

Intention To Use Islamic Banks On Z Generation In Indonesia

Niat Menggunakan Bank Syariah Pada Generasi Z Di Indonesia

Ria Kurniawati^{1*}, Gatot Nazir Ahmad², Agung Dharmawan Buchdadi³

Universitas Islam Syekh-Yusuf¹, Universitas Negeri Jakarta^{2,3}

rkurniawati@unis.ac.id¹, gnaahmad@unj.ac.id², abuchdadi@unj.ac.id³

*Corresponding Author

ABSTRACT

This article discusses the low Islamic financial literacy in Indonesia which has an impact on the low use of Islamic banks. There is a strategy from the Financial Services Authority (OJK) to improve financial literacy in Indonesia through the "Indonesian Financial Literacy National Strategy" by focusing on activities to improve financial literacy in certain groups, one of which is students. However, the financial literacy index of Generation Z in Indonesia is still low. This is due to the low level of financial knowledge that makes it easy for people to get trapped in making investments that offer lucrative returns in a short period of time without considering the risks. Therefore, financial literacy is very important to build financial behavior that will lead to future prosperity.

Keywords : Intention to Use Islamic Banks, Islamic Financial Literacy, Financial Knowledge, Financial Social Agents, Financial Attitude

ABSTRAK

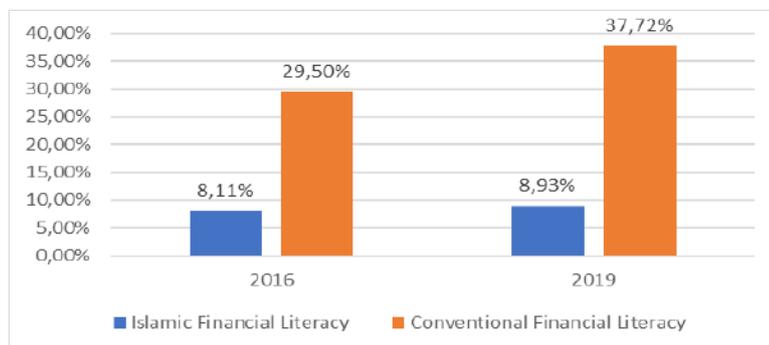
Artikel ini membahas mengenai rendahnya *Islamic financial literacy* di Indonesia yang berdampak pada rendahnya penggunaan bank Syariah. Terdapat strategi dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK) untuk meningkatkan *financial literacy* di Indonesia melalui "Indonesian Financial Literacy National Strategy" dengan menitikberatkan pada kegiatan peningkatan *financial literacy* pada kelompok tertentu, salah satunya adalah mahasiswa. Meskipun demikian, indeks *financial literacy* generasi Z di Indonesia masih rendah. Hal ini disebabkan oleh rendahnya pengetahuan keuangan yang menyebabkan seseorang mudah terjebak dalam melakukan investasi yang menawarkan keuntungan yang menggiurkan dalam jangka waktu yang pendek tanpa mempertimbangkan risikonya. Oleh karena itu, literasi keuangan sangat penting untuk membangun perilaku keuangan yang akan mengarah pada kemakmuran di masa depan.

Kata Kunci : Intention to Use Islamic Banks, Islamic Financial Literacy, Financial Knowledge, Financial Social Agents, Financial Attitude

1. Pendahuluan

Indonesia sebagai masyarakat muslim terbesar di dunia (Suparyanto dan Rosad (2015, 2020), namun penggunaan bank Syariah di Indonesia lebih rendah dibandingkan dengan bank konvensional (Suhendro, 2018). Hal ini salah satunya disebabkan oleh rendahnya *Islamic financial literacy* masyarakat (Ruwaidah, 2020), (Nasution & Nasution, 2019). Rendahnya *Islamic financial literacy* masyarakat Indonesia salah satunya disebabkan oleh pengetahuan keuangan islam yang rendah. Indeks *conventional financial literacy* Indonesia tahun 2016 mencatat sebanyak 29,5%, sedangkan tingkat *Islamic financial literacy* hanya mencapai 8,11% (Subardi & Indri Yuliafitri, 2019), (Ruwaidah, 2020). Tahun 2019, indeks *conventional financial literacy* meningkat sebesar 8,22% dari 29,5% pada tahun 2016 menjadi 37,72% di tahun 2019. Sedangkan, indeks *Islamic financial literacy* hanya meningkat sebesar 0,83% selama 3 tahun sejak survei yang dilakukan pada tahun 2016 (Muhammad Raihan Aulia Firdausi & Rahmatina Awaliah Kasri, 2022). Angka tersebut menunjukkan bahwa *Islamic financial literacy* di Indonesia masih sangat rendah jika dibandingkan dengan tingkat yang dicapai pada indeks *conventional financial literacy*. Situasi ini tentunya akan mempersulit perkembangan industri keuangan syariah ke depannya (Muhammad Raihan Aulia Firdausi & Rahmatina Awaliah Kasri,

2022). Ditambah indeks pengetahuan keuangan masing-masing sektor juga sangat rendah, yaitu sektor perbankan Syariah 6,63%, sektor pasar modal Syariah 0,02%, dan sektor asuransi Syariah yaitu 2,51%. Dimana rendahnya *Islamic financial literacy* ini akan mempengaruhi penggunaan dan pemanfaatan jasa keuangan Syariah, yang mengarah pada pangsa pasar industri keuangan Syariah, khususnya perbankan Syariah.



Gambar 1. Perbandingan *Conventional Financial Literacy* dan *Islamic Financial Literacy*

Sumber: OJK, 2019

Otoritas Jasa Keuangan (OJK) telah mencanangkan berbagai strategi untuk meningkatkan *financial literacy* di Indonesia melalui “*Indonesian Financial Literacy National Strategy*” sejak tahun 2013. Strategi tersebut disempurnakan pada tahun 2017 untuk mengoptimalkan pencapaian target indeks *financial literacy* dan *financial inclusion*. Strategi ini menitikberatkan pada kegiatan peningkatan *financial literacy* pada kelompok tertentu. Salah satu kelompok masyarakat yang menjadi prioritas dalam sasaran kegiatan ini adalah mahasiswa (OJK, 2017). Mahasiswa dianggap sebagai kelompok masyarakat yang sangat penting untuk memiliki stabilitas *financial literacy* karena *financial literacy* memiliki peran penting untuk membangun perilaku keuangan yang akan mengarah pada kemakmuran di masa depan (Beverly dan Bukhalter, 2005). Dibandingkan dengan orang dewasa (generasi X dan Y), tingkat pelajar (generasi Z) mempunyai peran yang strategis dan sebagai ujung tombak dalam perekonomian Indonesia (Harahap, 2022). Hal ini dikarenakan, masa atau fase dimana seseorang dapat berada dalam tahap perkembangan untuk pembentukan sikap dan perilaku serta pengayaan pengetahuan dan keterampilan yang berkaitan dengan keuangan (Shakirah et al., 2020). Dengan demikian, literasi keuangan akan menjadi sarana utama bagi generasi muda (generasi Z) saat ini untuk dapat mengarahkan perekonomian kearah yang lebih baik.

Namun indeks *financial literacy* generasi Z di Indonesia masih rendah. Hal ini terlihat dari indeks *financial literacy* yang hanya mencapai 15,92%. Sedangkan rata-rata nasional sebesar 38,03%, bahkan generasi ini menjadi kelompok usia dengan indeks literasi keuangan yang paling rendah (Gregorius, 2022). Rendahnya *financial literacy* ini salah satunya disebabkan oleh rendahnya pengetahuan keuangan (*financial knowledge*). Rendahnya pengetahuan tentang industri keuangan beserta produk-produknya menyebabkan seseorang mudah terjebak dalam melakukan investasi yang menawarkan keuntungan yang menggiurkan dalam jangka waktu yang pendek tanpa mempertimbangkan risikonya. Hal ini tentunya dapat menyebabkan kerugian bagi individu itu sendiri.

Menurut hasil Riset kredit Karma pada tahun 2018, sebanyak 39% generasi Z memiliki utang untuk mengikuti tren di komunitasnya dan menurut riset IDN, *Research Institute* pada tahun 2019, alokasi tabungan dari pendapatan hanya 10,17% pada generasi Z. Investasi yang selalu menjadi bagian dari pengelolaan keuangan, juga masih minim di kalangan generasi Z (Laturette et al., 2021). Hal ini didukung oleh hasil penelitian dari *Future of Money* oleh Luno bekerjasama dengan *Dalia Research* sebanyak 69% generasi Z tidak memiliki strategi investasi. (Dion, 2020). Penelitian (Rahayu dan Nurfauziah, 2020) menyatakan generasi Z yang memiliki

pengetahuan akan pengelolaan keuangan seperti menabung, tidak selalu pasti memiliki perilaku menabung. Melihat data yang disajikan dan karakteristik dari generasi Z, maka diperlukan pemahaman dan penerapan *financial literacy* pada generasi Z agar tidak terjadi kesalahan kedepannya.

Otoritas Jasa Keuangan (OJK) sebagai salah satu agen sosialisasi keuangan (*financial socialization agents*) memiliki peranan penting untuk dapat meningkatkan indeks literasi keuangan. Sosialisasi keuangan (*financial socialization*) mengacu pada proses dimana individu tidak hanya memperoleh teori keuangan tentang masalah keuangan tetapi juga belajar sikap dan perilaku yang mempengaruhi perilaku keuangan mereka (Ameer & Khan, 2020). Lebih lanjut, sosialisasi keuangan (*financial socialization*) terjadi melalui saluran yang berbeda, seperti sekolah, pekerjaan, dan keluarga (Lebaron et al., 2018). Sosialisasi keuangan (*financial socialization*) yang diberikan melalui agen-agen (keluarga, teman, pendidikan, dan media) akan berpengaruh terhadap sikap seseorang dalam melakukan kegiatan yang berhubungan dengan keuangan serta terhadap keputusan keuangan yang diambil. Agen sosialisasi (*socialization agents*) misalnya orang tua, teman sebaya, dan sekolah mempengaruhi hasil mental dan perilaku, misalnya proses dimana orang tua mengajarkan keterampilan konsumen untuk anak-anak dan memiliki implikasi jangka panjang (Gutter et al., 2014). Beberapa peneliti telah menerapkan teori *financial socialization* dalam literatur *financial literacy* (Ullah & Yusheng, 2020). Penelitian (Kadoya & Khan, 2020) melaporkan bahwa *financial literacy* siswa sangat dipengaruhi oleh kontak sosial di Jepang. Hal ini dikarenakan pengambilan keputusan keuangan di masa datang signifikan mempengaruhi siklus sosial dimana siswa menghabiskan sebagian besar pendapatannya (uang jajan) untuk dapat meningkatkan *financial literacy*.

2. Tinjauan Pustaka

Pertumbuhan industri perbankan syariah Indonesia menunjukkan grafik meningkat (Abubakar & Handayani, 2018) (Werdi Apriyanti, 2018) telah mendorong minat peneliti untuk mengeksplorasi faktor-faktor yang mengarahkan pada perilaku konsumen menggunakan bank Syariah. Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh para peneliti telah berusaha untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen terhadap perbankan syariah dalam berbagai konteks. Beberapa faktor-faktor tersebut dapat meliputi *attitude towards Islamic financing, subjective norms, perceived behavioral control, perceived usefulness, religious belief, image and reputation, service quality, dan social influence* (Antara et al., 2017) (Ayyub et al., 2020) (Idris et al., 2014) (Amin et al., 2011).

Namun, pertumbuhan grafik perbankan Syariah yang terus meningkat tidak diimbangi dengan pangsa pasar perbankan Syariah itu sendiri. Tahun 2019, pangsa pasar perbankan syariah mengalami penurunan sebesar 3,33% dari tahun sebelumnya. Pangsa pasar perbankan Syariah hanya mampu menyumbangkan 5,95% dari industri perbankan nasional, atau sekitar Rp 499,34 triliun. Hal ini salah satunya disebabkan oleh rendahnya *Islamic financial literacy* masyarakat (Ruwaidah, 2020), (Nasution & Nasution, 2019).

Intention to use Islamic banks didasarkan pada pemikiran dasar dari *Theory of Planned Behavior* (TPB). Teori ini dianggap sebagai model teoritis yang paling relevan dengan konteks produk islami (Muslichah & Sanusi, 2019). Menurut TPB, niat individu untuk melakukan perilaku tertentu adalah diprediksi oleh sikapnya.

Theory of Planned Behavior (TPB)

(Siqueira et al., 2022) Ajzen (2001) menjelaskan *Theory of Planned Behavior* (TPB) merupakan teori pembelajaran mengenai studi perilaku seseorang yang dilakukan dengan dasar niat untuk mencapai maksud dan tujuan tertentu. Berdasarkan teori ini latar belakang merupakan faktor yang sangat berpengaruh dalam memprediksi perilaku seseorang, faktor pertama adalah personal meliputi cara bersikap, emosi, kecerdasan, kepribadian dan nilai

hidup, faktor kedua adalah informasi meliputi pengetahuan, pengalaman, berita di media, faktor ketiga adalah sosial meliputi usia, suku, gender, pendidikan, etnis, agama dan penghasilan seseorang (Ajzen, 2005).

Behavioral Finance

Behavioral finance merupakan ilmu yang mempelajari tentang bagaimana manusia dalam mengambil suatu tindakan pada proses pengambilan keputusan dalam berinvestasi sebagai respons dari informasi yang diperolehnya. Perilaku keuangan ini mulai dikenal berbagai pihak terutama akademisi setelah Solvic (1969 dan 1972) mengemukakan aspek psikologi pada investasi. Tversky dan Kahneman (1974) menyampaikan penilaian pada kondisi ketidakpastian yang bisa menghasilkan heuristik atau bias. Kahneman dan Tversky (1979) dengan teori prospek dan dilanjutkan dengan pada tahun 1992 tentang teori prospek lanjutan. Thaler (1985) tentang Mental Accounting: Shefrin (2000) dengan berbagai tulisan untuk pengembangan perilaku keuangan dan sebuah buku *Beyond Greed and Fear* dalam (Manurung, 2012).

Financial Knowledge

Financial knowledge merupakan kemampuan seseorang untuk memahami konsep dasar keuangan, produk dan jasa keuangan dalam mengelola sumber daya keuangan secara efektif berdasarkan prinsip Syariah (Gunawan et al., 2021).

Financial Socialization Agents

Financial socialization adalah proses belajar dan memajukan nilai, pengetahuan, norma, standar, sikap, dan perilaku yang mempromosikan kesejahteraan, kelayakan finansial diantara individu seperti yang dijelaskan oleh (Danes & Yang, 2014). *Financial socialization* terdiri dari pengembangan standar, nilai, norma, sikap, bukan hanya terkait pengelolaan uang (Ullah & Yusheng, 2020). Individu belajar tentang perilaku di masa kecil mereka melalui interaksi dengan agen sosialisai (*socialization agents*) seperti orang tua, saudara kandung, anggota keluarga lainnya, teman sebaya, agama, sekolah dan kemudian mempraktekkan perilaku ini dimasa dewasa mereka selama bertahun-tahun (Khawar & Sarwar, 2021). Individu-individu atau organisasi yang berhubungan dengan keuangan dan menjaga hubungan tersebutlah yang disebut dengan *financial socialization agents*.

Financial Attitude

Sikap adalah salah satu pengaruh internal utama yang mempengaruhi proses keputusan konsumen (Awliya, 2020). Sehingga *financial attitude* dapat diartikan sebagai keadaan pemikiran, pendapat, dan penilaian tentang keuangan (Arifin, 2017).

Islamic Financial Literacy

Islamic financial literacy secara operasional diartikan sebagai kemampuan seseorang menggunakan kesadaran (*awareness*), pengetahuan (*knowledge*), kemampuan (*skills*), sikap (*attitude*), dan perilaku (*behavior*) keuangan dalam mengelola sumber keuangan berdasarkan ajaran islam (Ahmad et al., 2020). (Salim et al., 2022) menyatakan bahwa *Islamic financial literacy* meliputi berbagai aspek dalam keuangan, yaitu pengelolaan uang dan harta, aspek perencanaan keuangan seperti dana pensiun, investasi, dan asuransi. Sedangkan, (Saifurrahman & Kassim, 2021) menyatakan bahwa *Islamic financial literacy* mencakup banyak konsep, termasuk *financial awareness*, *financial knowledge*, *financial skills*, dan *financial capability*. (Antara & Musa, 2020) *Islamic financial literacy* didefinisikan sebagai campuran dari *awareness*, *knowledge*, *skill*, *attitude* dan *behaviour essential* untuk membuat keputusan keuangan yang sehat dan juga akhirnya mencapai kesejahteraan finansial individu. *Islamic*

financial literacy secara konseptual dapat didefinisikan sebagai kemampuan seseorang untuk menggunakan *financial knowledge*, *skills*, dan *attitude* dalam mengelola sumber daya keuangan sesuai dengan ajaran islam (Muhammad Raihan Aulia Firdausi & Rahmatina Awaliah Kasri, 2022). Sehingga, berdasarkan definisi-definisi di atas dapat disintesis bahwa *Islamic financial literacy* didefinisikan sebagai kemampuan seseorang dalam menggunakan kesadaran (*awareness*), pengetahuan (*knowledge*), kemampuan (*skills*), sikap (*attitude*), dan perilaku (*behavior*) berdasarkan ajaran islam untuk mengelola, merencanakan, dan membuat keputusan keuangan yang sehat dan akhirnya mencapai *financial well-being*.

Intention to Use Islamic Banks

(Andespa, 2017) mengemukakan bahwa niat konsumen merupakan bagian dari komponen perilaku konsumen dalam sikap mengkonsumsi dan kecenderungan konsumen dalam bertindak memutuskan untuk membeli dan menggunakan suatu produk. Niat didefinisikan sebagai seberapa keras seseorang bersedia untuk mencoba melakukan suatu perilaku dan tingkat tekad apa yang digunakan seseorang untuk melakukan perilaku tersebut (Bananuka et al., 2019). Niat adalah kecenderungan konsumen untuk bertindak dengan cara tertentu terhadap produk atau layanan (Awliya, 2020). Dalam penelitian perilaku konsumen, niat pelaku disebut juga loyalitas sikap konsumen (Suhartanto et al., 2018).

3. Metode Penelitian

Metode penelitian yang diterapkan dalam artikel ini adalah dengan menggunakan metode *Systematic Literature Review* (SLR). Langkah-langkah yang dijalankan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Pemilihan topik: Menentukan topik penelitian yang akan dikaji, yaitu "Niat Menggunakan Bank Syariah pada Generasi Z di Indonesia".
2. Pemilihan database: Memilih database yang akan digunakan untuk mencari artikel yang relevan dengan topik penelitian. Beberapa database yang digunakan adalah *Google Scholar*, *Scopus*, dan *Web of Science*.
3. Pemilihan kata kunci: Menentukan kata kunci yang akan digunakan dalam pencarian artikel. Beberapa kata kunci yang digunakan adalah "*intention to use*", "*Islamic financial literacy*", "*financial knowledge*", "*financial socialization agents*", dan "*financial attitude*".
4. Seleksi artikel: Melakukan pencarian artikel berdasarkan kata kunci yang telah ditentukan dan lakukan seleksi artikel berdasarkan kriteria inklusi dan eksklusi. Beberapa kriteria inklusi yang digunakan adalah artikel yang dipublikasikan dalam jurnal terpercaya, artikel yang terkait dengan topik penelitian, dan artikel yang dipublikasikan dalam kurun waktu tertentu. Beberapa kriteria eksklusi yang digunakan adalah artikel yang tidak relevan dengan topik penelitian, artikel yang tidak memenuhi kriteria inklusi, dan artikel yang tidak tersedia secara online.
5. Evaluasi kualitas artikel: Evaluasi kualitas artikel yang terpilih menggunakan pedoman yang telah ditentukan. Pedoman evaluasi mencakup kriteria seperti metode penelitian yang digunakan, data yang digunakan, dan hasil yang diperoleh.
6. Analisis data: Melakukan analisis data terhadap artikel yang telah terpilih. Analisis mencakup sintesis data, penafsiran hasil, dan kesimpulan yang diperoleh dari artikel yang telah terpilih.
7. Penulisan laporan: Menuliskan laporan penelitian dalam bentuk artikel yang berisi informasi tentang topik penelitian, metode penelitian yang digunakan, hasil penelitian, kesimpulan, dan saran untuk penelitian selanjutnya.

Sehingga, dengan menggunakan metode SLR, diharapkan penelitian tentang "Niat Menggunakan Bank Syariah pada Generasi Z di Indonesia" dapat dilakukan secara sistematis

dan terstruktur untuk memperoleh informasi yang lebih akurat dan objektif yang selanjutnya didapatkan beberapa proposisi dari hasil pencarian artikel terkait.

4. Hasil Dan Pembahasan

Berdasarkan metode penelitian yang telah disampaikan sebelumnya, maka pengembangan proposition disajikan dalam pembahasan sebagai berikut.

Pengaruh *Financial Knowledge* Terhadap *Islamic Financial Literacy*

Financial knowledge memiliki peran yang signifikan dalam *financial literacy* (Chaulagain, 2019). *Financial knowledge* merupakan komponen integral dari *financial literacy*, tetapi tidak identik dengan *financial literacy* (Rahman et al., 2018). (Huston, 2010) mendefinisikan *financial knowledge* sebagai kemampuan seseorang dalam memahami dan menggunakan informasi terkait keuangan pribadi. Pemahaman yang baik dari individu akan linier dengan pemahamannya terkait *Islamic financial literacy*. Berdasarkan uraian di atas, maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

Proposisi 1: Financial knowledge berpengaruh signifikan terhadap Islamic financial literacy.

Pengaruh *Financial Socialization Agents* Terhadap *Islamic Financial Literacy*

Financial socialization merupakan suatu proses seseorang dalam mendapatkan sikap, informasi serta keterampilan yang digunakan untuk meningkatkan kompetensi seseorang dalam *financial markets* (Ward, 1978) (Dewanti & Asandimitra, 2021). Agen sosialisasi seperti *peer group*, keluarga, media, dan teman termasuk dalam satu kategori yang mempengaruhi karakteristik kepribadian keuangan seseorang dan berpengaruh terhadap *financial literacy*. Lebih lanjut, lingkungan sosial sangat mempengaruhi perilaku individu dalam mengambil keputusan keuangan yang tepat (Riaz et al., 2022). Penelitian (Cude et al., 2016) tentang teman sebaya dan keluarga, mereka menemukan bahwa para siswa dipengaruhi oleh bantuan keuangan dari lingkungan atau agen sosialisasi, terutama keluarga. Berdasarkan uraian di atas, maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

Proposisi 2: Financial socialization agents berpengaruh signifikan terhadap Islamic financial literacy.

Pengaruh *Financial Attitude* Terhadap *Islamic Financial Literacy*

Financial attitude dapat didefinisikan sebagai suatu kondisi yang dialami oleh individu mengenai keuangan yang kemudian diterapkan dalam sikap mereka (Adiputra, 2021). *Financial attitude* memiliki peran penting terhadap *financial literacy* pengusaha muda (Sandi et al., 2020). Hal ini disebabkan karena *financial attitude* dapat membentuk cara orang untuk menghabiskan, menyimpan, menimbun, dan membuang uang. Praktek manajemen keuangan dan sikap keuangan yang salah dapat memicu terjadinya masalah keuangan dan *financial behavior* seseorang. Berdasarkan uraian di atas, maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

Proposisi 3: Financial attitude berpengaruh signifikan terhadap Islamic financial literacy.

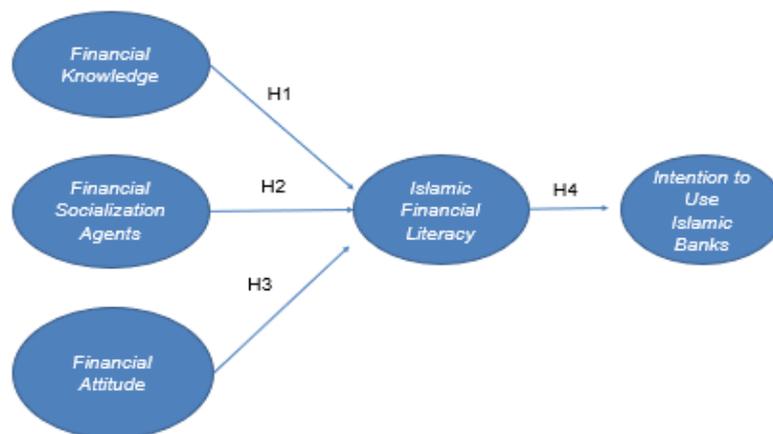
Pengaruh *Islamic Financial Literacy* Terhadap *Intention to Use Islamic Banks*

Islamic financial literacy saat ini menjadi populer dikalangan peneliti, praktisi dan pembuat kebijakan. Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa *financial literacy* dapat mempengaruhi keputusan konsumen dalam memilih produk keuangan (Antara & Musa, 2020). *Islamic financial literacy* didefinisikan sebagai pengetahuan (*knowledge*), kemampuan (*skills*), dan sikap (*attitude*) keuangan seseorang dalam mengelola sumber daya keuangan sesuai dengan ajaran islam (Muslichah & Sanusi, 2019). Seseorang yang memiliki seperangkat pengetahuan (*knowledge*) dan keterampilan (*skills*) untuk memahami pentingnya layanan

keuangan islam akan berdampak pada sikap (*attitude*) mereka tentang niat untuk menggunakan pembiayaan islam (*intention to use Islamic financing*) (Albaity & Rahman, 2019). Berdasarkan uraian di atas, maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

Proposisi 4: Islamic financial literacy berpengaruh terhadap intention to use Islamic banks.

Berdasarkan literatur yang telah dibahas di atas, variabel yang diusulkan dalam penelitian ini yaitu *financial knowledge*, *financial socialization agents*, *financial attitude*, *Islamic financial literacy*, dan *intention to use Islamic banks*. Hubungan masing-masing variabel dapat dilihat pada gambar 2 berikut.



Gambar 2. Hubungan masing-masing variabel

Sumber: Data diolah penulis, 2023

5. Penutup

Kesimpulan

Artikel ini bertujuan mengembangkan kajian teoritis terkait *intention to use Islamic banks* pada generasi Z di Indonesia yang dilihat dari dua pendekatan, yaitu *Theory of Planned Behavior* (TPB) dan *behavioral finance* (perilaku keuangan). Dimana kajian terkait generasi Z pada *financial literacy* masih sedikit sekali ditemukan. Sehingga, diharapkan artikel ini dapat memberikan tambahan pengetahuan bagi peneliti lainnya, praktisi, dan pembuat kebijakan.

Ucapan Terima Kasih

Ucapan terimakasih penulis sampaikan kepada Bapak Dr. Gatot Nazir Ahmad, M.Si dan Bapak Agung Dharmawan Buchdadi, M.M., Ph.D selaku dosen pengampu mata kuliah seminar isu-isu kontemporer dalam manajemen keuangan atas ilmu dan masukan yang diberikan dalam penyusunan artikel ini.

Daftar Pustaka

- Abubakar, L., & Handayani, T. (2018). Percepatan Pertumbuhan Perbankan Syariah Melalui Implementasi Tata Kelola Syariah. *Law and Justice*, 2(2), 124–134. <https://doi.org/10.23917/laj.v2i2.3417>
- Adiputra, I. G. (2021). The Influence of Financial Literacy, Financial Attitude and Locus of Control on Financial Satisfaction: Evidence From the Community in Jakarta. *KnE Social Sciences*, 2021, 636–654. <https://doi.org/10.18502/kss.v5i5.8848>
- Ahmad, G. N., Widyastuti, U., Susanti, S., & Mukhibad, H. (2020). Determinants of the islamic financial literacy. *Accounting*, 6(6), 961–966. <https://doi.org/10.5267/j.ac.2020.7.024>
- Albaity, M., & Rahman, M. (2019). The intention to use Islamic banking: an exploratory study to measure Islamic financial literacy. *International Journal of Emerging Markets*, 14(5),

- 988–1012. <https://doi.org/10.1108/IJOEM-05-2018-0218>
- Ameer, R., & Khan, R. (2020). Financial Socialization, Financial Literacy, and Financial Behavior of Adults in New Zealand. *Journal of Financial Counseling and Planning*, 31(2), 313–329. <https://doi.org/10.1891/JFCP-18-00042>
- Amin, H., Rahim Abdul Rahman, A., Laison Sondoh, S., & Magdalene Chooi Hwa, A. (2011). Determinants of customers' intention to use Islamic personal financing: The case of Malaysian Islamic banks. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, 2(1), 22–42. <https://doi.org/10.1108/17590811111129490>
- Andespa, R. (2017). Pengaruh Faktor Psikologis terhadap Minat Menabung Nasabah di Bank Syariah. *Maqdis: Jurnal Kajian Ekonomi Islam*, 2(2), 177–191.
- Antara, P. M., & Musa, R. (2020). Validating islamic financial literacy instruments among mum generation: Rasch analysis approach. *International Journal of Business and Society*, 21(3), 1113–1121.
- Antara, P. M., Musa, R., & Hassan, F. (2017). *SOCIAL SCIENCES & HUMANITIES Conceptualisation and Operationalisation of Islamic Financial Literacy Scale*. 25, 251–260.
- Arifin, M. H. (2017). Memahami Peran Pendidikan Tinggi terhadap Mobilitas Sosial di Indonesia. *MASYARAKAT: Jurnal Sosiologi*, 22(2), 139–158. <https://doi.org/10.7454/mjs.v22i2.7697>
- Awliya, H. (2020). The Intention of Indonesian Muslims in Using Islamic Bank Based on Consumer Psychology Perspective. *Journal of of Strategic and Global Studies*, 3(2). <https://doi.org/10.7454/jsgs.v3i2.1030>
- Ayyub, S., Xuhui, W., Asif, M., & Ayyub, R. M. (2020). Determinants of intention to use Islamic banking: A comparative analysis of users and non-users of Islamic banking: evidence from Pakistan. *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management*, 13(1), 147–163. <https://doi.org/10.1108/IMEFM-05-2017-0135>
- Bananuka, J., Kaawaase, T. K., Kaseru, M., & Nalukenge, I. (2019). Determinants of the intention to adopt Islamic banking in a non-Islamic developing country: The case of Uganda. *ISRA International Journal of Islamic Finance*, 11(2), 166–186. <https://doi.org/10.1108/IJIF-04-2018-0040>
- Chaulagain, R. P. (2019). *Financial Literacy and Behavior of Small Borrowers in Nepal*. 45.
- Cude, B. J., Danns, D., & Kabaci, M. J. (2016). Handbook of Consumer Finance Research. *Handbook of Consumer Finance Research*, 28887. <https://doi.org/10.1007/978-3-319-28887-1>
- Danes, S. M., & Yang, Y. (2014). Assessment of the use of theories within the journal of financial counseling and planning and the contribution of the family financial socialization conceptual model. *Journal of Financial Counseling and Planning*, 25(1), 53–68.
- Dewanti, V. P., & Asandimitra, N. (2021). Pengaruh Financial Socialization, Financial Knowledge, Financial Experience terhadap Financial Management Behavior dengan Locus of Control sebagai Variabel Mediasi pada Pengguna Paylater. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(3), 863–875. <https://doi.org/10.26740/jim.v9n3.p863-875>
- Gunawan, A., Asmuni, A., & Siregar, S. (2021). Islamic Financial Literacy and Financial Behavior: The case of Muhammadiyah Community in Medan City. *Journal of Accounting and Investment*, 22(3), 500–516. <https://doi.org/10.18196/jai.v22i3.10043>
- Harahap, G. R. (2022). *ANALISIS LITERASI KEUANGAN SYARIAH PADA GENERASI Z DI KOTA*.
- Huston, S. J. (2010). Measuring Financial Literacy. *Journal of Consumer Affairs*, 44(2), 296–316. <https://doi.org/10.1111/j.1745-6606.2010.01170.x>
- Idris, N. H., Salleh, N. A., Ahmad, N., Ismail, S., & Yazid, Z. A. (2014). Determinants of Intention To Use Islamic Banking Products Among Malay Muslims : A Case Study in Johor Bahru.

2nd World Conference on Islamic Thought and Civilization, 606–615.

- Kadoya, Y., & Khan, M. S. R. (2020). What determines financial literacy in Japan. *Journal of Pension Economics and Finance*, 19(3), 353–371. <https://doi.org/10.1017/S1474747218000379>
- Khawar, S., & Sarwar, A. (2021). Financial literacy and financial behavior with the mediating effect of family financial socialization in the financial institutions of Lahore, Pakistan. *Future Business Journal*, 7(1), 1–11. <https://doi.org/10.1186/s43093-021-00064-x>
- Laturette, K., Widianingsih, L. P., & Subandi, L. (2021). Literasi Keuangan Pada Generasi Z. *Jurnal Pendidikan Akuntansi (JPAK)*, 9(1), 131–139. <https://doi.org/10.26740/jpak.v9n1.p131-139>
- Lebaron, A. B., Rosa-Holyoak, C. M., Bryce, L. A., Hill, E. J., & Marks, L. D. (2018). Teaching children about money: Prospective parenting ideas from undergraduate students. *Journal of Financial Counseling and Planning*, 29(2), 259–271. <https://doi.org/10.1891/1052-3073.29.2.259>
- Muhammad Raihan Aulia Firdausi & Rahmatina Awaliah Kasri. (2022). Islamic Financial Literacy Amongst Muslim Students in Indonesia: A Multidimensional Approach. *Al-Muzara'Ah*, 2022, 77–94. <https://doi.org/10.29244/jam.specialissue2022.77-94>
- Muslichah, I., & Sanusi, S. (2019). The effect of religiosity and financial literacy on intention to use Islamic banking products. *Asian Journal of Islamic Management (AJIM)*, 1(2), 85–92. <https://doi.org/10.20885/ajim.vol1.iss2.art2>
- Nasution, A. W., & Nasution, A. W. (2019). Analisis Faktor Kesadaran Literasi Keuangan Syariah Mahasiswa Keuangan Dan Perbankan Syariah. *Equilibrium: Jurnal Ekonomi Syariah*, 7(1), 40. <https://doi.org/10.21043/equilibrium.v7i1.4258>
- Rahman, S. A., Tajudin, A., & Tajuddin, A. F. A. (2018). Determinant Factors of Islamic Financial Literacy In Malaysia. *American Journal of Humanities and Social Sciences Research*, 2(10), 125–132. www.ajhssr.com
- Riaz, S., Khan, H. H., Sarwar, B., Ahmed, W., Muhammad, N., Reza, S., & Ul Haq, S. M. N. (2022). Influence of Financial Social Agents and Attitude Toward Money on Financial Literacy: The Mediating Role of Financial Self-Efficacy and Moderating Role of Mindfulness. *SAGE Open*, 12(3). <https://doi.org/10.1177/21582440221117140>
- Ruwaidah, S. H. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah dan Shariah Governance Terhadap Keputusan Mahasiswa dalam Menggunakan Jasa Perbankan Syariah. *Muhasabatuna : Jurnal Akuntansi Syariah*, 2(1), 79. <https://doi.org/10.54471/muhasabatuna.v2i1.706>
- Saifurrahman, A., & Kassim, S. (2021). Islamic Financial Literacy for Indonesian MSMEs during COVID-19 Pandemic: Issues and Importance. *Journal of Islamic Finance, Special Issue*, 10(1), 45–60.
- Salim, F., Arif, S., & Devi, A. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Islamic Branding, dan Religiusitas Terhadap Keputusan Mahasiswa dalam Menggunakan Jasa Perbankan Syariah: Studi Pada Mahasiswa FAI Universitas Ibn Khaldun Bogor Angkatan 2017-2018. *El-Mal-Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 5(2), 226–244. <http://www.journal.laaroiba.ac.id/index.php/elmal/article/view/752/675>
- Sandi, K., Worokinasih, S., & Darmawan, A. (2020). Pengaruh Financial Knowledge dan Financial Attitude Terhadap Financial Behavior Pada Youth Entrepreneur Kota Malang. *Jurnal Administrasi Bisnis, Ekosistem Strat p*, 140.
- Siqueira, M. S. S., Nascimento, P. O., & Freire, A. P. (2022). Reporting Behaviour of People with Disabilities in relation to the Lack of Accessibility on Government Websites: Analysis in the light of the Theory of Planned Behaviour. *Disability, CBR and Inclusive Development*, 33(1), 52–68. <https://doi.org/10.47985/dcidj.475>
- Subardi, H. M. P., & Indri Yuliafitri. (2019). Hani Meilita, dkk.: Efektivitas Gerakan Literasi.... *Jurnal Ilmiah Perbankan Syariah*, 5(1), 31–44.

- Suhartanto, D., Farhani, N. H., Muflih, M., & Setiawan. (2018). Loyalty intention towards Islamic Bank: The role of religiosity, image, and trust. *International Journal of Economics and Management*, 12(1), 137–151.
- Suhendro, D. (2018). Tinjauan Perkembangan dan Pertumbuhan Perbankan Syariah di Indonesia. *Human Falah*. https://www.academia.edu/download/58284367/1736-7969-1-PB__human_falah_by_dedi_shu.pdf
- Suparyanto dan Rosad (2015. (2020). 濟無No Title No Title No Title. *Suparyanto Dan Rosad (2015, 5(3), 248–253*.
- Ullah, S., & Yusheng, K. (2020). Financial Socialization, Childhood Experiences and Financial Well-Being: The Mediating Role of Locus of Control. *Frontiers in Psychology*, 11(September), 1–11. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2020.02162>
- Werdi Apriyanti, H. (2018). Perkembangan Industri Perbankan Syariah Di Indonesia : Analisis Peluang Dan Tantangan. *Maksimum*, 8(1), 16. <https://doi.org/10.26714/mki.8.1.2018.16-23>