ARZUSIN
Jurnal Manajemen dan Pendidikan Dasar

e-ISSN : 2809-4093
p-ISSN : 2809-4484

Terindeks: Sinta 5, Copernicus, Dimensions, Scilit, Lens, Semantic Scholar, Garuda, Google, Base, etc.

https://doi.org/10.58578/arzusin.v6i5.11591

PERSEPSI RISIKO DAN KESESUAIAN SYARIAH DALAM AKTIVITAS *TRADING FOREX* GENERASI Z: ANALISIS PENGARUH KONTEN INFLUENCER

Risk Perceptions and Sharia Compliance in Generation Z Forex Trading Activities: An Analysis of the Influence of Influencer Content

Yasir Basayev, Ashlihah, Bekti Widyaningsih
Universitas KH. A. Wahab Hasbullah
yasirbsyv@gmail.com; ashlihah@unwaha.ac.id

Article Info:

Submitted:	Revised:	Accepted:	Published:
Jun 16, 2026	Jul 14, 2026	Jul 26, 2026	Jul 31, 2026

Abstract

Although forex trading, financial technology, and social media have been widely studied, research specifically integrating risk perception, Sharia compliance, and the influence of influencer content on Generation Z's trading behavior remains limited. This study aims to analyze Generation Z's understanding of forex trading risks, examine the role of influencer content in shaping their perceptions, and explore the relationships among influencer content consumption, risk perception, Sharia considerations, and trading decision-making. The study employed a qualitative approach with a descriptive case study design involving four Generation Z informants selected through purposive sampling. Data were collected through in-depth interviews and documentation and were subsequently analyzed using Miles and Huberman's interactive analysis model. Data credibility was assessed through source and technique triangulation. The findings indicate that the informants' understanding of risk developed through empirical experience encompassing financial, psychological, and Sharia dimensions. Influencer content shaped

Arzusin is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License

initially optimistic perceptions of forex trading, but its influence diminished as experience increased, leading the informants to become more critical in verifying information. Trading decisions were formed through the interaction among exposure to influencer content, risk perception, and considerations of Sharia compliance. These findings broaden the understanding of Generation Z's financial behavior in the digital era and contribute to the development of Islamic Behavioral Finance studies. This study emphasizes the importance of financial literacy, critical thinking skills, and an understanding of Sharia principles in promoting more responsible trading decisions. The implications of this study are directed toward strengthening Islamic financial literacy by educational institutions, regulators, and digital content creators, as well as developing further research involving a broader range of informants and digital investment platforms.

Keywords: Generation Z; Sharia Compliance; Influencer Content; Risk Perception; Forex Trading

Abstrak: Meskipun *trading forex*, teknologi finansial, dan media sosial telah banyak dikaji, penelitian yang secara khusus mengintegrasikan persepsi risiko, kesesuaian syariah, dan pengaruh konten *influencer* terhadap perilaku *trading* Generasi Z masih terbatas. Penelitian ini bertujuan menganalisis pemahaman Generasi Z mengenai risiko *trading forex*, mengkaji peran konten *influencer* dalam membentuk persepsi mereka, serta mengeksplorasi keterkaitan antara konsumsi konten *influencer*, persepsi risiko, pertimbangan syariah, dan pengambilan keputusan *trading*. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus deskriptif yang melibatkan empat informan Generasi Z yang dipilih melalui teknik *purposive sampling*. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dan dokumentasi, kemudian dianalisis menggunakan model analisis interaktif Miles dan Huberman. Keabsahan data diuji melalui triangulasi sumber dan teknik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemahaman informan mengenai risiko berkembang melalui pengalaman empiris yang mencakup dimensi finansial, psikologis, dan syariah. Konten *influencer* membentuk persepsi awal yang cenderung optimistis terhadap *trading forex*, tetapi pengaruh tersebut berkurang seiring bertambahnya pengalaman, sehingga informan menjadi lebih kritis dalam memverifikasi informasi. Keputusan *trading* terbentuk melalui interaksi antara paparan konten *influencer*, persepsi terhadap risiko, dan pertimbangan kesesuaian syariah. Temuan ini memperluas pemahaman mengenai perilaku keuangan Generasi Z di era digital dan memberikan kontribusi terhadap pengembangan kajian *Islamic Behavioral Finance*. Penelitian ini menegaskan pentingnya literasi keuangan, kemampuan berpikir kritis, dan pemahaman prinsip syariah dalam mendorong pengambilan keputusan *trading* yang lebih bertanggung jawab. Implikasi penelitian diarahkan pada penguatan literasi keuangan syariah oleh lembaga pendidikan, regulator, dan pembuat konten digital serta pengembangan penelitian lanjutan dengan cakupan informan dan platform investasi digital yang lebih luas.

Kata Kunci: Generasi Z; Kesesuaian Syariah; Konten *Influencer*; Persepsi Risiko; *Trading Forex*

PENDAHULUAN

Perkembangan *financial technology* dan media sosial telah mengubah cara masyarakat mengakses berbagai instrumen investasi, termasuk *foreign exchange* (forex). Kemudahan akses melalui platform perdagangan daring menjadikan aktivitas trading semakin diminati, terutama

oleh Generasi Z yang tumbuh sebagai *digital native* dan terbiasa memanfaatkan teknologi dalam berbagai aktivitas sehari-hari (Belanche et al., 2019). Selain itu, perkembangan layanan keuangan digital turut meningkatkan minat Generasi Z untuk berinvestasi karena informasi mengenai investasi dapat diperoleh dengan mudah melalui berbagai platform digital (Sari et al., 2025).

Generasi Z memiliki karakteristik yang berbeda dengan generasi sebelumnya karena lebih bergantung pada internet dan media sosial dalam memperoleh informasi. Kondisi tersebut menjadikan media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi, tetapi juga sebagai sumber edukasi mengenai investasi dan pengelolaan keuangan (Arum et al., 2023). Penelitian (Mu'afi et al., 2024) menunjukkan bahwa perilaku investasi Generasi Z dipengaruhi oleh literasi keuangan, perkembangan teknologi, serta lingkungan digital yang membentuk cara mereka mengambil keputusan investasi.

Di antara berbagai instrumen investasi, trading forex menawarkan peluang keuntungan yang tinggi, tetapi juga memiliki tingkat risiko yang besar akibat fluktuasi nilai tukar yang sangat dinamis. Oleh karena itu, persepsi risiko menjadi salah satu faktor utama yang memengaruhi keputusan seseorang untuk melakukan trading. (Budiarti & Trisnaningsih, 2025) menjelaskan bahwa persepsi risiko dan literasi keuangan berpengaruh terhadap keputusan investasi pada perdagangan valuta asing. Sejalan dengan itu, (Manar, 2024) menyatakan bahwa toleransi risiko dan *overconfidence* investor turut menentukan perilaku dalam aktivitas trading forex.

Selain dipengaruhi oleh persepsi risiko, keputusan investasi Generasi Z juga semakin dipengaruhi oleh konten yang disampaikan *financial influencer* melalui media sosial. Influencer berperan sebagai penyedia informasi sekaligus pembentuk opini sehingga mampu memengaruhi persepsi dan keputusan investasi para pengikutnya (Rijanto & Utami, 2024). Namun, paparan informasi yang berlebihan juga dapat memunculkan *fear of missing out* (FoMO) yang mendorong investor mengambil keputusan secara impulsif tanpa mempertimbangkan risiko secara menyeluruh (Agustini et al., 2023).

Bagi investor Muslim, keputusan melakukan trading forex tidak hanya didasarkan pada potensi keuntungan dan risiko, tetapi juga pada kesesuaian aktivitas tersebut dengan prinsip-prinsip syariah. Transaksi valuta asing diperbolehkan apabila memenuhi ketentuan *bay' al-sharf* dan terhindar dari unsur riba, gharar, serta maysir (Prasetya & Fadila, 2025). (Putri & Assyifa, 2024) juga menegaskan bahwa mekanisme transaksi menjadi faktor utama dalam menentukan

kesesuaian trading forex dengan prinsip syariah, sehingga pemahaman mengenai aspek syariah menjadi bagian penting dalam proses pengambilan keputusan investasi.

Berbagai penelitian terdahulu telah membahas persepsi risiko dalam investasi, pengaruh media sosial terhadap keputusan investasi, maupun kesesuaian syariah dalam trading forex. (Goeyana & Marlina, 2024) menemukan bahwa persepsi risiko dipengaruhi oleh literasi keuangan dan *fear of missing out*, sedangkan (Junaidi & Nurhidayah, 2023) menunjukkan bahwa media sosial memiliki pengaruh terhadap perilaku trading investor muda. Sementara itu, (Seraj et al., 2022) menekankan pentingnya literasi keuangan dalam meningkatkan kualitas keputusan investasi. Meskipun demikian, penelitian-penelitian tersebut masih mengkaji masing-masing variabel secara terpisah sehingga belum memberikan gambaran mengenai hubungan antara persepsi risiko, pengaruh konten influencer, dan kesesuaian syariah dalam konteks trading forex pada Generasi Z.

Berdasarkan kesenjangan tersebut, penelitian ini menawarkan kebaruan dengan mengintegrasikan perspektif *behavioral finance*, komunikasi digital, dan ekonomi syariah untuk menjelaskan perilaku trading forex Generasi Z. Penelitian ini menggunakan konsep persepsi risiko, pengaruh konten influencer, dan kesesuaian syariah sebagai kerangka analisis dalam memahami proses pengambilan keputusan trading. Dengan demikian, penelitian ini bertujuan menganalisis bagaimana Generasi Z memaknai risiko dalam aktivitas trading forex, menjelaskan pengaruh konten influencer terhadap pembentukan persepsi tersebut, serta mengkaji hubungan antara persepsi risiko dan pemahaman kesesuaian syariah dalam pengambilan keputusan trading forex. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan kajian *Islamic Behavioral Finance* sekaligus menjadi masukan bagi akademisi, regulator, dan pelaku industri dalam meningkatkan literasi keuangan digital dan literasi keuangan syariah.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif untuk mengeksplorasi persepsi risiko Generasi Z terhadap *trading* forex, pengaruh konten *influencer*, serta pemahaman mengenai kesesuaian syariah. Pendekatan kualitatif dipilih karena mampu memahami makna dan pengalaman partisipan secara mendalam sesuai dengan konteks sosial yang diteliti (Aspers & Corte, 2019)(Busetto et al., 2020). Penelitian dilaksanakan di Tambak Beras, Kabupaten Jombang, selama April–Juni 2025.

Penelitian menggunakan desain studi lapangan (*field research*) dengan partisipan sebanyak empat orang Generasi Z yang memiliki pengalaman atau aktif dalam trading forex. Keempat informan dipilih menggunakan teknik purposive sampling, yaitu pemilihan partisipan berdasarkan kriteria tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian sehingga mampu memberikan informasi yang kaya dan mendalam (Campbell et al., 2020)(Ames et al., 2019).

Data dikumpulkan melalui wawancara semi-terstruktur, observasi nonpartisipatif, dan dokumentasi. Wawancara digunakan untuk menggali pengalaman *trading*, persepsi risiko, pengaruh konten *influencer*, serta pemahaman syariah. Observasi dilakukan untuk mengamati perilaku informan dalam mengakses konten *trading* di media sosial, sedangkan dokumentasi digunakan sebagai data pendukung berupa artikel ilmiah, Fatwa DSN-MUI No. 28/DSN-MUI/III/2002, dan dokumen lain yang relevan. Penggunaan berbagai teknik pengumpulan data bertujuan meningkatkan kelengkapan dan kredibilitas temuan penelitian (Kallio et al., 2016).

Analisis data dilakukan menggunakan model analisis tematik yang meliputi proses pengorganisasian data, pengodean, identifikasi tema, interpretasi, dan penarikan kesimpulan. Untuk menjamin keabsahan data, penelitian menerapkan triangulasi sumber dan triangulasi teknik sehingga hasil penelitian memiliki tingkat kredibilitas yang lebih tinggi (Braun & Clarke, 2021)(Nowell et al., 2017).

HASIL

Hasil penelitian diperoleh melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi terhadap empat informan Generasi Z yang memiliki pengalaman dalam aktivitas trading forex di wilayah Tambak Beras, Kabupaten Jombang. Analisis data menghasilkan tiga tema utama, yaitu persepsi risiko Generasi Z dalam trading forex, pengaruh konten influencer terhadap persepsi trading, serta hubungan antara persepsi risiko, pengaruh influencer, dan pemahaman syariah dalam pengambilan keputusan trading.

Persepsi Risiko Generasi Z dalam Trading Forex

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Generasi Z memahami *trading* forex sebagai aktivitas yang memberikan peluang keuntungan, tetapi juga memiliki risiko kerugian yang tinggi. Pada awalnya, sebagian besar informan lebih berfokus pada potensi keuntungan. Namun, setelah memperoleh pengalaman *trading*, mereka mulai menyadari pentingnya

pengelolaan risiko, baik risiko finansial, psikologis, maupun pertimbangan terhadap aspek syariah.

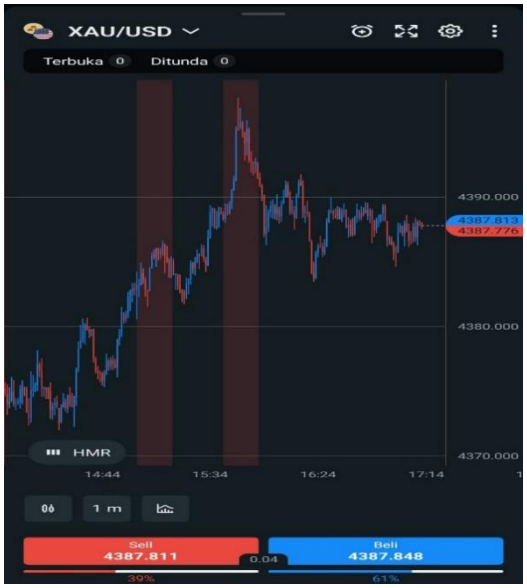
Salah satu informan menyampaikan:

"Awalnya saya hanya fokus pada keuntungan karena melihat banyak orang mendapatkan profit. Setelah mengalami beberapa kali kerugian, saya mulai memahami bahwa manajemen risiko jauh lebih penting."

Tabel 1. Ringkasan Persepsi Risiko Generasi Z terhadap Trading Forex

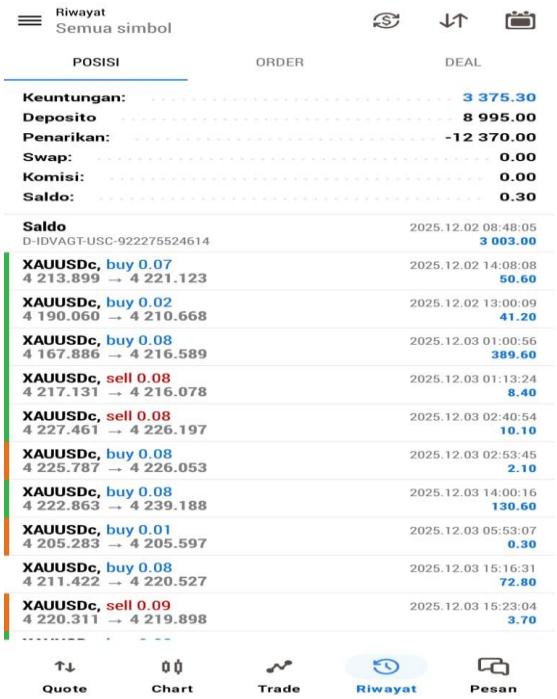
Aspek	Temuan Utama
Risiko finansial	Kehilangan modal, floating loss, dan margin call.
Risiko psikologis	FoMO, overconfidence, dan revenge trading.
Risiko syariah	Pertimbangan terhadap mekanisme transaksi dan kehalalan praktik trading.

Tabel 1 menunjukkan bahwa persepsi risiko informan tidak hanya berkaitan dengan kerugian finansial, tetapi juga mencakup aspek psikologis dan pertimbangan syariah. Ketiga aspek tersebut menjadi dasar dalam proses pengambilan keputusan *trading*.



Gambar 1. Volatilitas Harga XAU/USD pada Timeframe 1 Menit

Gambar 1 memperlihatkan tingginya volatilitas pasar pada pasangan XAU/USD dalam rentang waktu satu menit. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa perubahan harga dapat terjadi secara sangat cepat sehingga berpotensi memberikan keuntungan maupun kerugian dalam waktu singkat. Berdasarkan hasil observasi, informan menyadari bahwa volatilitas pasar merupakan salah satu sumber risiko terbesar dalam trading forex..



Gambar 2. Riwayat Transaksi Profit dan Loss Informan

Gambar 2 memperlihatkan riwayat transaksi informan yang mengalami profit dan loss secara berulang. Dokumentasi ini menunjukkan bahwa pengalaman kerugian membentuk pemahaman informan terhadap pentingnya manajemen risiko.

Pengaruh Konten Influencer terhadap Persepsi Trading

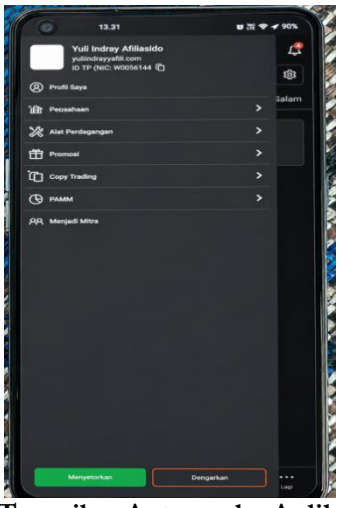
Hasil penelitian menunjukkan bahwa konten influencer menjadi salah satu sumber informasi utama bagi Generasi Z dalam mengenal trading forex. Informan memperoleh informasi melalui media sosial seperti TikTok, YouTube, Instagram, dan Telegram. Konten yang disampaikan influencer membangun ketertarikan awal terhadap trading dengan menampilkan peluang keuntungan, strategi trading, serta pengalaman memperoleh profit.
Salah satu informan mengungkapkan:

" Saya mengenal trading dari TikTok dan YouTube. Sekarang saya tidak langsung mengikuti apa yang disampaikan influencer, tetapi membandingkannya dengan analisis dari sumber lain."

Tabel 2. Ringkasan Pengaruh Konten Influencer terhadap Persepsi Trading Forex

Aspek	Temuan Utama
Media yang digunakan	TikTok, YouTube, Instagram, dan Telegram
Dampak positif	Menambah pengetahuan dan motivasi belajar trading
Dampak negatif	Membentuk ekspektasi keuntungan yang tinggi

Tabel 2 menunjukkan bahwa media sosial menjadi sumber informasi awal bagi informan dalam mengenal trading forex. Meskipun memberikan manfaat berupa peningkatan pengetahuan dan motivasi belajar, konten influencer juga berpotensi membentuk ekspektasi keuntungan yang kurang realistis apabila tidak disertai pemahaman mengenai risiko trading.



Gambar 3. Tampilan Antarmuka Aplikasi Trading

Gambar 3 menunjukkan antarmuka aplikasi trading yang menyediakan berbagai fitur untuk melakukan transaksi secara cepat dan mudah. Kemudahan akses tersebut menjadi salah satu faktor yang mendorong ketertarikan Generasi Z untuk mulai mempelajari dan melakukan trading forex.

Hubungan Persepsi Risiko, Pengaruh Influencer, dan Pemahaman Syariah dalam Pengambilan Keputusan Trading

Hasil penelitian menunjukkan bahwa keputusan Generasi Z dalam melakukan trading forex merupakan hasil interaksi antara informasi yang diperoleh dari influencer, pengalaman menghadapi risiko, serta pemahaman terhadap prinsip-prinsip syariah. Pada tahap awal, informan cenderung mengikuti informasi yang disampaikan influencer. Namun, setelah mengalami keuntungan maupun kerugian, mereka mulai melakukan analisis secara mandiri, menerapkan manajemen risiko, dan mempertimbangkan kesesuaian mekanisme trading dengan prinsip syariah sebelum mengambil keputusan.

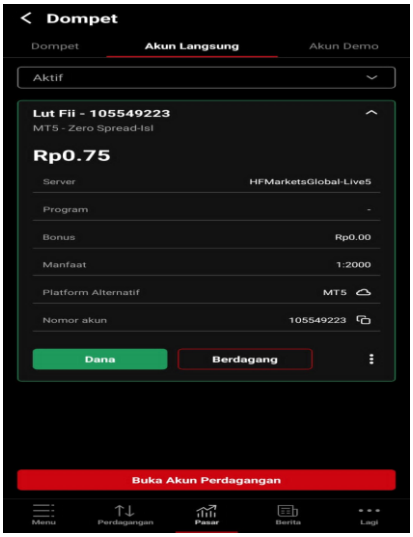
Salah satu informan menyampaikan:

"Sekarang saya tidak asal mengikuti sinyal dari influencer. Saya lebih melihat analisis sendiri dan mempertimbangkan apakah cara trading yang saya gunakan sesuai dengan syariah."

Tabel 3. Hubungan Persepsi Risiko, Pengaruh Influencer, dan Pemahaman Syariah

Aspek	Temuan Utama
Pengaruh influencer	Menumbuhkan ketertarikan awal terhadap trading forex
Persepsi risiko	Berkembang melalui pengalaman profit dan loss
Pemahaman syariah	Menjadi pertimbangan dalam memilih mekanisme transaksi
Keputusan trading	Dipengaruhi oleh pengalaman, literasi, dan pertimbangan syariah

Tabel 3 menunjukkan bahwa keputusan trading tidak dipengaruhi oleh satu faktor saja. Pengalaman trading membentuk persepsi risiko yang lebih realistis, sedangkan pemahaman syariah menjadi pertimbangan tambahan dalam menentukan praktik trading yang dijalankan.



Gambar 4. Tampilan Akun Islamic (Swap-Free) pada Platform Trading

Gambar 4 menunjukkan penggunaan akun Islamic (swap-free) oleh salah satu informan. Meskipun akun tersebut tidak menerapkan biaya swap, informan tetap menyadari bahwa penggunaan leverage yang tinggi mengandung risiko sehingga keputusan trading tidak hanya didasarkan pada status akun, tetapi juga pada pengelolaan risiko dan pertimbangan prinsip syariah.

PEMBAHASAN

Persepsi Risiko Generasi Z dalam Aktivitas Trading Forex

Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi risiko Generasi Z terhadap trading forex berkembang seiring dengan bertambahnya pengalaman dalam melakukan transaksi. Pada tahap awal, sebagian besar informan lebih tertarik pada potensi keuntungan yang ditampilkan melalui media sosial sehingga risiko yang mungkin terjadi belum menjadi pertimbangan utama.

Namun, setelah mengalami keuntungan maupun kerugian secara langsung, persepsi mereka berubah menjadi lebih realistis. Informan mulai memahami bahwa trading forex tidak hanya menawarkan peluang memperoleh profit, tetapi juga memiliki risiko kehilangan modal, tekanan psikologis, serta pertimbangan terhadap aspek syariah.

Temuan ini sejalan dengan teori perceived risk yang menjelaskan bahwa persepsi risiko merupakan penilaian subjektif individu terhadap kemungkinan terjadinya kerugian dan konsekuensi negatif dari suatu keputusan. Semakin tinggi pengalaman seseorang, maka semakin baik pula kemampuan dalam mengenali dan mengelola risiko. Hasil penelitian ini juga mendukung penelitian (Yuningsih et al., 2025) yang menyatakan bahwa persepsi risiko berpengaruh terhadap keputusan investasi digital, serta penelitian (Manar, 2024) yang menjelaskan bahwa toleransi risiko dan *overconfidence* memengaruhi perilaku investor dalam aktivitas trading.

Dalam perspektif Islam, sikap berhati-hati terhadap risiko sejalan dengan hadis Rasulullah SAW:

دَعْ مَا يَرِيبُكَ إِلَى مَا لَا يَرِيبُكَ

"Tinggalkanlah sesuatu yang meragukanmu kepada sesuatu yang tidak meragukanmu." (HR. At-Tirmidzi No. 2518).

Hadis tersebut mengajarkan pentingnya menghindari aktivitas yang masih mengandung keraguan. Temuan penelitian menunjukkan bahwa meningkatnya pengalaman trading membuat informan lebih berhati-hati dalam mengambil keputusan sehingga sejalan dengan prinsip kehati-hatian (*ihtiyath*) dalam ekonomi Islam.

Temuan ini mengimplikasikan pentingnya peningkatan literasi manajemen risiko bagi Generasi Z sebelum melakukan trading. Namun, hasil penelitian ini masih terbatas pada pengalaman empat informan sehingga belum dapat digeneralisasikan secara luas.

Pengaruh Konten Influencer terhadap Persepsi Trading Forex Generasi Z

Hasil penelitian menunjukkan bahwa konten influencer menjadi salah satu faktor yang membentuk persepsi awal Generasi Z terhadap trading forex. Informan mengenal trading melalui berbagai platform media sosial seperti TikTok, YouTube, Instagram, dan Telegram. Konten yang menampilkan keuntungan, strategi trading, maupun gaya hidup trader berhasil menarik perhatian informan untuk mempelajari trading lebih lanjut.

Namun demikian, penelitian ini menemukan bahwa pengaruh influencer tidak bersifat permanen. Setelah memperoleh pengalaman trading secara langsung, informan mulai bersikap lebih kritis terhadap informasi yang diterima. Mereka tidak lagi mengikuti rekomendasi influencer secara penuh, tetapi melakukan verifikasi melalui analisis teknikal, sumber edukasi lain, maupun pengalaman pribadi.

Temuan ini sejalan dengan penelitian (Rijanto & Utami, 2024) yang menyatakan bahwa influencer memiliki kemampuan membentuk persepsi dan keputusan investasi melalui media sosial. Selain itu, penelitian (Agustini et al., 2023) menjelaskan bahwa paparan konten media sosial dapat memunculkan fear of missing out (FoMO) sehingga mendorong individu mengambil keputusan investasi secara impulsif. Akan tetapi, penelitian ini memberikan temuan baru bahwa pengalaman empiris mampu mengurangi ketergantungan Generasi Z terhadap informasi yang disampaikan influencer.

Dalam Islam, setiap informasi yang diterima hendaknya diverifikasi terlebih dahulu sebagaimana firman Allah SWT:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِنْ جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَإٍ فَتَبَيَّنُوا أَنْ تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهَالَةٍ فَتُصْبِحُوا عَلَىٰ مَا فَعَلْتُمْ نَادِمِينَ

"Wahai orang-orang yang beriman! Jika seseorang yang fasik datang kepadamu membawa suatu berita, maka telitilah (tabayyun) kebenarannya agar kamu tidak mencelakakan suatu kaum karena kebodohan (kecerobohan), yang akhirnya kamu menyesali perbuatanmu."(QS. Al-Hujurat [49]: 6).

Ayat tersebut menunjukkan bahwa seorang Muslim diperintahkan untuk melakukan tabayyun terhadap setiap informasi. Dalam konteks penelitian ini, sikap informan yang mulai memverifikasi informasi sebelum melakukan trading menunjukkan penerapan nilai kehati-hatian dalam menerima konten digital.

Temuan ini menunjukkan bahwa konten influencer perlu menyajikan edukasi trading yang lebih seimbang dengan menekankan aspek risiko. Penelitian ini belum membandingkan pengaruh masing-masing platform media sosial terhadap persepsi trading.

Hubungan Persepsi Risiko, Pengaruh Influencer, dan Pemahaman Syariah dalam Pengambilan Keputusan Trading

Hasil penelitian menunjukkan bahwa keputusan Generasi Z dalam melakukan trading forex dipengaruhi oleh interaksi antara persepsi risiko, konten influencer, dan pemahaman terhadap prinsip-prinsip syariah. Pada tahap awal, influencer menjadi faktor dominan yang

mendorong ketertarikan terhadap trading. Namun, setelah memperoleh pengalaman trading, informan mulai mempertimbangkan risiko yang dihadapi serta mengevaluasi apakah mekanisme trading yang digunakan telah sesuai dengan prinsip syariah.

Informan menyatakan bahwa penggunaan akun Islamic (swap-free), pemilihan broker, serta pemahaman mengenai unsur riba, gharar, dan maysir menjadi bagian dari pertimbangan sebelum melakukan transaksi. Hal tersebut menunjukkan bahwa keputusan trading tidak hanya dipengaruhi oleh motivasi memperoleh keuntungan, tetapi juga oleh kesadaran terhadap nilai-nilai syariah.

Temuan ini sejalan dengan penelitian (Prasetya & Fadila, 2025)yang menjelaskan bahwa trading forex dapat dinilai sesuai dengan prinsip syariah apabila memenuhi ketentuan al-sharf dan terhindar dari unsur riba, gharar, serta maysir. Penelitian ini juga mendukung hasil penelitian (Putri & Assyifa, 2024) yang menegaskan bahwa mekanisme transaksi menjadi faktor utama dalam menentukan kesesuaian praktik trading forex dengan prinsip syariah.

Hal tersebut juga sejalan dengan sabda Rasulullah SAW:

إِنَّ الْحَلَالَ بَيِّنٌ وَإِنَّ الْحَرَامَ بَيِّنٌ وَبَيْنَهُمَا أُمُورٌ مُشْتَبِهَاتٌ لَا يَعْلَمُهُنَّ كَثِيرٌ مِنَ النَّاسِ، فَمَنِ اتَّقَى الشُّبُهَاتِ فَقَدِ اسْتَبْرَأَ لِدِينِهِ وَعِرْضِهِ

"Sesungguhnya yang halal itu jelas dan yang haram itu jelas. Di antara keduanya terdapat perkara-perkara syubhat (samar) yang tidak diketahui oleh banyak manusia. Barang siapa menjaga diri dari perkara syubhat, maka ia telah menjaga agama dan kehormatannya." (HR. Sahih al-Bukhari No. 52*dan Sahih Muslim No.* 1599*).*

Hadis tersebut menegaskan bahwa seorang Muslim dianjurkan menjauhi perkara yang masih meragukan. Oleh karena itu, meningkatnya pemahaman syariah pada informan mendorong mereka untuk lebih selektif dalam memilih mekanisme trading dan lebih berhati-hati dalam mengambil keputusan investasi.

Temuan ini mengimplikasikan pentingnya penguatan literasi keuangan syariah agar Generasi Z mampu mengambil keputusan trading secara lebih bijaksana. Penelitian selanjutnya disarankan melibatkan informan yang lebih beragam dan wilayah penelitian yang lebih luas.

KESIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa persepsi risiko Generasi Z terhadap trading forex berkembang seiring dengan pengalaman trading, sementara konten influencer berperan sebagai pemicu ketertarikan awal, tetapi pengaruhnya berkurang setelah informan memperoleh pengalaman dan pemahaman yang lebih baik mengenai manajemen risiko serta prinsip-prinsip syariah. Temuan ini menunjukkan bahwa keputusan trading Generasi Z dipengaruhi oleh interaksi antara persepsi risiko, pengaruh konten influencer, dan pemahaman syariah, sehingga memberikan kontribusi pada pengembangan kajian *Islamic Behavioral Finance* serta menjadi masukan dalam penguatan literasi keuangan digital dan syariah. Penelitian selanjutnya disarankan melibatkan jumlah informan yang lebih beragam, cakupan wilayah yang lebih luas, serta menggunakan pendekatan *mixed methods* agar diperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keputusan trading Generasi Z.

DAFTAR PUSTAKA

Agustini, A. P., Oktapiani, O., Septrianingsih, H., & Zukhri, N. (2023). From Financial Literacy to FoMO: Menggali Keterkaitan Literasi Keuangan, Social Media Influencer, dan Fear of Missing Out dalam Minat Berinvestasi di Pasar Modal (Studi Kasus Mahasiswa di Provinsi Kepulauan Bangka Belitung). *Innovative: Journal of Social Science Research, 3*(4), 6594–6604. https://j-innovative.org/index.php/Innovative/article/view/4305

Ames, H., Glenton, C., & Lewin, S. (2019). Purposive sampling in a qualitative evidence synthesis: A worked example from a synthesis on parental perceptions of vaccination communication. *BMC Medical Research Methodology, 19*(1), Article 26. https://doi.org/10.1186/s12874-019-0665-4

Arum, L. S., Zahrani, A., & Duha, N. A. (2023). Karakteristik Generasi Z dan Kesiapannya dalam Menghadapi Bonus Demografi 2030. *Accounting Student Research Journal, 2*(1), 59–72. https://doi.org/10.62108/asrj.v2i1.5812

Aspers, P., & Corte, U. (2019). What is qualitative in qualitative research. *Qualitative Sociology, 42*(2), 139–160. https://doi.org/10.1007/s11133-019-9413-7

Belanche, D., Casaló, L. V., & Flavián, C. (2019). Artificial intelligence in FinTech: Understanding robo-advisors adoption among customers. *Industrial Management & Data Systems, 119*(7), 1411–1430. https://doi.org/10.1108/IMDS-08-2018-0368

Braun, V., & Clarke, V. (2021). To saturate or not to saturate? Questioning data saturation as a useful concept for thematic analysis and sample-size rationales. *Qualitative Research in Sport, Exercise and Health, 13*(2), 201–216. https://doi.org/10.1080/2159676X.2019.1704846

Budiarti, R. R., & Trisnaningsih, S. (2025). Factors influencing investment decision making in foreign exchange: Financial literacy, risk perception, loss aversion. *Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics (IIJSE), 8*(3), 10414–10427. https://doi.org/10.31538/iijse.v8i3.7742

Busetto, L., Wick, W., & Gumbinger, C. (2020). How to use and assess qualitative research methods. *Neurological Research and Practice, 2*(1), Article 14. https://doi.org/10.1186/s42466-020-00059-z

Campbell, S., Greenwood, M., Prior, S., Shearer, T., Walkem, K., Young, S., Bywaters, D., & Walker, K. (2020). Purposive sampling: Complex or simple? Research case examples. *Journal of Research in Nursing, 25*(8), 652–661. https://doi.org/10.1177/1744987120927206

Goeyana, A., & Marlina, M. A. E. (2024). Financial literacy and risk perception: The key to understanding the relationship between FoMO and investment decisions. *Jurnal Aplikasi Akuntansi, 9*(1), 46–59. https://doi.org/10.29303/jaa.v9i1.433

Junaidi, J., & Nurhidayah, N. (2023). Social media impact on trading behavior: An examination among Indonesian young adult investors with capital market literacy as a mediator. *JEMA: Jurnal Ilmiah Bidang Akuntansi dan Manajemen, 20*(1), 136–155. https://doi.org/10.31106/jema.v20i1.19687

Kallio, H., Pietilä, A.-M., Johnson, M., & Kangasniemi, M. (2016). Systematic methodological review: Developing a framework for a qualitative semi-structured interview guide. *Journal of Advanced Nursing, 72*(12), 2954–2965. https://doi.org/10.1111/jan.13031

Manar, O. (2024). The impact of overconfidence and risk tolerance on forex investors' decision-making. *Global Journal of Economic and Finance Research, 1*(7), 176–183. https://doi.org/10.55677/GJEFR/02-2024-Vol01E7

Mu'afi, M. I., Amalia, P. A., & Amalia, T. (2024). Memahami Perilaku Investasi Generasi Z: Peran Literasi Keuangan sebagai Pendorong Utama. *Business UHO: Jurnal Administrasi Bisnis, 9*(1), 1–9. https://bussines.uho.ac.id/index.php/journal/article/view/5

Nowell, L. S., Norris, J. M., White, D. E., & Moules, N. J. (2017). Thematic analysis: Striving to meet the trustworthiness criteria. *International Journal of Qualitative Methods, 16*(1), 1–13. https://doi.org/10.1177/1609406917733847

Prasetya, I., & Fadila, N. R. (2025). Review of Sharia perspective of online forex and gold trading through MetaTrader 4 and MetaTrader 5 platforms at futures brokers in Indonesia. *International Journal of Islamic Finance, 3*(1), 95–120. https://doi.org/10.14421/ijif.v3i1.2643

Putri, E. S. E., & Assyifa, Z. (2024). Analisis Syariah terhadap Praktik Trading Forex Online: Identifikasi Masalah dan Solusi. *Journal of Economic, Management, Business, Accounting Sustainability, 1*(2), 18–23. https://doi.org/10.69693/joembas.v1i2.26

Rijanto, B. P., & Utami, N. (2024). Financial technology, social media influencers, and experience of cryptocurrency investment decisions: Financial literacy's role. *Jurnal Manajemen Maranatha, 23*(2), 201–216. https://doi.org/10.28932/jmm.v23i2.8717

Sari, Z. P., Mardhiah, S., & Albart, N. (2025). Systematic Literature Review: Pengaruh Financial Technology terhadap Minat Investasi pada Generasi Z Tahun 2024. *Jurnal Bisnis Mahasiswa, 5*(1), 109–119. https://doi.org/10.60036/jbm.v5i1.306

Seraj, A. H. A., Alzain, E., & Alshebami, A. S. (2022). The roles of financial literacy and overconfidence in investment decisions in Saudi Arabia. *Frontiers in Psychology, 13*, Article 1005075. https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.1005075

Yuningsih, R., Windarti, A., & Nuraeni, N. S. (2025). Pengaruh Persepsi Risiko dan Ekspektasi Return terhadap Keputusan Investasi Digital pada Kalangan Generasi Z. *Indonesian Journal of Economy, Business, Entrepreneuship and Finance, 5*(2), 340–351. https://doi.org/10.53067/ijebef.v5i2.249