



Pengaruh Literasi Keuangan Syariah dan Literasi Digital terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa

Pajri Astuti

Universitas Islam Negeri Siber Syekh Nurjati Cirebon, Indonesia

E-mail: pajriastuti14@gmail.com

Article Info	Abstract
Article History Received: 2026-01-07 Revised: 2026-02-13 Published: 2026-03-02 Keywords: <i>Sharia Financial Literacy; Digital Literacy; Consumption Behavior; Students.</i>	The development of technology, such as e-wallets and social media, has influenced student consumption patterns and increased the potential for consumptive behavior. Students, as a generation highly connected to technology, require adequate Islamic financial literacy and digital literacy to manage expenses wisely and in accordance with Islamic principles. This study aims to analyze the influence of Islamic financial literacy and digital literacy on student consumption behavior at the Faculty of Islamic Economics and Business (FEBI) at UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon. This study used a quantitative approach with an associative design. The sample size was 98 students, determined using the Slovin formula and selected using a purposive sampling technique. Data were collected using a Likert-scale questionnaire and analyzed through instrument testing, classical assumption testing, and multiple linear regression. The results show that Islamic financial literacy and digital literacy, both partially and simultaneously, have a positive and significant influence on student consumption behavior. Improving both literacy skills is important in shaping rational and controlled consumption behavior that is in line with Islamic values.
Artikel Info	Abstrak
Sejarah Artikel Diterima: 2026-01-07 Direvisi: 2026-02-13 Dipublikasi: 2026-03-02 Kata kunci: <i>Literasi Keuangan Syariah; Literasi Digital; Perilaku Konsumsi; Mahasiswa.</i>	Perkembangan teknologi, seperti dompet digital dan media sosial, telah memengaruhi pola konsumsi mahasiswa dan meningkatkan potensi perilaku konsumtif. Mahasiswa sebagai generasi yang dekat dengan teknologi perlu memiliki literasi keuangan syariah dan literasi digital yang memadai agar mampu mengelola pengeluaran secara bijak dan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan syariah dan literasi digital terhadap perilaku konsumsi mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain asosiatif. Sampel berjumlah 98 mahasiswa yang ditentukan melalui rumus Slovin dan dipilih dengan teknik purposive sampling. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner skala Likert dan dianalisis melalui uji instrumen, uji asumsi klasik, serta regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan syariah dan literasi digital secara parsial maupun simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumsi mahasiswa. Peningkatan kedua literasi tersebut penting dalam membentuk perilaku konsumsi yang rasional, terkontrol, dan selaras dengan nilai-nilai syariah.

I. PENDAHULUAN

Dalam beberapa tahun terakhir, transformasi digital telah memberikan dampak signifikan terhadap berbagai dimensi kehidupan, termasuk dalam aktivitas ekonomi dan proses pengambilan keputusan konsumsi. Kehadiran marketplace daring, sistem pembayaran berbasis elektronik, serta intensitas penggunaan media sosial telah mengubah cara masyarakat mengakses dan membeli produk maupun layanan. Kemudahan tersebut terutama dirasakan oleh generasi muda sebagai kelompok yang paling aktif memanfaatkan teknologi digital (Amory, 2025). Meskipun digitalisasi meningkatkan efisiensi dan kecepatan transaksi, kondisi ini juga berpotensi menumbuhkan pola konsumsi yang lebih impulsif dan kurang terkendali.

Sebagai generasi yang lahir dan tumbuh di era teknologi, mahasiswa termasuk kelompok yang sangat aktif memanfaatkan perangkat digital dalam berbagai aktivitas, termasuk dalam memenuhi kebutuhan konsumsi. Kedekatan yang tinggi dengan teknologi membuat mereka rentan terhadap berbagai bentuk pemasaran digital, seperti promosi berbayar di media sosial, kolaborasi dengan influencer, serta rekomendasi produk yang dihasilkan melalui sistem algoritma (Shovmayanti, 2024). Paparan yang terus-menerus terhadap strategi tersebut dapat mendorong munculnya keputusan pembelian yang bersifat impulsif. Akibatnya, perilaku konsumsi mahasiswa cenderung meningkat tanpa diimbangi dengan perencanaan dan pengelolaan keuangan yang terstruktur.

Dalam perspektif ekonomi Islam, perilaku konsumsi yang melampaui batas dapat bertentangan dengan nilai-nilai syariah yang menekankan prinsip keseimbangan, kehati-hatian, serta akuntabilitas dalam mengelola keuangan pribadi (Alfajri, 2024). Konsep *wasathiyah* mendorong umat Islam untuk bersikap moderat dengan menghindari praktik *israf* (pemborosan) dan *tabdzir* (penghamburan harta), sehingga aktivitas konsumsi dilakukan secara proporsional dan berdasarkan kebutuhan. Namun demikian, derasnya paparan informasi dan promosi di ruang digital kerap mengurangi kemampuan individu dalam mengendalikan dorongan pembelian spontan yang dipicu oleh berbagai rangsangan konsumtif di media digital.

Dalam menghadapi dinamika perilaku konsumsi di era digital, literasi keuangan syariah menjadi salah satu aspek yang krusial. Konsep ini tidak hanya berkaitan dengan pemahaman terhadap instrumen dan sistem keuangan, tetapi juga menekankan penerapan nilai-nilai Islam dalam pengelolaan harta, seperti menghindari praktik riba, gharar, serta aktivitas ekonomi yang tidak sesuai dengan prinsip etika syariah (Prawana, 2024). Peningkatan literasi keuangan syariah diharapkan mampu membantu mahasiswa membedakan secara jelas antara kebutuhan dan keinginan, sekaligus mendorong penerapan pola konsumsi yang lebih bertanggung jawab, proporsional, dan berlandaskan nilai-nilai keislaman.

Di samping literasi keuangan syariah, literasi digital merupakan faktor penting dalam menganalisis perilaku konsumsi pada masyarakat modern. Literasi digital tidak hanya dimaknai sebagai keterampilan teknis dalam mengoperasikan perangkat atau aplikasi, melainkan juga mencakup kemampuan untuk mengakses, memahami, menelaah, serta mengevaluasi informasi yang beredar di ruang digital secara kritis (Maulana, 2023). Individu yang memiliki tingkat literasi digital yang baik cenderung lebih selektif dalam menerima pesan pemasaran dan mampu mengidentifikasi konten yang bersifat persuasif atau manipulatif. Dengan demikian, mereka tidak mudah terdorong untuk melakukan pembelian secara impulsif akibat paparan strategi pemasaran digital (Fadila, 2025).

Sejumlah studi sebelumnya mengindikasikan bahwa literasi digital memiliki kontribusi penting dalam mengurangi kecenderungan perilaku konsumtif di kalangan masyarakat berbasis digital. Kemampuan dalam memahami dan mengelola informasi yang diterima melalui

media digital membantu individu mengendalikan dorongan konsumsi yang muncul akibat paparan berbagai stimulus daring (Hernawati, 2025). Meskipun demikian, penelitian yang mengintegrasikan literasi keuangan syariah dan literasi digital secara bersamaan dalam menganalisis pengambilan keputusan konsumsi mahasiswa masih relatif terbatas. Kesenjangan ini semakin relevan ketika dikaji pada perguruan tinggi berbasis Islam, yang menginternalisasikan nilai-nilai religius dalam sistem dan kurikulum pendidikannya.

Sebagai institusi pendidikan Islam, UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon dihuni oleh mahasiswa yang hidup dalam ekosistem digital dan aktif memanfaatkan teknologi dalam berbagai aktivitas, termasuk konsumsi. Kondisi ini menjadikan penguatan literasi keuangan syariah dan literasi digital sebagai kebutuhan strategis untuk membentuk pola konsumsi yang rasional, seimbang, serta sesuai dengan nilai-nilai syariah. Sinergi antara kedua bentuk literasi tersebut dinilai penting agar mahasiswa tidak hanya memiliki keterampilan teknis dalam memanfaatkan teknologi, tetapi juga mampu menerapkan pertimbangan etis dan prinsip keislaman dalam setiap keputusan konsumsi yang diambil.

II. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menerapkan metode kuantitatif dengan desain asosiatif untuk menguji keterkaitan serta pengaruh literasi keuangan syariah dan literasi digital terhadap perilaku konsumsi mahasiswa. Pemilihan pendekatan kuantitatif didasarkan pada kemampuannya dalam mengukur variabel secara terstruktur, melakukan pengujian hipotesis, serta menganalisis data dalam bentuk angka melalui prosedur statistik (Rahman, 2023). Sementara itu, desain asosiatif digunakan untuk mengidentifikasi hubungan antarvariabel, baik secara parsial maupun simultan, sehingga dapat diketahui kontribusi masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen (Sugiyono, 2023).

Populasi penelitian ini mencakup seluruh mahasiswa aktif Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon pada tahun akademik 2025/2026 yang berjumlah 3.234 orang. Penentuan sampel dilakukan melalui teknik purposive sampling, dengan kriteria responden merupakan mahasiswa aktif yang telah memanfaatkan layanan keuangan digital serta platform digital dalam kegiatan konsumsi sehari-hari. Jumlah responden dihitung menggunakan rumus Slovin

dengan tingkat kesalahan (margin of error) sebesar 10%, sehingga diperoleh 98 mahasiswa yang dinilai representatif untuk menggambarkan karakteristik populasi penelitian (Chen, 2023).

Penelitian ini dilaksanakan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon dalam rentang waktu Oktober sampai Desember 2025. Sumber data yang digunakan meliputi data primer dan data sekunder. Data primer dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner menggunakan skala Likert lima tingkat (1–5) yang dirancang untuk mengukur tingkat literasi keuangan syariah, literasi digital, serta perilaku konsumsi mahasiswa. Sementara itu, data sekunder diperoleh dari berbagai sumber tertulis seperti artikel jurnal, buku akademik, dan laporan penelitian terkini yang memiliki keterkaitan dengan fokus kajian (Pratiwi, 2025).

Penyusunan instrumen penelitian didasarkan pada indikator yang dikembangkan dari landasan teori serta temuan penelitian sebelumnya. Sebelum tahap analisis data dilakukan, instrumen terlebih dahulu melalui pengujian kualitas, yaitu uji validitas dan reliabilitas. Pengujian validitas dilakukan dengan membandingkan nilai *r*-hitung dengan *r*-tabel pada taraf signifikansi 0,05. Adapun pengujian reliabilitas menggunakan koefisien Cronbach's Alpha, dengan ketentuan bahwa instrumen dinyatakan reliabel apabila memiliki nilai lebih dari 0,60 (Slamet, 2022).

Pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda guna mengetahui pengaruh literasi keuangan syariah dan literasi digital terhadap perilaku konsumsi mahasiswa. Sebelum model regresi diterapkan, dilakukan pengujian asumsi klasik yang mencakup uji normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas untuk memastikan bahwa model memenuhi kriteria Best Linear Unbiased Estimator (BLUE) (Ghozali, 2021). Selanjutnya, pengujian hipotesis dilakukan melalui uji *t* untuk mengidentifikasi pengaruh masing-masing variabel secara parsial, uji *F* untuk menilai pengaruh kedua variabel secara simultan, serta analisis koefisien determinasi (R^2) guna mengukur sejauh mana variabel independen mampu menjelaskan variasi pada variabel dependen.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Karakteristik Responden

Tabel 1. Karakteristik Responden Penelitian

Karakteristik	Kategori	n	%
Jenis kelamin	Laki-laki	24	24,5
	Perempuan	74	75,5
Usia	18-20 Tahun	77	78,6
	>20 tahun	21	21,4
Pengeluaran	<Rp.1.000.000	57	58,2
	>Rp.1.000.000	41	41,8

Penelitian ini melibatkan 98 mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon sebagai responden. Berdasarkan jenis kelamin, sebagian besar responden adalah perempuan (75,5%), sedangkan laki-laki berjumlah 24,5%. Dari sisi usia, mayoritas berada pada rentang 18–20 tahun (78,6%), sementara sisanya berusia di atas 20 tahun (21,4%).

Dilihat dari aspek pengeluaran bulanan, lebih dari separuh responden (58,2%) memiliki pengeluaran kurang dari Rp1.000.000, sedangkan 41,8% lainnya mengeluarkan lebih dari Rp1.000.000 per bulan. Komposisi ini menunjukkan bahwa responden berada pada fase usia produktif dengan karakteristik konsumsi yang relevan untuk dianalisis dalam konteks literasi keuangan syariah dan literasi digital.

2. Deskripsi Variabel Penelitian

Tabel 2. Statistik Deskripsi Variabel Penelitian

Variabel	Mean	Std.Dev	Kategori
Literasi Keuangan Syariah	17,19	1,84	Tinggi
Literasi Digital	17,03	1,92	Tinggi
Perilaku Konsumsi	21,82	2,15	Tinggi

Hasil analisis statistik deskriptif menunjukkan bahwa literasi keuangan syariah memiliki nilai rata-rata 17,19 dengan standar deviasi 1,84 dan termasuk dalam kategori tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa memiliki pemahaman yang baik mengenai prinsip-prinsip ekonomi syariah, produk keuangan

syariah, serta praktik pengelolaan keuangan sesuai nilai Islam.

Variabel literasi digital juga berada dalam kategori tinggi dengan nilai rata-rata 17,03 dan standar deviasi 1,92. Temuan ini mengindikasikan bahwa mahasiswa mampu mengakses, memahami, mengevaluasi, dan memanfaatkan informasi digital secara efektif, sejalan dengan lingkungan akademik yang berbasis teknologi.

Adapun perilaku konsumsi mahasiswa memperoleh nilai rata-rata 21,82 dengan standar deviasi 2,15 dan termasuk kategori tinggi. Kondisi ini menunjukkan intensitas konsumsi yang relatif besar, namun tetap dipengaruhi oleh pertimbangan rasional, nilai, serta kesadaran terhadap aspek halal dan thayyib.

3. Uji Kualitas Instrumen dan Asumsi Klasik

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas Intrumen

Variabel	Jumlah Item	Cronbach's Alpha
Literasi Keuangan Syariah	5	0,873
Literasi Digital	5	0,861
Perilaku konsumsi	5	0,884

Hasil pengujian validitas menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan pada masing-masing variabel memiliki nilai *r*-hitung yang lebih besar dibandingkan *r*-tabel, sehingga dinyatakan valid. Uji reliabilitas menghasilkan nilai Cronbach's Alpha pada rentang 0,861–0,884, yang menandakan tingkat konsistensi internal instrumen sangat baik.

Model regresi juga telah memenuhi seluruh persyaratan asumsi klasik. Uji normalitas Kolmogorov-Smirnov menunjukkan nilai signifikansi di atas 0,05. Uji multikolinearitas memperlihatkan nilai tolerance lebih dari 0,10 dan VIF kurang dari 10. Selain itu, uji heteroskedastisitas tidak menunjukkan adanya gejala penyimpangan. Dengan demikian, model regresi layak digunakan untuk analisis lebih lanjut.

4. Analisis Regresi dan Pengujian Hipotesis

Tabel 4. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Variabel	Koefisien	t-value	Sig.
Literasi Keuangan Syariah	0,252	4,318	0,000
Literasi Digital	0,487	6,102	0,000
R ²	0,626		
F-statistic (Sig.)	0,000		

Berdasarkan hasil regresi linear berganda, diperoleh persamaan model sebagai berikut:

$$Y = 6,073 + 0,252X_1 + 0,487X_2$$

Hasil uji parsial (uji *t*) menunjukkan bahwa literasi keuangan syariah (X_1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumsi mahasiswa (Sig. 0,000). Demikian pula literasi digital (X_2) memiliki pengaruh positif dan signifikan dengan tingkat signifikansi 0,000. Koefisien regresi literasi digital yang lebih besar dibandingkan literasi keuangan syariah mengindikasikan bahwa faktor digital memiliki kontribusi yang relatif lebih dominan dalam membentuk perilaku konsumsi mahasiswa.

Secara simultan, hasil uji *F* menunjukkan nilai signifikansi 0,000, yang berarti kedua variabel independen secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumsi. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,626 menunjukkan bahwa 62,6% variasi perilaku konsumsi dapat dijelaskan oleh literasi keuangan syariah dan literasi digital, sementara 37,4% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam model penelitian.

B. Pembahasan

1. Pengaruh Literasi Keuangan Syariah terhadap Perilaku Konsumsi

Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat literasi keuangan syariah mahasiswa memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumsi. Semakin baik pemahaman mahasiswa terhadap prinsip-prinsip ekonomi Islam, seperti larangan riba, keadilan dalam pengelolaan harta, serta pentingnya konsumsi halal semakin terarah dan rasional pula pola pengeluaran yang dilakukan. Pengetahuan tersebut berkontribusi dalam membentuk kesadaran untuk membedakan antara kebutuhan dan

keinginan sehingga keputusan konsumsi tidak bersifat impulsif.

Temuan ini sejalan dengan Theory of Planned Behavior yang menekankan bahwa pengetahuan dan sikap individu berperan dalam membentuk kontrol perilaku. Literasi keuangan syariah tidak hanya meningkatkan aspek kognitif, tetapi juga membangun sikap yang mendorong pengendalian diri dalam aktivitas konsumsi. Hasil penelitian ini mendukung temuan Rahmawati (2021) serta Hidayat et al. (2022) yang menyatakan bahwa pemahaman keuangan syariah berkontribusi dalam menekan perilaku konsumtif dan meningkatkan kualitas pengambilan keputusan ekonomi mahasiswa.

2. Pengaruh Literasi Digital terhadap Perilaku Konsumsi

Literasi digital juga terbukti memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumsi, bahkan dengan kontribusi yang relatif lebih dominan. Kemampuan dalam mengakses, menganalisis, serta mengevaluasi informasi digital memungkinkan mahasiswa untuk lebih selektif terhadap promosi, iklan, maupun konten persuasif di media sosial. Dengan keterampilan tersebut, mahasiswa cenderung mampu menghindari keputusan pembelian yang didorong oleh impuls sesaat.

Hasil ini sejalan dengan penelitian Chen (2023) serta Pratama dan Lestari (2022) yang menyatakan bahwa literasi digital berperan sebagai mekanisme protektif dalam menghadapi derasnya arus informasi dan strategi pemasaran digital. Mahasiswa dengan tingkat literasi digital yang baik umumnya menunjukkan pola pikir yang lebih kritis, rasional, dan terukur dalam melakukan transaksi maupun aktivitas belanja secara daring.

3. Pengaruh Simultan Literasi Keuangan Syariah dan Literasi Digital

Secara simultan, literasi keuangan syariah dan literasi digital memberikan pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumsi mahasiswa. Integrasi antara pemahaman nilai-nilai ekonomi Islam dan kemampuan dalam mengelola informasi digital menciptakan pola konsumsi yang tidak hanya efisien secara ekonomi, tetapi

juga selaras dengan prinsip etika dan syariah.

Temuan ini menegaskan bahwa pembentukan perilaku konsumsi yang moderat pada generasi muda memerlukan pendekatan yang komprehensif, yaitu penguatan aspek nilai (value-based literacy) dan kompetensi teknologis secara bersamaan. Dalam konteks masyarakat digital, kombinasi kedua literasi tersebut menjadi fondasi penting untuk membangun perilaku konsumsi yang rasional, bertanggung jawab, dan berkelanjutan.

IV. SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa kemampuan mengenal keuangan syariah dan kemampuan menggunakan teknologi digital berdampak besar terhadap cara mahasiswa FEBI UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon dalam menghabiskan uang, baik secara sendiri-sendiri maupun secara bersamaan. Peningkatan pemahaman dalam kedua aspek tersebut sangat penting untuk membentuk perilaku belanja mahasiswa yang berpikir jernih, tidak berlebihan, dan sesuai dengan prinsip syariah.

B. Saran

Perguruan tinggi diharapkan dapat mengintegrasikan program literasi keuangan syariah dan literasi digital dalam kurikulum maupun kegiatan pendukung akademik. Penelitian selanjutnya disarankan untuk menambahkan variabel lain seperti religiusitas atau kontrol diri guna memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai perilaku konsumsi mahasiswa.

DAFTAR RUJUKAN

- Alfajri, A. A. (2024). Konsumsi, Tabungan, dan Investasi Dalam Syariah Makro Ekonomi. *Journal of Sharia Economics Scholar (JoSES)*, 2(3).
- Amory, J. D. (2025). Transformasi ekonomi digital dan evolusi pola konsumsi: Tinjauan literatur tentang perubahan perilaku belanja di era internet. *Jurnal Minfo Polgan*, 14(1) 28-37.
- Chen, Y. (2023). Quantitative research methods in behavioral finance studies. *Journal of Financial Research*, 15(2), 85–97.

- Fadila, N. Z. (2025). Pengaruh Literasi Digital terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat di Era E-Commerce. *Ekopedia: Jurnal Ilmiah Ekonomi*, 1(2), 162-175.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 26*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hernawati, R. M. (2025). Peran Literasi Digital Dalam Memoderasi Pengaruh Doom Spending, Doom Scrolling dan Fear Of Missing Out Terhadap Perilaku Pengelolaan Keuangan Generasi Z Di Kota Kupang. *Among Makarti*, 18(1), 41-58.
- Maulana, M. I. (2023). Pengaruh literasi keuangan dan literasi digital terhadap keberlanjutan bisnis pelaku UMKM Berbasis Syariah . *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(3), 4256-4271.
- Pratiwi, N. (2025). Metodologi penelitian kuantitatif dalam studi ekonomi digital. *Jurnal Metodologi Penelitian*, 4(1), 22-34.
- Prawana, I. (2024). Peran literasi keuangan dan fintech syariah dalam mendorong inklusi keuangan pada pelaku UMKM. *Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Syariah*, 3(3), 16-34.
- Rahman, A. &. (2023). Islamic financial literacy and consumption behavior of students. *Journal of Islamic Economics Studies*, 11(2), 101-115.
- Shovmayanti, N. A. (2024). *Generasi digital: Mengasah keterampilan komunikasi di era teknologi*. Mega Press Nusantara.
- Slamet, R. &. (2022). Reliability testing of Likert-scale instruments in social research. *Indonesian Journal of Social Research*, 9(1), 60-71.
- Sugiyono. (2023). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.