

Analisis Perilaku Konsumen Generasi Z dalam Penggunaan Pembayaran Digital Ditinjau dari Perspektif Ekonomi Islam

¹⁾Umar Jamil, ²⁾Khairil Azmi, ³⁾Reni Ria Armayani Hasibuan

^{1,2,3}Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Indonesia

E-mail: ljamilumarbahajaj29@gmail.com, mhdkhairilazmi@gmail.com, reniriaarmayani@uinsu.ac.id

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perilaku konsumen Generasi Z dalam penggunaan pembayaran digital serta meninjau kesesuaiannya dengan prinsip-prinsip ekonomi Islam. Metode yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui kuesioner, wawancara mendalam, dan studi literatur. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Generasi Z memiliki kecenderungan tinggi dalam mengadopsi layanan pembayaran digital seperti dompet elektronik dan mobile banking, yang dipengaruhi oleh faktor kemudahan, kecepatan, dan keamanan transaksi. Ditinjau dari perspektif ekonomi Islam, praktik pembayaran digital yang dilakukan Generasi Z secara umum memenuhi prinsip halal, maslahah, dan 'adam al-gharar (bebas dari ketidakpastian), selama tidak mengandung unsur riba, penipuan, dan spekulasi berlebihan. Namun demikian, masih terdapat celah literasi keuangan syariah di kalangan Generasi Z terkait kepatuhan terhadap prinsip-prinsip muamalah dalam transaksi digital. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan sistem pembayaran digital yang lebih sesuai dengan nilai-nilai ekonomi Islam serta menjadi acuan bagi regulator, lembaga keuangan syariah, dan konsumen muda dalam mengoptimalkan penggunaan teknologi keuangan secara bertanggung jawab.

Kata Kunci: Perilaku Konsumen, Generasi Z, Pembayaran Digital, Ekonomi Islam, Fintech Syariah

Abstract: This study aims to analyze the consumer behavior of Generation Z in the use of digital payments and to examine its conformity with the principles of Islamic economics. This research employs a quantitative descriptive approach with data collection techniques including questionnaires, in-depth interviews, and literature review. The results indicate that Generation Z demonstrates a high tendency to adopt digital payment services such as electronic wallets and mobile banking, driven by factors of convenience, speed, and transaction security. From the perspective of Islamic economics, the digital payment practices of Generation Z generally fulfill the principles of halal, maslahah, and 'adam al-gharar (freedom from uncertainty), as long as they do not involve elements of riba (usury), deception, or excessive speculation. Nevertheless, there remains a gap in Islamic financial literacy among Generation Z regarding compliance with muamalah principles in digital transactions. This study is expected to contribute to the development of digital payment systems that are more aligned with Islamic economic values, as well as serve as a reference for regulators, Islamic financial institutions, and young consumers in optimizing the use of financial technology responsibly.

Keywords: Consumer Behavior, Generation Z, Digital Payment, Islamic Economics, Islamic Fintech

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang berlangsung secara masif telah membawa perubahan mendasar dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam sistem keuangan dan transaksi ekonomi. Salah satu manifestasi nyata dari transformasi digital ini adalah kemunculan dan pesatnya adopsi pembayaran digital (*digital payment*) di seluruh dunia, termasuk di Indonesia. Pasar pembayaran digital Indonesia mencapai nilai sebesar USD 88,5 miliar pada tahun 2023, yang didorong oleh adopsi dompet elektronik dan pertumbuhan e-commerce yang pesat. Angka ini mencerminkan betapa signifikannya pergeseran perilaku masyarakat dari transaksi tunai menuju transaksi berbasis digital.

Di tengah fenomena tersebut, Generasi Z yakni mereka yang lahir antara pertengahan 1990-an hingga awal 2010-an tampil sebagai kelompok konsumen yang paling adaptif terhadap

teknologi keuangan digital. Berdasarkan survei yang dilakukan pada semester kedua tahun 2024, sebanyak 94% responden dari kalangan pengguna fintech di Indonesia telah melakukan pembayaran digital, dengan dominasi penggunaan e-wallet mencapai 93%. Generasi Z yang tumbuh dalam ekosistem digital secara inheren memiliki kecenderungan lebih tinggi untuk mengadopsi berbagai layanan keuangan berbasis teknologi dibandingkan generasi sebelumnya.

Tingginya penetrasi pembayaran digital di kalangan Generasi Z tidak terlepas dari berbagai faktor pendorong. Kemudahan dan kecepatan pembayaran digital menjadikannya metode transaksi yang paling disukai oleh konsumen, terutama di kalangan generasi muda. Selain itu, frekuensi penggunaan perbankan digital di Indonesia mengalami lonjakan sebesar 158% antara tahun 2018 hingga 2023, yang menandakan bahwa masyarakat tidak sekadar mencoba layanan digital, melainkan telah menggunakannya secara rutin dalam kehidupan sehari-hari. Tren ini menunjukkan bahwa pembayaran digital bukan lagi sebuah pilihan alternatif, melainkan telah menjadi kebutuhan primer dalam aktivitas transaksi modern.

Namun demikian, di balik pesatnya pertumbuhan penggunaan pembayaran digital, terdapat pertanyaan mendasar yang perlu dikaji secara mendalam, khususnya dari perspektif umat Muslim sebagai mayoritas penduduk Indonesia. Apakah praktik pembayaran digital yang dijalankan oleh Generasi Z telah sesuai dengan prinsip-prinsip syariah? Pertanyaan ini relevan mengingat ekonomi Islam memiliki seperangkat nilai dan norma yang mengatur perilaku konsumsi dan transaksi keuangan. Dalam kajian hukum Islam kontemporer, uang digital memiliki karakteristik yang non-fisik, fleksibel, dan efisien, sehingga diperlukan panduan desain layanan fintech yang berbasis maqashid syariah agar dapat memenuhi kebutuhan masyarakat Muslim di era digital.

Ekonomi Islam menetapkan sejumlah prinsip fundamental dalam setiap transaksi keuangan, di antaranya larangan riba (bunga), gharar (ketidakpastian), dan maysir (spekulasi), serta keharusan terpenuhinya unsur masalah (kemaslahatan) bagi semua pihak yang bertransaksi. Pembayaran digital mengacu pada pembayaran yang dilakukan secara elektronik tanpa uang tunai, di mana seseorang dapat melakukan transaksi menggunakan perangkat elektronik seperti komputer, smartphone, atau perangkat digital lain yang terhubung dengan internet. Kemudahan akses ini di satu sisi membuka peluang besar bagi inklusi keuangan, namun di sisi lain juga memunculkan potensi penyimpangan dari prinsip-prinsip muamalah apabila tidak diimbangi dengan literasi keuangan syariah yang memadai.

Beberapa penelitian terdahulu telah mengkaji aspek-aspek tertentu dari topik ini. Simorangkir dan Afgani (2021) telah menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi penggunaan sistem pembayaran mobile di kalangan Generasi Z di Kota Bekasi, dan menemukan bahwa kemudahan penggunaan serta kepercayaan menjadi variabel penentu utama adopsi teknologi pembayaran digital. Sementara itu, kajian mengenai perilaku konsumen Generasi Z dalam era e-commerce dari perspektif ekonomi Islam (Sifa', 2024) menunjukkan bahwa perilaku belanja digital generasi ini memiliki dimensi nilai yang perlu dievaluasi kesesuaiannya dengan prinsip konsumsi Islami. Adapun dari sisi regulasi syariah, Fatwa DSN-MUI Nomor 116/DSN-MUI/IX/2017 tentang Uang Elektronik Syariah menjadi landasan hukum utama yang mengatur kepatuhan instrumen pembayaran digital terhadap ketentuan syariah di Indonesia.

Meskipun demikian, kajian yang secara spesifik mengintegrasikan analisis perilaku konsumen Generasi Z dalam penggunaan pembayaran digital dengan tinjauan ekonomi Islam masih tergolong terbatas. Penelitian yang ada umumnya hanya membahas salah satu aspek secara parsial, sehingga belum memberikan gambaran yang komprehensif mengenai kesesuaian perilaku

digital Generasi Z dengan nilai-nilai syariah. Oleh karena itu, penelitian ini hadir untuk mengisi celah tersebut dengan tujuan menganalisis secara mendalam perilaku konsumen Generasi Z dalam penggunaan pembayaran digital serta meninjau kesesuaiannya dengan perspektif ekonomi Islam.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat teoretis berupa penguatan kajian ekonomi Islam di era digital, sekaligus manfaat praktis bagi para regulator, lembaga keuangan syariah, dan masyarakat khususnya Generasi Z dalam mengoptimalkan penggunaan teknologi keuangan secara bertanggung jawab dan sesuai dengan prinsip-prinsip muamalah.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode deskriptif. Menurut Sugiyono (2019), penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme yang digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, serta analisis data bersifat statistik dengan tujuan menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Pendekatan kuantitatif dipilih karena penelitian ini berupaya memperoleh gambaran mengenai perilaku konsumen Generasi Z dalam penggunaan pembayaran digital serta meninjau kesesuaiannya dengan prinsip-prinsip ekonomi Islam berdasarkan data yang diperoleh dari responden. Adapun metode deskriptif digunakan untuk menggambarkan fenomena yang terjadi di masyarakat secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai fakta-fakta serta karakteristik objek yang diteliti, khususnya dalam menjelaskan perilaku penggunaan pembayaran digital oleh Generasi Z yang meliputi aspek kemudahan, efisiensi, keamanan, dan kesesuaiannya dengan prinsip ekonomi Islam.

Populasi dalam penelitian ini adalah Generasi Z yang berusia 14–29 tahun dan pernah menggunakan layanan pembayaran digital, seperti DANA, OVO, GoPay, ShopeePay, mobile banking, maupun QRIS. Mengingat jumlah populasi yang sangat luas dan tidak dapat diketahui secara pasti, penelitian ini menggunakan teknik non-probability sampling dengan metode purposive sampling. Menurut Sugiyono (2019), purposive sampling merupakan teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu yang disesuaikan dengan tujuan penelitian. Adapun kriteria responden dalam penelitian ini adalah: (1) termasuk dalam kategori Generasi Z yang berusia 14–29 tahun; (2) pernah atau sedang menggunakan layanan pembayaran digital; dan (3) bersedia mengisi kuesioner penelitian secara lengkap.

Data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh secara langsung dari responden melalui penyebaran kuesioner menggunakan Google Form, sedangkan data sekunder diperoleh dari berbagai sumber seperti jurnal ilmiah, buku, laporan Bank Indonesia, laporan Otoritas Jasa Keuangan (OJK), data statistik terkait pembayaran digital, serta Fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI) yang berkaitan dengan transaksi elektronik dan uang elektronik syariah.

Instrumen penelitian berupa kuesioner yang disusun berdasarkan indikator perilaku konsumen dan prinsip-prinsip ekonomi Islam. Indikator perilaku konsumen meliputi kemudahan penggunaan, efisiensi transaksi, intensitas penggunaan, dan pengaruh promosi terhadap keputusan penggunaan pembayaran digital. Adapun indikator ekonomi Islam meliputi prinsip halal, masalah (kemanfaatan), keadilan, transparansi, serta upaya menghindari perilaku konsumtif yang berlebihan. Setiap pernyataan dalam kuesioner diukur menggunakan Skala Likert lima tingkat, yaitu Sangat Setuju (SS) dengan skor 5, Setuju (S) dengan skor 4, Netral (N) dengan skor 3, Tidak Setuju (TS) dengan skor 2, dan Sangat Tidak Setuju (STS) dengan skor 1.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner secara daring kepada responden yang memenuhi kriteria penelitian, yang didukung pula dengan studi dokumentasi dan studi pustaka untuk memperoleh landasan teoritis yang kuat. Data yang telah terkumpul kemudian diolah melalui tahapan editing, coding, tabulasi, dan analisis data. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis statistik deskriptif. Menurut Sugiyono (2019), statistik deskriptif digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku umum. Analisis dilakukan dengan menghitung frekuensi jawaban responden, nilai rata-rata (mean), serta persentase pada setiap indikator penelitian. Hasil analisis kemudian diinterpretasikan untuk mengetahui kecenderungan perilaku penggunaan pembayaran digital pada Generasi Z, yang selanjutnya ditinjau berdasarkan prinsip-prinsip ekonomi Islam, yaitu bebas dari unsur riba, gharar, dan maysir, serta mengandung unsur kemaslahatan dan keadilan dalam transaksi. Dengan metode tersebut, penelitian ini diharapkan mampu memberikan gambaran yang komprehensif mengenai perilaku Generasi Z dalam penggunaan pembayaran digital serta tingkat kesesuaiannya dengan nilai-nilai ekonomi Islam di era transformasi digital saat ini.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Penelitian ini melibatkan 33 responden yang merupakan Generasi Z pengguna aktif layanan pembayaran digital. Berikut disajikan karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, status, aplikasi yang digunakan, dan frekuensi penggunaan.

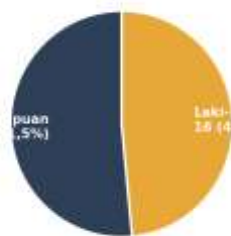
Tabel 1. Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase (%)
Perempuan	17	51,5%
Laki-Laki	16	48,5%
Total	33	100%

Sumber : Diolah peneliti, 2026

Gambar 1. Diagram Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin



Sumber : Diolah peneliti, 2026

Berdasarkan Tabel 1 dan Gambar 1, responden perempuan berjumlah 17 orang (51,5%) dan laki-laki 16 orang (48,5%). Distribusi ini menunjukkan keterwakilan yang relatif seimbang antara dua kelompok gender.

Tabel 2. Distribusi Responden Berdasarkan Usia

Rentang Usia	Frekuensi	Persentase (%)
14–17 tahun	1	3,0%
18–20 tahun	11	33,4%
21–23 tahun	16	48,5%
24–26 tahun	4	12,1%
Di atas 29 tahun	1	3,0%
Total	33	100%

Sumber : Diolah peneliti, 2026

Kelompok usia terbesar adalah 21–23 tahun sebanyak 16 responden (48,5%), diikuti 18–20 tahun sebanyak 11 responden (33,4%), mencerminkan dominasi usia mahasiswa aktif dalam sampel penelitian.

Tabel 3. Distribusi Responden Berdasarkan Status

Status	Frekuensi	Persentase (%)
Mahasiswa	16	48,5%
Pekerja	12	36,4%
Pelajar	5	15,1%
Total	33	100%

Sumber : Diolah peneliti, 2026

Gambar 2. Diagram Distribusi Responden Berdasarkan Status



Sumber : Diolah peneliti, 2026

Berdasarkan Tabel 3 dan Gambar 2, mahasiswa mendominasi sampel dengan 16 responden (48,5%), diikuti pekerja 12 responden (36,4%), dan pelajar 5 responden (15,1%).

Tabel 4. Distribusi Responden Berdasarkan Aplikasi Pembayaran Digital yang Digunakan

Aplikasi	Frekuensi	Persentase (%)
QRIS	14	42,4%
GoPay	10	30,3%
DANA	5	15,2%
OVO	2	6,1%
ShopeePay	2	6,1%
Total	33	100%

Sumber : Diolah peneliti, 2026

Gambar 3. Diagram Aplikasi Pembayaran Digital yang Paling Sering Digunakan



Sumber : Diolah peneliti, 2026

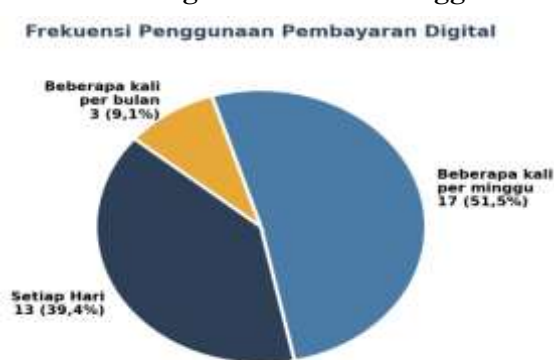
Berdasarkan Tabel 4 dan Gambar 3, QRIS menjadi aplikasi pembayaran digital yang paling banyak digunakan dengan 14 responden (42,4%), disusul GoPay dengan 10 responden (30,3%), dan DANA dengan 5 responden (15,2%). Dominasi QRIS mencerminkan keberhasilan kebijakan standarisasi pembayaran digital oleh Bank Indonesia yang telah terintegrasi secara luas di berbagai merchant.

Tabel 5. Distribusi Responden Berdasarkan Frekuensi Penggunaan Pembayaran Digital

Frekuensi Penggunaan	Frekuensi	Persentase (%)
Setiap hari	13	39,4%
Beberapa kali dalam seminggu	17	51,5%
Beberapa kali dalam sebulan	3	9,1%
Total	33	100%

Sumber : Diolah peneliti, 2026

Gambar 4. Diagram Frekuensi Penggunaan Pembayaran Digital



Sumber : Diolah peneliti, 2026

Sebagian besar responden menggunakan pembayaran digital beberapa kali dalam seminggu (51,5%), sementara 39,4% menggunakannya setiap hari. Hanya 9,1% yang menggunakannya beberapa kali dalam sebulan, mengindikasikan bahwa pembayaran digital telah menjadi bagian integral dari rutinitas transaksi harian Generasi Z.

Hasil Analisis Statistik Deskriptif

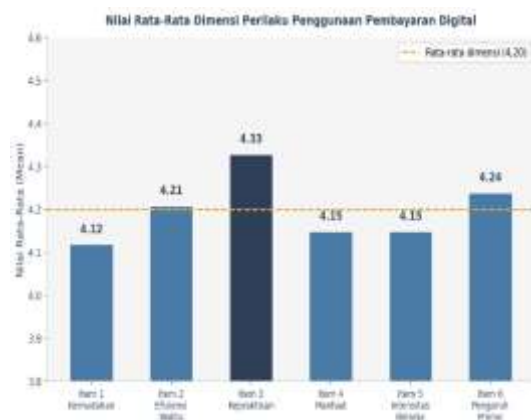
Analisis statistik deskriptif dilakukan terhadap 10 pernyataan dalam kuesioner yang terbagi ke dalam dua dimensi utama: dimensi perilaku penggunaan pembayaran digital (item 1–6) dan dimensi kesesuaian dengan prinsip ekonomi Islam (item 7–10).

Tabel 6. Hasil Analisis Deskriptif Dimensi Perilaku Penggunaan Pembayaran Digital

Pernyataan	STS	TS	N	S	SS	Mean
Pembayaran digital memudahkan saya dalam melakukan transaksi sehari-hari	0	0	5	19	9	4,12
Pembayaran digital membantu saya menghemat waktu dibandingkan pembayaran tunai	0	0	3	20	10	4,21
Penggunaan pembayaran digital membuat aktivitas transaksi saya menjadi lebih praktis	0	0	4	14	15	4,33
Saya merasa pembayaran digital memberikan manfaat yang lebih besar dibandingkan metode pembayaran konvensional	0	0	6	16	11	4,15
Saya lebih sering berbelanja karena kemudahan pembayaran digital	0	1	5	15	12	4,15
Promo dan cashback pada pembayaran digital memengaruhi keputusan saya untuk membeli suatu produk	0	0	7	11	15	4,24
Rata-rata Dimensi						4,20

Sumber : Diolah peneliti, 2026

Gambar 5. Diagram Nilai Rata-Rata Dimensi Perilaku Penggunaan Pembayaran Digital



Sumber : Diolah peneliti, 2026

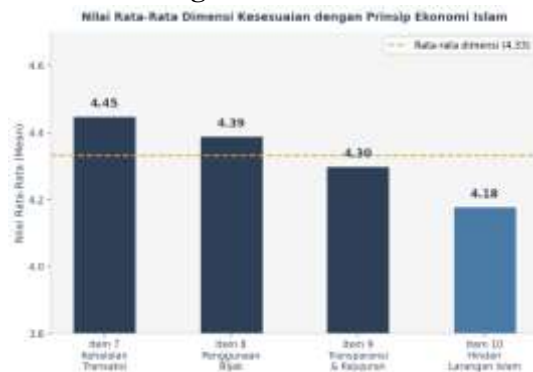
Berdasarkan Tabel 6 dan Gambar 5, seluruh item pada dimensi perilaku memperoleh nilai rata-rata di atas 4,00. Kepraktisan transaksi menjadi indikator tertinggi (mean = 4,33), sementara kemudahan transaksi sehari-hari memperoleh nilai terendah pada dimensi ini (mean = 4,12). Rata-rata keseluruhan dimensi perilaku adalah 4,20 (kategori Tinggi), mengindikasikan perilaku penggunaan pembayaran digital yang positif dan intensif di kalangan Generasi Z.

Tabel 7. Hasil Analisis Deskriptif Dimensi Kesesuaian dengan Prinsip Ekonomi Islam

Pernyataan	STS	TS	N	S	SS	Mean
Saya mempertimbangkan aspek kehalalan transaksi saat menggunakan pembayaran digital	0	0	2	14	17	4,45
Saya berusaha menggunakan pembayaran digital secara bijak dan tidak berlebihan	0	0	3	14	16	4,39
Penggunaan pembayaran digital membantu saya melakukan transaksi yang lebih transparan dan jujur	0	0	2	19	12	4,30
Saya menghindari penggunaan pembayaran digital untuk kegiatan yang bertentangan dengan prinsip-prinsip Islam	0	1	5	14	13	4,18
Rata-rata Dimensi						4,33

Sumber : Diolah peneliti, 2026

Gambar 6. Diagram Nilai Rata-Rata Dimensi Kesesuaian dengan Prinsip Ekonomi Islam



Sumber : Diolah peneliti, 2026

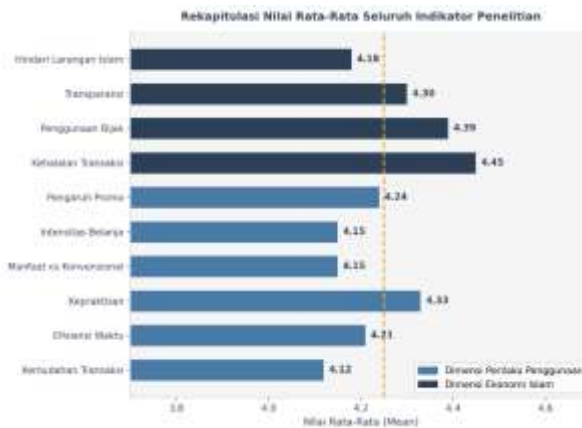
Berdasarkan Tabel 7 dan Gambar 6, dimensi kesesuaian dengan prinsip ekonomi Islam memperoleh rata-rata lebih tinggi (4,33) dibandingkan dimensi perilaku (4,20). Nilai tertinggi pada pertimbangan kehalalan transaksi (mean = 4,45), dan terendah pada penghindaran kegiatan bertentangan prinsip Islam (mean = 4,18). Hal ini mengindikasikan kesadaran syariah yang cukup tinggi pada Generasi Z Muslim.

Tabel 8. Rekapitulasi Nilai Rata-Rata Seluruh Indikator Penelitian

Indikator	Mean	Kategori
Kemudahan transaksi sehari-hari	4,12	Tinggi
Efisiensi waktu dibandingkan pembayaran tunai	4,21	Sangat Tinggi
Kepraktisan aktivitas transaksi	4,33	Sangat Tinggi
Manfaat dibandingkan metode konvensional	4,15	Tinggi
Intensitas belanja akibat kemudahan pembayaran	4,15	Tinggi
Pengaruh promo dan cashback terhadap keputusan pembelian	4,24	Sangat Tinggi
Pertimbangan aspek kehalalan transaksi	4,45	Sangat Tinggi
Penggunaan bijak dan tidak berlebihan (wasathiyah)	4,39	Sangat Tinggi
Transparansi dan kejujuran dalam transaksi	4,30	Sangat Tinggi
Penghindaran kegiatan bertentangan prinsip Islam	4,18	Tinggi
Rata-rata Keseluruhan	4,25	Tinggi

Keterangan: 1,00–1,80 = Sangat Rendah; 1,81–2,60 = Rendah; 2,61–3,40 = Cukup; 3,41–4,20 = Tinggi; 4,21–5,00 = Sangat Tinggi. Sumber : Diolah peneliti, 2026

Gambar 7. Rekapitulasi Nilai Rata-Rata Seluruh Indikator Penelitian



Sumber : Diolah peneliti, 2026

Pembahasan

Berdasarkan hasil analisis deskriptif terhadap data yang diperoleh dari 33 responden Generasi Z, penelitian ini menemukan bahwa perilaku penggunaan pembayaran digital berada pada kategori tinggi dengan rata-rata keseluruhan sebesar 4,25. Temuan ini sejalan dengan hasil penelitian Jumawan et al. (2024) yang menyatakan bahwa Generasi Z merupakan kelompok yang paling adaptif terhadap inovasi layanan keuangan digital, didorong oleh karakteristik mereka sebagai digital natives yang tumbuh dalam ekosistem teknologi.

Dari sisi perilaku penggunaan, kepraktisan transaksi menjadi indikator dengan nilai tertinggi (mean = 4,33). Hal ini menunjukkan bahwa Generasi Z memilih pembayaran digital utamanya karena alasan efisiensi dan kemudahan. Indikator pengaruh promo dan cashback juga memperoleh nilai yang cukup tinggi (mean = 4,24), yang mengindikasikan bahwa stimulus finansial dari platform pembayaran digital turut membentuk pola perilaku konsumtif. Temuan ini perlu mendapat perhatian dalam kajian ekonomi Islam, mengingat perilaku konsumtif yang berlebihan berpotensi bertentangan dengan prinsip keseimbangan (tawazun) dan larangan israf (pemborosan) dalam Islam (Zakiah, 2022).

Dari perspektif ekonomi Islam, dimensi kesesuaian dengan prinsip syariah justru memperoleh rata-rata yang lebih tinggi (4,33) dibandingkan dimensi perilaku (4,20). Indikator tertinggi adalah pertimbangan aspek kehalalan transaksi (mean = 4,45), menunjukkan bahwa mayoritas responden memiliki kesadaran untuk memastikan transaksi tidak mengandung unsur yang diharamkan. Hal ini sejalan dengan kajian Simorangkir dan Afgani (2021) yang menemukan bahwa kepercayaan terhadap keabsahan sistem menjadi faktor determinan dalam penggunaan pembayaran digital di kalangan Generasi Z Muslim.

Indikator penggunaan bijak dan tidak berlebihan (mean = 4,39) juga menunjukkan nilai sangat tinggi, mengindikasikan kesadaran responden terhadap prinsip wasathiyah (moderasi) dalam bermuamalah. Sementara itu, indikator penghindaran kegiatan yang bertentangan dengan prinsip Islam memperoleh nilai terendah dalam dimensi ini (mean = 4,18), meskipun masih pada kategori tinggi. Adanya 1 responden yang menjawab Tidak Setuju dan 5 responden Netral

mengindikasikan masih terdapat sebagian kecil Generasi Z yang belum sepenuhnya mempertimbangkan aspek larangan syariah dalam setiap transaksi digital.

Secara keseluruhan, perilaku konsumen Generasi Z dalam menggunakan pembayaran digital secara umum telah memenuhi prinsip-prinsip dasar ekonomi Islam, khususnya prinsip halal, masalah, dan transparansi. Namun demikian, potensi perilaku konsumtif yang dipicu oleh fitur promo dan cashback perlu diwaspadai karena dapat mengarah pada pemborosan yang bertentangan dengan nilai-nilai konsumsi Islami. Temuan ini sejalan dengan kajian Abdullah dan Ramlah (2022) yang menekankan pentingnya literasi keuangan syariah di kalangan pengguna e-wallet agar praktik pembayaran digital dapat selaras dengan ekosistem ekonomi halal secara menyeluruh.

Meskipun hasil penelitian ini memberikan gambaran yang positif, terdapat keterbatasan pada ukuran sampel yang hanya melibatkan 33 responden. Jumlah ini relatif kecil untuk merepresentasikan populasi Generasi Z secara komprehensif. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas cakupan demografi dan menambah jumlah responden guna memperkuat generalisasi temuan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis statistik deskriptif terhadap 33 responden Generasi Z, penelitian ini menemukan bahwa perilaku penggunaan pembayaran digital berada pada kategori tinggi dengan nilai rata-rata keseluruhan sebesar 4,25. QRIS menjadi layanan yang paling dominan digunakan (42,4%), dengan frekuensi penggunaan yang tinggi di mana 91,9% responden menggunakan pembayaran digital minimal beberapa kali dalam seminggu. Kepraktisan transaksi menjadi indikator tertinggi pada dimensi perilaku (mean = 4,33), diikuti pengaruh promo dan *cashback* (mean = 4,24), menunjukkan bahwa kemudahan dan insentif finansial merupakan pendorong utama adopsi pembayaran digital di kalangan Generasi Z.

Ditinjau dari perspektif ekonomi Islam, Generasi Z menunjukkan tingkat kesesuaian yang baik dengan prinsip-prinsip syariah dalam bertransaksi digital, di mana dimensi kesesuaian ekonomi Islam memperoleh rata-rata lebih tinggi (4,33) dibandingkan dimensi perilaku (4,20). Pertimbangan kehalalan transaksi menjadi indikator tertinggi (mean = 4,45), mencerminkan kesadaran Generasi Z Muslim untuk memastikan transaksi digitalnya bebas dari unsur *riba*, *gharar*, dan *maysir*. Meskipun demikian, masih terdapat ruang peningkatan literasi keuangan syariah, khususnya pada aspek penghindaran kegiatan yang bertentangan dengan prinsip Islam (mean = 4,18). Oleh karena itu, lembaga keuangan syariah, regulator, dan platform fintech perlu terus mengembangkan ekosistem pembayaran digital yang inovatif sekaligus sesuai dengan nilai-nilai muamalah agar dapat mengakomodasi kebutuhan Generasi Z Muslim secara komprehensif.

SARAN

Berdasarkan hasil penelitian, disarankan kepada pemerintah, Bank Indonesia, Otoritas Jasa Keuangan (OJK), Dewan Syariah Nasional-Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI), serta lembaga keuangan syariah untuk terus memperkuat program literasi keuangan digital dan literasi keuangan syariah, khususnya bagi Generasi Z. Edukasi tidak hanya perlu difokuskan pada pemanfaatan teknologi pembayaran digital yang aman, mudah, dan efisien, tetapi juga pada pemahaman mengenai prinsip-prinsip muamalah, seperti larangan *riba*, *gharar*, dan *maysir*, serta pentingnya menerapkan perilaku konsumsi yang seimbang (*wasathiyah*). Selain itu, penyedia layanan pembayaran digital diharapkan terus mengembangkan inovasi layanan yang transparan,

aman, dan sesuai dengan prinsip-prinsip ekonomi Islam sehingga mampu meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap ekosistem keuangan digital syariah.

Bagi Generasi Z sebagai pengguna utama pembayaran digital, diharapkan dapat memanfaatkan kemudahan teknologi secara lebih bijaksana dengan tetap mengedepankan nilai-nilai ekonomi Islam dalam setiap transaksi. Berbagai program promosi dan cashback hendaknya dipandang sebagai sarana efisiensi transaksi, bukan sebagai faktor utama yang mendorong perilaku konsumtif atau pembelian yang tidak sesuai dengan kebutuhan. Dengan demikian, penggunaan pembayaran digital tidak hanya memberikan manfaat dari sisi kemudahan dan kecepatan transaksi, tetapi juga mendukung terwujudnya perilaku konsumsi yang bertanggung jawab, beretika, dan sesuai dengan prinsip syariah.

Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk memperluas cakupan penelitian dengan melibatkan jumlah responden yang lebih besar serta wilayah penelitian yang lebih beragam agar hasil penelitian memiliki tingkat generalisasi yang lebih baik. Penelitian berikutnya juga dapat menggunakan metode analisis yang lebih komprehensif, seperti regresi, *Structural Equation Modeling* (SEM), atau *Partial Least Squares* (PLS), serta menambahkan variabel lain seperti literasi keuangan syariah, religiusitas, persepsi risiko, kepercayaan terhadap fintech syariah, dan pengaruh media sosial. Dengan demikian, faktor-faktor yang memengaruhi perilaku penggunaan pembayaran digital oleh Generasi Z dapat dipahami secara lebih mendalam dan memberikan kontribusi yang lebih luas bagi pengembangan kajian ekonomi Islam di era digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, A., & Ramlah, R. (2022). E-wallet syariah dan pengaruhnya terhadap ekonomi halal. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 10(2), 115–127.
- Ahmad, S., & Sulastri, A. (2021). Kepercayaan Generasi Z pada e-wallet syariah: Studi kasus di Indonesia. *Jurnal Keuangan Digital Syariah*, 3(1), 45–58.
- Amalia, E., Nugroho, A., & Zulfikar, A. (2022). *Uang elektronik dalam perspektif syariah*. Kencana Prenadamedia Group.
- Apriadi, F., & Chaidir, T. (2024). Generation Z's decision to use QRIS in Mataram City: UTAUT model. *Journal of Economics, Finance and Management Studies*, 7(5), 2426–2435.
- Astuti, A. D., & Faujiah, A. (2023). Pengaruh penggunaan dompet digital (e-wallet) terhadap perilaku konsumtif perspektif Islam pada generasi milenial Daerah Istimewa Yogyakarta. *JESI (Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia)*, 13(1), 74–81.
- Aulia, R., & Naser, A. D. (2025). The influence of perceived convenience, security, cashback and Islamic financial behavior on the decision to use the digital wallet "OVO" on Generation Z FEBI UINSU students. *Ekonomi: Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 8(3), 952–957.
- Bank Indonesia. (2024). *Outlook sistem pembayaran digital nasional 2024*. Bank Indonesia.
- Beik, I. S. (2020). *Ekonomi syariah dalam perspektif maqashid syariah*. IPB Press.
- DSN-MUI. (2017). *Fatwa DSN-MUI Nomor 116/DSN-MUI/IX/2017 tentang uang elektronik syariah*. Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia.
- DSN-MUI. (2018). *Himpunan fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia*. Majelis Ulama Indonesia.
- Firdaus, M. R. (2022). Fatwa DSN MUI Nomor 116/DSN-MUI/IX/2017 dan kesesuaian uang elektronik dengan prinsip syariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(2), 1808–1820.
- Firdaus, M. (2023). Efektivitas penggunaan QRIS dalam meningkatkan efisiensi transaksi UMKM syariah. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 15(2), 145–159.

- Harahap, S. S. (2023). Prinsip keadilan dalam sistem pembayaran digital syariah. *Jurnal Hukum Ekonomi Islam*, 11(1), 21–34.
- Huda, N. (2021). *Literasi keuangan syariah di era digital*. Deepublish.
- Indrawati, P. (2022). Perilaku konsumen Generasi Z dalam pembelian fashion Muslim pada marketplace Indonesia. *Iqtisad: Reconstruction of Justice and Welfare for Indonesia*, 9(2), 165–180.
- Jumawan, J., Susanto, E., Sefita, A., Maharani, P. A., Maharani, S., Febianti, V., Naufaly, M. S., & Riyanto, R. (2024). Implementasi pemanfaatan digital payment (e-wallet) pada kalangan Generasi Z. *SENTRI: Jurnal Riset Ilmiah*, 3(6), 1–15.
- Kamaluddin, I., Lahuri, S. B., & Cahya, C. C. (2022). Keabsahan uang elektronik (e-money) perspektif qawa'id fiqhiyah: Sebuah tinjauan empiris terhadap kritik uang elektronik. *Muslim Heritage*, 7(1). <https://doi.org/10.21154/muslimheritage.v7i1.4282>
- Ken Research. (2023). *Indonesia digital payments market, industry growth and forecast to 2030*. Ken Research.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2022). *Manajemen pemasaran*. Penerbit Erlangga.
- Kurniawan, T., & Darmawan, H. (2023). Adopsi e-money syariah di Indonesia: Kajian hukum dan implementasi. *Journal of Islamic Finance and Banking Studies*, 11(1), 45–60.
- Muhlis. (2022). Pemanfaatan fintech peer to peer syariah: Perspektif fiqih muamalah. *Malia*, 13(2), 229–244. <https://doi.org/10.35891/ml.v13i2.3265>
- Nurzianti, N. (2021). Penggunaan keuangan digital dalam ekonomi Islam: Peluang dan tantangan. *Jurnal Ekonomi Islam*, 7(2), 45–60.
- Prameswari, A. (2021). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat konsumen dalam menggunakan sistem pembayaran e-wallet (studi kasus pada mahasiswa UINSU Medan). *Al-Sharf: Jurnal Ekonomi Islam*, 2(2), 126–139.
- Ramandati, H. R. A. S., Nawir, J., & Marlina. (2021). Analisis perilaku keuangan Generasi Z pada cashless society. *Jurnal Visionida*, 7(2), 96–109.
- Ramayanti, R., Azhar, Z., & Nik Azman, N. H. (2024). Factors influencing intentions to use QRIS: A two-staged PLS-SEM and ANN approach. *Telematics and Informatics Reports*, 15, 100185.
- Sain, M. (2024). Ekonomi Islam sebagai landasan fundamental dalam praktik bisnis online era digital. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 10(1), 270–284.
- Sifa', M. (2024). Perilaku konsumen Generasi Z dalam era e-commerce: Studi kasus tentang belanja online dalam perspektif ekonomi Islam. *Journal of Sharia Economics*, 6(1), 274–286. <https://doi.org/10.35896/jse.v6i1.617>
- Simorangkir, Z. Z., & Afgani, K. F. (2021). The analysis on factors influencing the use of mobile payment system among Generation Z in Bekasi city. *Advanced International Journal of Business, Entrepreneurship and SMEs*, 3(9), 334–348.
- Sofyan, M. (2022). Fatwa DSN-MUI dan implementasi uang elektronik syariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(2), 1808–1820.
- Statista. (2024). *Digital payments market in Indonesia*. Statista Market Forecast.
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Syakinah, F. (2024). Factors influencing Gen Z's intention in adopting Islamic fintech payment digital services. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 12(1), 55–70.
- Zakiah, S. (2022). Teori konsumsi dalam perspektif ekonomi Islam. *El-Ecosy: Jurnal Ekonomi dan Keuangan Islam*, 2(1), 45–60.