
**PERSEPSI REDENOMINASI DAN LITERASI KEUANGAN SYARIAH: IMPLIKASINYA
TERHADAP POLA KONSUMSI GENERASI Z**

¹Rokhman Abdillah, ²Alimatul Farida, ³Muhammad Nizar
^{1,2,3}Program Studi Ekonomi Syariah Universitas Yudharta Pasuruan
Email: ¹rokhmanabdillah1@gmail.com, ²rokhmanabdillah1@gmail.com,
³muhammadnizar@yudharta.ac.id

ARTICLE INFO

Kata Kunci:

*Transaksi Non-Tunai;
Kekebalan Kognitif;
Keuangan Syariah;
Ilusi Uang.*

Cara Sitasi:

Penulis, Rokhman
Abdillah, Alimatul
Farida, Muhammad
Nizar. "Persepsi
Redenominasi Dan
Literasi Keuangan
Syariah:
Implikasinya
Terhadap Pola
Konsumsi Generasi
Z." *Currency:*
*Jurnal Keuangan dan
Perbankan Syariah*
[Volume 05, Nomor
01](#) Juni 2026

ABSTRACT

Digitalisasi sistem pembayaran secara fundamental mengubah perilaku ekonomi Generasi Z. Wacana redenominasi mata uang menimbulkan kekhawatiran tentang bias ilusi uang, di mana nominal yang disederhanakan dapat memicu konsumsi impulsif. Studi ini bertujuan untuk menganalisis implikasi persepsi ilusi uang dan literasi keuangan digital syariah terhadap pola konsumsi Generasi Z di Kabupaten Pasuruan. Penelitian kuantitatif ini menggunakan sampel purposif sebanyak 104 responden. Analisis data menggunakan regresi linier berganda. Hasil parsial menunjukkan bahwa ilusi uang tidak berpengaruh signifikan terhadap pola konsumsi. Hal ini menunjukkan bahwa kebiasaan transaksi tanpa uang tunai yang menampilkan nominal ringkas pada aplikasi membangun kekebalan kognitif. Sebaliknya, literasi keuangan digital syariah memiliki pengaruh positif dan signifikan, bertindak sebagai mekanisme pengendalian diri yang efektif untuk mencegah perilaku boros. Secara bersamaan, kedua variabel tersebut memengaruhi pola konsumsi dengan koefisien determinasi sebesar 15,5 persen. Studi ini menyiratkan bahwa pendidikan literasi keuangan merupakan prasyarat penting sebelum menerapkan kebijakan redenominasi untuk menjaga rasionalitas daya beli di era digital.

The digitalization of payment systems fundamentally altered the economic behavior of Generation Z. The discourse on currency redenomination raised concerns about a money illusion bias, where simplified nominals could trigger impulsive consumption. This study aimed to analyze the implications of money illusion perception and Islamic digital financial literacy on the consumption patterns of Generation Z in Pasuruan Regency. This quantitative research utilized a purposive sample of 104 respondents. Data analysis employed multiple linear regression. The partial results indicated that money illusion had no significant effect on consumption patterns. This suggested that cashless transaction habits displaying concise nominals on applications built cognitive immunity. Conversely, Islamic digital financial literacy had a positive and significant effect, acting as an effective self-control mechanism to

prevent wasteful behavior. Simultaneously, both variables affected consumption patterns with a determination coefficient of 15.5 percent. The study implied that financial literacy education was a crucial prerequisite before implementing redenomination policies to maintain purchasing power rationality in the digital era.

Pendahuluan

Pesatnya perkembangan ekosistem keuangan digital telah mengubah secara mendasar lanskap transaksi ekonomi di Indonesia, khususnya di kalangan Generasi Z (Gen Z). Sebagai penduduk asli digital, Gen Z adalah pendorong utama adopsi dompet digital dan mobile banking (Luthfi & Buchory, 2026). Kemudahan akses, kecepatan transaksi, dan masifnya promosi di platform *e-commerce* mendorong generasi ini memasuki budaya *cashless society*. Namun, di balik efisiensi tersebut, kenyamanan bertransaksi tanpa uang fisik berpotensi memicu bias kognitif dalam pengambilan keputusan ekonomi. Ketika kesulitan membeli berkurang karena tidak adanya uang tunai, konsumen lebih cenderung membuat pilihan keuangan yang tidak rasional (Artha & Santoso, 2026). Salah satu bias kognitif yang paling menonjol dalam konteks ini adalah fenomena ilusi uang (Khalil et al., 2025).

Ilusi Uang adalah kecenderungan individu untuk mempersepsikan kekayaan dan harga barang berdasarkan nilai nominal atau daya beli sebenarnya (Wojtyla, 2026). Dalam konteks makroekonomi Indonesia, penolakan terhadap kebijakan redenominasi Rupiah yakni penyederhanaan nilai nominal mata uang dengan menghilangkan beberapa angka nol (misalnya mengkonversi Rp10.000 ke Rp10) telah menjadi isu strategis yang sangat relevan dengan fenomena perilaku ini. Di satu sisi, redenominasi bertujuan untuk meningkatkan efisiensi akuntansi dan menyelaraskan pamor Rupiah dengan mata uang global (Mahdzan et al., 2023). Di sisi lain, penyederhanaan nominal ini berisiko besar menimbulkan ilusi psikologis bagi konsumen. Karena jumlahnya tampak lebih kecil, harga secara psikologis mungkin tampak "lebih murah". Tanpa rasionalitas ekonomi yang memadai, ilusi ini dapat mendorong generasi Z ke pola konsumsi yang impulsif dan berlebihan (Heriyati et al., 2024).

Untuk mengatasi risiko bias perilaku tersebut, literasi keuangan berperan sebagai mekanisme pengendalian yang penting. Di Kabupaten Pasuruan, sebuah wilayah yang memiliki akar agama-budaya yang kuat dan tradisi pendidikan Islam, literasi keuangan tidak hanya sekedar kemampuan teknis; itu sangat terintegrasi dengan nilai-nilai Syariah (Islam). Literasi keuangan digital syariah berperan penting sebagai instrumen mitigasi. Pemahaman terhadap prinsip kehati-hatian, penghindaran *israf* (pemborosan) dan *tabdzir* (pemborosan), serta orientasi terhadap kemanfaatan halal, menjadi batasan internal (pengendalian diri) bagi Gen Z (Pranoto et al., 2026). Literasi keuangan berbasis spiritual ini memandu mereka dalam merespons perubahan harga nominal dan godaan diskon platform digital yang terus-menerus, memastikan konsumsi mereka tetap dalam batas qawaman (moderasi) (Alfajri A, 2024).

Tinjauan singkat terhadap literatur sebelumnya menunjukkan bahwa meskipun konsep ilusi uang sudah dikenal luas, penerapannya di masa kini berbeda-beda. Beberapa penelitian sebelumnya sebagian besar menyelidiki dampak ilusi uang terhadap indikator makroekonomi seperti inflasi, kekakuan upah, dan pasar properti (Martin Sanchez, 2026). Penelitian lain telah mengeksplorasi perilaku keuangan Gen Z secara umum di era *e-commerce*, menyoroti kerentanan mereka terhadap pembelian impulsif akibat pemasaran digital (Bayakhmetova et al., 2026).

Terlepas dari kontribusi tersebut, kesenjangan penelitian yang signifikan masih belum terjawab secara eksplisit. Penelitian empiris yang menghubungkan bias kognitif ilusi uang dengan wacana redenominasi di tingkat mikro khususnya mengenai pola konsumsi Generasi Z, yang ironisnya sudah terbiasa melihat nominal mata uang yang disederhanakan (misalnya "10k" bukannya Rp10.000) dalam aplikasi digital mereka hampir tidak ada. Selain itu, keterkaitan antara bias kognitif makroekonomi spesifik ini dan peran mitigasi literasi keuangan digital syariah belum dieksplorasi secara memadai dalam literatur ekonomi perilaku kontemporer.

Kebaruan penelitian ini terletak pada pendekatan interseksionalnya yang unik. Hal ini menjembatani perilaku makroekonomi (ilusi uang dan kebijakan redenominasi) dengan keuangan Islam (literasi keuangan digital syariah) dalam konteks demografis spesifik masyarakat digital di wilayah yang secara budaya religius. Dengan demikian, penelitian ini memberikan perspektif segar tentang bagaimana kebiasaan digital modern dan literasi keuangan keagamaan berinteraksi untuk membentuk rasionalitas ekonomi.

Oleh karena itu, tujuan penelitian ini adalah menganalisis implikasi interaksi persepsi ilusi uang dan tingkat literasi keuangan digital syariah terhadap pola konsumsi Generasi Z di Kabupaten Pasuruan. Temuan penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan strategis bagi pengambil kebijakan dan bank sentral mengenai kesiapan psikologis dan strategi sosialisasi yang tepat sasaran untuk kebijakan redenominasi di kalangan digital native demografi.

Kajian Pustaka dan Pengembangan Hipotesis

1. Ilusi Uang dan Pola Konsumsi Generasi Z

Konsep ilusi uang, yang pada dasarnya berakar pada ekonomi perilaku, menggambarkan bias kognitif di mana individu secara sistematis salah menilai nilai riil transaksi ekonomi dengan terlalu berfokus pada angka nominal (Marchionatti, 2025). Dalam literatur makroekonomi kontemporer, bias ini sering dibahas dalam konteks redenominasi mata uang. Redenominasi proses menghilangkan angka nol pada mata uang nasional dimaksudkan untuk menyederhanakan transaksi. Namun, literatur menunjukkan bahwa penyederhanaan nominal ini dapat mendistorsi persepsi konsumen, membuat barang tampak lebih murah secara psikologis dan berpotensi merangsang lonjakan pengeluaran yang tidak rasional (Bahmani & Nematollahy, 2026).

Bagi Generasi Z, kerentanan kognitif ini ditantang secara unik oleh lingkungan digital mereka. Sebagai digital native, Gen Z secara aktif berpartisipasi dalam masyarakat non-tunai di mana dompet digital, platform *e-commerce*, atau media sosial pada umumnya menampilkan nominal yang disederhanakan (misalnya, menjadikan Rp50.000 sebagai "50k"). publikasi ilmiah baru-baru ini menunjukkan bahwa sifat pembayaran digital yang lancar mengurangi "kesulitan membayar", sehingga meningkatkan kemungkinan perilaku pembelian impulsif (Sharma & Arora, 2026). Oleh karena itu, mengkaji interaksi antara penyederhanaan nominal buatan (wacana redenominasi) dan kebiasaan pembelian digital Gen Z memberikan kesenjangan kritis dalam literatur keuangan perilaku. Berdasarkan premis teori tersebut, penyederhanaan nominal diduga mempunyai interaksi dengan perilaku belanja mereka.

H1: Ilusi Uang berpengaruh signifikan terhadap Pola Konsumsi Generasi Z.

2. Literasi Keuangan Digital Syariah dan Pola Konsumsi

Untuk memitigasi risiko bias kognitif dan konsumsi impulsif, literasi keuangan berfungsi sebagai mekanisme pertahanan utama. Dalam paradigma ekonomi Islam, literasi

keuangan melampaui definisi konvensional. Literasi keuangan digital syariah tidak hanya mencakup keterampilan teknis untuk menavigasi keuangan digital tetapi juga pemahaman mendalam tentang prinsip-prinsip Syariah dalam muamalah (transaksi) modern (Nofriansyah et al., 2025). Hal ini mencakup penghindaran ketat terhadap *riba* (*riba*, sering ditemukan dalam skema pembayaran digital) dan *gharar* (ketidakpastian/penipuan dalam *e-commerce*).

Dari sudut pandang teoritis, perilaku konsumen Islam berpijak pada konsep qawaman (moderasi) dan larangan tegas terhadap israf (pemborosan) dan tabdzir (pemborosan harta) (Noviyanti, 2024). Studi-studi utama di bidang keuangan Islam menunjukkan bahwa konsumen dengan literasi keuangan syariah yang tinggi menunjukkan pengendalian diri yang unggul; mereka mengutamakan kebutuhan mendasar (*daruriyyat*) dibandingkan keinginan impulsif (*tahsiniyyat*) (Qomariyah & Ulya, 2026). Dalam konteks Kabupaten Pasuruan wilayah yang bercirikan nilai sosial budaya Islam yang kental literasi keagamaan ini berperan sebagai kompas moral internal. Hal ini memberikan “rem” spiritual terhadap godaan pemasaran besar-besaran dan potensi ilusi yang dihadirkan, yang menurut teori akan secara signifikan mendorong pola konsumsi yang rasional dan terkendali.

H2: Literasi Keuangan Digital Syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pola Konsumsi Generasi Z.

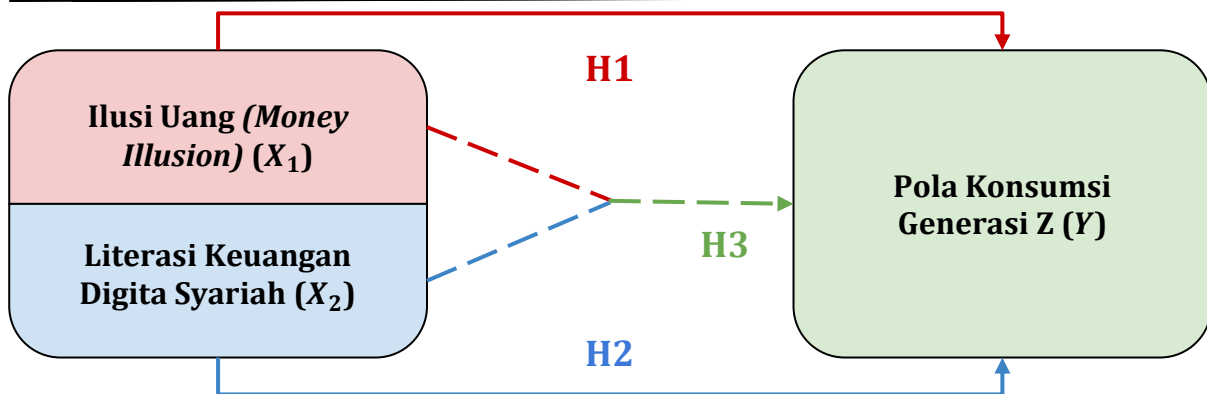
3. Efek Simultan dan Kerangka Konseptual

Pengambilan keputusan ekonomi di era digital jarang sekali merupakan proses yang terisolasi. Generasi Z terus-menerus beroperasi di persimpangan dua kekuatan yang berlawanan: bias kognitif eksternal yang dihasilkan oleh penyederhanaan nominal digital (ilusi uang) dan regulasi moral internal yang didorong oleh pemahaman agama (literasi keuangan Islam). Sementara ekonomi perilaku menyoroti kerentanan konsumen terhadap ilusi nominal, teori ekonomi Islam menekankan ketahanan yang dibangun melalui literasi keuangan spiritual (Khan, 2025).

Interaksi simultan dari variabel-variabel ini menentukan rasionalitas ekonomi akhir konsumen. Jika pengendalian internal (literasi) lebih kuat dibandingkan stimulus eksternal (ilusi), maka pola konsumsi yang dihasilkan tetap rasional dan sesuai syariah. Menguji variabel-variabel ini secara kolektif menawarkan kerangka teoritis yang komprehensif untuk mengevaluasi ketahanan ekonomi Generasi Z terhadap latar belakang kebijakan redenominasi di masa depan.

H3: Ilusi Uang dan Literasi Keuangan Digital Syariah secara simultan berpengaruh terhadap Pola Konsumsi Generasi Z.

Untuk memvisualisasikan hubungan antara variabel dan hipotesis yang dirumuskan dalam tinjauan literatur ini, kerangka konseptual penelitian ini disusun secara sistematis pada Gambar 1.



Gambar 1. Kerangka konseptual

Metode Penelitian

1. Desain Penelitian, Populasi, dan Sampel

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain penelitian deskriptif korelasional, bertujuan untuk mengetahui arah dan besarnya pengaruh antara variabel independen dan dependen. Populasi penelitian ini terdiri dari Generasi Z yang berada di Kabupaten Pasuruan, Jawa Timur, Indonesia. Berdasarkan data terkini Badan Pusat Statistik (BPS) Kabupaten Pasuruan, jumlah penduduk Generasi Z tercatat sebanyak 375.729 jiwa (Pasuruan, 2026). Mengingat ukuran populasi ini dikategorikan sangat besar (*infinite population* dalam istilah statistik praktis), diperlukan teknik pengambilan sampel yang dapat mewakili populasi secara memadai.

Penentuan ukuran sampel minimum dihitung menggunakan rumus Slovin dengan *margin of error* (e) sebesar 10% (0,10). Rumusan matematisnya disajikan dalam persamaan berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Dimana n adalah ukuran sampel, N adalah ukuran populasi (375.729) dan e adalah *margin of error* (10%). Dengan mensubstitusi nilai-nilai tersebut ke dalam persamaan, perhitungannya adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{375,729}{1 + 375,729(0.1)^2} = \frac{375,729}{1 + 3,757.29} = \frac{375,729}{3,758.29} \approx 99.97$$

Berdasarkan perhitungan tersebut, jumlah sampel minimum yang dibutuhkan adalah 99,97. Untuk pemrosesan data praktis dan untuk memastikan kekuatan statistik, peneliti membulatkan target minimum menjadi 100 responden. Dalam pengumpulan data lapangan sebenarnya, peneliti berhasil mengumpulkan 104 responden valid yang memenuhi kriteria *purposive sampling*. Akibatnya, seluruh 104 kumpulan data dimasukkan dalam analisis untuk meningkatkan representasi dan akurasi model statistik.

2. Pengumpulan Data dan Definisi Operasional Variabel

Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner online dengan menggunakan skala Likert 5 poin, mulai dari 1 (Sangat Tidak Setuju) hingga 5 (Sangat Setuju). Instrumen ini mengukur tiga variabel utama yaitu Ilusi Uang (*Money Illusion*) (X_1), Literasi Keuangan Digital Syariah (X_2), dan Pola Konsumsi (Y). Definisi operasional variabel-variabel ini dirangkum secara eksplisit dalam Tabel 1 di bawah ini.

Tabel 1. Operasionalisasi variabel

Variabel	Ringkasan	Skala Pengukuran
<i>Ilusi Uang (Money Illusion) (X₁)</i>	Persepsi nilai riil vs. nominal, respons kognitif terhadap penyederhanaan nominal, dan ilusi harga.	Likert (1-5)
<i>Literasi Keuangan Digital Syariah (X₂)</i>	Pemahaman prinsip syariah dalam transaksi modern, penghindaran <i>riba</i> dan <i>gharar</i> (ketidakpastian) pada platform digital.	
<i>Pola Konsumsi (Y)</i>	Penetapan prioritas kebutuhan primer, pelaksanaan pengendalian anggaran, dan penghindaran tegas terhadap perilaku <i>israf</i> dan <i>tabdzir</i> (pemborosan dan pemborosan harta).	

3. Pengujian Instrumen dan Asumsi Klasik

Sebelum melanjutkan ke uji hipotesis, instrumen penelitian menjalani uji kelayakan yang ketat. Validitas konstruksi diuji menggunakan *Pearson Correlation*, dan reliabilitas konsistensi internal dinilai menggunakan *Cronbach's Alpha*. Beberapa item kuesioner yang terindikasi menurunkan konsistensi internal dihilangkan untuk memastikan instrumen memenuhi ambang batas reliabilitas yang dapat diterima (reliabilitas moderat) yang sesuai untuk studi ekonomi perilaku seperti pada penelitian ini (Miller et al., 2023).

Selain itu, asumsi dasar statistik dipenuhi untuk memastikan model regresi memenuhi kriteria *Best Linear Unbiased Estimator (BLUE)*. Pengujian asumsi klasik meliputi:

1. Uji Normalitas: uji non-parametrik *Kolmogorov-Smirnov* digunakan untuk memastikan bahwa nilai residu terdistribusi normal.
2. Uji Multikolinearitas: Dievaluasi menggunakan nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor (VIF)* untuk memastikan tidak adanya korelasi yang kuat antar variabel independen (X_1 dan X_2).
3. Uji Heteroskedastisitas: Uji Glejser diterapkan untuk memverifikasi bahwa varians dari residu tetap konstan di seluruh observasi dalam model regresi.

4. Teknik Analisis Data dan Model Penelitian

Seluruh data kuantitatif diolah dan dianalisis menggunakan paket perangkat lunak statistik SPSS. Teknik analisis utama yang digunakan adalah Regresi Linier Berganda. Metode ini dipilih secara khusus untuk memperkirakan pengaruh simultan dan parsial variabel independen terhadap variabel dependen. Rumusan matematis analisis regresi pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \varepsilon$$

Dimana:

- Y = Pola Konsumsi Generasi Z
- α = Konstanta (nilai Y pada saat X_1 dan X_2 nol)
- β_1, β_2 = Koefisien Regresi yang menunjukkan besarnya pengaruh setiap variabel independen
- X_1 = Ilusi Uang (*Money Illusion*)
- X_2 = Literasi Keuangan Digital Syariah
- ε = *Error term* (residual)

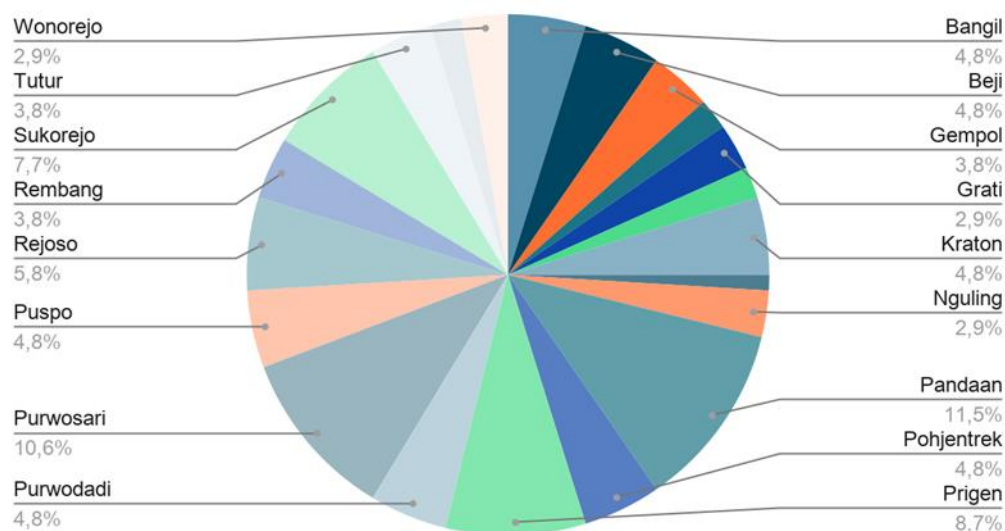
Pengujian hipotesis dibangun secara sistematis menggunakan uji t parsial untuk menentukan signifikansi individual X_1 dan X_2 , dan uji F simultan untuk mengukur pengaruh gabungan keduanya, keduanya dievaluasi pada tingkat signifikansi 5% ($\alpha = 0,05$). Terakhir, Koefisien Determinasi (R^2) dihitung untuk mengukur kekuatan penjelas model, khususnya seberapa besar variasi pola konsumsi Generasi Z yang dapat dijelaskan oleh interaksi antara ilusi uang dan literasi keuangan digital syariah.

Hasil Penelitian

1. Profil Demografi Responden

Proses pengumpulan data berhasil mengumpulkan tanggapan dari 104 individu Generasi Z di Kabupaten Pasuruan, sehingga menghasilkan profil demografi yang sangat representatif. Secara geografis, responden tersebar luas di berbagai kecamatan. Partisipasi tertinggi berasal dari Kecamatan Pandaan sebanyak 12 responden (11,5%), disusul Kecamatan Purwosari sebanyak 11 responden (10,6%), dan Kecamatan Prigen sebanyak 9 responden (8,7%). Distribusi geografis yang luas ini memastikan bahwa sampel penelitian secara inklusif mewakili preferensi Generasi Z di seluruh kabupaten.

Diagram Domisili Responden

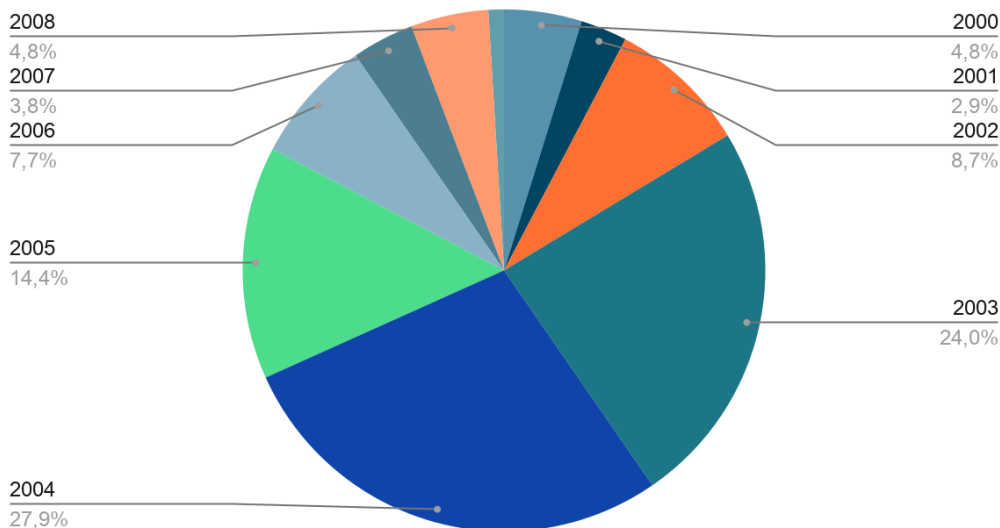


Gambar 2. Karakteristik responden berdasarkan domisili (kecamatan)

Sumber: Data primer yang diolah, 2026

Dari segi usia, responden sebagian besar lahir pada tahun 2004 (27,9%) dan 2003 (24,0%), sebagian besar dari mereka saat ini sedang duduk di bangku sekolah menengah atas atau sedang menempuh pendidikan sarjana. Demografi usia ini berkorelasi langsung dengan kemampuan ekonomi mereka, dimana mayoritas sebesar 72,1% melaporkan pengeluaran bulanan rata-rata kurang dari Rp1.000.000.

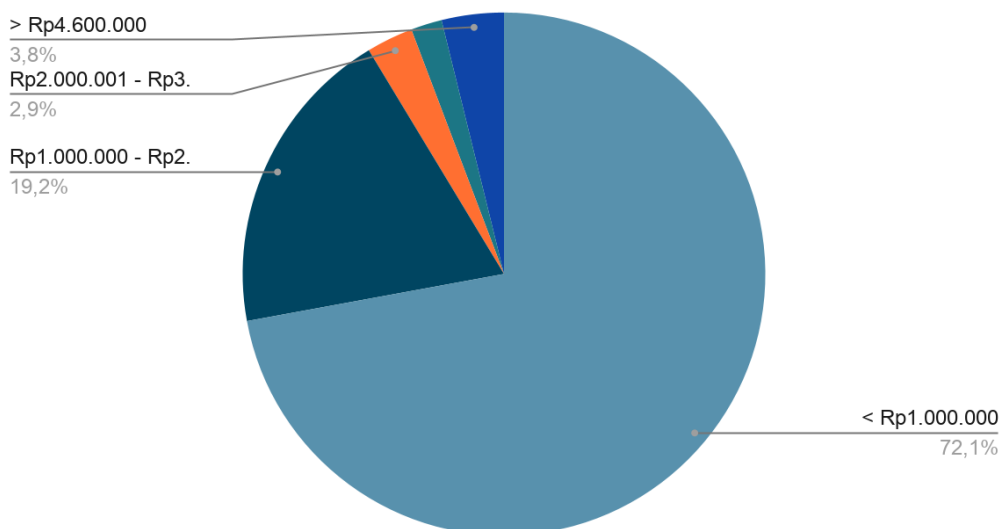
Diagram Tahun Kelahiran



Gambar 3. Karakteristik responden berdasarkan tahun kelahiran

Sumber: Data primer yang diolah, 2026

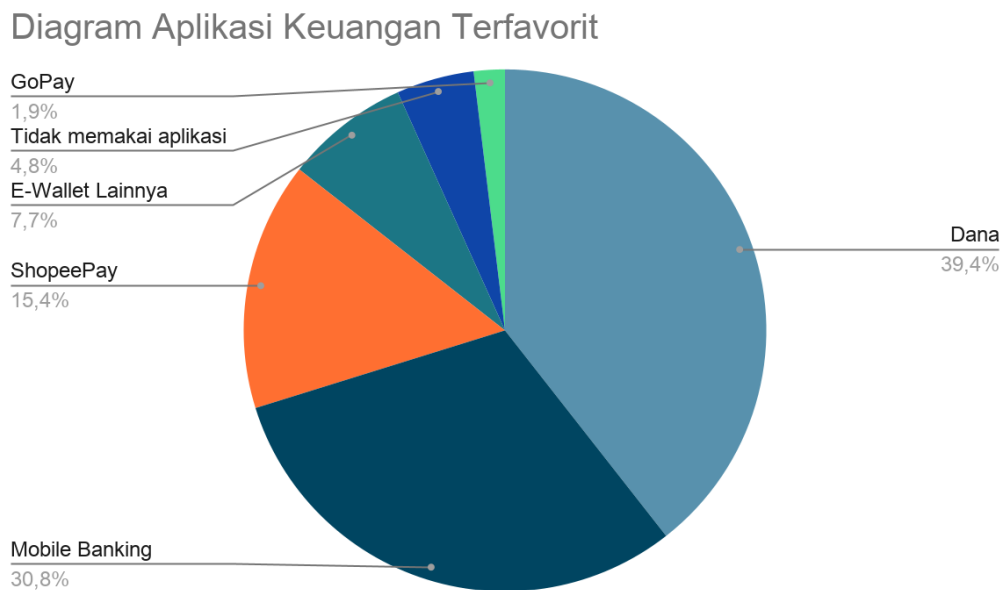
Diagram Pengeluaran Rata-Rata/bulan



Gambar 4. Karakteristik responden berdasarkan rata-rata pengeluaran per bulan

Sumber: Data primer yang diolah, 2026

Terkait adopsi teknologi keuangan, tingkat penetrasi pembayaran digital di kalangan responden sangat tinggi. Hanya sebagian kecil (4,8%) responden yang melaporkan tidak menggunakan aplikasi keuangan digital apa pun. Dompot digital DANA™ mendominasi preferensi responden dengan penggunaan sebesar 39,4%, diikuti oleh layanan Mobile Banking (30,8%), dan ShopeePay™ (15,4%). Tingkat interaksi yang tinggi dengan platform digital ini menegaskan bahwa demografi yang ditargetkan sudah sangat memahami harga riil dan antarmuka nominal yang disederhanakan dalam ekosistem digital.



Gambar 5. Karakteristik responden berdasarkan aplikasi keuangan terfavorit

Sumber: Data primer yang diolah, 2026

2. Analisis Statistik dan Uji Hipotesis

Sebelum melakukan uji hipotesis seluruh dataset diverifikasi secara ketat agar lolos uji asumsi klasik. Distribusi data dipastikan normal (*Kolmogorov-Smirnov Sig.* $0,200 > 0,05$), bebas gejala multikolinearitas ($VIF < 10$ dan *Tolerance* $> 0,10$), dan tidak terjadi heteroskedastisitas berdasarkan uji Glejser.

Setelah asumsi tambahan tersebut terpenuhi, maka dilakukan analisis Regresi Linier Berganda untuk mengetahui arah dan signifikansi pengaruh Ilusi Uang (X_1) dan Literasi Keuangan Digital Syariah (X_2) terhadap Pola Konsumsi (Y). Rangkuman analisis statistik disajikan secara sistematis pada Tabel 2.

Tabel 2. Rangkuman analisis Regresi Linier Berganda

Variabel	Koefisien Regresi (β)	Nilai-t	Sig.
Konstanta (α)	10,118	-	-
Ilusi Uang (Money Illusion) (X_1)	-0,070	-0,793	0,430
Literasi Keuangan Digital Syariah (X_2)	0,352	4,253	0,000
R Kuadrat (R^2)	0,155		
Nilai-F	9,260		0,000

Sumber: Data primer yang diolah menggunakan SPSS, 2026

Berdasarkan rangkuman data pada Tabel 2, persamaan regresi linier berganda dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = 10.118 - 0.70X_1 + 0.352X_2 + \varepsilon$$

Berdasarkan keluaran statistik dan persamaan yang dihasilkan, pengujian hipotesis dijabarkan sebagai berikut:

a. Pengaruh Ilusi Uang (*Money Illusion*) terhadap Pola Konsumsi (Uji t Parsial)

Hasil uji t variabel Ilusi Uang menunjukkan nilai t negatif sebesar -0,793 dengan tingkat signifikansi 0,430. Karena nilai probabilitas jauh diatas ambang batas signifikansi ($\alpha=0,05$), maka Hipotesis 1 ditolak. Bukti empiris tersebut menunjukkan bahwa persepsi ilusi uang akibat wacana redenominasi tidak berpengaruh signifikan terhadap pola konsumsi Generasi Z di Kabupaten Pasuruan.

b. Pengaruh Literasi Keuangan Digital Syariah terhadap Pola Konsumsi (Uji t Parsial)

Variabel Literasi Keuangan Digital Syariah menghasilkan nilai t-hitung sebesar 4,253 dengan tingkat signifikansi 0,000. Karena nilai signifikansinya jauh di bawah 0,05, maka Hipotesis 2 diterima. Koefisien regresi positif (+0,352) menunjukkan hubungan searah; dengan demikian, tingkat literasi keuangan syariah yang lebih tinggi secara signifikan akan mendorong pola konsumsi yang lebih rasional dan terkendali di kalangan Generasi Z.

c. Efek Simultan (uji F)

Uji F simultan menghasilkan nilai F sebesar 9,260 dengan tingkat signifikansi 0,000 ($< 0,05$). Hal ini menegaskan Hipotesis 3 diterima yang menegaskan bahwa Ilusi Uang dan Literasi Keuangan Digital Islami secara simultan memberikan pengaruh yang signifikan terhadap Pola Konsumsi. Selanjutnya nilai Koefisien Determinasi (R^2) sebesar 0,155 menunjukkan bahwa kedua variabel independen secara bersama-sama memberikan kontribusi terhadap varians pola konsumsi sebesar 15,5%. Sisanya sebesar 84,5% ditentukan oleh variabel eksternal lain yang tidak diamati dalam model regresi ini.

Pembahasan

1. Rasionalitas Generasi Z dan Kegagalan Efek Ilusi Uang

Penolakan hipotesis pertama menimbulkan anomali yang sangat signifikan dalam studi makroekonomi perilaku. Bukti empiris yang menunjukkan bahwa ilusi uang tidak berpengaruh signifikan terhadap pola konsumsi Generasi Z di Kabupaten Pasuruan menunjukkan adanya pergeseran paradigma rasionalitas konsumen. Secara teoritis, penyederhanaan nominal mata uang (redenominasi) diperkirakan akan menimbulkan ilusi psikologis harga yang lebih murah sehingga memicu perilaku impulsif dan konsumtif. Namun, Generasi Z, sebagai generasi digital native, telah terbukti kebal secara kognitif terhadap bias perilaku spesifik ini.

Imunitas kognitif ini terbentuk secara organik melalui kebiasaan transaksi sehari-hari mereka. Ekosistem dompet digital dan *e-commerce* terus melatih persepsi dan kognisi visual mereka dengan format nominal yang disederhanakan secara otomatis (misalnya, representasi visual Rp50.000 sebagai "50rb" di layar ponsel pintar). Paparan visual berulang ini berfungsi sebagai "simulasi redenominasi alami" yang secara efektif menetralkan efek kejutan psikologis yang biasanya terkait dengan penghapusan angka nol dari suatu mata uang. Selain itu, tingginya tingkat akses terhadap informasi memastikan bahwa Generasi Z lebih bergantung pada fitur perbandingan harga, membaca ulasan konsumen, dan menghitung utilitas aktual dibandingkan hanya dipengaruhi oleh rangkaian angka nol pada label harga (Gunawan, 2023). Akibatnya, keputusan pembelian mereka tetap berpijak pada nilai riil dibandingkan tipu muslihat nominal.

2. Literasi Keuangan Digital Syariah sebagai Instrumen Mitigasi

Diterimanya hipotesis kedua menegaskan bahwa mekanisme kontrol utama yang mengatur pola konsumsi Generasi Z tidak bergantung pada ilusi nominal, melainkan pada tingkat literasi keuangan mereka. Di daerah dengan latar belakang sosial budaya dan agama

yang kuat seperti Kabupaten Pasuruan, literasi keuangan digital yang dipadukan dengan nilai-nilai Syariah terbukti menjadi mekanisme pengendalian diri internal yang sangat efektif.

Pemahaman yang komprehensif tentang prinsip-prinsip transaksi Islam memberikan Gen Z filter psikologis yang kuat terhadap perilaku *israf* dan *tabdzir* (boros dan berlebihan). Mereka tidak hanya mahir secara teknis dalam memanfaatkan instrumen keuangan digital tetapi juga sangat menyadari batasan etika dan rasional dalam berbelanja (Maheshwari, 2025). Literasi yang didorong oleh spiritual ini berhasil membentengi mereka dari godaan konsumtif yang agresif, seperti diskon flash sale yang impulsif atau kemudahan yang memikat dari jebakan utang digital (misalnya skema *paylater*). Dengan demikian, daya beli mereka tetap terjaga dalam pemenuhan kebutuhan pokok (*qawaman*) secara proporsional.

3. Implikasi Kebijakan Redenominasi di Era Digital

Secara simultan, interaksi antara persepsi nilai uang dan tingkat literasi keuangan memberikan kekuatan penjas sebesar 15,5% terhadap pola konsumsi. Temuan ini memberikan implikasi strategis bagi pemerintah dan Bank Indonesia sebagai otoritas moneter. Kekhawatiran makroekonomi bahwa wacana redenominasi Rupiah akan memicu lonjakan inflasi akibat konsumsi masyarakat yang tidak terkendali yang bersumber dari ilusi bahwa uang mereka memiliki nilai yang lebih kecil tampaknya tidak berdasar, setidaknya dalam demografi *digital native* (seperti Gen Z).

Adanya tingkat literasi keuangan yang kuat mampu meredam gejala psikologis pasar tersebut. Oleh karena itu, tugas pengambil kebijakan di masa depan tidak lagi sekadar mensosialisasikan bentuk fisik mata uang yang baru diredenominasi. Sebaliknya, fokus strategis harus dialihkan ke arah memastikan bahwa transisi tersebut terintegrasi dengan mulus ke dalam gerbang pembayaran digital, yang saat ini menjadi sumber kehidupan perekonomian bagi Generasi Z. Sintesis dari temuan empiris ini dan implikasi kebijakan ekonominya diuraikan secara sistematis pada Tabel 3.

Tabel 3. Matriks Sintesis Temuan Empiris dan Implikasi Kebijakan

Variabel Independen	Temuan Empiris pada Gen Z di Kabupaten Pasuruan	Implikasi Kebijakan Ekonomi
<i>Isu Redenominasi (Ilusi Uang)</i>	Kebal terhadap ilusi penyederhanaan nominal karena terbiasa terpapar format “10k” dalam aplikasi digital.	Risiko lonjakan konsumtif impulsif setelah redenominasi sangat di kalangan demografi <i>digital native</i> .
<i>Literasi Keuangan Digital Syariah</i>	Bertindak sebagai mekanisme pengendalian diri internal yang efektif (“rem”) untuk mencegah pemborosan dalam transaksi digital	Edukasi literasi keuangan yang komprehensif (baik yang bersifat umum maupun berbasis syariah) harus menjadi prasyarat utama sebelum melaksanakan kebijakan redenominasi secara nasional.

Sumber: Data primer yang diolah, 2026

Kesimpulan

Penelitian ini menyimpulkan bahwa wacana kebijakan redenominasi yang berpotensi memicu bias ilusi uang tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap pola konsumsi Generasi Z di Kabupaten Pasuruan. Sebagai penduduk asli digital, demografi ini memiliki kekebalan kognitif yang terbentuk secara organik melalui transaksi rutin pada platform digital dan aplikasi *e-commerce*, yang nominal mata uangnya disederhanakan (misalnya, menampilkan "10k" dan bukannya Rp10.000). Sebaliknya, instrumen yang terbukti signifikan mengatur pola konsumsi mereka adalah literasi keuangan digital syariah. Pemahaman yang mendalam tentang prinsip kehati-hatian dan pantangan tegas israf (pemborosan) dalam Islam merupakan mekanisme pengendalian internal yang sangat efektif melawan godaan konsumtif di era digital. Secara bersamaan, interaksi antara persepsi nilai nominal uang dan tingkat literasi keuangan Islam menjelaskan 15,5% variasi pola konsumsi Generasi Z.

Berasal langsung dari temuan empiris ini, beberapa rekomendasi yang ditargetkan telah diusulkan. Bagi otoritas moneter dan pembuat kebijakan, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kekhawatiran terhadap lonjakan inflasi pasca-redenominasi—yang didorong oleh euforia konsumtif yang tidak rasional—dapat dimitigasi secara efektif di kalangan demografi kaum muda. Oleh karena itu, sosialisasi kebijakan redenominasi di masa depan harus memprioritaskan integrasi yang lancar dalam gerbang pembayaran digital daripada hanya berfokus pada perubahan mata uang fisik. Lebih lanjut, bagi peneliti selanjutnya, sangat disarankan untuk menyelidiki variabel eksternal di luar model saat ini yang menyumbang 84,5% faktor penentu pola konsumsi. Menjelajahi faktor-faktor kontemporer seperti adopsi besar-besaran fitur kredit *Buy Now Pay Later* (BNPL), dampak ekonomi dari influencer media sosial, dan tren gaya hidup FOMO (*Fear of Missing Out*) akan memberikan pemahaman yang lebih komprehensif tentang perilaku konsumen modern.

Daftar Pustaka

- Alfajri A, R. A. (2024). *Analisis Komparatif Sistem Operasional Bank Syariah dan Bank Konvensional di Indonesia*. Zenodo. <https://doi.org/10.5281/ZENODO.14522798>
- Artha, B., & Santoso, F. (2026). Pain Of Paying Dan Keuangan Digital: Suatu Studi Literatur. *Journal of Educational and Religious Perspectives*, 2(1 SE-Articles), 13–20.
- Bahmani, M., & Nematollahy, M. K. (2026). The Impact of Removing Four Zeros from the National Currency on Household Energy Consumption in Iran: A Nonlinear Autoregressive Distributed Lag Model. *Journal of Environmental Economics and Chemical Processes*, 3(1), 51–57. <https://doi.org/10.22034/jeecp.2026.2087578.1001>
- Bayakhmetova, A., Falahat, M., & Ng, K. M. (2026). *Harnessing Emotional Arousal In Digital Platforms: Implications For Impulsive Buying Behavior Among Gen Z On Tiktok Live*. 12, 570–586.
- Gunawan, G. (2023). Generation Z And Price Sensitivity: Dynamic Pricing Strategy As Key To Product Attractiveness. *Jurnal Ekonomi*, 12(01), 1918–1924.
- Heriyati, P., Antonio, L., & Soliman, M. (2024). Managing Financial Life: Examining the Factors Impacting the Financial Literacy of Indonesian Students Studying Abroad. *Journal of Indonesian Economy and Business*, 39(2), 174–194. <https://doi.org/10.22146/jieb.v39i2.6856>
- Khalil, M. A., Padmanabhan, R., Hadid, M., Elomri, A., & Kerbache, L. (2025). AI driven transformation in trade finance: A roadmap for automating letter of credit document

Currency:

Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah

[Volume 05, Nomor 01](#), Juni 2026

ISSN: 2963-9387//e-ISSN: 2963-7465

- examination. *Digital Business*, 5(2), 100130. <https://doi.org/10.1016/j.digbus.2025.100130>
- Khan, T. (2025). *Islamic Behavioral Economics: A Primer*. SSRN. <https://doi.org/10.2139/ssrn.5285764>
- Luthfi, P., & Buchory, H. (2026). The Influence Of Financial Literacy, Ease Of Use Of E-Money, And Digital Lifestyle On Gen Z Consumptive Behavior. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 14(1). <https://doi.org/10.37676/ekombis.v14i1.9168>
- Mahdzan, N. S., Sukor, M. E. A., Zainudin, R., Zainir, F., & Ahmad, W. M. W. (2023). A Comparison of Financial Well-Being and Its Antecedents Across Different Employment Categories in Malaysia. *Gadjah Mada International Journal of Business*, 25(3), 255. <https://doi.org/10.22146/gamaijb.73947>
- Maheshwari, J. (2025). *The Role of GEN Z as a Rational Consumer in The Development of Social and Economic Moral Values*.
- Marchionatti, R. (2025). *The Development of Behavioral Economic Science at Stanford, at the Center for Advanced Study in the Behavioral Sciences and Elsewhere in the United States BT - Economic Theory in the Twentieth Century, An Intellectual History—Volume IV: Mid-1970s–Early 2* (R. Marchionatti, Ed.; pp. 131–165). Springer Nature Switzerland. https://doi.org/10.1007/978-3-032-06201-7_4
- Martin Sanchez, E. (2026). *Macroeconomic Stratification and Money Illusion in Spain: Sectoral Divergences Under Fiduciary Expansion (1994-2024)*. Social Science Research Network. <https://doi.org/10.2139/ssrn.6534900>
- Miller, B. P., Reed, D. D., & Amlung, M. (2023). Reliability and validity of behavioral-economic measures: A review and synthesis of discounting and demand. *Journal of the Experimental Analysis of Behavior*, 120(2), 263–280. <https://doi.org/10.1002/jeab.860>
- Nofriansyah, N., Vhalery, R., Wibowo, W., & Supardi, E. (2025). Islamic Digital Financial Literacy in Navigating Wealth Ethics and Sustainability in the 21st Century: In M. R. Ab. Aziz, A. Rafiki, & F. Johari (Eds), *Synergizing Islamic Finance for Sustainability* (pp. 145–174). IGI Global Scientific Publishing. <https://doi.org/10.4018/979-8-3373-1842-4.ch006>
- Noviyanti, R. (2024). Suitability of Islamic Consumption Theory with the Concept of Decluttering as a Preventing Factor for Impulsive Buying Behavior. *Iqtishodia: Jurnal Ekonomi Syariah*, 9(1), 32–40. <https://doi.org/10.35897/iqtishodia.v9i1.1440>
- Pasuruan, B. P. S. K. (2026). *Jumlah Penduduk menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin, di PASURUAN - Dataset—Long Form Sensus Penduduk 2020—Badan Pusat Statistik*.
- Pranoto, R., Abdurrahman, I., Alpiansyah, R., Wangsadanuredja, M., & Hidayat, T. (2026). Adoption Of Sharia Fintech And The Paylater Ecosystem: A Comprehensive Analysis Of Generation Z's Impulsive Buying Behavior Within The Spectrum Of Maqashid Sharia And Financial Resilience. In *Dirham: Journal of Islamic Economics* (Vol. 1, Issue 1 SE-Articles, pp. 67–79).
- Qomariyah, N., & Ulya, D. (2026). Konsep Dan Implementasi Maqashid Syari'Ah (Daruriyyat, Hajiyyat, Dan Tahsiniyyat) Dalam Hukum Islam. *At-Tarbiyah: Jurnal Penelitian Dan Pendidikan Agama Islam*, 3(2 SE-Artikel), 238–244.

Currency:
Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah

[Volume 05, Nomor 01](#), Juni 2026

ISSN: 2963-9387//e-ISSN: 2963-7465

Sharma, V., & Arora, S. (2026). Cashless Spending Experiences and the Pain of Paying: A Qualitative Study of Digital Payment Use. *International Journal of Interdisciplinary Approaches in Psychology*, 4(5), 232–243.

Wojtyla, E. (2026). *Money Illusion, Inflationary Amplification, and Institutional Fragility: A Behavioral Framework of Inflation Perception*. In Review. <https://doi.org/10.21203/rs.3.rs-9770522/v1>