T. (2024). The Role of Content Marketing Influence on Generation Z Preferences using Indonesia Sharia Bank Savings Product Services. *ALIF: Sharia Economics Journal*, 3(2), 35–44. <https://doi.org/10.37010/alif.v3i2.1803>
- Lutfi, Prihatiningrum. 2023. DOI: <https://doi.org/10.18860/ed.v11i1.17803>
- Mansyur, A., & Ali, E. M. T. bin E. (2022). The Adoption of Sharia Fintech Among Millennial in Indonesia: Moderating Effect of Islamic Financial Literacy on UTAUT 2. *International*

Economic Reviews Journal

Volume 4 Nomor 3 (2025) 1458 – 1470 E-ISSN 2830-6449

DOI: 10.56709/mrj.v4i3.920

- Journal of Academic Research in Business and Social Sciences, 12(4), 1329–1343
DOI:10.6007/IJARBSS/v12-i4/13035
- Marlita Wulansari et al. 2025. Keputusan Menabung dan Investasi Gen Z di Bank Syariah Dilihat dari Pengaruh Digitalitation, Economic Condition, dan Sharia Financial Literacy . Jurnal Ekonomi dan Pendidikan. 22, 1 (Jun. 2025), 50–60. DOI:<https://doi.org/10.21831/jep.v22i1.85699>.
- Mubarokah, S., Sari, P. P., & Kusumawardhani, R. (2024). The Influence of Digital Financial Literacy on Saving Behavior Among Gen Z in Indonesia. *Indonesian Journal of Economics, Business, Accounting, and Management (IJEBAM)*, 2(5), 39–47. <https://doi.org/10.63901/ijebam.v2i5.86>
- Mustika, R., Sudirman, I. F., & Burhani, H. H. (2025). *Literasi keuangan syariah dan transformasi digital: Analisis perilaku Gen Z dalam penggunaan fintech*. Journal of Accounting and Digital Finance, 5(1), 107–119. DOI: 10.53088/jadfi.v5i1.1870 journal.nurscienceinstitute.id
- Page, M.J., McKenzie, J.E., Bossuyt, P.M. et al. The PRISMA 2020 statement: an updated guideline for reporting systematic reviews. *Syst Rev* 10, 89 (2021). <https://doi.org/10.1186/s13643-021-01626-4>
- Rahayu, R. (2024). *Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat literasi keuangan digital: studi pada generasi Z di Indonesia*. *Reviu Akuntansi dan Bisnis Indonesia (RABIN)*, 6(1): 14268. DOI: 10.18196/rabin.v6i1.14268
- Rahmi, A., Nilasari, E. ., & Gafur, A. (2024). Penggunaan Media Sosial Tik Tok, Dompot Digital, Dan Literasi Keuangan Syariah Terhadap Perilaku Konsumtif Berbelanja Online Pada Generasi Z Di Kota Banjarmasin. *Al-Ujrah | Jurnal Ekonomi Syariah*, 2(01), 10–35. <https://doi.org/10.63216/al-ujrah.v2i01.289>
- Rahmi, A., Nilasari, E. ., & Gafur, A. (2024). Penggunaan Media Sosial Tik Tok, Dompot Digital, Dan Literasi Keuangan Syariah Terhadap Perilaku Konsumtif Berbelanja Online Pada Generasi Z Di Kota Banjarmasin. *Al-Ujrah | Jurnal Ekonomi Syariah*, 2(01), 10–35. <https://doi.org/10.63216/al-ujrah.v2i01.289>
- Ramadhani, Anindhia Renata., Lutfia Hermawati, Annisa., Akbar Pratama, Falih., Triana, Triana. Pengaruh literasi keuangan melalui platfrom media sosial instagram terhadap pengelolaan keuangan generasi Z. (2025). *Prosiding Seminar Nasional Hukum, Bisnis, Sains Dan Teknologi*, 5(1), 549-556. <https://ojs.udb.ac.id/HUBISINTEK/article/view/4591>
- Riski, T. R., Sulistianingsih, H. M., & Maivalinda, M. (2024). *Literasi keuangan, media sosial, dan perilaku investasi instrumen keuangan syariah generasi muda di kota Padang*. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Dharma Andalas*, 26(1), DOI: 10.47233/jebd.v26i1.1244 jurnal.unidha.ac.id
- Safirah, Y., Muslihun, & Wijaya, P.A. (2024). Pengaruh digitalisasi, literasi keuangan syariah, dan gaya hidup terhadap perilaku menabung Gen Z di Kota Mataram. *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah (JHES)*, 14473.
- Safitri, S. R., & Pebruary, S. (2024). *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Literasi Fintech Syariah pada Kalangan Mahasiswa*. *Jurnal Rekognisi Ekonomi Islam*, DOI: 10.34001/jrei.v4i01.1386 journal.unisnu.ac.id

Economic Reviews Journal

Volume 4 Nomor 3 (2025) 1458 – 1470 E-ISSN 2830-6449

DOI: 10.56709/mrj.v4i3.920

- Sepdiana, N. (2025). *Peran literasi keuangan syariah dalam membentuk keputusan investasi syariah pekerja Generasi Milenial dan Gen Z*. *Balance: Jurnal Akuntansi dan Manajemen*, 4(1): 246–253. DOI: 10.59086/jam.v4i1.685
- Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan 2022 (SNLIK 2022)* (press release). Otoritas Jasa Keuangan (2022)ojk.go.id.
- Thomas, G. N., Ramadhanti, S. M. N., & Indriaty, L. (2024). *The impact of financial literacy, social capital, and financial technology on financial inclusion of Indonesian students*. arXiv preprint arXiv
- Ulfa, Maria., Sagantha, Fitri. 2022. Meningkatkan Literasi ekonomi Syariah pada Gen Z melalui Video Animasi. *Abdi Relegia*, 1(1).
- Wardani, D. S., & Maksum, A. (2024). *Tingkat Literasi Keuangan Syariah Generasi Milenial di DKI Jakarta*. *Jurnal Al Azhar Indonesia, Seri Ilmu Sosial*. DOI: 10.36722/jaiss.v4i1.1411 journal.uai.ac.id