



Jurnal Masharif al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah
ISSN: 2527 - 6344 (Printed), ISSN: 2580 - 5800 (Online)
Accredited No. 204/E/KPT/2022
DOI: <https://doi.org/10.30651/jms.v10i4.27286>
Volume 10, No. 4, 2025 (3056-3074)

MEMBANGUN KESADARAN INVESTASI SUKUK: TANTANGAN DIGITAL BAGI GENERASI Z

Anggita Della Lestari

Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung
anggita2@gmail.com

Elok Faiqoh

Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung
efaiqoh19@gmail.com

Dede Nurohman

Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung
dedenurohman@uinsatu.ac.id

Abstrak

Investasi sukuk sebagai instrumen keuangan syariah memiliki potensi besar dalam mendukung pembangunan ekonomi berkelanjutan dan inklusi keuangan di Indonesia. Namun, partisipasi Generasi Z dalam investasi sukuk masih terbatas akibat rendahnya literasi keuangan syariah, persepsi risiko, serta kurangnya pemahaman mendalam mengenai produk tersebut. Generasi Z yang merupakan digital-native menunjukkan preferensi terhadap pendekatan edukasi yang interaktif, visual, dan sesuai karakteristik digital mereka. Penelitian ini mengkaji tantangan dan peluang dalam membangun kesadaran investasi sukuk di kalangan Generasi Z melalui strategi digital inovatif, seperti kampanye media sosial, gamifikasi, kolaborasi dengan influencer syariah, dan integrasi materi keuangan syariah dalam pendidikan formal. Pendekatan holistik yang melibatkan pemerintah, lembaga keuangan, regulator, dan institusi pendidikan menjadi kunci dalam menciptakan ekosistem yang mendukung literasi dan partisipasi investasi sukuk secara berkelanjutan. Hasil kajian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan strategi edukasi yang efektif untuk meningkatkan inklusi keuangan syariah dan memperkuat ekonomi nasional melalui partisipasi aktif Generasi Z.

Kata kunci: Investasi Sukuk, Literasi Keuangan Syariah, Edukasi Digital, Generasi

1. Pendahuluan

Perkembangan teknologi digital yang pesat telah mengubah lanskap investasi global, termasuk di kalangan generasi muda seperti generasi Z. Generasi ini, yang lahir dan tumbuh di tengah era digital, dimana memiliki akses luas terhadap informasi dan berbagai instrumen keuangan menjadi semakin terbuka dan mudah dijangkau (Krol & Zdonek, 2022). Meskipun kemajuan teknologi

informasi telah mendorong untuk meningkatkan ketertarikan generasi ini terhadap dunia investasi, pada kenyataannya mereka masih menghadapi berbagai hambatan, seperti keterbatasan literasi digital serta kurangnya pemahaman mendalam mengenai produk keuangan syariah seperti sukuk (Novia, 2023).

Sukuk, sebagai salah satu instrumen investasi berbasis prinsip syariah, menawarkan potensi kontribusi terhadap pembangunan ekonomi berkelanjutan sekaligus memberikan alternatif investasi yang sesuai dengan nilai-nilai keuangan islam. Namun, rendahnya tingkat pemahaman mengenai struktur, risiko, dan manfaat sukuk seringkali membuat generasi Z enggan untuk terlibat secara aktif dalam investasi (Aditya, 2022). Hasil studi yang telah dilakukan oleh Novia menunjukkan bahwa faktor-faktor seperti literasi investasi, kapasitas finansial, dan persepsi risiko memiliki pengaruh signifikan terhadap minat generasi Z dalam mengambil keputusan investasi (Novia, Indriani & Hudaya). Hal ini menegaskan bahwa membangun kesadaran terhadap sukuk tidak hanya membutuhkan informasi, tetapi juga pendekatan yang terstruktur dan kontekstual.

Selain faktor pemahaman produk, transformasi digital juga membawa tantangan tersendiri yang mempengaruhi pola pikir dan perilaku investasi generasi Z. Alfarizi mengungkapkan bahwa kepercayaan terhadap teknologi dan pengaruh sosial memainkan peran penting dalam mendorong adopsi platform digital di kalangan generasi muda. Di sisi lain, kemudahan akses terhadap informasi yang tidak selalu akurat menuntut adanya kemampuan literasi digital yang lebih tinggi agar generasi ini dapat memilah informasi yang kredibel dan relevan (Pratikto & Kristanty, 2018). Dalam hal ini strategi peningkatan kesadaran investasi perlu memerhatikan cara generasi Z dalam berinteraksi dengan konten digital serta preferensi mereka terhadap media yang cepat, visual dan interaktif.

Dengan semakin beragamnya produk investasi yang tersedia secara digital, penting bagi generasi Z untuk dibekali dengan kemampuan dalam menavigasi kompleksitas dunia investasi, khususnya yang berbasis prinsip syariah. Dengan edukasi dan pelatihan yang difokuskan pada karakteristik sukuk, manfaatnya, serta cara-cara mengaksesnya melalui platform digital menjadi langkah krusial dalam membangun kesadaran dan kepercayaan generasi Z terhadap instrumen ini (Genoveva et al., 2022). Kajian terhadap perilaku, minat, serta ekspektasi mereka akan sangat membantu dalam merumuskan strategi literasi yang sesuai dengan kebutuhan dan gaya belajar mereka (Abdillah & Putro, 2022).

Dengan demikian, melalui analisis ini mengenai tantangan dan potensi yang dihadapi oleh generasi Z dalam memahami investasi Sukuk, naskah ini bertujuan untuk memberikan kontribusi dalam pengembangan pendekatan edukatif yang

lebih efektif, harapannya, hasil dari kajian ini dapat mendorong peningkatan kesadaran, partisipasi dan pemberdayaan generasi Z dalam ekosistem keuangan syariah, khususnya melalui pemanfaatan sukuk sebagai instrumen investasi yang inklusif dan berorientasi di masa depan..

2. Kajian Pustaka

2.1. Definisi dan Perkembangan Sukuk

Sukuk merupakan instrumen keuangan jangka panjang berbasis prinsip syariah yang diterbitkan oleh entitas penerbit, baik oleh pemerintah maupun badan usaha, sebagai representasi kepemilikan atas aset berwujud, proyek, atau kegiatan usaha tertentu. Tidak seperti obligasi konvensional yang bersifat utang dan memberikan imbal hasil dalam bentuk bunga, sukuk merepresentasikan kepemilikan bersama atas aset dasar dan memberikan keuntungan dalam bentuk bagi hasil, margin, atau imbalan jasa sesuai dengan prinsip syariah (Rohmah, Fauzi, & Firdaus, 2023). Pendekatan ini menjadikan sukuk sebagai instrumen yang bebas dari unsur riba, gharar, dan maisir, sehingga sesuai dengan nilai-nilai ekonomi Islam (Patrisia et al., 2023).

Secara historis, konsep sukuk telah dikenal sejak era perdagangan Islam pada abad pertengahan sebagai instrumen pembiayaan yang adil dan berkelanjutan². Dalam perkembangannya, sukuk mengalami transformasi modern dan kini menjadi salah satu instrumen utama dalam keuangan syariah global. Kawasan Timur Tengah dan Asia Tenggara menjadi pusat pertumbuhan sukuk, dengan Malaysia tampil sebagai pelopor dan pemimpin pasar sukuk internasional (Market, 2011). Sementara itu, di Indonesia, sukuk mulai diperkenalkan pada tahun 2002 dan menunjukkan tren pertumbuhan yang signifikan, baik dari sisi volume penerbitan maupun nilai transaksi (Ayub, 2007).

Pemerintah Indonesia secara aktif mengembangkan pasar sukuk melalui penerbitan Sukuk Negara sejak tahun 2008 sebagai bagian dari strategi pembiayaan pembangunan nasional. Inisiatif ini memperkuat peran sukuk sebagai instrumen utama dalam mendukung pembiayaan berbasis syariah dan memperluas akses masyarakat terhadap investasi halal. Dukungan dari sisi regulasi, pengembangan produk, serta integrasi sukuk dalam kebijakan fiskal turut mempercepat adopsi sukuk di tengah Masyarakat (OJK, 2022). Hal ini menjadikan sukuk sebagai salah satu pilar penting dalam pertumbuhan ekonomi syariah nasional.

Menurut definisi dari Accounting and Auditing Organization for Islamic Financial Institutions (AAOIFI), sukuk merupakan “sertifikat kepemilikan atas

aset, proyek, atau aktivitas usaha yang dikelola sesuai dengan prinsip-prinsip hukum Islam”(AAOIFI, 2015). Sukuk termasuk dalam kategori pembiayaan berbasis aset nyata (*asset-backed securities*) dan bukan bersifat utang. Dalam dua dekade terakhir, pasar sukuk global mengalami ekspansi yang pesat, seiring dengan meningkatnya permintaan investor terhadap instrumen keuangan yang berbasis pada nilai etika, keberlanjutan, dan tanggung jawab sosial.

Meskipun demikian, tantangan masih dihadapi dalam memperluas basis investor, khususnya di Indonesia. Salah satu isu yang mencuat adalah rendahnya partisipasi investor ritel dari kalangan generasi muda, terutama Generasi Z. Hal ini mencerminkan masih adanya kesenjangan literasi keuangan syariah dan rendahnya tingkat kesadaran terhadap sukuk sebagai alternatif investasi yang aman, halal, dan berdampak positif secara social (Safitri & Kornitasari, 2023). Oleh karena itu, perlu adanya pendekatan strategis yang sesuai dengan karakteristik digital dan preferensi informasi dari Generasi Z, agar edukasi investasi sukuk dapat tersampaikan secara efektif dan menarik bagi segmen usia tersebut.

2.2. Karakteristik Generasi Z

Generasi Z, yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012, dikenal sebagai generasi digital-native yang tumbuh bersama teknologi informasi dan komunikasi sejak usia dini. Karakteristik mereka ditandai dengan preferensi terhadap interaksi berbasis visual, penggunaan platform digital yang cepat dan intuitif, serta ketertarikan pada isu-isu sosial seperti keberlanjutan, transparansi, dan tanggung jawab etis (Turner, 2015). Dalam konteks keuangan dan investasi, Gen Z menunjukkan kecenderungan memilih instrumen yang sejalan dengan nilai-nilai pribadi dan spiritual, serta mengutamakan kemudahan akses digital.

Salah satu instrumen yang mulai diminati oleh kalangan muda ini adalah sukuk, khususnya sukuk negara yang dinilai aman, berbasis syariah, dan memiliki dampak sosial. Minat terhadap sukuk di kalangan Gen Z dipengaruhi oleh faktor religiusitas, kesadaran akan keuangan etis, dan eksposur melalui media social (Afifah & Hartono, 2021). Meski begitu, tingkat literasi keuangan mereka secara umum masih tergolong rendah, terutama dalam memahami karakteristik sukuk, mekanisme bagi hasil, dan risiko investasi.

Kesenjangan literasi ini menjadi hambatan utama dalam membangun kesadaran investasi sukuk secara luas di kalangan muda. Tantangan semakin kompleks karena saluran informasi yang diakses oleh Gen Z bersifat cepat,

ringkas, dan visual, sehingga pendekatan edukatif konvensional sering kali tidak efektif. Oleh sebab itu, strategi sosialisasi berbasis digital seperti kampanye melalui media sosial, konten interaktif, dan program edukasi berbasis komunitas seperti *Sukuk Goes to Campus* menjadi sangat relevan dalam menjangkau segmen ini. Pemanfaatan teknologi digital tidak hanya menjadi alat bantu, tetapi juga menjadi jembatan utama dalam menyampaikan literasi keuangan syariah kepada Generasi Z secara masif dan berkelanjutan.

Dengan demikian, membangun kesadaran investasi sukuk pada generasi muda tidak hanya bergantung pada daya tarik instrumen itu sendiri, tetapi juga pada efektivitas strategi komunikasi digital dan edukasi finansial yang inklusif, personal, dan berbasis nilai.

2.3. Literasi Keuangan Syariah dan Tantangan Edukasi Sukuk

Literasi keuangan syariah di kalangan Generasi Z masih menghadapi berbagai tantangan signifikan, meskipun potensi pengembangan industri keuangan syariah di Indonesia sangat besar. Studi menunjukkan bahwa tingkat literasi keuangan syariah Generasi Z, khususnya di beberapa daerah seperti Jakarta dan Padangsidempuan, masih tergolong rendah sehingga mempengaruhi minat dan pemahaman mereka terhadap produk keuangan syariah, termasuk sukuk dan perbankan syariah (Sugiarti, 2023). Hal ini berdampak pada rendahnya partisipasi mereka dalam menggunakan produk keuangan syariah secara optimal, meskipun akses dan inklusi keuangan syariah sudah mulai meningkat.

Tantangan utama dalam edukasi sukuk dan literasi keuangan syariah bagi Generasi Z adalah kebutuhan akan pendekatan edukasi yang relevan dengan karakteristik digital mereka. Generasi Z yang akrab dengan teknologi dan media sosial memerlukan metode pembelajaran yang interaktif dan mudah diakses secara digital agar dapat memahami konsep, manfaat, serta risiko produk keuangan syariah dengan lebih baik (Topan, 2024). Pemanfaatan teknologi digital dan inovasi produk keuangan syariah yang sesuai dengan gaya hidup mereka menjadi kunci dalam meningkatkan literasi dan minat investasi di kalangan generasi ini (Supriaya, et.al. 2024).

Selain itu, edukasi literasi keuangan syariah juga harus menekankan pentingnya pengelolaan risiko dan pemahaman prinsip-prinsip syariah agar Generasi Z tidak mudah terjebak dalam investasi yang menjanjikan keuntungan cepat tanpa memperhatikan risiko yang ada. Strategi nasional seperti yang dilakukan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) melalui program literasi keuangan syariah dan sosialisasi sukuk di kalangan pelajar dan mahasiswa

menjadi langkah penting untuk mengatasi kesenjangan pemahaman ini (Sugiarti,).

Secara keseluruhan, literasi keuangan syariah dan edukasi sukuk bagi Generasi Z memerlukan sinergi antara lembaga keuangan syariah, pemerintah, dan institusi pendidikan dengan dukungan teknologi digital yang inovatif dan edukatif. Pendekatan ini diharapkan dapat meningkatkan kesadaran, minat, dan partisipasi Generasi Z dalam investasi sukuk dan produk keuangan syariah lainnya, sekaligus membangun perilaku keuangan yang sehat dan berkelanjutan di masa depan (Topan, 2024).

2.4. Tantangan Digital dalam Meningkatkan Kesadaran Investasi Gen Z

Generasi Z di Indonesia merupakan kelompok demografis yang sangat terampil dalam penggunaan teknologi digital dan menunjukkan minat yang tinggi terhadap aktivitas keuangan berbasis platform digital. Namun, meskipun tingkat adopsi teknologi tergolong tinggi, terdapat berbagai hambatan yang menghalangi peningkatan kesadaran dan partisipasi mereka dalam investasi, khususnya pada produk keuangan syariah seperti sukuk. Salah satu tantangan utama adalah rendahnya tingkat literasi keuangan di kalangan Gen Z. Banyak dari mereka belum memahami konsep dasar investasi, seperti keterkaitan antara risiko dan imbal hasil, pentingnya diversifikasi portofolio, serta mekanisme pasar modal. Minimnya pemahaman ini menyebabkan keputusan investasi sering kali bersifat impulsif dan kurang berdasarkan informasi yang tepat, sehingga meningkatkan potensi kerugian finansial (OECD, 2020).

Di samping itu, gaya hidup konsumtif yang sering kali diperkuat oleh tren media sosial juga menjadi penghambat dalam praktik pengelolaan keuangan yang sehat. Sebagian besar Gen Z cenderung lebih memilih mengalokasikan dana untuk konsumsi instan dibandingkan investasi jangka panjang, karena terdorong oleh keinginan untuk mengikuti tren gaya hidup yang viral dan glamor (Kurniawan & Rahayu, 2022). Media sosial, meskipun menjadi saluran utama informasi, juga berkontribusi pada penyebaran konten investasi yang tidak selalu terverifikasi. Banyak informasi keuangan yang tersebar di platform seperti TikTok dan Instagram menampilkan narasi sukses instan tanpa memperjelas risiko dan realitas yang dihadapi investor. Hal ini berisiko menyesatkan dan mendorong perilaku investasi yang spekulatif (Wibowo & Pratiwi, 2023). Tantangan lainnya adalah kurangnya akses terhadap edukasi investasi yang berkualitas dan sesuai dengan karakteristik Gen Z. Banyak platform edukatif belum mampu menyediakan materi yang interaktif, ringkas, dan berbasis visual,

padahal gaya belajar Gen Z sangat dipengaruhi oleh pengalaman digital yang dinamis (Hasanah, Fauzi & Rahmatika, 2023).

Meskipun mereka adalah pengguna aktif teknologi, sebagian dari Gen Z masih menunjukkan skeptisisme terhadap keamanan platform digital, khususnya yang berkaitan dengan data pribadi dan kepercayaan terhadap transparansi lembaga keuangan online (Sari & Yusuf, 2021). Ditambah lagi, minimnya pengalaman praktis dalam aktivitas investasi menyebabkan banyak dari mereka belum sepenuhnya memahami manfaat jangka panjang dari pengelolaan keuangan yang strategis (Ramadhan & Fadilah, 2022). Dalam konteks keuangan syariah, khususnya sukuk, tantangan digital menjadi semakin kompleks. Banyak institusi keuangan syariah masih menggunakan pendekatan komunikasi konvensional yang kurang relevan bagi Gen Z, sehingga konten edukasi yang ditawarkan tidak mampu menarik minat mereka secara efektif. Selain itu, dominasi influencer keuangan yang tidak berfokus pada prinsip syariah juga membentuk persepsi Gen Z terhadap produk investasi yang kurang sesuai dengan nilai-nilai Islam (Hasanah, Fauzi & Rahmatika, 2023).

Keterbatasan platform fintech syariah yang tersedia di pasar juga memperparah kondisi ini. Minimnya aplikasi investasi berbasis syariah yang ramah pengguna dan informatif menjadikan akses terhadap produk seperti sukuk masih terbatas bagi generasi muda (KNEKS, 2023). Oleh karena itu, dibutuhkan pendekatan digital yang lebih kreatif, adaptif, dan terintegrasi untuk meningkatkan kesadaran serta partisipasi Gen Z dalam investasi sukuk.

2.5. Strategi Peningkatan Kesadaran Investasi Sukuk pada Gen Z

Untuk meningkatkan kesadaran dan partisipasi Generasi Z (Gen Z) dalam investasi sukuk, dibutuhkan pendekatan edukatif yang disesuaikan dengan karakteristik generasi digital-native ini. Gen Z menunjukkan preferensi terhadap media visual, interaktif, dan teknologi berbasis aplikasi, serta memiliki minat yang tinggi terhadap isu keberlanjutan, etika, dan nilai-nilai keislaman. Oleh karena itu, strategi peningkatan literasi investasi syariah harus menggabungkan pendekatan teknologi dan psikologis generasi muda:

2.5.1. Digitalisasi edukasi keuangan syariah melalui media yang menarik seperti gamifikasi, video interaktif, dan *microlearning* berbasis aplikasi mobile. Pendekatan ini terbukti efektif dalam menjangkau Gen Z yang memiliki perhatian terbatas dan terbiasa belajar secara visual serta cepat (Kurniawati & Rahma, 2021).

- 2.5.2.** Kolaborasi dengan *financial influencers* yang kredibel dan memahami prinsip syariah menjadi penting. Sosok-sosok yang berpengaruh di media sosial dapat menjembatani penyampaian informasi investasi yang kompleks ke dalam bahasa yang ringan dan mudah dipahami. Penggunaan platform seperti TikTok, Instagram, dan YouTube oleh influencer syariah memungkinkan penyebaran informasi yang lebih luas dan tepat sasaran (Syamsudin & Azizah, 2022).
- 2.5.3.** Pengembangan *fintech* syariah yang inklusif menjadi kunci penting. Aplikasi yang user-friendly dan menyediakan fitur seperti simulasi investasi, personalisasi profil risiko, dan panduan langkah demi langkah tentang investasi sukuk sangat dibutuhkan. Dengan demikian, Gen Z akan merasa lebih percaya diri dan aman dalam mengambil keputusan finansial yang sesuai prinsip syariah (Maulana & Salsabila, 2023).
- 2.5.4.** Integrasi materi keuangan syariah ke dalam kurikulum pendidikan formal juga harus diupayakan. Pengenalan konsep sukuk dan investasi etis sejak dini, misalnya di tingkat sekolah menengah atas atau perguruan tinggi, akan membentuk pola pikir jangka panjang mengenai pentingnya perencanaan keuangan dan kontribusi ekonomi Islam (Hidayat & Lestari, 2022).

Selain itu, inisiatif pemerintah seperti program "*Obrolan Investasi untuk Negeri*" atau "*Investment Literacy Goes to Campus*" telah menunjukkan efektivitas dalam meningkatkan minat Gen Z terhadap sukuk sebagai instrumen investasi syariah yang aman dan berorientasi social (Kementerian RI, 2021). Sosialisasi melalui media sosial yang dikemas secara interaktif dan menarik dapat meningkatkan daya tarik sukuk sebagai alternatif investasi berkelanjutan.

Terakhir, dibutuhkan sinergi antara pemerintah, lembaga keuangan syariah, regulator, dan institusi pendidikan dalam menciptakan ekosistem yang mendukung peningkatan literasi dan partisipasi investasi sukuk. Kolaborasi multisektor ini akan memperkuat posisi sukuk dalam pasar keuangan syariah nasional, serta meningkatkan kontribusi Gen Z dalam pembangunan ekonomi berbasis prinsip Islam.

3. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi literatur (*library research*) untuk mengeksplorasi penerapan inovasi produk keuangan syariah yang relevan bagi Generasi Z. Studi literatur memungkinkan peneliti untuk menelaah berbagai sumber tertulis seperti artikel ilmiah, buku,

laporan riset, dan dokumen terkait guna memperoleh pemahaman konseptual yang mendalam terhadap fenomena yang diteliti. Tujuan utama dari metode ini adalah untuk memberikan kontribusi dalam pengembangan pendekatan edukatif yang lebih efektif guna mendorong peningkatan kesadaran, partisipasi, dan pemberdayaan Generasi Z dalam ekosistem keuangan syariah, khususnya melalui pemanfaatan sukuk sebagai instrumen investasi yang inklusif dan berorientasi masa depan.

4. Hasil dan Pembahasan

4.1 Persepsi Generasi Z Terhadap Investasi Sukuk

Persepsi Generasi Z terhadap investasi sukuk menjadi semakin penting seiring dengan meningkatnya kesadaran finansial dan minat generasi muda terhadap instrumen investasi yang sejalan dengan nilai-nilai syariah. Sukuk, sebagai surat berharga syariah yang berbasis pada prinsip akad Islam seperti menawarkan alternatif investasi yang relatif aman, transparan, dan sesuai dengan etika Islam. Dalam konteks perkembangan digital dan kebutuhan generasi muda akan instrumen yang mudah diakses, produk seperti sukuk ritel dan sukuk tabungan dianggap ideal. Sukuk ritel merupakan instrumen investasi yang aman, mudah diakses, dan terjangkau, yang dapat membantu masyarakat termasuk Generasi Z untuk turut serta dalam pembangunan nasional (Aditya et. al.).

Generasi Z memiliki karakteristik unik dalam perilaku finansialnya, mereka cenderung pragmatis, melek teknologi, dan mempertimbangkan risiko serta imbal hasil secara analitis sebelum berinvestasi. Hal ini membuat mereka lebih terbuka terhadap jenis investasi yang menawarkan kejelasan manfaat dan nilai etis, seperti sukuk. Selain itu, mereka sangat responsif terhadap informasi yang diperoleh melalui media digital. Media sosial memainkan peran penting dalam meningkatkan minat Generasi Z terhadap sukuk. Platform seperti Instagram, YouTube, dan TikTok tidak hanya menjadi sarana hiburan, tetapi juga menjadi media edukatif yang efektif dalam menyampaikan informasi investasi secara ringan dan menarik (Ladamay, Supriyanto & Nugraheni, 2021). Namun demikian, literasi keuangan tetap menjadi aspek krusial dalam membentuk persepsi investasi bagi Generasi Z.

Nilai religiusitas menjadi salah satu faktor penting yang mempengaruhi keputusan investasi Generasi Z. Banyak dari mereka yang menjadikan prinsip-prinsip syariah sebagai landasan dalam memilih produk keuangan. Religiusitas memiliki pengaruh signifikan dan menjadi faktor yang paling

dominan dalam meningkatkan minat Generasi Z terhadap investasi sukuk ritel. Keterkaitan antara nilai-nilai keagamaan dan preferensi investasi ini menunjukkan bahwa sukuk bukan hanya dipandang sebagai instrumen keuangan, tetapi juga sebagai sarana untuk merealisasikan komitmen moral dan spiritual (Safitri & Komitasari, 2023).

Agar potensi Generasi Z dalam mendukung pengembangan pasar sukuk dapat dioptimalkan, lembaga keuangan perlu merancang strategi komunikasi dan edukasi yang sesuai dengan karakteristik mereka. Pemanfaatan media sosial untuk kampanye literasi keuangan berbasis syariah, penyederhanaan bahasa komunikasi, serta pengembangan fitur-fitur digital yang interaktif dalam produk sukuk dapat menjadi kunci untuk menarik lebih banyak investor muda. Selain itu, kolaborasi antara otoritas keuangan seperti Kementerian Keuangan dan influencer finansial yang memahami syariah dapat memperluas jangkauan informasi serta meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap sukuk sebagai instrumen investasi masa depan yang berkelanjutan dan beretika.

Dengan memperhatikan faktor-faktor seperti kemudahan akses, pengaruh media sosial, literasi keuangan, dan nilai religiusitas, pemahaman persepsi Generasi Z terhadap investasi sukuk dapat membantu dalam merumuskan kebijakan dan strategi pemasaran yang lebih efektif. Dalam jangka panjang, partisipasi aktif generasi ini dalam instrumen syariah seperti sukuk diharapkan tidak hanya meningkatkan inklusi keuangan, tetapi juga memperkuat ekosistem ekonomi syariah nasional.

4.2 Tantangan Digital dalam Meningkatkan Kesadaran Investasi Sukuk

Tantangan digital dalam meningkatkan kesadaran investasi sukuk di kalangan masyarakat Indonesia merupakan isu yang semakin penting di tengah meningkatnya adopsi teknologi dan digitalisasi dalam sektor keuangan. Perkembangan teknologi seharusnya membuka peluang luas untuk mensosialisasikan instrumen keuangan berbasis syariah seperti sukuk. Namun pada kenyataannya, terdapat sejumlah hambatan yang membuat pemanfaatan media digital belum optimal dalam meningkatkan pemahaman dan partisipasi masyarakat terhadap produk ini. Tantangan-tantangan tersebut tidak hanya terkait dengan aspek teknis digital, tetapi juga menyangkut aspek sosio-kultural, psikologis, dan regulatif.

Salah satu tantangan paling mendasar adalah rendahnya literasi digital masyarakat. Literasi digital tidak hanya mencakup kemampuan teknis dalam menggunakan perangkat digital, tetapi juga mencakup kapasitas kritis dalam

menyaring dan memahami informasi yang tersebar di media digital. Literasi digital berperan penting dalam membantu individu memahami dan mengelola informasi yang berkaitan dengan investasi. Tanpa kemampuan ini, masyarakat akan kesulitan memahami seluk-beluk investasi sukuk yang memiliki karakteristik syariah dan berbeda dengan instrumen konvensional. Oleh karena itu, peningkatan literasi digital harus menjadi bagian integral dari strategi pengembangan investasi syariah, yang dapat diwujudkan melalui program pelatihan yang terstruktur dan kampanye edukatif yang adaptif terhadap perkembangan teknologi (Tambunan & Hendarsih, 2022).

Tantangan berikutnya adalah melimpahnya informasi di era digital yang justru dapat menimbulkan kebingungan di kalangan masyarakat. Fenomena ini dikenal sebagai *"information overload"* di mana pengguna internet, termasuk calon investor, dihadapkan pada terlalu banyak informasi yang tidak semuanya akurat atau dapat dipercaya. Dalam konteks investasi sukuk, informasi yang salah atau menyesatkan dapat berdampak pada rendahnya minat atau bahkan munculnya persepsi negatif. Maka dari itu, penting untuk melakukan penyaringan dan penyajian informasi yang kredibel melalui saluran digital resmi dan terpercaya. Salah satu solusi yang ditawarkan adalah optimalisasi platform digital seperti webinar, video edukasi, dan media sosial untuk menyampaikan informasi tentang sukuk secara lebih komunikatif dan sistematis (Edi, Djajalaksana & Kasih, 2021).

Selain itu, hal yang tidak kalah penting adalah peran pemasaran digital yang masih belum dimanfaatkan secara maksimal oleh para pelaku industri dan lembaga pengelola sukuk. Di era digital, strategi pemasaran tidak hanya bersifat informatif, melainkan juga harus bersifat interaktif dan emosional. Pendekatan digital marketing yang tepat sasaran, khususnya yang ditujukan untuk generasi muda, mampu meningkatkan awareness dan minat terhadap produk-produk keuangan, termasuk sukuk. Dalam hal ini, penggunaan influencer keuangan syariah, konten visual yang menarik, serta penggunaan bahasa yang sesuai dengan generasi digital menjadi aspek penting dalam membentuk persepsi positif terhadap investasi sukuk (Helmi, Angela & Trisnawati, 2024).

Namun demikian, tantangan terbesar justru terletak pada persoalan kepercayaan. Di era digital, banyak masyarakat menjadi korban penipuan investasi, sehingga menumbuhkan rasa curiga dan resistensi terhadap berbagai produk investasi digital, termasuk sukuk. Ketidakpastian hukum dan minimnya edukasi tentang legalitas dan mekanisme investasi syariah

memperburuk kondisi ini. Oleh karena itu, dibutuhkan regulasi yang lebih tegas dan transparan dari pemerintah dan otoritas keuangan, serta kampanye informasi yang menekankan aspek keamanan dan legalitas investasi sukuk (Aditiya et al.). Langkah ini perlu disinergikan dengan pendekatan edukatif yang tidak hanya bersifat informatif, tetapi juga membangun kepercayaan publik melalui bukti nyata dan testimoni positif dari investor sebelumnya.

Secara keseluruhan, tantangan digital dalam meningkatkan kesadaran investasi sukuk di Indonesia mencakup tiga aspek utama: literasi digital, keakuratan dan kredibilitas informasi, serta kepercayaan masyarakat. Ketiganya saling terkait dan tidak dapat diatasi secara terpisah. Hanya dengan pendekatan holistik yang melibatkan pemerintah, industri keuangan, pendidik, serta komunitas digital, upaya promosi dan edukasi sukuk dapat berhasil menciptakan partisipasi masyarakat yang lebih luas dan berkelanjutan. Dengan demikian, sukuk tidak hanya menjadi pilihan investasi yang aman dan sesuai syariah, tetapi juga menjadi bagian penting dari pembangunan ekonomi nasional berbasis nilai-nilai Islam.

4.3 Peran Media Sosial dan Platform Digital dalam Investasi Sukuk

Peran media sosial dan platform digital dalam mendorong kesadaran investasi sukuk di tengah masyarakat modern sangatlah signifikan. Dalam era digital yang semakin mendominasi cara masyarakat mencari informasi dan membuat keputusan keuangan, media sosial menjadi alat yang strategis untuk menjembatani edukasi dan komunikasi antara pelaku industri keuangan dan calon investor. Aspek utama yang menjadi sorotan dalam konteks ini adalah efektivitas media sosial sebagai sarana edukasi dan kemampuannya dalam memfasilitasi interaksi langsung antara investor dengan penerbit sukuk.

Media sosial berperan penting sebagai kanal edukatif yang mampu menyampaikan informasi tentang investasi sukuk secara masif dan efisien. Penyebaran konten edukatif melalui media sosial secara nyata mampu meningkatkan pemahaman publik tentang sukuk ritel maupun sukuk tabungan. Konten yang menarik, sederhana, dan relevan dengan kebutuhan masyarakat terbukti dapat memperkuat literasi keuangan dan memberikan pemahaman dasar tentang konsep imbal hasil, risiko, dan manfaat sosial dari berinvestasi dalam sukuk. Walaupun belum banyak kajian yang secara eksplisit menghubungkan peningkatan literasi keuangan dengan

penggunaan media sosial dalam konteks sukuk, potensi edukatif dari media digital tetap menjadi peluang besar yang layak dikembangkan.

Selanjutnya, media sosial juga menyediakan ruang interaktif yang memungkinkan terjadinya dialog dua arah antara investor dan penerbit sukuk. Fitur interaksi langsung yang ditawarkan oleh platform seperti Instagram, Twitter, dan YouTube memungkinkan calon investor mengajukan pertanyaan dan mendapatkan informasi secara cepat dan transparan. Hal ini memperkuat akuntabilitas dan membangun kepercayaan, yang sangat penting dalam dunia investasi. Sistem informasi yang terintegrasi dengan media sosial dapat membantu memberikan klarifikasi terkait legalitas produk investasi. Pendekatan ini dapat mengurangi ketidakpastian dan memperkuat kredibilitas produk sukuk di mata Masyarakat (Ladamay, Supriyanto & Nugraheni, 2021).

Selain sebagai alat edukasi dan interaksi, media sosial juga menjadi panggung efektif bagi para influencer dalam mempromosikan investasi sukuk. Kehadiran tokoh publik yang aktif berbicara tentang keuangan syariah mampu memengaruhi persepsi dan minat generasi muda terhadap produk ini. Keterlibatan influencer dapat memperluas jangkauan informasi dan membentuk citra positif sukuk di kalangan pengguna digital, khususnya generasi Z. Promosi yang disampaikan dengan gaya yang santai namun informatif membuat sukuk lebih mudah didekati oleh audiens yang sebelumnya mungkin tidak akrab dengan konsep investasi syariah (Sestiani et al, 2022).

Namun demikian, potensi besar media sosial juga dibayangi oleh tantangan serius, terutama terkait dengan penyebaran informasi yang tidak akurat dan meningkatnya kasus penipuan investasi digital. Kecepatan penyebaran informasi di ruang digital, apabila tidak disertai dengan verifikasi dan penyaringan yang baik, dapat menyesatkan masyarakat dan merusak kepercayaan terhadap instrumen investasi yang sah, termasuk sukuk. Oleh sebab itu, meskipun belum banyak penelitian yang mendukung secara langsung pentingnya pedoman verifikasi informasi dalam konteks ini, urgensi untuk membangun sistem edukasi digital yang disertai dengan panduan evaluasi informasi sangat perlu dipertimbangkan.

Secara keseluruhan, media sosial dan platform digital memiliki kontribusi besar dalam membentuk kesadaran dan minat masyarakat terhadap investasi sukuk. Melalui pendekatan yang edukatif, komunikatif, dan didukung oleh figur publik yang kredibel, media sosial dapat menjadi

sarana yang efektif dalam menghubungkan masyarakat dengan produk keuangan syariah. Namun, efektivitas ini harus terus diimbangi dengan upaya menjaga integritas informasi dan meningkatkan kewaspadaan masyarakat terhadap risiko informasi palsu, agar keputusan investasi yang diambil benar-benar berdasar dan bijaksana.

4.4 Strategi Membangun Kesadaran dan Edukasi Investasi Sukuk

Membangun kesadaran dan edukasi mengenai investasi sukuk merupakan langkah krusial untuk meningkatkan partisipasi masyarakat dalam instrumen keuangan syariah ini. Dalam konteks ini, berbagai strategi dapat diterapkan untuk mengoptimalkan pemahaman masyarakat tentang sukuk, terutama di kalangan generasi muda dan investor potensial. Beberapa strategi tersebut antara lain:

4.4.1 Edukasi Melalui Media Sosial

Media sosial memiliki peran penting dalam menyebarkan informasi mengenai investasi sukuk. Penggunaan platform digital seperti Instagram, Facebook, dan YouTube untuk memberikan edukasi dapat menjangkau audiens yang lebih luas dan beragam. Mengoptimalkan sosialisasi kepada generasi milenial melalui media sosial memberikan kesempatan bagi mereka untuk lebih mengenal sukuk dan manfaat yang ditawarkannya. Konten yang dikemas dalam bentuk video, infografis, atau cerita menarik yang dekat dengan kehidupan sehari-hari masyarakat dapat menarik perhatian dan meningkatkan keterlibatan (Aditya et.al.).

4.4.2 Program Edukasi dan Seminar

Menyelenggarakan seminar dan workshop di kampus maupun komunitas lokal adalah strategi efektif lainnya untuk membangun kesadaran tentang sukuk. Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu (DPMPTSP) merupakan contoh instansi yang bisa mengadopsi pendekatan ini dengan menyelenggarakan program promosi investasi yang berskala besar. Dengan melibatkan ahli di bidang pasar modal syariah, pemangku kepentingan dapat memberikan penjelasan yang mendalam mengenai seluk-beluk investasi sukuk.

4.4.3 Kolaborasi dengan Institusi Pendidikan

Kerja sama dengan institusi pendidikan, baik di tingkat sekolah menengah maupun perguruan tinggi, memiliki peran penting dalam

meningkatkan literasi keuangan dan kesadaran berinvestasi di kalangan generasi muda. Upaya ini dapat dilakukan melalui integrasi materi investasi syariah, termasuk sukuk, ke dalam kurikulum pendidikan sebagai bagian dari pendidikan keuangan yang komprehensif. Dengan demikian, siswa dan mahasiswa tidak hanya memahami konsep dasar keuangan, tetapi juga mampu mengenali instrumen investasi yang sesuai dengan prinsip syariah.

4.4.4 Pengembangan Konten Berbasis Lingkungan

Promosi sukuk hijau (green sukuk) sebagai instrumen investasi yang tidak hanya memberikan keuntungan finansial tetapi juga berkontribusi terhadap keberlanjutan lingkungan sangat relevan. Dengan meningkatnya kesadaran akan isu-isu lingkungan, program edukasi yang mempromosikan sukuk hijau dapat menarik perhatian generasi muda yang peduli dengan keberlanjutan (Grahesti, Nafiah & Pramuningtyas, 2022).

4.4.5 Peran Influencer dan Testimoni

Menggunakan influencer yang berpengaruh di kalangan generasi muda juga merupakan strategi yang efektif. Testimoni dari individu yang telah sukses berinvestasi di sukuk dapat memotivasi dan meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap instrumen investasi ini. Media sosial berfungsi baik sebagai platform untuk menyebarkan informasi dan membangun relasi, dengan pendekatan ini investor baru dapat merasa lebih yakin untuk berinvestasi.

4.4.6 Penyediaan Fasilitas dan Insentif

Memberikan fasilitas perpajakan bagi investor sukuk serta menjamin imbal hasil yang kompetitif dapat menjadi daya tarik tersendiri. Beberapa strategi untuk menarik minat masyarakat meliputi menjaga imbal hasil yang kompetitif dan memberikan insentif pajak yang dapat mengoptimalkan penjualan sukuk ritel dan sukuk tabungan. Hal ini sekaligus menambah daya tarik terhadap investasi syariah.

Secara keseluruhan, kombinasi dari berbagai strategi ini dapat membantu membangun kesadaran dan meningkatkan edukasi publik mengenai investasi sukuk. Sangat penting untuk membuat materi yang mudah diakses dan dipahami, serta membangun ekosistem yang mendukung partisipasi masyarakat dalam investasi syariah.

4. Kesimpulan dan Saran

Investasi sukuk sebagai bagian dari instrumen keuangan syariah memiliki potensi besar untuk mendukung pembangunan ekonomi yang berkelanjutan dan inklusif. Namun, keterlibatan generasi Z masih tergolong rendah akibat minimnya literasi keuangan syariah, keterbatasan pemahaman tentang mekanisme sukuk, serta pengaruh persepsi risiko. Di sisi lain, generasi Z sebagai digital native menunjukkan minat yang tinggi terhadap media sosial dan teknologi, yang dapat dimanfaatkan sebagai sarana edukasi dan promosi investasi sukuk.

Studi ini menunjukkan bahwa strategi peningkatan kesadaran investasi harus mengacu pada karakteristik Gen Z, yaitu preferensi pada konten visual, interaktif, dan cepat diakses. Edukasi yang disampaikan melalui media sosial, kolaborasi dengan influencer syariah, serta penggunaan teknologi seperti gamifikasi dan aplikasi mobile menjadi pendekatan yang menjanjikan. Selain itu, integrasi literasi keuangan syariah dalam kurikulum pendidikan juga diperlukan untuk membangun pemahaman yang mendalam sejak dini.

Tantangan digital seperti rendahnya literasi digital, maraknya informasi tidak akurat, dan kurangnya kepercayaan terhadap platform digital menjadi hambatan utama. Oleh karena itu, dibutuhkan pendekatan edukasi yang tidak hanya bersifat informatif, tetapi juga membangun kepercayaan dan disampaikan dengan gaya yang sesuai dengan pola pikir generasi muda. Kebutuhan terhadap platform fintech syariah yang inklusif dan user-friendly juga menjadi kunci dalam menjangkau segmen ini.

Secara keseluruhan, membangun kesadaran investasi sukuk pada generasi Z memerlukan sinergi antara pemerintah, lembaga keuangan syariah, regulator, institusi pendidikan, dan pelaku industri digital. Kolaborasi lintas sektor dengan pendekatan yang kreatif dan relevan akan menjadi fondasi penting dalam menciptakan ekosistem investasi syariah yang berdaya saing, inklusif, dan berkelanjutan. Hal ini pada akhirnya akan mendorong partisipasi aktif generasi muda dalam mendukung pertumbuhan ekonomi nasional berbasis nilai-nilai Islam.

5. Daftar Pustaka

- AAOIFI. (2015). *Shari'ah standards* (Vol. 11). Accounting and Auditing Organization for Islamic Financial Institutions.
- Abdillah, F., & Putro, G. M. H. (2022). Digital ethics: The use of social media in Gen Z glasses. *Jurnal Komunikasi*, 14(1). <https://doi.org/10.24912/jk.v14i1.13525>
- Aditiya, R., Suwandi, M., Sari, N. R., & Fadhilatunisa, D. (2022). Potensi sukuk ritel dan sukuk tabungan untuk mempercepat pemulihan ekonomi pasca

- pandemi COVID-19. *Equilibrium Jurnal Penelitian Pendidikan dan Ekonomi*, 19(01). <https://doi.org/10.25134/equi.v19i01.4282>
- Afifah, N., & Hartono, J. (2021). Digital behavior of Generation Z in Indonesia and its implication for Islamic financial literacy. *Jurnal Sosial Humaniora*, 24(1), 45–58.
- Ayub, M. (2007). *Understanding Islamic finance* (Vol. 22). British Library Cataloguing in Publication Data. <https://doi.org/10.1155/1915/93252>
- Edi, D., Djajalaksana, Y. M., & Kasih, J. (2021). Pengayaan pengetahuan investasi digital melalui webinar investasi dalam era high tech. *Sendimas 2021 - Seminar Nasional Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(1), 80–86. <https://doi.org/10.21460/sendimasvi2021.v6i1.28>
- Genoveva, G., Sukarno, F. N. L., Fajrin, M. A., & Dong, Z. Y. (2022). Young investment 2021: Webinar dan training untuk Generation Z. *Jurnal Kreativitas Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM)*, 5(3). <https://doi.org/10.33024/jkpm.v5i3.5437>
- Grahesti, A., Nafii'ah, D. F., & Pramuningtyas, E. (2022). Green sukuk: Investasi hijau berbasis syariah dalam mewujudkan ketahanan terhadap perubahan iklim di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(3), 3374. <https://doi.org/10.29040/jiei.v8i3.6443>
- Hasanah, N., Fauzi, M., & Rahmatika, D. (2023). Digital strategy for enhancing Islamic financial literacy in Gen Z. *Jurnal Ekonomi dan Keuangan Syariah*, 11(1), 55–68.
- Helmi, S., Anggela, N., & Trisninawati, T. (2024). Penerapan pemasaran digital pada UMKM kemplang di Desa Pemulihan Ulu. *Jurnal Ilmiah Manajemen Ekonomi & Akuntansi (MEA)*, 8(1), 646–652. <https://doi.org/10.31955/mea.v8i1.3745>
- Hidayat, A., & Lestari, M. (2022). Pentingnya integrasi kurikulum keuangan syariah dalam pendidikan tinggi. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Islam*, 10(1), 22–31.
- KNEKS. (2023). *Laporan Keuangan Syariah Indonesia 2023*. Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah.
- Król, K., & Zdonek, D. (2022). Digital assets in the eyes of Generation Z: Perceptions, outlooks, concerns. *Journal of Risk and Financial Management*. <https://doi.org/10.3390/jrfm16010022>
- Kurniawan, R., & Rahayu, S. (2022). Gaya hidup konsumtif dan perilaku keuangan generasi Z. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 14(1), 21–34.
- Kurniawati, A., & Rahma, T. (2021). Gamifikasi dalam edukasi keuangan syariah untuk generasi milenial dan Gen Z. *Jurnal Inovasi Pendidikan Ekonomi*, 11(2), 134–145.
- Ladamay, A. Z. F., Supriyanto, T., & Nugraheni, S. (2021). Pengaruh media sosial, literasi keuangan, risiko, imbal hasil, dan religiusitas terhadap minat berinvestasi sukuk generasi Z di Jakarta. *Islamic Economics Journal*, 7(2), 161. <https://doi.org/10.21111/iej.v7i2.6552>
- Market, Capital. (2011). *Shariah-compliant securities* (pp. 163–170).

- Maulana, R., & Salsabila, I. (2023). Fintech syariah dan inklusivitas keuangan generasi Z. *Jurnal Ekonomi Digital Syariah*, 2(1), 43–59.
- Novia, S., Indriani, E., & Hudaya, R. (2023). Determinan minat investasi generasi Z. *Jurnal Riset Mahasiswa Akuntansi*. <https://doi.org/10.29303/risma.v3i1.383>
- Nur Rohmah, F., Fauzi, M., & Firdaus, M. A. L. (2023). Opportunities and challenges of sukuk development in the digital era: Millennial generation perspectives in Indonesia. *WARAQAT: Jurnal Ilmu-Ilmu Keislaman*, 8(2), 211–227. <https://doi.org/10.51590/waraqat.v8i2.580>
- OECD. (2020). *OECD/INFE 2020 International survey of adult financial literacy*. Organisation for Economic Co-operation and Development. <https://www.oecd.org/financial/education/oecd-infe-2020.htm>
- OJK. (2022). *Indonesian Sharia Financial Development Report*. <https://ojk.go.id/id/kanal/syariah/data-dan-statistik/laporan-perkembangan-keuangan-syariah-indonesia/Pages/Laporan-Perkembangan-Kuangan-Syariah-Indonesia-2022.aspx>
- Patrisia, D., Abror, A., Dastgir, S., & Rahayu, R. (2023). Generation Z's financial behaviour: The role of Islamic financial literacy. *ISRA International Journal of Islamic Finance*, 15(2), 20–37. <https://doi.org/10.55188/ijif.v15i2.540>
- Pratikto, R. G., & Kristanty, S. (2018). Literasi media digital generasi Z (Studi kasus pada remaja social networking addiction di Jakarta). *Communication*. <https://doi.org/10.36080/comm.v9i2.715>
- Ramadhan, I., & Fadilah, S. (2022). Financial inclusion and youth investment behavior in Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Pendidikan*, 19(2), 88–97.
- RI, Kementerian Keuangan. (2023). *Obrolan investasi untuk negeri: Meningkatkan literasi investasi ritel*. <https://www.djppr.kemenkeu.go.id>
- Safitri, F. Y., & Kornitasari, Y. (2023). Analisis minat investor sukuk generasi Z terhadap sukuk ritel. *Islamic Economics and Finance in Focus*, 2(3), 377–410. <https://doi.org/10.21776/ieff.2023.02.03.03>
- Sari, M. P., & Yusuf, A. (2021). Digital trust and privacy concern among Indonesian Gen Z. *Procedia Economics and Finance*, 37, 145–153.
- Sestiani, R. A., Septiana, A. C., Setiawan, X. P. P., & Muhid, A. (2022). Edukasi literasi digital untuk meningkatkan self-regulated learning pada mahasiswa. *Philanthropy: Journal of Psychology*, 6(2), 202. <https://doi.org/10.26623/philanthropy.v6i2.5299>
- Sugiarti, D. (2023). Literasi keuangan syariah generasi Z dan minatnya pada perbankan syariah (Studi kasus pada siswa SMK di Jakarta). *Jurnal Ekonomi Syariah*, 9(01), 766–772.
- Supriana, E. M., Herawati, E., Aprilisa, M., Aulia, L. F., Febriyansyah, D. I., & Universitas Sumbawa. (2024). Inovasi produk keuangan syariah untuk generasi Z (pp. 187–196).
- Syamsudin, M., & Azizah, N. (2022). The role of social media influencers in promoting Islamic financial literacy. *Journal of Islamic Marketing*

- Communication*, 6(1), 77–90.
- Tambunan, D., & Hendarsih, I. (2022). Waspada investasi ilegal di Indonesia. *Jurnal Perspektif*, 20(1), 108–114. <https://doi.org/10.31294/jp.v20i1.12518>
- Topan, A. (2024). Literasi Gen Z terhadap keuangan syariah. *Suara Kampus*. <https://suarakampus.com/literasi-gen-z-terhadap-keuangan-syariah/>
- Turner, A. (2015). Generation Z: Technology and social interest. *The Journal of Individual Psychology*, 71(2), 103–113.
- Wibowo, A., & Pratiwi, Y. (2023). Social media and financial misperception among digital natives. *Jurnal Komunikasi Digital*, 5(2), 112–124.