



LITERASI KEUANGAN SYARIAH MAHASISWA

**(Preferensi Teknologi, Perencanaan
& Pengambilan Keputusan)**

Fatmah Watty Pelupessy, Sunari, Arizal Hamizar,
Muammar W. MAruapey, Afdhal Yaman, Fadli F. Malawat,
Dety Aryani Relubun, Muhammad Reza Macikit

LITERASI KEUANGAN SYARIAH MAHASISWA

**(Preferensi Teknologi, Perencanaan
& Pengambilan Keputusan)**

**Fatmah Watty Pelupessy, Sunari, Arizal Hamizar,
Muammar W. MAruapey, Afdhal Yaman, Fadli F. Malawat,
Dety Aryani Relubun, Muhammad Reza Macikit**



**LITERASI KEUANGAN SYARIAH MAHASISWA
(PREFERENSI TEKNOLOGI, PERENCANAAN & PENGAMBILAN KEPUTUSAN)**

Penulis:

**Fatmah Watty Pelulessy, Sunari, Arizal Hamizar, Muammar W. MARuapey,
Afdhal Yaman, Fadli F. Malawat, Dety Aryani Relubun, Muhammad Reza Macikit**

Desain Cover:

Usman Taufik

Sumber Ilustrasi:

www.freepik.com

Tata Letak:

Handarini Rohana

Editor:

Eduard Yohannis Tamaela

ISBN:

978-623-500-752-6

Cetakan Pertama:

Februari, 2205

Hak Cipta Dilindungi Oleh Undang-Undang

by Penerbit Widina Media Utama

Dilarang keras menerjemahkan, memfotokopi, atau memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini tanpa izin tertulis dari Penerbit.

PENERBIT:

WIDINA MEDIA UTAMA

Komplek Puri Melia Asri Blok C3 No. 17 Desa Bojong Emas
Kec. Solokan Jeruk Kabupaten Bandung, Provinsi Jawa Barat

Anggota IKAPI No. 360/JBA/2020

Website: www.penerbitwidina.com

Instagram: @penerbitwidina

Telepon (022) 87355370

KATA PENGANTAR

Rasa syukur yang teramat dalam dan tiada kata lain yang patut kami ucapkan selain mengucap rasa syukur. Karena berkat rahmat dan karunia Tuhan Yang Maha Esa, buku yang berjudul “Literasi Keuangan Syariah Mahasiswa (Preferensi Teknologi, Perencanaan & Pengambilan Keputusan)” telah selesai di susun dan berhasil diterbitkan, semoga buku ini dapat memberikan sumbangsih keilmuan dan penambah wawasan bagi siapa saja yang memiliki minat terhadap pembahasan tentang Literasi Keuangan Syariah Mahasiswa (Preferensi Teknologi, Perencanaan & Pengambilan Keputusan).

Akan tetapi pada akhirnya kami mengakui bahwa tulisan ini terdapat beberapa kekurangan dan jauh dari kata sempurna, sebagaimana pepatah menyebutkan “*tiada gading yang tidak retak*” dan sejatinya kesempurnaan hanyalah milik tuhan semata. Maka dari itu, kami dengan senang hati secara terbuka untuk menerima berbagai kritik dan saran dari para pembaca sekalian, hal tersebut tentu sangat diperlukan sebagai bagian dari upaya kami untuk terus melakukan perbaikan dan penyempurnaan karya selanjutnya di masa yang akan datang.

Terakhir, ucapan terima kasih kami sampaikan kepada seluruh pihak yang telah mendukung dan turut andil dalam seluruh rangkaian proses penyusunan dan penerbitan buku ini, sehingga buku ini bisa hadir di hadapan sidang pembaca. Semoga buku ini bermanfaat bagi semua pihak dan dapat memberikan kontribusi bagi pembangunan ilmu pengetahuan di Indonesia.

Februari, 2025
Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	iv
BAB 1 PENGELOLAAN KEUANGAN	1
A. Perencanaan Keuangan Era Global.....	1
BAB 2 LITERASI KEUANGAN	7
A. Fintech dan Perilaku Konsumen	10
B. Persepsi Risiko, Kepercayaan, dan Keputusan Keuangan Konsumen	11
C. Prospect Theory dan Teori Perceived Value.....	12
BAB 3 PREFERENSI & PERILAKU KONSUMEN	15
A. Preferensi Terhadap Fintech	15
B. Tingkat Kepercayaan Pada Fintech.....	35
C. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepercayaan Pada Fintech.....	39
D. Dampak Penggunaan Fintech Pada Keputusan Finansial	43
E. Preferensi Terhadap Fintech Dalam Perspektif Teori Adopsi Inovasi	48
F. Kepercayaan Terhadap Fintech dan Teori Perceived Risk.....	53
BAB 4 KESIMPULAN	57
DAFTAR PUSTAKA.....	60

BAB 1

PENGELOLAAN KEUANGAN

A. PERENCANAAN KEUANGAN ERA GLOBAL

Dalam beberapa tahun terakhir, transformasi digital telah mengubah cara konsumen berinteraksi dengan layanan keuangan. Teknologi keuangan, atau yang sering disebut sebagai fintech, telah muncul sebagai alternatif yang menarik dalam berbagai aspek keuangan, seperti pembayaran digital, pinjaman daring, investasi saham, dan lainnya. Perkembangan ini tidak hanya mempengaruhi cara transaksi dilakukan, tetapi juga membawa dampak pada perilaku konsumen dalam mengambil keputusan finansial. Di tengah perubahan ini, pembahasan mengenai perilaku konsumen dalam menghadapi berbagai pilihan produk fintech menjadi semakin relevan. Penggunaan teknologi keuangan telah mengubah pola interaksi konsumen dengan layanan keuangan tradisional. Kemudahan akses, kecepatan transaksi, dan beragam fitur yang ditawarkan oleh fintech telah mempengaruhi keputusan konsumen dalam memilih opsi keuangan. Perilaku konsumen yang semakin tergantung pada teknologi ini menciptakan kebutuhan untuk memahami faktor-faktor psikologis, sosial, dan ekonomi yang membentuk preferensi dan keputusan konsumen dalam konteks fintech.

Perkembangan pesat dalam teknologi keuangan tersebut mengubah cara konsumen berinteraksi dengan layanan keuangan, dan fenomena ini memberikan sejumlah tantangan dan masalah yang perlu dipahami lebih mendalam. Salah satu masalah yang muncul adalah bagaimana adopsi fintech dan teknologi keuangan lainnya dapat berdampak pada keputusan keuangan konsumen. Kemudahan akses, efisiensi transaksi, dan inovasi

BAB 2

LITERASI KEUANGAN

Literasi keuangan mencakup pemahaman dan keterampilan individu dalam mengelola keuangan pribadi mereka. Hal ini melibatkan pengetahuan tentang konsep keuangan dasar, pengelolaan anggaran, investasi, hutang, dan pemahaman produk keuangan (Hasanuh & Putra, 2020). Dimensi literasi keuangan mencakup beberapa aspek, seperti literasi numerik (Swiecka, dkk, 2020), literasi pengetahuan keuangan (Rai, Dua & Yadav, 2019), literasi perencanaan keuangan, dan literasi investasi. Literasi keuangan didefinisikan sebagai kemampuan individu untuk membuat keputusan keuangan yang cerdas dan efektif berdasarkan pengetahuan dan pemahaman yang dimilikinya.

Dimensi literasi numerik melibatkan kemampuan untuk memahami dan menggunakan angka dalam konteks keuangan, seperti membaca laporan keuangan atau membuat perhitungan pembayaran kredit (Muñoz-Murillo, Álvarez-Franco & Restrepo-Tobón, 2020). Dimensi literasi pengetahuan keuangan mencakup pemahaman konsep dan istilah keuangan, serta pengetahuan tentang lembaga keuangan dan produk-produk keuangan. Literasi pengetahuan keuangan membantu individu dalam mengenali pilihan keuangan yang tersedia dan memahami implikasi dari keputusan keuangan yang diambil (Kadoya & Khan, 2020). Dimensi selanjutnya yaitu literasi perencanaan keuangan berfokus pada kemampuan individu untuk merencanakan dan mengelola keuangan mereka. Ini mencakup pembuatan anggaran, perencanaan pengeluaran, dan pengelolaan risiko keuangan. Literasi perencanaan keuangan memungkinkan individu untuk mencapai tujuan keuangan jangka pendek

BAB 3

PREFERENSI & PERILAKU KONSUMEN

A. PREFERENSI TERHADAP *FINTECH*

a. Motivasi Penggunaan *Fintech*

Penggunaan *fintech* di kalangan mahasiswa semakin populer, terutama di kalangan generasi muda yang mengutamakan efisiensi dan kemudahan dalam transaksi keuangan. Berdasarkan hasil wawancara dengan partisipan dari berbagai perguruan tinggi di Ambon, motivasi utama penggunaan layanan *fintech* secara umum mencakup efisiensi waktu, kenyamanan, dan aksesibilitas. Namun, setiap faktor ini memiliki variasi dalam tingkat prioritas dan alasan penggunaan di antara partisipan, tergantung pada kebutuhan dan latar belakang pendidikan masing-masing. Berikut adalah beberapa motivasi utama yang ditemukan dalam preferensi mahasiswa terhadap *fintech*:

1. Efisiensi Waktu

Efisiensi waktu adalah motivasi yang sering disebutkan oleh sebagian besar partisipan, terutama mereka yang memiliki mobilitas tinggi. *Fintech* memberikan solusi praktis untuk berbagai kebutuhan keuangan seperti transfer dana, pembayaran tagihan, atau bahkan pembelian produk keuangan tanpa harus mengunjungi bank atau kantor layanan keuangan fisik. Mahasiswa dari jurusan-jurusan yang padat waktu, seperti mahasiswa teknik atau ekonomi, menganggap *fintech* sebagai alat yang mendukung mereka untuk menghemat waktu dalam mengelola kebutuhan finansial, sehingga dapat fokus pada kegiatan akademik dan lainnya. *Salah satu partisipan dari UNPATTI menyatakan bahwa fitur pembayaran cepat di e-wallet adalah alasan utama ia mulai*

BAB 4

KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk memahami preferensi mahasiswa terhadap layanan teknologi keuangan (*fintech*) di Kota Ambon, dengan fokus khusus pada jenis layanan yang mereka pilih dan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan tersebut. Studi ini menggabungkan pendekatan kualitatif melalui wawancara mendalam dengan mahasiswa dari berbagai perguruan tinggi untuk mendapatkan wawasan komprehensif mengenai perilaku keuangan mereka. Berdasarkan analisis data, dapat diambil beberapa kesimpulan penting yang mencerminkan pola penggunaan *fintech* di kalangan generasi muda yang semakin terintegrasi dengan ekosistem digital.

Pertama, preferensi mahasiswa terhadap layanan *fintech* terutama didorong oleh kebutuhan akan kemudahan, efisiensi, dan aksesibilitas. E-wallet muncul sebagai layanan *fintech* paling populer, karena kemampuannya untuk memfasilitasi transaksi harian dengan cepat dan mudah. Promosi dalam bentuk *cashback* dan diskon juga meningkatkan daya tarik e-wallet, yang memberikan keuntungan langsung bagi mahasiswa dengan anggaran terbatas. Hal ini menunjukkan bahwa faktor ekonomi dan nilai tambah menjadi pertimbangan penting dalam memilih produk keuangan digital. Preferensi ini sejalan dengan konsep *utility maximization* dalam teori ekonomi, di mana konsumen akan cenderung memilih opsi yang memberikan manfaat maksimal dengan biaya minimal.

Kedua, layanan pinjaman daring menarik perhatian mahasiswa yang membutuhkan akses cepat terhadap likuiditas, terutama dalam situasi mendesak. Namun, meskipun aksesibilitas dan proses yang cepat menjadi

DAFTAR PUSTAKA

- Abasimel, N. A. (2023). Islamic banking and economics: concepts and instruments, features, advantages, differences from conventional banks, and contributions to economic growth. *Journal of the Knowledge Economy*, 14(2), 1923-1950.
- Arofah, A. A. (2019). Financial literacy, self-efficacy, and financial behaviour of college students. *International Journal of Pedagogy and Teacher Education*, 3(2), 129-138.
- Biplob, H., & Abdullah, M. F. (2019). The importance of islamic financial literacy for muslims: a general review. *Islam & Civilisational Renewal*, 10(1).
- De Mooij, M. (2019). Consumer behavior and culture: Consequences for global marketing and advertising. *Consumer Behavior and Culture*, 1-472.
- Hanim, A., Dewi, I. R., & Istiyani, N. (2021). Muslim Consumer Behavior Towards Halal Industry 4.0: Attitudes and Perceived Risk. *UNEJ e-Proceeding*, 120-125.
- Hasan, Z., & Putri, M. R. N. (2021). Islamic Banking in Indonesia and Globalization in Era 4.0. *Management Research Journal*, 10(2), 103-111.
- Hasanuh, N., & Putra, R. A. (2020). Influence of financial literacy and financial attitude on individual investment decisions. *Advances in Business, Management and Entrepreneurship*, 424-428.
- Kadoya, Y., & Khan, M. S. R. (2020). Financial literacy in Japan: New evidence using financial knowledge, behavior, and attitude. *Sustainability*, 12(9), 3683.
- Kaiser, T., Lusardi, A., Menkhoff, L., & Urban, C. (2022). Financial education affects financial knowledge and downstream behaviors. *Journal of Financial Economics*, 145(2), 255-272.

- Klapper, L., & Lusardi, A. (2020). Financial literacy and financial resilience: Evidence from around the world. *Financial Management*, 49(3), 589-614.
- Lusardi, A. (2019). Financial literacy and the need for financial education: evidence and implications. *Swiss Journal of Economics and Statistics*, 155(1), 1-8.
- Mazambani, L., & Mutambara, E. (2020). Predicting FinTech innovation adoption in South Africa: the case of cryptocurrency. *African Journal of Economic and Management Studies*, 11(1), 30-50.
- Muñoz-Murillo, M., Álvarez-Franco, P. B., & Restrepo-Tobón, D. A. (2020). The role of cognitive abilities on financial literacy: New experimental evidence. *Journal of Behavioral and Experimental Economics*, 84, 101482.
- Philippas, N. D., & Avdoulas, C. (2021). Financial literacy and financial well-being among generation-Z university students: Evidence from Greece. In *Financial Literacy and Responsible Finance in the FinTech Era* (pp. 64-85). Routledge.
- Rai, K., Dua, S., & Yadav, M. (2019). Association of financial attitude, financial behaviour and financial knowledge towards financial literacy: A structural equation modeling approach. *FIIB Business Review*, 8(1), 51-60.
- Rajagopal, & Rajagopal. (2020). Development of consumer behavior. *Transgenerational Marketing: Evolution, Expansion, and Experience*, 163-194.
- Romadhonia, S., & Kurniawati, S. L. (2022). The effect of Islamic corporate governance, sharia compliance, Islamic social responsibility on the profitability of sharia banks. *EKONOMIKA SYARIAH: Journal of Economic Studies*, 6(1), 90-104.
- Swiecka, B., Yeşildağ, E., Özen, E., & Grima, S. (2020). Financial literacy: The case of Poland. *Sustainability*, 12(2), 700.

- Valaskova, K., Durana, P., & Adamko, P. (2021). Changes in consumers' purchase patterns as a consequence of the COVID-19 pandemic. *Mathematics*, 9(15), 1788.
- Vieira, K. M., Potrich, A. C. G., & Mendes-Da-Silva, W. (2019). A financial literacy model for university students. *Individual Behaviors and Technologies for Financial Innovations*, 69-95.
- Wagner, J. (2019). Financial education and financial literacy by income and education groups. *Journal of Financial Counseling and Planning*, 30(1), 132-141.
- Wagner, J., & Walstad, W. B. (2019). The effects of financial education on short-term and long-term financial behaviors. *Journal of Consumer Affairs*, 53(1), 234-259.
- Zainudin, R., Mahdzan, N. S., Che Hashim, R., & Sulaiman, N. A. (2019). Islamic religiosity and Islamic financial asset holdings (IFAH). *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, 10(4), 591-606.

LITERASI KEUANGAN SYARIAH MAHASISWA

(Preferensi Teknologi, Perencanaan
& Pengambilan Keputusan)

Literasi keuangan syariah merupakan salah satu aspek penting yang harus diperhatikan, terutama bagi generasi muda, seperti mahasiswa, yang berada di tahap pembentukan pola pikir dan kebiasaan finansial. Seiring dengan pesatnya perkembangan teknologi dan digitalisasi, mahasiswa kini dihadapkan pada berbagai kemudahan dalam mengakses informasi dan layanan keuangan, termasuk produk-produk keuangan syariah. Namun, tingkat literasi keuangan syariah di kalangan mahasiswa perlu dikaji lebih dalam untuk mengetahui sejauh mana mereka memahami prinsip-prinsip syariah dalam pengelolaan keuangan serta bagaimana hal ini memengaruhi preferensi teknologi, perencanaan keuangan, dan pengambilan keputusan finansial mereka. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis literasi keuangan syariah mahasiswa dengan fokus pada tiga hal utama: preferensi teknologi dalam mengakses layanan keuangan syariah, kemampuan perencanaan keuangan berdasarkan prinsip syariah, dan proses pengambilan keputusan dalam pengelolaan keuangan pribadi. Melalui pendekatan kuantitatif dan kualitatif, studi ini akan menggali bagaimana mahasiswa memanfaatkan teknologi untuk mendapatkan informasi dan menggunakan produk keuangan syariah, serta bagaimana mereka membuat keputusan keuangan yang sesuai dengan prinsip syariah, seperti larangan riba, gharar, dan maysir. Selain itu, penelitian ini juga akan mengeksplorasi faktor-faktor yang memengaruhi preferensi teknologi mahasiswa dalam mengelola keuangan syariah, serta bagaimana mereka merencanakan dan mengelola keuangan pribadi dalam menghadapi tantangan finansial di masa depan. Diharapkan hasil dari penelitian ini dapat memberikan wawasan bagi lembaga pendidikan, praktisi keuangan syariah, dan pembuat kebijakan untuk meningkatkan literasi keuangan syariah di kalangan mahasiswa, serta menciptakan program edukasi yang relevan dengan kebutuhan dan karakteristik generasi muda masa kini.



SCANME

www.penerbitwidina.com
[@penerbitwidina](https://www.instagram.com/penerbitwidina)
[penerbit widina](https://www.facebook.com/penerbitwidina)
penerbitwidina@gmail.com
[widina store](#)
[widina bookstore](#)

Layanan Prima & Terpercaya Saja
☎ 0815-7000-699

Ekonomi

ISBN 978-623-500-752-6



9

786235

007526