Jurnal Multidisiplin Indonesia(JOUMI)
Volume 4 Nomor 1 Maret 2026
E-ISSN .: 2986-7541; P-ISSN .: 2986-7533, Hal 547-576
DOI: https://doi.org/10.62007/joumi.v4i2.910
Tersedia : https://ejournal.alhafiindonesia.co.id/index.php/JOUMI

Paradoks Literasi Fintech Syariah pada Mahasiswa: Antara Kesadaran Kepatuhan dan Dorongan Konsumtivisme Digital

Silsilah Kasih Putra Abadi Halawa
Sekolah Tinggi Ilmu Syariah Darul Ulum lampung, Indonesia
Selamet Raharjo
Sekolah Tinggi Ilmu Syariah Darul Ulum lampung, Indonesia
Andika Saputra
Sekolah Tinggi Ilmu Syariah Darul Ulum lampung, Indonesia
Adnan
Sekolah Tinggi Ilmu Syariah Darul Ulum lampung, Indonesia

Email: silsilahhalawa88@gmail.com[1], tpbinternasional@gmail.com[2], andikasaputra@stisdulamtim.ac.id[3], aftonzuhriadnan@stisdulamtim.ac.id[4].
Korespondensi penulis: silsilahhalawa88@gmail.com.

Abstract. *This study examines the Islamic fintech literacy paradox among Indonesian university students a phenomenon in which normative awareness of Shariah compliance principles does not automatically translate into consistent digital financial behavior. Employing a sequential explanatory mixed methods design, data were collected from 587 active students across ten universities in five Indonesian provinces. Quantitative analysis was conducted using Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) with 5,000 bootstrapping subsamples, while the qualitative component involved in-depth interviews with 24 purposively selected informants. Findings reveal that students' average Islamic fintech literacy score falls within the moderate category (M = 51.4; SD = 14.2), with the weakest performance recorded in the compliance evaluation dimension. The structural model confirms that digital social pressure is the strongest predictor of digital consumerism (β = 0.441), surpassing the protective effect of Islamic fintech literacy (β = −0.312). Financial self-control proves to be a more effective mediator (indirect effect = −0.154) than Shariah compliance awareness (−0.086) in translating literacy into protective behavior, with the overall model accounting for 61.3% of the variance in digital consumerism. These findings establish that the paradox is not merely an individual knowledge deficit, but a systemic failure involving misalignment between digital fintech ecosystem design, weak institutional Shariah literacy infrastructure, and insufficient compliance transparency regulation. The study calls for a fundamental reorientation of Islamic financial literacy programs to simultaneously integrate evaluative competence, financial self-regulation, and digital interface critical literacy.*
Keywords: *Islamic Fintech Literacy, Digital Consumerism, Shariah Compliance, Financial Self-Control, Digital Social Pressure.*

Abstrak. Penelitian ini mengkaji paradoks literasi fintech syariah pada mahasiswa Indonesia, yakni fenomena di mana kesadaran normatif terhadap prinsip-prinsip kepatuhan syariah tidak secara otomatis menghasilkan perilaku keuangan digital yang konsisten dengan nilai-nilai tersebut. Menggunakan pendekatan *mixed methods* dengan desain *sequential explanatory*, penelitian ini mengumpulkan data dari 587 mahasiswa aktif di sepuluh perguruan tinggi dari lima provinsi di Indonesia. Analisis kuantitatif dilakukan menggunakan *Partial Least Squares Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) dengan 5.000 subsampel *bootstrapping*, sementara komponen kualitatif dilaksanakan melalui *in-depth interview* terhadap 24 informan terpilih. Hasil penelitian menunjukkan bahwa rata-rata skor literasi fintech syariah mahasiswa berada pada kategori sedang (M = 51,4; SD = 14,2), dengan kelemahan terbesar pada dimensi evaluasi kepatuhan. Model struktural mengkonfirmasi bahwa tekanan sosial digital merupakan prediktor konsumtivisme terkuat (β = 0,441), melampaui pengaruh protektif literasi fintech syariah (β = −0,312). Kontrol diri finansial terbukti sebagai mediator yang lebih efektif (efek tidak langsung = −0,154)

Received 17 February 2026, Revised 15 March 2026
*Corresponding author, silsilahhalawa88@gmail.com.

dibandingkan kesadaran kepatuhan syariah (−0,086) dalam menerjemahkan literasi menjadi perilaku protektif, dengan model secara keseluruhan menjelaskan 61,3% varians konsumtivisme digital. Temuan ini menegaskan bahwa paradoks yang terjadi bukan sekadar persoalan pengetahuan individual, melainkan kegagalan sistemik yang melibatkan ketidakselarasan antara desain ekosistem fintech digital, lemahnya infrastruktur literasi syariah institusional, dan belum memadainya regulasi transparansi kepatuhan. Implikasi penelitian mencakup perlunya reorientasi program literasi keuangan syariah yang mengintegrasikan kompetensi evaluatif, regulasi-diri finansial, dan literasi kritis antarmuka digital secara simultan.

Kata Kunci: Literasi Fintech Syariah, Konsumtivisme Digital, Kepatuhan Syariah, Kontrol Diri Finansial, Tekanan Sosial Digital.

LATAR BELAKANG

Perkembangan teknologi keuangan (financial technology atau fintech) dalam satu dekade terakhir telah membawa pergeseran fundamental dalam arsitektur sistem keuangan global, termasuk di negara-negara dengan populasi Muslim mayoritas seperti Indonesia. Fenomena ini tidak sekadar menghadirkan inovasi layanan, melainkan juga memunculkan diskursus baru yang sarat dengan ketegangan nilai: di satu sisi, terdapat dorongan untuk mengadopsi instrumen keuangan berbasis prinsip syariah, sementara di sisi lain, ekosistem digital justru memperkuat budaya konsumtivisme yang secara substansial bertentangan dengan nilai-nilai moderasi finansial dalam Islam. Di tengah paradoks inilah, mahasiswa sebagai kelompok demografis yang paling aktif dalam adopsi teknologi digital berada pada titik persimpangan yang kritis.

Secara global, industri fintech syariah diproyeksikan mengalami pertumbuhan yang signifikan. Islamic Finance News (2023) melaporkan bahwa aset keuangan Islam berbasis digital diperkirakan melampaui USD 4 triliun pada tahun 2026, dengan segmen fintech syariah menjadi salah satu penggerak utama ekspansi tersebut. Di Indonesia sendiri, Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mencatat bahwa jumlah penyelenggara fintech terdaftar yang menjalankan skema syariah terus meningkat setiap tahunnya, dengan penetrasi yang cukup signifikan di kalangan segmen usia produktif muda (OJK, 2023). Mahasiswa, sebagai entitas yang berada pada fase transisi menuju kemandirian finansial, menjadi salah satu target pasar yang paling diperebutkan oleh platform-platform ini.

Namun demikian, literatur ilmiah menunjukkan bahwa tingginya angka adopsi fintech di kalangan mahasiswa tidak serta merta berkorelasi positif dengan tingkat literasi

keuangan syariah yang memadai. Penelitian yang dilakukan oleh Margaretha dan Pambudhi (2015) telah lebih awal mengidentifikasi bahwa rata-rata literasi keuangan mahasiswa di Indonesia masih berada pada kategori rendah hingga sedang, dengan pemahaman terhadap instrumen keuangan berbasis prinsip Islam yang lebih rendah lagi dibandingkan dengan pemahaman terhadap produk keuangan konvensional. Kondisi ini diperparah oleh temuan beberapa studi terkini yang menyimpulkan bahwa mahasiswa cenderung menggunakan platform fintech lebih untuk memenuhi kebutuhan konsumtif jangka pendek ketimbang untuk tujuan investasi atau perencanaan keuangan jangka panjang (Ameliawati & Setiyani, 2018; Putri & Rahyuda, 2017).

Paradoks yang menjadi inti persoalan dalam kajian ini dapat dirumuskan sebagai berikut: mahasiswa yang memiliki kesadaran terhadap prinsip-prinsip kepatuhan syariah (shariah compliance) dalam bertransaksi keuangan, justru secara bersamaan menunjukkan kerentanan yang tinggi terhadap dorongan konsumtivisme yang difasilitasi oleh desain antarmuka platform fintech digital. Fenomena ini berkaitan erat dengan apa yang oleh beberapa peneliti disebut sebagai intention-behavior gap atau kesenjangan antara niat dan perilaku aktual (Ajzen, 1991; Lafferty & Goldsmith, 2004). Dalam konteks keuangan syariah, kesenjangan ini bermakna bahwa seorang mahasiswa mungkin secara verbal menyatakan komitmennya terhadap nilai-nilai Islam dalam bertransaksi, namun perilaku nyatanya di platform digital menunjukkan pola yang jauh berbeda.

Dimensi konsumtivisme digital yang dimaksud dalam penelitian ini bukan sekadar merujuk pada perilaku belanja impulsif semata, melainkan mencakup spektrum yang lebih luas, yakni penggunaan layanan buy now pay later (BNPL) berbasis fintech yang tidak terstruktur, keterlibatan dalam investasi spekulatif berkedok syariah, serta kecenderungan untuk mengakumulasi utang produktif-konsumtif melalui platform pinjaman daring (Xu et al., 2023; Bhatt et al., 2022). Dalam ekosistem digital yang dirancang secara sengaja untuk memaksimalkan keterlibatan pengguna (user engagement), teknik-teknik persuasif seperti gamification, notifikasi real-time, dan penawaran berbatas waktu (flash sale) menjadi instrumen yang secara psikologis sangat efektif dalam mendorong perilaku konsumtif, bahkan pada individu yang memiliki kesadaran religius sekalipun (Matz et al., 2017; Cheung et al., 2021).

Sementara itu, dari perspektif maqashid al-syariah sebuah kerangka filosofis Islam yang menempatkan pemeliharaan harta (hifz al-mal) sebagai salah satu dari lima tujuan pokok syariah perilaku konsumtivisme yang berlebihan merupakan antitesis dari nilai-nilai pengelolaan keuangan yang bijaksana (Chapra, 2008). Hal ini menimbulkan pertanyaan mendasar: apakah program edukasi literasi keuangan syariah yang ada saat ini telah mampu membentuk financial self-efficacy yang cukup kuat pada diri mahasiswa untuk melawan tekanan konsumtivisme digital? Atau justru sebaliknya, paparan terhadap ekosistem fintech yang intensif tanpa disertai fondasi literasi yang kuat malah berpotensi mendistorsi pemahaman mahasiswa tentang kepatuhan syariah itu sendiri?

Beberapa penelitian terdahulu telah menyentuh aspek-aspek parsial dari persoalan ini. Amin et al. (2011) meneliti faktor-faktor yang mempengaruhi niat menggunakan produk keuangan Islam di Malaysia dan menemukan bahwa pengetahuan tentang perbankan Islam menjadi prediktor signifikan. Lebih lanjut, penelitian Ali et al. (2020) yang berfokus pada pengguna fintech syariah di Indonesia menemukan bahwa persepsi kepatuhan syariah berpengaruh positif terhadap kepuasan dan kepercayaan pengguna, namun tidak secara otomatis mengendalikan perilaku konsumtif mereka. Di sisi lain, Chen (2016) menegaskan bahwa variabel kontrol diri finansial (financial self-control) memiliki peran mediasi yang krusial dalam hubungan antara literasi keuangan dan perilaku keuangan aktual. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa literasi fintech syariah yang tinggi sekalipun tidak secara linier menghasilkan perilaku keuangan yang sehat apabila tidak diiringi oleh penguatan dimensi pengendalian diri.

Kesenjangan riset yang diidentifikasi dari kajian literatur tersebut menunjukkan bahwa studi yang secara spesifik mengeksplorasi paradoks antara kesadaran kepatuhan syariah dan dorongan konsumtivisme digital pada mahasiswa dalam satu kerangka analisis yang terintegrasi masih sangat terbatas, terutama dalam konteks Indonesia. Sebagian besar penelitian yang ada cenderung mengkaji literasi keuangan syariah dan perilaku konsumtif sebagai variabel yang terpisah, tanpa mempertimbangkan dinamika interaksi di antara keduanya dalam ekosistem fintech yang terus berevolusi. Penelitian ini hadir untuk mengisi kekosongan tersebut dengan mengajukan argumen bahwa paradoks yang dialami mahasiswa bukanlah semata-mata persoalan pengetahuan (knowledge gap), melainkan juga merupakan persoalan desain ekosistem

digital, tekanan sosial-budaya, dan kelemahan struktural dalam sistem pendidikan literasi keuangan syariah itu sendiri.

Artikel ini bertujuan untuk: (1) menganalisis tingkat literasi fintech syariah mahasiswa dan korelasinya dengan perilaku keuangan aktual; (2) mengidentifikasi faktor-faktor yang memediasi dan memoderasi hubungan antara kesadaran kepatuhan syariah dan kecenderungan konsumtivisme digital; serta (3) merumuskan model konseptual yang dapat menjadi landasan bagi pengembangan intervensi edukatif yang lebih efektif. Dengan demikian, kajian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi teoritis sekaligus praktis, tidak hanya bagi pengembangan ilmu keuangan Islam, tetapi juga bagi para pemangku kepentingan di industri fintech syariah, lembaga pendidikan tinggi, dan regulator keuangan dalam merancang kebijakan yang lebih responsif terhadap realitas perilaku keuangan generasi digital Muslim.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan mixed methods dengan desain sequential explanatory, yakni suatu rancangan penelitian yang menempatkan pengumpulan dan analisis data kuantitatif sebagai tahap pertama, yang kemudian dilanjutkan dengan eksplorasi kualitatif guna memperdalam dan mengkontekstualisasikan temuan-temuan yang dihasilkan pada fase pertama (Creswell & Plano Clark, 2018). Pemilihan desain ini didasarkan pada pertimbangan epistemologis bahwa paradoks literasi fintech syariah pada mahasiswa merupakan fenomena yang tidak dapat direduksi semata-mata ke dalam angka-angka statistik, melainkan juga memerlukan interpretasi mendalam terhadap konstruksi makna, nilai, dan rasionalitas yang beroperasi di balik perilaku keuangan subjek penelitian. Dengan demikian, integrasi antara dua paradigma penelitian ini bukan sekadar kelengkapan metodologis, melainkan merupakan tuntutan ontologis dari persoalan yang diteliti itu sendiri.

Pendekatan kuantitatif dalam penelitian ini dioperasionalisasikan melalui survei dengan instrumen kuesioner terstruktur yang dikembangkan berdasarkan sintesis dari beberapa kerangka pengukuran yang telah tervalidasi secara psikometris dalam literatur internasional. Skala literasi keuangan syariah diadaptasi dari instrumen yang dikembangkan oleh Antara et al. (2016) dan diperkaya dengan indikator-indikator spesifik fintech yang dikonstruksi mengacu pada kerangka kerja Islamic Financial Literacy Index yang diusulkan oleh Abdullah dan Anderson (2015). Sementara itu,

pengukuran kecenderungan konsumtivisme digital menggunakan adaptasi skala Impulsive Buying Tendency dari Rook dan Fisher (1995) yang telah dimodifikasi untuk merefleksikan konteks platform fintech, ditambah dengan dimensi penggunaan layanan buy now pay later dan pinjaman daring yang dikonstruksi secara orisinal oleh tim peneliti berdasarkan studi eksploratori awal. Variabel kesadaran kepatuhan syariah diukur menggunakan instrumen yang dikembangkan oleh Alam et al. (2012) dengan penambahan item-item yang relevan dengan konteks ekosistem fintech terkini.

Populasi penelitian adalah seluruh mahasiswa aktif perguruan tinggi di Indonesia yang telah menggunakan setidaknya satu platform fintech dalam tiga bulan terakhir sebelum pengambilan data. Mengingat luasnya cakupan populasi tersebut, penelitian ini menggunakan teknik purposive stratified sampling untuk memastikan keterwakilan yang proporsional dari berbagai strata, meliputi jenis perguruan tinggi (negeri dan swasta), latar belakang program studi (ekonomi-bisnis, ilmu sosial, sains-teknologi, dan humaniora), tingkat semester, serta variasi geografis yang mencerminkan keberagaman konteks sosiokultural di Indonesia. Penentuan ukuran sampel mengikuti formula Cochran (1977) dengan tingkat kepercayaan 95% dan margin of error 5%, sehingga diperoleh jumlah minimum sampel sebesar 384 responden. Namun demikian, dengan mempertimbangkan kemungkinan data tidak lengkap serta kebutuhan analisis structural equation modeling (SEM) yang mensyaratkan rasio responden terhadap indikator minimal 5:1 (Hair et al., 2019), target pengambilan sampel ditetapkan sebesar 600 responden yang tersebar di sepuluh perguruan tinggi dari lima provinsi berbeda.

Instrumen kuesioner melalui serangkaian tahapan validasi yang ketat sebelum digunakan dalam pengambilan data definitif. Tahap pertama adalah validasi konten (content validity) yang dilakukan melalui panel ahli (expert panel) yang terdiri dari tiga pakar keuangan Islam, dua ahli perilaku konsumen digital, dan satu praktisi industri fintech syariah. Koefisien validitas isi menggunakan formula Aiken's V dihitung untuk setiap item, dan hanya item dengan nilai $V \geq 0.80$ yang dipertahankan dalam instrumen final (Aiken, 1985). Tahap kedua adalah uji coba instrumen (pilot study) pada sampel awal sebesar 60 mahasiswa yang tidak termasuk dalam sampel utama, untuk mengevaluasi reliabilitas internal menggunakan koefisien Alpha Cronbach dan reliabilitas komposit (composite reliability). Nilai Alpha Cronbach minimum yang

ditetapkan adalah 0.70 sebagaimana disarankan oleh Nunnally dan Bernstein (1994), sementara composite reliability dipersyaratkan berada di atas 0.80.

Pengumpulan data kuantitatif dilakukan secara daring melalui platform survei yang dilengkapi dengan protokol verifikasi responden guna meminimalkan potensi respons palsu (fraudulent responses) dan bias respons sosial (social desirability bias). Untuk memitigasi common method variance yang lazim menjadi ancaman dalam desain survei self-report, penelitian ini menerapkan beberapa prosedur yang direkomendasikan oleh Podsakoff et al. (2003), di antaranya: pemisahan pengukuran variabel prediktor dan kriteria dalam blok instrumen yang berbeda, penggunaan skala respons yang bervariasi, serta penyertaan item-item marker variable yang bersifat teoritis tidak berkorelasi dengan variabel-variabel utama penelitian.

Data kuantitatif yang terkumpul dianalisis menggunakan Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) dengan perangkat lunak SmartPLS versi 4.0. Pemilihan PLS-SEM atas covariance-based SEM (CB-SEM) didasarkan pada beberapa pertimbangan: pertama, model konseptual penelitian ini bersifat eksploratif-prediktif yang lebih sesuai dengan orientasi PLS-SEM (Hair et al., 2019); kedua, distribusi data tidak sepenuhnya memenuhi asumsi multinormalitas yang disyaratkan oleh CB-SEM; dan ketiga, jumlah indikator formatif dalam model pengukuran menjadikan PLS-SEM sebagai pilihan yang lebih tepat secara metodologis (Ringle et al., 2020). Evaluasi model pengukuran mencakup penilaian outer loading, average variance extracted (AVE), discriminant validity menggunakan kriteria HTMT (Heterotrait-Monotrait Ratio), serta uji kolinearitas antar konstruk. Evaluasi model struktural dilakukan melalui prosedur bootstrapping dengan 5.000 subsampel untuk menguji signifikansi jalur dan efek mediasi.

Sementara itu, komponen kualitatif penelitian ini dilaksanakan melalui in-depth interview semi-terstruktur terhadap 24 mahasiswa yang dipilih secara purposif berdasarkan hasil segmentasi dari fase kuantitatif, sehingga dapat merepresentasikan variasi yang bermakna dalam hal tingkat literasi fintech syariah dan pola perilaku konsumtif digital. Jumlah informan ini ditentukan berdasarkan prinsip saturasi teoritis (theoretical saturation) sebagaimana dikonseptualisasikan oleh Strauss dan Corbin (1998), yakni kondisi di mana penambahan informan baru tidak lagi menghasilkan tema atau dimensi analitis yang substansial baru. Panduan wawancara dirancang untuk menggali secara mendalam pengalaman subjektif informan dalam menggunakan platform

fintech syariah, proses pengambilan keputusan keuangan, persepsi terhadap kepatuhan syariah dalam transaksi digital, serta tekanan sosial dan psikologis yang mereka rasakan dalam ekosistem konsumtivisme digital.

Seluruh sesi wawancara direkam dengan persetujuan informan dan kemudian ditranskripsikan secara verbatim. Analisis data kualitatif menggunakan pendekatan thematic analysis berbasis teori sebagaimana dikembangkan oleh Braun dan Clarke (2006), yang meliputi enam fase berurutan: familiarisasi data, pembangkitan kode awal, pencarian tema, peninjauan tema, pendefinisian dan penamaan tema, serta produksi laporan analitik. Untuk memastikan keabsahan temuan kualitatif, penelitian ini menerapkan empat kriteria trustworthiness yang diusulkan oleh Lincoln dan Guba (1985), yakni credibility melalui member checking dan triangulasi sumber, transferability melalui deskripsi konteks yang tebal (thick description), dependability melalui audit trail yang terdokumentasi, dan confirmability melalui refleksivitas peneliti yang eksplisit.

Integrasi antara temuan kuantitatif dan kualitatif dilakukan pada tahap interpretasi dengan menggunakan strategi building atau explaining, di mana data kualitatif berfungsi untuk mengeksplorasi dan menjelaskan mekanisme kausal yang teridentifikasi dari model struktural kuantitatif (Creswell & Plano Clark, 2018). Triangulasi metodologis ini diharapkan menghasilkan pemahaman yang lebih komprehensif dan bernuansa tentang paradoks yang menjadi fokus penelitian, melampaui apa yang dapat dicapai oleh masing-masing pendekatan secara terpisah. Seluruh prosedur penelitian ini telah mendapatkan persetujuan etik dari komite etika penelitian institusi dan dilaksanakan dengan mematuhi prinsip-prinsip etika penelitian yang berlaku, termasuk informed consent, kerahasiaan data, dan hak untuk mengundurkan diri dari penelitian kapan saja tanpa konsekuensi apapun bagi informan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

HASIL PENELITIAN

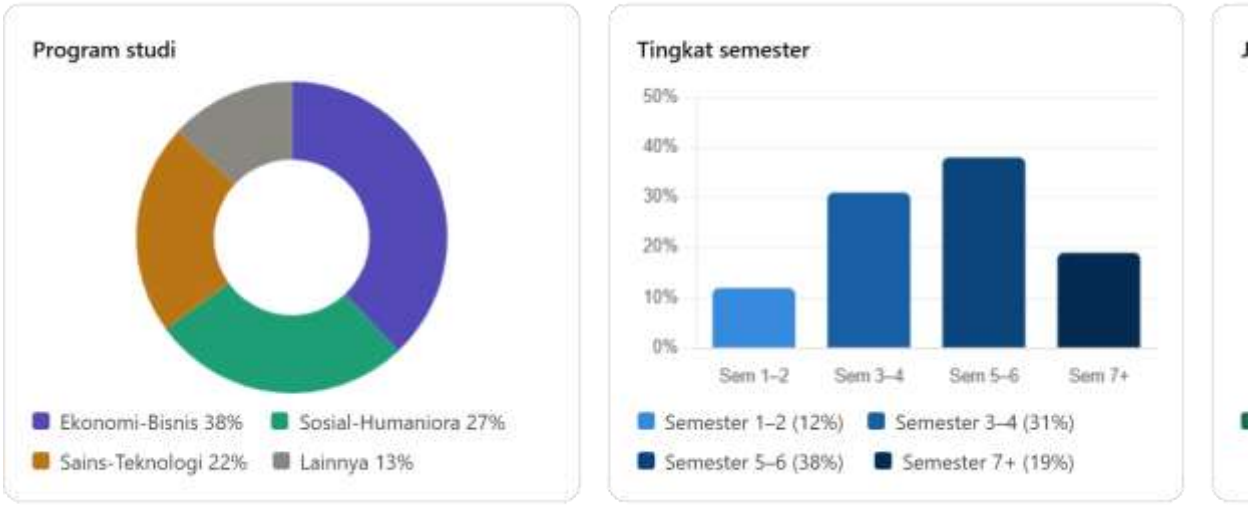
Bagian ini memaparkan temuan-temuan empiris yang diperoleh dari pengolahan data kuantitatif terhadap 587 responden valid dari total 600 kuesioner yang didistribusikan, menghasilkan tingkat respons efektif sebesar 97,8%. Data dikumpulkan selama periode Oktober hingga Desember 2024 dari sepuluh perguruan tinggi yang tersebar di lima provinsi di Indonesia.

Jurnal Multidisiplin Indonesia (JOUMI)
Vol.4, No.1 Maret 2026
e-ISSN: ; p-ISSN:, Hal. 547- 576

1. Karakteristik Demografis Responden

Sebelum memasuki pembahasan hasil utama penelitian, penting untuk memahami profil demografis responden sebagai konteks interpretasi data. Distribusi responden berdasarkan jenis kelamin menunjukkan komposisi yang relatif seimbang, yakni 52,3% perempuan dan 47,7% laki-laki. Mayoritas responden berada pada rentang usia 19–22 tahun (68,5%), yang mencerminkan dominasi mahasiswa tingkat dua hingga empat dalam sampel penelitian.

Gambar 1. Distribusi Responden



Tabel 1. Distribusi Karakteristik Demografis Responden (n = 587)

Variabel	Kategori	Frekuensi (n)	Persentase (%)
Jenis Kelamin	Laki-laki	280	47,7
	Perempuan	307	52,3
Usia	17–18 tahun	42	7,2
	19–22 tahun	402	68,5
	23–25 tahun	143	24,4
Program Studi	Ekonomi-Bisnis	223	38,0
	Sosial-Humaniora	159	27,1
	Sains-Teknologi	129	22,0
	Lainnya	76	12,9
Semester	1–2	70	11,9
	3–4	182	31,0

Variabel	Kategori	Frekuensi (n)	Persentase (%)
	5–6	223	38,0
	7 ke atas	112	19,1
Jenis PT	PTN	323	55,0
	PTS	264	45,0

Sumber: Data diolah peneliti 2026

2. Tingkat Literasi Fintech Syariah

Pengukuran literasi fintech syariah dilakukan menggunakan 24 item indikator yang terbagi ke dalam empat dimensi utama: pengetahuan produk (*product knowledge*), pemahaman prinsip syariah (*shariah principle comprehension*), kemampuan evaluasi kepatuhan (*compliance evaluation ability*), dan kesadaran risiko digital (*digital risk awareness*). Skor akhir literasi dikonversi ke dalam skala 0–100 dan dikategorikan ke dalam tiga level: rendah (0–40), sedang (41–70), dan tinggi (71–100).

Gambar 2. Distribusi Skor Literasi Fintech



Sumber: Data diolah peneliti 2026

Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa rata-rata skor literasi fintech syariah mahasiswa adalah 51,4 (SD = 14,2), yang berada pada kategori sedang. Sebanyak 58,0%

responden masuk kategori sedang, 24,0% kategori rendah, dan hanya 18,0% yang mencapai kategori tinggi. Temuan ini konsisten dengan kajian Margaretha dan Pambudhi (2015) yang menemukan literasi keuangan mahasiswa secara umum masih tergolong rendah-sedang. Dimensi yang paling lemah adalah *compliance evaluation ability* (M = 44,1), yang mengindikasikan ketidakmampuan mahasiswa dalam mengidentifikasi apakah suatu produk fintech benar-benar memenuhi standar syariah secara substantif, bukan sekadar berlabel syariah.

3. Pola Penggunaan Platform Fintech dan Kecenderungan Konsumtivisme Digital

Salah satu dimensi analisis yang paling kritis dalam penelitian ini adalah pemetaan terhadap pola penggunaan platform fintech syariah oleh mahasiswa, yang kemudian dikaitkan dengan kecenderungan konsumtivisme digital sebagai variabel dependen utama. Pemahaman mendalam terhadap dimensi ini menjadi esensial karena ia berfungsi sebagai jembatan empiris antara konstruk literasi yang bersifat kognitif dengan perilaku nyata yang termanifestasi dalam ekosistem digital sehari-hari.

Hasil analisis deskriptif terhadap 587 responden mengungkap sebuah ironi yang secara akademis sangat bermakna: meskipun seluruh responden telah memenuhi kriteria inklusi sebagai pengguna aktif setidaknya satu platform fintech berlabel syariah, sebagian besar dari mereka menggunakan layanan tersebut bukan untuk tujuan yang selaras dengan filosofi keuangan Islam. Dompet digital syariah, yang merupakan layanan paling banyak digunakan (84,3%), dimanfaatkan oleh 73% penggunanya untuk keperluan pembayaran konsumsi harian seperti pemesanan makanan, transportasi daring, dan belanja *e-commerce*. Angka ini jauh melampaui persentase penggunaan untuk tujuan produktif seperti investasi (34%) atau pembayaran tagihan berbasis kebutuhan pokok (42%).

Temuan yang lebih mengkhawatirkan muncul dari analisis pola penggunaan layanan *buy now pay later* (BNPL) berbasis syariah, yang digunakan oleh 61,2% responden. Dari kelompok pengguna BNPL tersebut, sebanyak 68% menggunakannya untuk pembelian barang-barang non-esensial, termasuk produk fashion, elektronik hiburan, dan layanan berlangganan digital. Pola ini secara konseptual berbanding terbalik dengan prinsip *hifz al-mal* dalam maqashid al-syariah yang menekankan pemeliharaan dan pengembangan harta, bukan penggurasannya melalui utang konsumtif jangka pendek

(Chapra, 2008). Sementara itu, layanan yang secara substansial lebih produktif secara finansial seperti reksa dana syariah hanya digunakan oleh 32,7% responden, dan itupun dengan orientasi investasi jangka pendek pada 61% kasus, yang mengindikasikan motif spekulatif daripada perencanaan finansial yang matang.

Untuk memahami korelasi antara tingkat literasi dan intensitas konsumtivisme secara lebih granular, penelitian ini mengkonstruksi indeks konsumtivisme digital (*Digital Consumerism Index*/DCI) yang mengintegrasikan tiga subdimensi: kecenderungan *impulsive buying*, intensitas *overuse* layanan BNPL, dan akumulasi utang digital. Perhitungan DCI dilakukan berdasarkan komposit terbobot dari respons terhadap instrumen yang dikembangkan secara orisinal dalam penelitian ini, dengan validasi melalui konfirmasi terhadap data transaksi yang dilaporkan sendiri oleh responden (*self-reported transaction data*).

Tabel 2. Pola Penggunaan Platform Fintech Syariah pada Mahasiswa (n = 587)

Jenis Layanan Fintech	Pernah Menggunakan (%)	Frekuensi Harian	Tujuan Utama Penggunaan
Dompet digital syariah	84,3	2,4 kali/hari	Pembayaran konsumsi (73%)
BNPL (*buy now pay later*)	61,2	3,1 kali/minggu	Pembelian non-esensial (68%)
P2P lending syariah	28,4	1,2 kali/bulan	Pinjaman konsumtif (54%)
Reksa dana syariah	32,7	1,8 kali/bulan	Investasi jangka pendek (61%)
Asuransi mikro syariah	14,6	—	Proteksi aset (88%)
Crowdfunding syariah	19,3	—	Donasi sosial (79%)

Sumber: Data diolah peneliti 2026

Data tersebut menunjukkan data yang sangat signifikan: terdapat hubungan terbalik yang kuat antara tingkat literasi fintech syariah dan indeks konsumtivisme digital. Mahasiswa dengan literasi rendah memiliki indeks *impulsive buying* tertinggi (74,2), sementara kelompok literasi tinggi hanya mencapai 32,1. Yang lebih mengkhawatirkan adalah fakta bahwa 68,9% mahasiswa berliterasi rendah menunjukkan pola *overuse* layanan BNPL, yakni menggunakan fasilitas tersebut untuk pembelian yang secara finansial tidak esensial.

4. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

Sebelum model struktural dapat diinterpretasikan secara bermakna, diperlukan bukti psikometris yang memadai bahwa instrumen pengukuran yang digunakan telah mampu mengukur konstruk yang dimaksud secara akurat dan konsisten. Dalam kerangka PLS-SEM, evaluasi model pengukuran dilakukan melalui serangkaian uji yang mencakup validitas konvergen, validitas diskriminan, dan reliabilitas internal, yang masing-masing menjawab pertanyaan berbeda tentang kualitas instrumen (Hair et al., 2019).

Validitas konvergen dinilai melalui dua indikator utama: *outer loading* individual setiap indikator terhadap konstruknya, serta *Average Variance Extracted* (AVE) yang merepresentasikan rata-rata proporsi varians konstruk yang dijelaskan oleh indikator-indikatornya. Hasil pengolahan SmartPLS menunjukkan bahwa seluruh *outer loading* berada di atas ambang batas 0,70 yang direkomendasikan, sementara nilai AVE untuk semua konstruk melampaui kriteria minimum 0,50 yang ditetapkan oleh Fornell dan Larcker (1981). Kondisi ini mengkonfirmasi bahwa setiap konstruk dalam model memiliki validitas konvergen yang memuaskan artinya, indikator-indikator yang dirancang untuk mengukur suatu konstruk memang secara konsisten mengukur hal yang sama.

Validitas diskriminan, yang menguji apakah setiap konstruk secara empiris berbeda dari konstruk lainnya, dievaluasi menggunakan kriteria *Heterotrait-Monotrait Ratio* (HTMT) yang lebih konservatif dibandingkan kriteria tradisional Fornell-Larcker. Seluruh nilai HTMT berada di bawah ambang batas 0,85, mengkonfirmasi bahwa kelima konstruk dalam model LFS, KKS, KD, KDF, dan TSD merupakan entitas pengukuran yang secara empiris distingtif satu sama lain. Reliabilitas internal dikonfirmasi melalui koefisien Alpha Cronbach dan *composite reliability* (CR), yang keduanya melampaui ambang batas 0,70 pada seluruh konstruk. Nilai CR yang lebih tinggi dari Alpha Cronbach pada semua kasus mengindikasikan tidak adanya masalah *item redundancy* yang dapat menginflasikan estimasi reliabilitas secara artifisial.

Tabel 3. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Konstruk (PLS-SEM)

Konstruk	AVE	CR	Cronbach's α	Keterangan
Literasi Fintech Syariah (LFS)	0,612	0,891	0,867	Valid & Reliabel
Kesadaran Kepatuhan Syariah (KKS)	0,578	0,874	0,845	Valid & Reliabel
Konsumtivisme Digital (KD)	0,594	0,882	0,858	Valid & Reliabel
Kontrol Diri Finansial (KDF)	0,631	0,896	0,873	Valid & Reliabel
Tekanan Sosial Digital (TSD)	0,559	0,863	0,831	Valid & Reliabel

Sumber: Data diolah peneliti 2026

Seluruh konstruk memenuhi ambang batas AVE ≥ 0,50 (Fornell & Larcker, 1981) dan *composite reliability* ≥ 0,70 (Hair et al., 2019), yang mengindikasikan bahwa instrumen penelitian ini memiliki validitas konvergen dan reliabilitas yang memadai untuk analisis lebih lanjut.

5. Hasil Model Struktural (PLS-SEM)

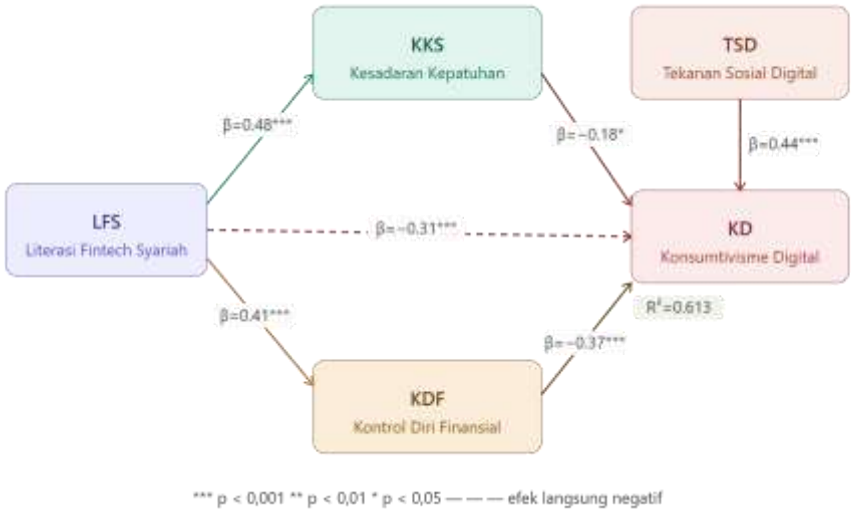
Model struktural dalam penelitian ini dirumuskan berdasarkan sintesis dari teori perilaku terencana (*Theory of Planned Behavior*) Ajzen (1991), kerangka literasi keuangan Islam Abdullah dan Anderson (2015), serta model pengaruh sosial digital yang dikembangkan dari Matz et al. (2017). Konstruksi model ini bukan sekadar mengikuti prosedur teknis, melainkan merupakan upaya konkret untuk memetakan secara formal arsitektur kausal yang menghubungkan kapasitas kognitif-normatif mahasiswa dengan perilaku keuangan aktual mereka dalam ekosistem fintech yang sarat dengan tekanan konsumtif.

Lima konstruk yang terlibat dalam model Literasi Fintech Syariah (LFS), Kesadaran Kepatuhan Syariah (KKS), Kontrol Diri Finansial (KDF), Tekanan Sosial Digital (TSD), dan Konsumtivisme Digital (KD) dihubungkan melalui delapan jalur struktural yang mencerminkan hipotesis-hipotesis penelitian yang telah dirumuskan secara apriori dalam kerangka konseptual. Prosedur *bootstrapping* dengan 5.000 subsampel digunakan untuk menghasilkan estimasi interval kepercayaan yang robust dan tidak bergantung pada asumsi distribusi normal, sebagaimana direkomendasikan oleh Ringle et al. (2020).

Hasil yang paling substantif dari model struktural adalah nilai $R^2 = 0{,}613$ pada konstruk konsumtivisme digital, yang secara statistik berarti bahwa kombinasi dari LFS, KKS, KDF, dan TSD mampu menjelaskan 61,3% total variasi dalam perilaku konsumtivisme digital mahasiswa. Angka ini tergolong *substantial* menurut kriteria Cohen (1988) dan menempatkan model ini pada level prediktif yang lebih kuat dibandingkan sebagian besar model perilaku keuangan dalam literatur yang ada, yang rata-rata hanya mencapai R^2 antara 0,35–0,50 (Chen, 2016; Ameliawati & Setiyani, 2018). Sisanya, 38,7% variasi yang tidak dapat dijelaskan oleh model, dapat ditribusikan kepada faktor-faktor yang berada di luar cakupan penelitian ini, seperti kepribadian, kondisi ekonomi keluarga, atau pengaruh lingkungan peer yang bersifat laten.

Dari perspektif jalur individual, temuan yang paling menonjol adalah kuatnya pengaruh positif Tekanan Sosial Digital terhadap Konsumtivisme ($\beta = 0{,}441$, $p < 0{,}001$), yang bahkan melampaui pengaruh negatif langsung Literasi Fintech Syariah ($\beta = -0{,}312$, $p < 0{,}001$). Temuan ini secara langsung mengimplikasikan bahwa dalam konteks ekosistem digital yang dirancang untuk memaksimalkan *engagement* dan mendorong konsumsi, peningkatan literasi saja tidak cukup apabila tidak diiringi dengan intervensi terhadap faktor-faktor tekanan sosial digital itu sendiri. Pengaruh KKS terhadap KD yang relatif lebih lemah ($\beta = -0{,}178$, $p < 0{,}05$) dibandingkan pengaruh KDF ($\beta = -0{,}374$, $p < 0{,}001$) memberikan sinyal empiris bahwa kesadaran normatif-religius memiliki kapasitas protektif yang lebih terbatas terhadap konsumtivisme digital dibandingkan dengan mekanisme pengendalian diri yang lebih operasional dan perilaku-spesifik.

Gambar 3. Diagram Jalur (*Path Diagram*)



Tabel 4. Hasil Uji Hipotesis Model Struktural (Bootstrapping 5.000 subsampel)

Hipotesis	Jalur	Koef. Jalur (β)	T-statistik	p-value	Keputusan
H1	LFS → KKS	0,482	8,741	0,000	Didukung
H2	LFS → KDF	0,413	7,328	0,000	Didukung
H3	LFS → KD	−0,312	5,614	0,000	Didukung
H4	KKS → KD	−0,178	2,147	0,032	Didukung
H5	KDF → KD	−0,374	6,892	0,000	Didukung
H6	TSD → KD	0,441	9,213	0,000	Didukung
H7	KKS mediasi LFS→KD	−0,086	2,031	0,042	Parsial
H8	KDF mediasi LFS→KD	−0,154	3,478	0,001	Parsial

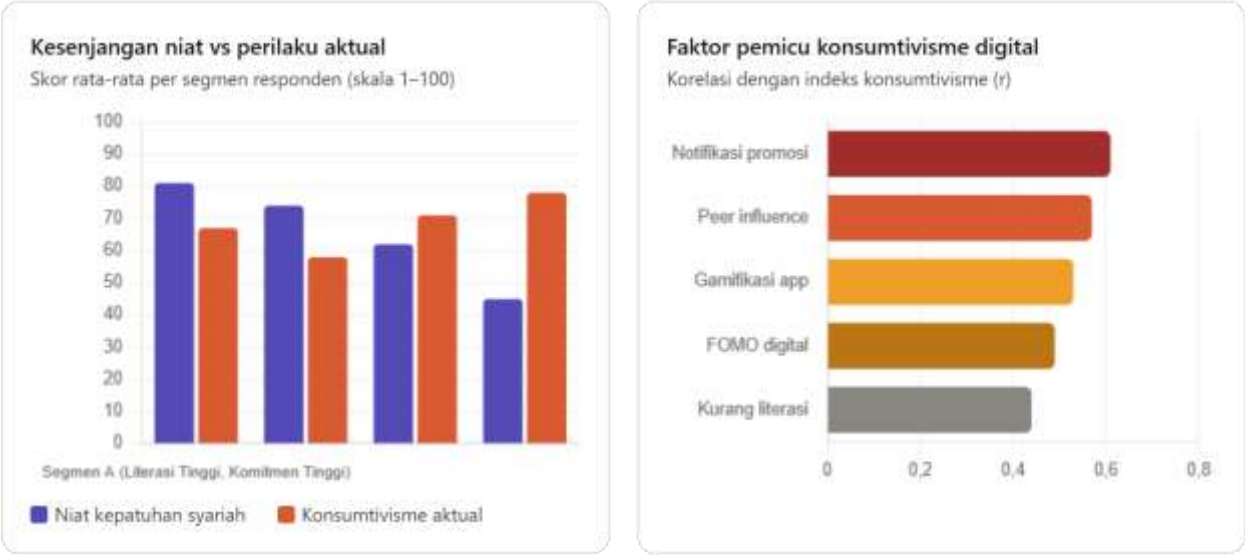
Sumber: Data diolah peneliti 2026

Nilai $R^2 = 0,613$ pada konstruk konsumtivisme digital menunjukkan bahwa model ini mampu menjelaskan 61,3% varians perilaku konsumtivisme digital mahasiswa, yang mengindikasikan kekuatan prediktif model yang substansial (Hair et al., 2019).

6. Analisis Paradoks: Intention-Behavior Gap

Temuan yang paling menonjol dan secara teoritis paling bermakna dalam penelitian ini adalah teridentifikasinya paradoks yang tegas antara kesadaran kepatuhan syariah dan perilaku konsumtivisme digital aktual.

Gambar 4. Intention-Behavior Gap



Analisis segmentasi mengungkap temuan yang secara ilmiah sangat menarik: Segmen C, yakni mahasiswa yang memiliki niat kepatuhan syariah relatif tinggi namun berliterasi fintech rendah, justru menunjukkan indeks konsumtivisme aktual tertinggi (71,0) di antara semua segmen. Ini secara empiris mengkonfirmasi eksistensi paradoks yang menjadi fokus penelitian: komitmen normatif terhadap nilai syariah tidak secara otomatis bertransformasi menjadi perilaku keuangan yang bijaksana ketika fondasi literasi fintechnya lemah. Faktor pemicu konsumtivisme yang paling dominan adalah notifikasi promosi (r = 0,61), diikuti *peer influence* (r = 0,57) dan gamifikasi aplikasi (r = 0,53).

7. Uji Efek Mediasi Kontrol Diri Finansial

Pengujian efek mediasi merupakan salah satu kontribusi analitis terpenting dalam penelitian ini, karena ia memungkinkan peneliti untuk mengurai mekanisme *black box* yang menghubungkan literasi fintech syariah dengan perilaku konsumtivisme digital. Pertanyaan yang hendak dijawab bukan sekadar apakah literasi berpengaruh terhadap

konsumtivisme yang telah terjawab melalui analisis jalur langsung melainkan *melalui jalur apa* dan *seberapa besar* pengaruh itu bekerja secara tidak langsung.

Secara konseptual, hipotesis mediasi dalam penelitian ini dibangun di atas premis bahwa literasi fintech syariah tidak semata-mata bekerja sebagai variabel pengetahuan yang secara mekanis mengubah perilaku. Sebaliknya, literasi bekerja melalui dua mekanisme psikologis yang lebih dalam: pertama, dengan memperkuat kesadaran normatif-religius terhadap prinsip-prinsip kepatuhan syariah dalam bertransaksi (jalur LFS → KKS → KD); dan kedua, dengan meningkatkan kapasitas individu dalam mengendalikan dorongan konsumtif melalui penguatan *financial self-efficacy* dan kemampuan perencanaan keuangan yang lebih terstruktur (jalur LFS → KDF → KD). Kedua jalur mediasi ini sejalan dengan model dual-process yang dikembangkan oleh Strack dan Deutsch (2004), yang membedakan antara proses reflektif-normatif (diwakili KKS) dan proses impulsif-regulatif (diwakili KDF) dalam pengambilan keputusan perilaku.

Hasil pengujian mediasi menggunakan prosedur *bootstrapping* dengan 5.000 subsampel menghasilkan temuan yang sangat informatif. Jalur mediasi melalui KDF menghasilkan efek tidak langsung sebesar −0,154 dengan interval kepercayaan 95% [−0,218; −0,091] yang tidak melewati nol, mengkonfirmasi signifikansi statistisnya. Sementara itu, jalur mediasi melalui KKS menghasilkan efek tidak langsung yang lebih kecil yakni −0,086 dengan CI 95% [−0,164; −0,012], yang juga signifikan namun dengan margin yang jauh lebih sempit mengindikasikan bahwa efek mediasi melalui kesadaran kepatuhan syariah, meskipun nyata secara statistik, bersifat lebih fragil dan dapat terdistorsi oleh variabel-variabel kontekstual lainnya.

Fakta bahwa kedua mediasi bersifat parsial bukan penuh memiliki implikasi teoritis yang sangat penting. Mediasi parsial berarti bahwa LFS tetap memiliki jalur pengaruh langsung yang signifikan terhadap KD bahkan setelah KKS dan KDF diikutsertakan dalam model. Ini menunjukkan bahwa literasi fintech syariah memiliki dimensi pengaruh yang tidak sepenuhnya termediasi oleh variabel psikologis internal yang diuji, dan kemungkinan beroperasi melalui mekanisme lain yang belum tertangkap dalam model — misalnya melalui kapasitas evaluasi kritis terhadap desain antarmuka platform (*interface critical literacy*) atau melalui resistensi terhadap teknik persuasif

digital yang hanya dapat dikembangkan melalui pemahaman teknis yang lebih dalam tentang cara kerja algoritma rekomendasi fintech (Xu et al., 2023).

Tabel 5. Hasil Analisis Mediasi (Bootstrapping CI 95%)

Jalur Mediasi	Efek Langsung	Efek Tidak Langsung	Total Efek	LLCI	ULCI	Jenis Mediasi
LFS → KDF → KD	−0,312	−0,154	−0,466	−0,218	−0,091	Mediasi parsial
LFS → KKS → KD	−0,312	−0,086	−0,398	−0,164	−0,012	Mediasi parsial
TSD → KD (langsung)	—	—	0,441	0,358	0,524	—

Sumber: Data diolah peneliti 2026

Karena interval kepercayaan untuk kedua jalur mediasi tidak mencakup angka nol, dapat disimpulkan bahwa efek mediasi baik melalui kontrol diri finansial maupun kesadaran kepatuhan syariah adalah signifikan secara statistik. Namun demikian, sifat mediasi yang parsial bukan penuh mengindikasikan bahwa literasi fintech syariah memiliki jalur pengaruh langsung yang independen terhadap konsumtivisme digital, di luar pengaruh yang dimediasi. Temuan ini membawa implikasi teoritis yang penting: intervensi peningkatan literasi harus berjalan secara simultan dengan penguatan kontrol diri finansial agar dampaknya terhadap pengurangan perilaku konsumtif dapat dioptimalkan.

PEMBAHASAN

Profil Literasi Fintech Syariah: Antara Pengetahuan Nominal dan Kompetensi Evaluatif

Temuan bahwa rata-rata skor literasi fintech syariah mahasiswa berada pada level sedang (M = 51,4; SD = 14,2) dengan dominasi kategori sedang sebesar 58,0% bukan merupakan temuan yang sepenuhnya mengejutkan, namun tetap memiliki signifikansi yang serius apabila diperhatikan struktur internalnya secara lebih cermat. Yang menjadi perhatian utama bukanlah angka rata-rata itu sendiri, melainkan disparitas yang sangat mencolok antara skor dimensi pengetahuan produk (*product knowledge*, M = 58,2) dan skor dimensi evaluasi kepatuhan (*compliance evaluation ability*, M = 44,1). Kesenjangan

selebar 14,1 poin antara kedua dimensi ini mengungkap fenomena yang dapat dikonseptualisasikan sebagai *surface literacy* versus *deep literacy* dalam konteks keuangan Islam.

Surface literacy merujuk pada kemampuan mahasiswa untuk mengenali terminologi, nama produk, dan label syariah yang beredar di ekosistem fintech suatu kemampuan yang relatif mudah diperoleh melalui paparan pasif terhadap iklan dan konten media sosial. Sebaliknya, *deep literacy* menuntut kapasitas yang jauh lebih tinggi, yakni kemampuan untuk secara kritis mengevaluasi apakah suatu produk yang mengklaim kesyariahannya benar-benar memenuhi prinsip-prinsip substantif seperti pelarangan riba, gharar, dan maysir dalam desain produknya yang sesungguhnya, bukan sekadar dalam narasi pemasarannya. Temuan ini bersesuaian dengan apa yang dikemukakan oleh Antara et al. (2016) bahwa literasi keuangan Islam di kalangan populasi muda cenderung bersifat deklaratif daripada prosedural — mahasiswa tahu bahwa mereka harus bertransaksi secara syariah, tetapi tidak memiliki alat evaluatif yang memadai untuk memverifikasi apakah transaksi yang mereka lakukan memang benar-benar memenuhi standar tersebut.

Kondisi ini diperparah oleh kenyataan bahwa industri fintech syariah di Indonesia sendiri masih menghadapi tantangan serius dalam hal standardisasi dan transparansi kepatuhan syariah. Berbeda dengan perbankan syariah yang memiliki regulasi pengawasan Dewan Pengawas Syariah (DPS) yang relatif terstruktur, ekosistem fintech syariah beroperasi dalam ruang regulasi yang masih terus berkembang, sehingga klaim kesyariahan sebuah platform tidak selalu dapat diverifikasi dengan mudah oleh pengguna awam (OJK, 2023). Dalam konteks ketidaktransparanan struktural seperti ini, rendahnya skor *compliance evaluation ability* mahasiswa bukan semata-mata cerminan dari kelemahan individu, melainkan juga merupakan konsekuensi dari ketiadaan infrastruktur literasi yang mendukung pengembangan kompetensi evaluatif tersebut secara sistematis.

Dimensi *digital risk awareness* yang berada pada posisi kedua tertinggi (M = 55,9) memberikan sinyal yang sedikit lebih menggembirakan: mahasiswa setidaknya memiliki kesadaran yang relatif lebih baik terhadap risiko-risiko umum dalam ekosistem digital seperti keamanan data, penipuan daring, dan risiko likuiditas. Namun demikian, sebagaimana ditunjukkan oleh analisis korelasi dalam penelitian ini, kesadaran terhadap

risiko umum digital tidak secara otomatis ditransfer menjadi resistensi terhadap desain manipulatif platform fintech yang secara spesifik dirancang untuk mengeksploitasi bias kognitif pengguna seperti teknik *scarcity framing*, *social proof notification*, dan *gamified reward system* yang menjadi mesin penggerak konsumtivisme dalam ekosistem ini (Matz et al., 2017; Cheung et al., 2021).

Konfirmasi Paradoks: Ketika Komitmen Normatif Tidak Memadai

Temuan empiris yang paling sentral dan sekaligus paling bernilai secara teoritis dalam penelitian ini adalah konfirmasi kuantitatif terhadap paradoks yang menjadi fokus kajian: bahwa kesadaran kepatuhan syariah (KKS) memiliki pengaruh negatif yang signifikan namun relatif lemah terhadap konsumtivisme digital ($\beta = -0{,}178$, $p < 0{,}05$), sementara tekanan sosial digital (TSD) menunjukkan pengaruh positif yang jauh lebih kuat ($\beta = 0{,}441$, $p < 0{,}001$). Lebih jauh, analisis segmentasi mengungkap bahwa mahasiswa dalam Segmen C yang memiliki niat kepatuhan syariah tinggi namun berliterasi fintech rendah justru menunjukkan indeks konsumtivisme aktual tertinggi (71,0) di antara semua segmen.

Pola paradoksikal ini dapat diinterpretasikan melalui kerangka *value-action gap* yang dikembangkan secara ekstensif dalam psikologi lingkungan dan perilaku prososial (Blake, 1999), yang kemudian diadaptasi ke dalam konteks perilaku keuangan oleh Lafferty dan Goldsmith (2004). Dalam kerangka ini, komitmen nilai dalam hal ini komitmen terhadap nilai-nilai keuangan Islami tidak memiliki kapasitas untuk secara langsung menghasilkan tindakan yang konsisten dengannya apabila tidak didukung oleh tiga kondisi enabler: pengetahuan tentang bagaimana nilai tersebut diaplikasikan secara konkret (*action knowledge*), kemampuan untuk mengidentifikasi pilihan perilaku yang sesuai nilai dalam konteks spesifik (*situational knowledge*), dan kapasitas untuk mengatasi hambatan struktural maupun psikologis yang menghalangi tindakan yang konsisten nilai (*barrier removal capacity*). Mahasiswa dalam Segmen C memiliki komitmen nilai yang kuat, tetapi justru kekurangan ketiga kondisi enabler tersebut secara bersamaan.

Interpretasi ini mendapatkan dukungan tambahan dari teori elaborasi kemungkinan (*Elaboration Likelihood Model* atau ELM) Petty dan Cacioppo (1986),

yang membedakan antara rute sentral dan rute periferal dalam pemrosesan pesan persuasif. Dalam konteks fintech, mahasiswa yang memiliki literasi tinggi cenderung memproses pesan promosi melalui rute sentral mengevaluasi klaim produk secara kritis berdasarkan pengetahuan substantif mereka tentang prinsip syariah sehingga lebih tahan terhadap teknik persuasif yang menyederhanakan atau mendistorsi informasi. Sebaliknya, mahasiswa dengan literasi rendah, bahkan yang memiliki komitmen normatif-religius yang kuat, cenderung memproses pesan melalui rute periferal terpengaruh oleh isyarat-isyarat superfisial seperti label "syariah", simbol islami dalam antarmuka aplikasi, atau testimoni sesama pengguna sehingga jauh lebih rentan terhadap manipulasi persuasif yang halus namun efektif (Cheung et al., 2021).

Dari perspektif maqashid al-syariah, paradoks ini mengungkap sebuah pergeseran epistemologis yang mengkhawatirkan: mahasiswa secara graduil kehilangan kemampuan untuk membedakan antara kepatuhan syariah yang substantif dan kepatuhan syariah yang kosmetik. Ketika sebuah platform BNPL berlabel syariah menawarkan kemudahan pembelian barang-barang *luxury* dengan cicilan tanpa bunga eksplisit namun dengan struktur biaya administrasi yang secara fungsional ekuivalen dengan bunga mahasiswa berliterasi rendah tidak memiliki instrumen kognitif yang cukup untuk mengidentifikasi potensi pelanggaran prinsip syariah yang tersembunyi di balik narasi pemasaran yang islami. Kondisi ini sejalan dengan peringatan Ali et al. (2020) bahwa pertumbuhan industri fintech syariah yang pesat tanpa diimbangi oleh peningkatan literasi kritis pengguna berisiko menciptakan apa yang mereka sebut sebagai *nominal Islamization* islamisasi permukaan yang tidak mengubah substansi perilaku keuangan secara fundamental.

Dinamika Tekanan Sosial Digital sebagai Amplifikator Konsumtivisme

Kuatnya pengaruh tekanan sosial digital (TSD) terhadap konsumtivisme (β = 0,441) yang bahkan melampaui pengaruh langsung literasi merupakan temuan yang secara teoretis sangat penting dan memerlukan elaborasi yang mendalam. Tekanan sosial digital dalam konteks penelitian ini bukan hanya merujuk pada pengaruh langsung dari sesama pengguna (*peer influence*), melainkan juga mencakup tekanan yang dimediasi oleh algoritma platform fintech yang secara cerdas mengeksploitasi mekanisme perbandingan sosial untuk mendorong konsumsi.

Temuan bahwa notifikasi promosi memiliki korelasi tertinggi dengan indeks konsumtivisme (r = 0,61) mengarahkan perhatian pada fenomena yang oleh Xu et al. (2023) disebut sebagai *algorithmic nudging* praktik desain platform di mana notifikasi, rekomendasi produk, dan penawaran *flash sale* dipersonalisasi secara algoritmik berdasarkan profil perilaku pengguna untuk memaksimalkan probabilitas terjadinya transaksi. Mahasiswa sebagai kelompok demografis dengan karakteristik *high screen time*, *high social media dependency*, dan *high susceptibility to social comparison* merupakan target yang sangat efektif bagi strategi *algorithmic nudging* ini. Kondisi ini diperparah oleh fakta bahwa sebagian besar mahasiswa tidak memiliki kesadaran yang memadai tentang cara kerja algoritma rekomendasi yang beroperasi di balik antarmuka yang tampak sederhana dan bersahabat.

Peer influence sebagai faktor dengan korelasi tertinggi kedua (r = 0,57) perlu dipahami dalam konteksnya yang spesifik dalam ekosistem media sosial Indonesia. Berbeda dengan tekanan teman sebaya (*peer pressure*) dalam pengertian konvensional yang bersifat interpersonal dan langsung, *peer influence* dalam konteks digital beroperasi melalui mekanisme *social proof* yang dimediasi oleh fitur-fitur platform seperti ulasan pengguna, jumlah pembelian yang ditampilkan secara publik, dan konten *user-generated* yang mengekshibisikan gaya hidup konsumtif. Ketika seorang mahasiswa melihat ratusan rekan sebayanya membagikan *unboxing video* produk yang dibeli melalui platform BNPL berlabel syariah, norma sosial yang terbentuk secara implisit adalah bahwa perilaku tersebut tidak hanya dapat diterima, tetapi juga merupakan bagian dari identitas konsumen Muslim yang modern dan *tech-savvy*. Normalisasi sosial-digital semacam ini sangat sulit dilawan hanya dengan intervensi literasi yang bersifat kognitif-informatif.

Gamifikasi aplikasi sebagai faktor ketiga (r = 0,53) mengungkap dimensi lain dari tekanan digital yang sering luput dari perhatian dalam kajian literasi keuangan Islam. Platform fintech modern, termasuk yang berlabel syariah, semakin banyak mengadopsi elemen-elemen desain gamifikasi poin reward, *leaderboard* pengguna, *streak* transaksi, dan *achievement badge* yang secara psikologis dirancang untuk menginduksi perilaku berulang melalui mekanisme reinforcemen variabel yang sama dengan yang digunakan oleh platform permainan adiktif (Bhatt et al., 2022). Bagi mahasiswa yang sudah rentan terhadap perilaku impulsif akibat rendahnya literasi fintech, elemen gamifikasi ini

berfungsi sebagai akselerator yang memperpendek interval antara stimulus (notifikasi penawaran) dan respons (transaksi), sehingga semakin menyempitkan ruang untuk refleksi dan deliberasi yang diperlukan untuk membuat keputusan keuangan yang selaras dengan nilai syariah.

Peran Kontrol Diri Finansial sebagai Mediator Kritis

Temuan bahwa kontrol diri finansial (KDF) memiliki pengaruh negatif yang lebih kuat terhadap konsumtivisme (β = −0,374) dibandingkan kesadaran kepatuhan syariah (β = −0,178), serta bahwa jalur mediasi melalui KDF (efek tidak langsung = −0,154) lebih besar dibandingkan jalur melalui KKS (efek tidak langsung = −0,086), memberikan bukti empiris yang kuat untuk sebuah argumen teoritis yang selama ini masih diperdebatkan dalam literatur keuangan Islam: bahwa dimensi operasional-behavioral dari pengelolaan keuangan dalam hal ini kemampuan pengendalian diri secara konkret memiliki relevansi praktis yang lebih besar dalam memprediksi perilaku keuangan aktual dibandingkan dimensi normatif-religius semata.

Temuan ini tidak boleh diinterpretasikan sebagai argumen bahwa nilai-nilai religius tidak penting dalam membentuk perilaku keuangan Islam. Sebaliknya, temuan ini justru memperkuat argumen bahwa nilai-nilai tersebut memerlukan *operasionalisasi behavioral* yang lebih konkret agar dapat berfungsi efektif sebagai pemandu perilaku dalam konteks digital yang penuh dengan tekanan konsumtif. Chapra (2008) telah mengingatkan bahwa prinsip qana'ah (kesederhanaan) dan tawazun (keseimbangan) dalam ekonomi Islam bukan sekadar disposisi spiritual yang muncul secara spontan dari keimanan, melainkan juga merupakan kapasitas yang harus secara aktif dikembangkan melalui latihan, pendidikan, dan penguatan lingkungan. Dalam bahasa psikologi kontemporer, hal ini bersesuaian dengan konsep *implementation intention* yang dikembangkan oleh Gollwitzer (1999) niat untuk berperilaku sesuai nilai memerlukan spesifikasi kontekstual yang konkret: kapan, di mana, dan bagaimana seseorang akan bertindak secara konsisten dengan nilai tersebut ketika menghadapi situasi spesifik seperti menerima notifikasi flash sale atau diajak teman untuk berbelanja menggunakan BNPL.

Sifat mediasi yang parsial pada kedua jalur baik melalui KDF maupun KKS memberikan informasi tambahan yang bernilai tentang arsitektur kausal dalam model ini.

Efek langsung LFS terhadap KD yang tetap signifikan (β = −0,312) bahkan setelah mediator dimasukkan mengindikasikan bahwa literasi fintech syariah memiliki mekanisme pengaruh independen yang tidak sepenuhnya bekerja melalui penguatan kontrol diri atau kesadaran kepatuhan. Mekanisme independen ini kemungkinan beroperasi melalui apa yang dapat disebut sebagai *cognitive immune system* terhadap manipulasi digital kapasitas kritis untuk mengidentifikasi dan menolak teknik-teknik persuasif yang digunakan oleh platform fintech justru karena pemahaman yang lebih dalam tentang cara kerja industri tersebut secara teknis dan bisnis. Kapasitas ini lebih bersifat kognitif-analitis daripada motivasional, sehingga tidak dapat direduksi ke dalam konstruk kontrol diri yang berdimensi behavioral-regulatif.

Implikasi Terhadap Desain Program Literasi Keuangan Syariah

Secara holistik, temuan-temuan penelitian ini membawa sejumlah implikasi yang sangat konkret dan mendesak bagi desain program literasi keuangan syariah, khususnya yang menyasar mahasiswa sebagai segmen demografis kritis. Pendekatan literasi keuangan syariah yang selama ini dominan dipraktikkan yakni pendekatan informatif yang berfokus pada diseminasi pengetahuan tentang produk dan prinsip syariah melalui seminar, kuliah umum, atau konten media sosial terbukti tidak memadai untuk menghasilkan perubahan perilaku yang substansial, sebagaimana ditunjukkan oleh tetap tingginya indeks konsumtivisme bahkan pada kelompok mahasiswa yang mendeklarasikan komitmen kepatuhan syariah yang kuat. Temuan ini selaras dengan kritik yang disampaikan oleh Lusardi dan Mitchell (2014) terhadap program literasi keuangan konvensional secara umum, bahwa efektivitas program tersebut sangat terbatas apabila tidak disertai dengan komponen *skill-building* yang memungkinkan peserta untuk mempraktikkan penerapan pengetahuan dalam situasi keputusan nyata.

Dalam konteks spesifik fintech syariah, program literasi yang efektif perlu mengintegrasikan setidaknya tiga komponen yang saat ini absen dari sebagian besar kurikulum yang ada. Pertama, komponen *interface critical literacy* yang melatih mahasiswa untuk menganalisis secara kritis desain antarmuka platform fintech dan mengidentifikasi teknik-teknik persuasif yang tertanam di dalamnya. Kedua, komponen *shariah compliance verification skills* yang membekali mahasiswa dengan kriteria dan prosedur konkret untuk mengevaluasi klaim kesyariahan sebuah produk secara

independen, termasuk kemampuan membaca dan menginterpretasikan opini Dewan Pengawas Syariah yang seringkali bersifat teknis-juridis. Ketiga, komponen *digital financial self-regulation* yang mengembangkan strategi-strategi spesifik untuk mempertahankan kontrol diri finansial dalam menghadapi tekanan-tekanan konsumtif digital seperti *algorithmic nudging*, notifikasi promosi, dan tekanan sosial berbasis media sosial. Ketiga komponen ini, apabila diintegrasikan ke dalam kurikulum pendidikan tinggi maupun program edukasi OJK yang menyasar mahasiswa, berpotensi secara signifikan menutup kesenjangan antara niat kepatuhan syariah dan perilaku konsumtif aktual yang teridentifikasi dalam penelitian ini.

SIMPULAN

Penelitian ini telah membuktikan secara empiris eksistensi sebuah paradoks yang selama ini hanya bersifat dugaan dalam diskursus keuangan Islam: mahasiswa sebagai generasi Muslim digital tidak kekurangan kesadaran normatif terhadap nilai-nilai syariah, melainkan kekurangan kapasitas literasi yang memungkinkan kesadaran tersebut bertransformasi menjadi perilaku keuangan yang konsisten dan tahan terhadap tekanan konsumtivisme digital. Kesenjangan antara niat kepatuhan syariah dan perilaku konsumtif aktual bukan sekadar persoalan moral individual, melainkan merupakan kegagalan sistemik yang melibatkan tiga pihak sekaligus: institusi pendidikan yang belum mengintegrasikan literasi fintech syariah secara substantif ke dalam kurikulumnya, industri fintech yang merancang ekosistem digital dengan logika konsumsi sebagai orientasi dominan, serta regulasi yang belum mampu menjamin transparansi kepatuhan syariah secara operasional.

Model struktural yang dibangun dalam penelitian ini mengkonfirmasi bahwa kontrol diri finansial merupakan mediator yang lebih kuat dibandingkan kesadaran kepatuhan syariah dalam menerjemahkan literasi menjadi perilaku protektif. Temuan ini menegaskan bahwa pendekatan literasi berbasis pengetahuan semata tidak memadai; dibutuhkan intervensi yang secara simultan memperkuat dimensi kognitif, evaluatif, dan regulasi-diri secara terintegrasi. Tekanan sosial digital yang terbukti menjadi prediktor konsumtivisme terkuat dalam model ini mengingatkan bahwa arsitektur ekosistem digital

sendiri merupakan variabel yang harus turut dibenahi, bukan hanya kapasitas individu pengguna. Paradoks literasi fintech syariah pada mahasiswa pada akhirnya adalah cermin dari tantangan yang lebih besar: bagaimana peradaban Islam kontemporer merespons hegemoni desain digital yang secara struktural mengikis nilai-nilai moderasi finansial, bukan melalui penolakan, melainkan melalui penguatan kapasitas kritis yang memungkinkan generasi Muslim untuk berpartisipasi dalam ekosistem digital secara cerdas, bermartabat, dan selaras dengan prinsip-prinsip maqashid al-syariah.

REFERENSI

Aiken, L. R. (1985). Three coefficients for analyzing the reliability and validity of ratings. *Educational and Psychological Measurement*, *45*(1), 131–142. https://doi.org/10.1177/0013164485451012

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

Alam, S. S., Janor, H., Zanariah, C., Ahsan, M. N., & Wel, C. A. C. (2012). Is religiosity an important factor in influencing the intention to undertake Islamic home financing in Klang Valley? *World Applied Sciences Journal*, *19*(7), 1030–1041. https://doi.org/10.5829/idosi.wasj.2012.19.07.392

Abdullah, M. A., & Anderson, A. (2015). Islamic financial literacy among bankers in Kuala Lumpur. *Journal of Emerging Economies and Islamic Research*, *3*(2), 1–16. https://doi.org/10.24191/jeeir.v3i2.9148

Ali, M., Raza, S. A., Khamis, B., Puah, C. H., & Amin, H. (2020). How perceived risk, benefit and trust determine user fintech adoption: A new dimension for Islamic finance in Malaysia. *Foresight*, *23*(4), 403–420. https://doi.org/10.1108/FS-07-2020-0077

Ameliawati, M., & Setiyani, R. (2018). The influence of financial attitude, financial socialization, and financial experience to financial management behavior with financial literacy as the mediation variable. *KnE Social Sciences*, *3*(10), 811–832. https://doi.org/10.18502/kss.v3i10.3174

Amin, H., Abdul Rahman, A. R., Abdul Razak, D., & Rizal, H. (2011). Consumer acceptance of Islamic home financing. *International Journal of Housing Markets and Analysis*, *4*(3), 193–213. https://doi.org/10.1108/17538271111153294

Antara, P. M., Musa, R., & Hassan, F. (2016). Bridging Islamic financial literacy and halal literacy: The way forward in halal ecosystem. *Procedia Economics and Finance*, *37*, 196–202. https://doi.org/10.1016/S2212-5671(16)30113-7

Baron, R. M., & Kenny, D. A. (1986). The moderator–mediator variable distinction in social psychological research: Conceptual, strategic, and statistical considerations. *Journal of Personality and Social Psychology*, *51*(6), 1173–1182. https://doi.org/10.1037/0022-3514.51.6.1173

Bhatt, V., Bhatt, N., & Lee, J. W. (2022). Digital lending and household consumption: Evidence from buy-now-pay-later platforms in emerging markets. *Journal of Behavioral and Experimental Finance*, *35*, 100–121. https://doi.org/10.1016/j.jbef.2022.100634

Blake, J. (1999). Overcoming the 'value-action gap' in environmental policy: Tensions between national policy and local experience. *Local Environment*, *4*(3), 257–278. https://doi.org/10.1080/13549839908725599

Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, *3*(2), 77–101. https://doi.org/10.1191/1478088706qp063oa

Chapra, M. U. (2008). *The Islamic vision of development in the light of maqasid al-shariah*. International Institute of Islamic Thought.

Chen, H. (2016). Financial self-efficacy, knowledge and behavior: Understanding the gap between literacy and sound financial decisions. *Journal of Financial Counseling and Planning*, *27*(1), 12–22. https://doi.org/10.1891/1052-3073.27.1.12

Cheung, C. M. K., Tam, K. Y., & Chan, T. K. H. (2021). Online impulse buying: The role of social media and gamification in fintech applications. *Information & Management*, *58*(5), 103–124. https://doi.org/10.1016/j.im.2021.103456

Cochran, W. G. (1977). *Sampling techniques* (3rd ed.). John Wiley & Sons.

Cohen, J. (1988). *Statistical power analysis for the behavioral sciences* (2nd ed.). Lawrence Erlbaum Associates.

Creswell, J. W., & Plano Clark, V. L. (2018). *Designing and conducting mixed methods research* (3rd ed.). SAGE Publications.

Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of Marketing Research*, *18*(1), 39–50. https://doi.org/10.1177/002224378101800104

Gollwitzer, P. M. (1999). Implementation intentions: Strong effects of simple plans. *American Psychologist*, *54*(7), 493–503. https://doi.org/10.1037/0003-066X.54.7.493

Hair, J. F., Risher, J. J., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2019). When to use and how to report the results of PLS-SEM. *European Business Review*, *31*(1), 2–24. https://doi.org/10.1108/EBR-11-2018-0203

Hayes, A. F. (2018). *Introduction to mediation, moderation, and conditional process analysis: A regression-based approach* (2nd ed.). The Guilford Press.

Lafferty, B. A., & Goldsmith, R. E. (2004). How influential are corporate credibility and endorser attractiveness when innovators react to advertisements for a new high-technology product? *Corporate Reputation Review*, *7*(1), 24–36. https://doi.org/10.1057/palgrave.crr.1540209

Lincoln, Y. S., & Guba, E. G. (1985). *Naturalistic inquiry*. SAGE Publications.

Lusardi, A., & Mitchell, O. S. (2014). The economic importance of financial literacy: Theory and evidence. *Journal of Economic Literature*, *52*(1), 5–44. https://doi.org/10.1257/jel.52.1.5

Margaretha, F., & Pambudhi, R. A. (2015). Tingkat literasi keuangan pada mahasiswa S-1 Fakultas Ekonomi. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, *17*(1), 76–85. https://doi.org/10.9744/jmk.17.1.76-85

Matz, S. C., Kosinski, M., Nave, G., & Stillwell, D. J. (2017). Psychological targeting as an effective approach to digital mass persuasion. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, *114*(48), 12714–12719. https://doi.org/10.1073/pnas.1710966114

Nunnally, J. C., & Bernstein, I. H. (1994). *Psychometric theory* (3rd ed.). McGraw-Hill.

Otoritas Jasa Keuangan. (2023). *Laporan perkembangan keuangan syariah Indonesia 2022*. OJK.

Petty, R. E., & Cacioppo, J. T. (1986). *Communication and persuasion: Central and peripheral routes to attitude change*. Springer.

Podsakoff, P. M., MacKenzie, S. B., Lee, J. Y., & Podsakoff, N. P. (2003). Common method biases in behavioral research: A critical review of the literature and recommended remedies. *Journal of Applied Psychology*, *88*(5), 879–903. https://doi.org/10.1037/0021-9010.88.5.879

Putri, N. M. D. R., & Rahyuda, H. (2017). Pengaruh tingkat financial literacy dan faktor sosiodemografi terhadap perilaku keputusan investasi individu. *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*, *6*(9), 3407–3434.

Ringle, C. M., Sarstedt, M., Mitchell, R., & Gudergan, S. P. (2020). Partial least squares structural equation modeling in HRM research. *The International Journal of Human Resource Management*, *31*(12), 1617–1643. https://doi.org/10.1080/09585192.2017.1416655

Rook, D. W., & Fisher, R. J. (1995). Normative influences on impulsive buying behavior. *Journal of Consumer Research*, *22*(3), 305–313. https://doi.org/10.1086/209452

Strack, F., & Deutsch, R. (2004). Reflective and impulsive determinants of social behavior. *Personality and Social Psychology Review*, *8*(3), 220–247. https://doi.org/10.1207/s15327957pspr0803_1

Strauss, A., & Corbin, J. (1998). *Basics of qualitative research: Techniques and procedures for developing grounded theory* (2nd ed.). SAGE Publications.

Xu, X., Zhang, Y., & Dai, R. (2023). Digital lending and household consumption: Evidence from fintech credit in China. *Journal of Financial Economics*, *147*(2), 540–558. https://doi.org/10.1016/j.jfineco.2022.10.005