

ANALISIS PENGARUH PERILAKU GEN-Z TERHADAP POTENSI DAKWAH LARANGAN RIBA

¹Daffa Shabran Jamil, ²Hery Sasono

¹²Manajemen Bisnis Syariah, STEI Hamfara, Yogyakarta

¹daffagg16@gmail.com, ²herysasono@steihamfara.ac.id

Abstrak

Generasi Z adalah individu-individu yang lahir antara tahun 1997 sampai 2012 menjadi perhatian di berbagai penelitian, termasuk di ekonomi Islam. Makalah ini bertujuan untuk menganalisis perilaku Generasi Z dan bagaimana karakteristiknya mempengaruhi potensi penerimaan dan pelaksanaan dakwah mengenai larangan riba. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi literatur dan wawancara semi-terstruktur untuk mendapatkan gambaran yang lebih mendalam tentang pandangan Generasi Z terhadap riba dan praktik keuangan Islam. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Generasi Z memiliki potensi yang signifikan dalam mendukung dakwah larangan riba, terutama karena keterbukaan mereka terhadap informasi baru dan teknologi, serta kesadaran sosial yang tinggi. Namun, terdapat juga tantangan, termasuk kurangnya pemahaman yang mendalam tentang prinsip-prinsip keuangan Islam dan pengaruh budaya konsumtif modern. Artikel ini menyimpulkan bahwa pendekatan dakwah yang inovatif dan berbasis teknologi sangat diperlukan untuk mengoptimalkan potensi dakwah di kalangan Generasi Z.

Kata Kunci: Gen-Z, ekonomi Islam, dakwah larangan riba

Abstract

Generation Z are individuals born between 1997 and 2012 who have been the subject of attention in various studies, including in Islamic economics. This paper aims to analyze the behavior of Generation Z and how its characteristics affect the potential acceptance and implementation of da'wah regarding the prohibition of usury. This study uses a qualitative method with a literature study approach and semi-structured interviews to get a deeper picture of Generation Z's views on riba and Islamic financial practices. The results of the study show that Generation Z has significant potential in supporting the da'wah of the prohibition of usury, especially because of their openness to new information and technology, as well as high social awareness. However, there are also challenges, including a lack of a deep understanding of Islamic financial principles and the influence of modern consumptive culture. This article concludes that an innovative and technology-based da'wah approach is needed to optimize the potential of da'wah among Generation Z.

Keywords: Gen-Z, Islamic economy, da'wah the prohibition of usury

Pendahuluan

Generasi Z dikenal sebagai generasi yang lahir dan besar di era digital, di mana teknologi informasi dan komunikasi berkembang pesat. Karakter mereka berbeda dari generasi sebelumnya, misalnya dalam hal keterampilan teknologi, orientasi pada keberlanjutan, dan kesadaran sosial. Generasi Z sangat akrab dengan arus informasi yang cepat, media sosial, serta ruang digital yang membentuk cara berpikir, berinteraksi, dan memandang realitas sosial. Kondisi ini menjadikan perilaku mereka lebih adaptif terhadap perubahan, namun sekaligus menghadapi tantangan berupa banjir informasi, krisis identitas, dan tarik-menarik nilai dalam kehidupan modern (Antinyan et al., 2022; Barbu et al., 2018; Rantung et al., 2020). Oleh karena itu, memahami karakter dan dinamika Generasi Z menjadi penting sebagai pijakan awal dalam membahas peran pendidikan, nilai, dan arah pembentukan generasi di tengah perubahan zaman yang kian kompleks.

Dalam konteks dakwah Islam, memahami karakteristik Generasi Z menjadi penting untuk merancang strategi dakwah yang efektif, terutama dalam isu-isu yang kompleks seperti larangan riba (Anafarhanah, 2015; Ghani et al., 2020; Rheza et al., 2022; Rusdi & Utomo, 2024; Utomo, 2024). Riba, dalam pandangan Islam, merupakan praktik keuangan yang dilarang karena dianggap merugikan dan tidak adil. Dengan semakin berkembangnya sistem keuangan global yang seringkali melibatkan bunga dan praktik riba, penting bagi umat Islam, khususnya generasi muda, untuk memahami dan menghindari riba (Al-aaidroos et al., 2019; Aravik et al., 2021; Jamil & Maulana, 2025; Maulana & Syifaurrahman, 2025; Syihab & Utomo, 2022; Utomo et al., 2023, 2024).

Dengan berbagai keunggulan yang Generasi Z miliki tentu akan menjadi potensi masyarakat dalam mendakwahkan larangan riba. Melalui berbagai strategi pendekatan berbasis sosial media, akan memberikan daya tarik sendiri dalam strategi dakwah terhadap Generasi Z. Oleh karena itu, penelitian ini berfokus pada analisis karakter Generasi Z dan potensi dakwah mengenai larangan riba di kalangan mereka.

Metode

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi literatur dan wawancara semi-terstruktur. Pendekatan ini dipilih untuk mendapatkan pemahaman yang mendalam mengenai karakteristik Generasi Z serta pandangan mereka terhadap larangan riba. Studi literatur mengkaji berbagai sumber literatur yang relevan, termasuk buku, jurnal, artikel, dan laporan penelitian yang membahas karakteristik Generasi Z, dakwah Islam, dan larangan riba. Wawancara semi terstruktur kepada beberapa Generasi Z untuk memperoleh pandangan langsung mengenai pemahaman dan sikap mereka terhadap riba dan prinsip-prinsip keuangan Islam. Wawancara ini melibatkan pertanyaan terbuka yang dirancang untuk mengeksplorasi pemikiran dan sikap mereka secara mendalam. Analisis data yang diperoleh dari studi literatur dan wawancara menggunakan teknik analisis tematik atas konten untuk mengidentifikasi tema-tema kunci yang relevan dengan tujuan penelitian.

Hasil

Berdasarkan analisis literatur dan wawancara, berikut adalah beberapa karakteristik utama Generasi Z yang relevan dalam konteks dakwah larangan riba: (1). Keterampilan teknologi tinggi, karena generasi Z tumbuh dengan akses yang mudah terhadap teknologi informasi dan komunikasi. Mereka terbiasa menggunakan internet dan media sosial untuk mencari informasi dan berkomunikasi; (2). Kesadaran sosial dan lingkungan menunjukkan Gen-Z atas kepedulian yang tinggi terhadap isu-isu sosial dan lingkungan. Mereka lebih sadar akan pentingnya keberlanjutan dan keadilan sosial; (3). Preferensi untuk informasi cepat dan visual, generasi Z lebih suka menerima informasi melalui format yang cepat dan visual, seperti: video dan infografis dibandingkan dengan teks panjang. Adapun pemahaman dan sikap Gen-Z terhadap riba, berdasarkan wawancara menunjukkan adanya variasi yang secara umum sebagai berikut: (1). Terhadap pemahaman dasar tentang riba, sebagian besar responden mengetahui bahwa riba dilarang dalam Islam, tetapi hanya sedikit yang memahami alasan di balik larangan tersebut dan dampak negatifnya dalam sistem keuangan; (2). Keterbukaan terhadap pendidikan keuangan Islam, ternyata banyak responden menunjukkan minat untuk belajar lebih lanjut tentang prinsip-prinsip keuangan Islam, termasuk larangan riba, jika informasi tersebut disampaikan dengan cara yang menarik dan relevan bagi mereka.

(3). Meskipun mereka sadar akan larangan riba, banyak dari Generasi Z yang masih terpengaruh oleh budaya konsumtif yang mendorong mereka untuk menggunakan layanan keuangan yang berbasis riba, seperti pinjaman konsumen, pinjaman online, dan sebagainya.

Potensi Dakwah di Kalangan Generasi Z

Karakteristik Generasi Z menunjukkan adanya potensi besar untuk dakwah larangan riba. Keterampilan teknologi tinggi mereka dapat dimanfaatkan untuk menyebarkan informasi tentang larangan riba melalui media digital. Kesadaran sosial mereka juga dapat menjadi modal dalam memahami dan menerima prinsip-prinsip keuangan Islam yang adil dan berkelanjutan.

Namun, ada beberapa tantangan yang perlu diatasi, diantaranya kurangnya pemahaman yang mendalam. Penting untuk mengedukasi Generasi Z dengan pengetahuan yang lebih mendalam tentang riba dan dampaknya. Edukasi ini harus dilakukan dengan cara yang interaktif dan menarik, misalnya melalui video edukatif, webinar, dan aplikasi mobile. Dakwah harus mencakup upaya untuk mengurangi pengaruh budaya konsumtif dengan mengajarkan nilai-nilai sederhana dan pengelolaan keuangan yang sehat sesuai prinsip Islam. Mengingat preferensi Generasi Z terhadap format informasi yang cepat dan visual, dakwah perlu memanfaatkan platform media sosial, infografis, dan konten video untuk menyampaikan pesan.

Strategi Dakwah Efektif

Berdasarkan hasil penelitian, berikut beberapa strategi yang dapat diadopsi untuk dakwah larangan riba di kalangan Generasi Z, yaitu: menggunakan platform seperti Instagram, TikTok, dan YouTube untuk membuat konten edukatif yang menarik tentang riba dan keuangan Islam. Mengadakan webinar dan workshop online dengan topik keuangan Islam yang melibatkan ahli keuangan syariah dan influencer yang dihormati oleh Generasi Z. Mengembangkan aplikasi mobile yang menyediakan informasi dan alat bantu untuk memahami dan menghindari riba, serta mengelola keuangan pribadi sesuai prinsip syariah. Bekerjasama dengan sekolah dan universitas untuk memasukkan materi keuangan Islam dalam kurikulum pendidikan.

Penutup

Penelitian ini menunjukkan bahwa Generasi Z memiliki potensi besar dalam mendukung dakwah larangan riba. Keterampilan teknologi tinggi, kesadaran sosial, dan keterbukaan terhadap informasi baru menjadikan mereka audiens yang potensial untuk dakwah keuangan Islam. Namun, untuk mengoptimalkan potensi ini, diperlukan pendekatan dakwah yang inovatif dan berbasis teknologi. Edukasi yang mendalam dan strategi dakwah yang relevan dengan karakteristik Generasi Z akan menjadi kunci dalam menyebarkan kesadaran dan pemahaman tentang larangan riba di kalangan mereka. Dengan penelitian ini, diharapkan dapat memberikan kontribusi positif dalam pengembangan strategi dakwah yang lebih efektif dan relevan, serta meningkatkan kesadaran dan pemahaman Generasi Z tentang pentingnya menghindari riba dalam kehidupan sehari-hari.

Daftar Pustaka

- Al-aaidroos, M., Jailani, N., & Mukhtar, M. (2019). Expert validation on a reference model for e-auctions that conform to Islamic trading principles. *Journal of King Saud University - Computer and Information Sciences*, 31(1), 62–71. <https://doi.org/10.1016/j.jksuci.2017.10.008>
- Anafarhanah, S. (2015). Peran Ekonomi Islam dalam Dakwah Nabi. *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah*, 14(28), 15. <http://download.portalgaruda.org/article.php?article=519207&val=10626&title=Peran%20Ekonomi%20Islam%20dalam%20Dakwah%20Nabi%20Muhammad%20SAW>
- Antinyan, A., Baghdasaryan, V., & Grigoryan, A. (2022). Journal of Behavioral and Experimental Economics Charitable giving , social capital , and positional concerns. *Journal of Behavioral and Experimental Economics*, February 2021, 101929. <https://doi.org/10.1016/j.soec.2022.101929>
- Aravik, H., Hamzani, A. I., & Khasanah, N. (2021). DARI KONSEP EKONOMI ISLAM SAMPAI URGensi PELARANGAN RIBA; SEBUAH TAWARAN EKONOMI ISLAM TIMUR KURAN. *ISLAMIC BANKING: Jurnal Pemikiran Dan Pengembangan Perbankan Syariah*, 6(2), 215–232.
- Barbu, C. M., Florea, D. L., Ogară, R. F., & Răzvan Barbu, M. C. (2018). From ownership to access: How the sharing economy is changing the consumer behavior. *Amfiteatru*

Economic, 20(48), 373–387. <https://doi.org/10.24818/EA/2018/48/373>

Ghani, S. ruzana ab, Omar, R., Mat Enh, A., & Kamarudin, R. (2020). Peranan Koperasi dalam Dakwah Ekonomi Gerakan Islam di Malaysia Sehingga Tahun 2019. *Abqari Journal*, 23(1), 84–110. <https://doi.org/10.33102/abqari.vol23no1.186>

Jamil, S., & Maulana, Y. (2025). PEMBIAYAAN TANPA RIBA SEBAGAI SOLUSI KRISIS EKONOMI RUMAH TANGGA MUSLIM. *JAHE: Jurnal Ayat Dan Hadits Ekonomi*, 3(4), 1–6.

Maulana, Y., & Syifaurrrahman, F. (2025). SOLUSINYA DALAM EKONOMI ISLAM Abstrak. *JEBESH: Journal of Economics Business Ethics and Science of History*, 3(7), 80–89. <http://www.jurnalhamfara.ac.id/index.php/jb/article/view/871/466>

Rantung, H. M., Tumbuan, W. J. F. A., & Gunawan..., E. M. (2020). the Determinants Influencing Behavioral Intention To Use E-Wallet During Covid-19 Pandemic in Manado Faktor Yang Mempengaruhi Niat Perilaku Untuk Menggunakan E-Wallet Selama Masa Pandemi Covid-19 Di Manado. *352 Jurnal EMBA*, 8(4), 352–360.

Rheza, K., Adinegoro, R., Kepemimpinan, M., Pascasarjana, S., & Gadjah, U. (2022). *Relasi media sosial dan pasar dalam perubahan nilai publik mengenai pengaruh dakwah di media sosial terhadap pandangan gaya hidup halal*. 2(1), 1–7.

Rusdi, R., & Utomo, Y. T. (2024). Peluang dan Tantangan Pariwisata Halal di Indonesia Perspektif Dakwah Ekonomi. *JEBESH: Journal of Economics Business Ethics and Science of History*, 2((4) Juli-Desember), 1–13.

Syihab, M. B., & Utomo, Y. T. (2022). Praktek Ekonomi Islam Umar Bin Khatab Sebagai Kepala Negara. *Humantech Jurnal Ilmiah Multi Disiplin Indoneisa*, 2(2), 549–558.

Utomo, Y. T. (2024). *DAKWAH EKONOMI ISLAM* (Hartini (ed.)). Media Sain Indonesia.

Utomo, Y. T., Hanafi, S. M., & Juliana, J. (2023). Financial System Stabilization in Islamic Economics Perspective. *Islamic Researc: The International Journal of Islamic Civilization Studies*, 6(1), 63–68. <https://doi.org/10.47076/jkpis.v6i1.176>

Utomo, Y. T., Karim, M. A., & Hanafi, S. M. (2024). Maintaining Yogyakarta ' s Market Traditions to Develop Islamic Trade in Indonesia. *Islamic Researc: The International Journal of Islamic Civilization Studies*, 7(2), 249–253. <https://doi.org/10.47076/jkpis.v7i2.317>

Anderson, M., & Jiang, J. (2018). Teens, Social Media & Technology 2018. Pew Research Center.

Barna Group. (2018). Gen Z: The Culture, Beliefs, and Motivations Shaping the Next

Generation.

- Dar, H. A., & Presley, J. R. (2000). Lack of Profit Loss Sharing in Islamic Banking: Management and Control Imbalances. *International Journal of Islamic Financial Services*, 2(2), 3-18.
- Eid, W. K., & El-Gohary, H. (2015). Emerging Research on Islamic Marketing and Tourism. IGI Global.
- Miskam, S., & Ebrahim, S. H. (2015). The Awareness and Attitude Towards Islamic Banking: A Study in Malaysia. *Journal of Islamic Studies and Culture*, 3(2), 37-50.
- Smith, A., & Anderson, M. (2016). Online Shopping and E-Commerce. Pew Research Center.
- Suhartono, E., & Wicaksono, T. (2016). Penerapan Prinsip-Prinsip Syariah dalam Sistem Keuangan Islam. *Jurnal Ekonomi dan Keuangan Syariah*, 4(1), 25-36.
- Yusuf, M. (2014). *Riba and Islamic Banking*. Routledge.