

PENGARUH LITERASI KEUANGAN TERHADAP MINAT PEMILIHAN PRODUK PERBANKAN SYARIAH DI KALANGAN MAHASISWA

Haris Minando

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Syariah Alifa Pringsewu, Indonesia

Email: harisminando6899@gmail.com

Agustia Handayani

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Syariah Alifa Pringsewu, Indonesia

Farida Ekawati

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Syariah Alifa Pringsewu, Indonesia

Abstract:

The choice of Islamic banking products among students is becoming an increasingly interesting issue in the development of the Islamic banking sector. The younger generation, including students, has a crucial role in shaping the future direction of Islamic banking. An important factor that is believed to influence the decision to choose Islamic banking products by students is the level of financial literacy. This study aims to investigate the effect of financial literacy on the interest in choosing Islamic banking products among university students. The survey method through questionnaires was used on 68 respondents of Islamic banking study program students. The results showed that the t_{hitung} value was $25.181 > t_{tabel} 2.000$ and it was found that the f_{hitung} value exceeded the f_{tabel} value, which was $634.100 > 3.986$, with a significance value of 0.000, which is smaller than the significance value of 0.05. From these results, Islamic financial literacy has a significant influence on the interest in choosing Islamic banking products among students. The coefficient of determination reached 90.4%, indicating a strong influence. Support from religious aspects is also important in the selection of Islamic banking products, by Islamic principles that emphasize fairness and understanding in transactions. This study is consistent with previous findings by Nabla Zamharira et al. (2021), which also shows that Islamic financial literacy has a significant impact on students' decisions to utilize Islamic banking services. In conclusion, the higher the Islamic financial literacy, the more interest in choosing Islamic banking products in college students.

Keywords: *Financial Literacy; Syariah Banking; Selection Of Banking Products.*

Introduction

Pemilihan produk perbankan syariah di kalangan mahasiswa telah menjadi topik yang semakin menarik dalam konteks perkembangan sektor perbankan syariah. Dalam menghadapi beragam produk dan layanan perbankan syariah yang ditawarkan, mahasiswa sebagai generasi muda memiliki peran yang signifikan dalam membentuk arah perkembangan perbankan syariah di masa depan. Salah satu faktor yang diyakini berpengaruh dalam keputusan pemilihan produk perbankan syariah oleh mahasiswa adalah tingkat literasi keuangan mereka.

Literasi keuangan adalah kemampuan individu untuk memahami dan menggunakan pengetahuan keuangan dalam pengambilan keputusan finansial (OECD, 2017). Tingkat literasi keuangan yang rendah dapat memengaruhi pemahaman mahasiswa tentang produk perbankan syariah, prinsip-prinsip perbankan syariah, serta aspek keuangan lainnya yang berkaitan dengan produk perbankan syariah. Dalam konteks global, terdapat bukti-bukti bahwa literasi keuangan

yang tinggi dapat meningkatkan pemahaman dan kepercayaan masyarakat terhadap produk perbankan syariah (AlHassan, 2007; Moin et al., 2012).

Informasi dari Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) 2022 yang diumumkan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) menunjukkan adanya kemajuan yang menggembirakan dalam literasi dan inklusi keuangan di kalangan masyarakat. Dari laporan SNLIK tahun 2022, data menunjukkan bahwa indeks literasi keuangan di Indonesia mencapai 49,68 persen, sementara indeks inklusi keuangannya mencapai 85,10 persen. Perbandingan tersebut menggambarkan peningkatan yang cukup substansial dari hasil survei sebelumnya pada tahun 2019. Pada waktu itu, indeks literasi keuangan hanya mencapai 38,03 persen, sementara indeks inklusi keuangan sebesar 76,19 persen.

Peningkatan literasi keuangan dan inklusi keuangan ini mencerminkan perubahan dalam pemahaman dan partisipasi masyarakat dalam hal literasi keuangan. Hal ini juga dapat mengindikasikan bahwa masyarakat semakin menyadari pentingnya pemilihan produk perbankan yang sesuai dengan prinsip syariah. Produk perbankan syariah menyajikan opsi keuangan yang sesuai dengan prinsip-prinsip Islam, seperti melarang penggunaan riba (bunga) dan investasi yang halal. Dengan peningkatan literasi keuangan, masyarakat, termasuk mahasiswa, mungkin semakin cenderung memilih produk perbankan syariah sebagai alternatif untuk mengelola keuangan mereka.

Sumber daya literasi keuangan yang diperoleh oleh mahasiswa dapat memengaruhi preferensi mereka dalam memilih produk perbankan syariah atau produk konvensional. Keputusan pemilihan produk perbankan syariah pada mahasiswa juga dapat dipengaruhi oleh faktor-faktor sosial, agama, dan lingkungan, namun literasi keuangan dapat memainkan peran penting dalam memberikan dasar pengetahuan yang memadai untuk membuat keputusan yang bijak.

Namun, keterlibatan mahasiswa dalam memilih produk perbankan syariah tidak hanya didasarkan pada pemahaman literasi keuangan semata. Aspek agama juga turut memainkan peran penting dalam pengambilan keputusan keuangan, khususnya dalam konteks perbankan syariah.

Sebagai bentuk dukungan dari perspektif agama Islam, hadis yang diriwayatkan oleh Ibnu Majah dan Ahmad menyatakan: "*Tidak sah suatu jual beli kecuali dengan sepakat antara penjual dan pembeli.*" Hal ini menunjukkan pentingnya kesepahaman antara pihak yang bertransaksi, yang selaras dengan prinsip-prinsip perbankan syariah yang menekankan adanya keadilan dan kesepahaman dalam setiap transaksi.

Dalam mendukung pemilihan produk perbankan syariah, terdapat banyak ayat Al-Qur'an dan hadis yang menekankan prinsip-prinsip keuangan syariah. Sebagai contoh, Al-Qur'an surah Al-Baqarah ayat 275 menyatakan: "*Allah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba.*" Hadis Rasulullah SAW juga menekankan pentingnya transaksi yang adil dan menjauhi unsur riba.

Dalam konteks Indonesia, sektor perbankan syariah telah mengalami pertumbuhan yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir (OJK, 2023). Data terbaru menunjukkan bahwa jumlah pemilik rekening perbankan syariah terus meningkat, dan lebih banyak produk perbankan syariah ditawarkan kepada masyarakat. Oleh karena itu, pemahaman mahasiswa tentang produk

perbankan syariah dan dampak dari literasi keuangan dalam pemilihan produk tersebut menjadi relevan dan penting untuk diungkap.

Banyak riset telah dilakukan terkait tingkat literasi keuangan. Konsep literasi keuangan telah menjadi pusat perhatian bagi berbagai peneliti, seperti dalam studi yang dilakukan oleh Hung et al. (2009) dan Glaser dan Weber (2007), di mana literasi keuangan terbukti memberikan dampak pada perilaku individu. Dari penelitian tersebut, terungkap bahwa kurangnya literasi keuangan yang memadai dapat mengakibatkan kesalahan dalam mengambil keputusan keuangan (Lusardi et al., 2009). Karena itu, pentingnya literasi keuangan diakui sebagai faktor utama yang memengaruhi kemampuan individu dalam membuat keputusan finansial (Ateş et al., 2016).

Beberapa penelitian menyoroti hubungan antara literasi keuangan dan pemilihan produk perbankan syariah di kalangan mahasiswa. Penelitian oleh Othman dan Hashim (2013) menemukan bahwa literasi keuangan berkontribusi positif terhadap pengetahuan dan pemahaman mahasiswa tentang produk perbankan syariah. Selain itu, studi yang dilakukan oleh Moin, Ismal, dan Karim (2012) menyimpulkan bahwa literasi keuangan memiliki dampak positif terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih produk perbankan syariah. Mereka yang memiliki tingkat literasi keuangan yang tinggi cenderung lebih percaya diri dan bijak dalam mengelola keuangan mereka, termasuk dalam memilih produk perbankan syariah.

Penelitian ini bertujuan untuk menginvestigasi pengaruh literasi keuangan terhadap minat pemilihan produk perbankan syariah di kalangan mahasiswa, serta untuk menganalisis peran literasi keuangan dalam memandu mahasiswa dalam membuat keputusan finansial yang sejalan dengan prinsip-prinsip perbankan syariah.

Literasi Keuangan Syariah

OECD (2016) mengartikan literasi keuangan sebagai serangkaian proses atau kegiatan yang bertujuan untuk meningkatkan pemahaman, pengetahuan, dan keyakinan seseorang, yang mempengaruhi cara individu bersikap dan berperilaku terkait pengambilan keputusan serta pengelolaan keuangan yang efektif, dengan akhir tujuan untuk mencapai kesejahteraan. Menurut Rooji, Lusardi, dan Alessie (2012), literasi keuangan mengacu pada pengetahuan individu terkait perkiraan matematika terkait nilai uang dan barang-barang keuangan. Sementara itu, Potrich et al. (2016) mendefinisikan literasi keuangan sebagai respon berupa pernyataan yang menyatakan kesukaan atau ketidak sukaan terhadap uang dan sikap terhadap keuangan di masa depan.

Konsep literasi keuangan melibatkan lima komponen, termasuk: (1) pemahaman terhadap konsep keuangan, (2) keterampilan berkomunikasi terkait konsep keuangan, (3) kemahiran dalam mengelola keuangan pribadi, (4) ketrampilan dalam mengambil keputusan keuangan yang tepat, dan (5) kapasitas perencanaan keuangan masa depan secara efisien sesuai dengan kebutuhan individu¹.

Literasi keuangan syariah terhubung erat dengan prinsip dasar ekonomi Islam, yang menetapkan larangan terhadap riba (bunga), gharar (ketidakpastian), dan maysir (perjudian).

¹ Nasution, A. W., & AK, M. F. (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>

Sistem ekonomi Islam menjadi sebuah opsi yang ditawarkan untuk memenuhi kebutuhan keuangan dalam komunitas umat Muslim. Dengan jumlah penduduk sekitar 229 juta atau sekitar 87,2% dari total populasi Indonesia yang menganut agama Islam, negara ini menjadi salah satu Negara Islam terbesar di dunia dengan potensi yang besar dalam pengembangan keuangan syariah.

Hubungan antara literasi keuangan syariah dan pengambilan keputusan melibatkan penilaian terhadap seberapa baik individu memahami prinsip-prinsip keuangan syariah serta penerapannya pada produk dan layanan keuangan yang sesuai. Tingkat literasi keuangan yang tinggi diharapkan dapat mendukung individu dalam mengambil keputusan, memungkinkan pencapaian maksimal dalam perencanaan dan tujuan keuangan mereka².

Minat Pemilihan Produk Perbankan Syariah

Minat, menurut Whiteringten, merujuk pada kecenderungan individu untuk memilih dan melibatkan diri dalam suatu aktivitas khusus, dengan mengecualikan berbagai kegiatan lainnya³. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, minat dijelaskan sebagai adanya kecenderungan hati yang kuat terhadap satu energi atau harapan tertentu⁴.

Definisi minat oleh Abdul Rahman Salih dan Mubbib Wahab menyebutkan bahwa minat dapat didefinisikan sebagai kecenderungan untuk fokus pada individu tertentu dan merespon individu tersebut, latihan, atau situasi yang menjadi objek minat, yang dikombinasikan dengan perasaan kegembiraan⁵. Minat juga mencerminkan ketertarikan individu terhadap suatu objek yang dapat menjadi pilihan, baik untuk dikonsumsi maupun sebagai suatu kebutuhan.

Minat pemilihan produk perbankan syariah merujuk pada kecenderungan atau ketertarikan individu untuk memilih dan menggunakan produk-produk perbankan yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah Islam. Hal ini mencakup pemilihan produk seperti tabungan, investasi, pembiayaan, dan layanan perbankan lainnya yang diatur sesuai dengan hukum Islam. Minat ini dapat berasal dari pemahaman individu terhadap nilai-nilai keuangan syariah, keyakinan agama, serta keinginan untuk mengadopsi produk perbankan yang sesuai dengan prinsip-prinsip moral dan etika Islam.

Ferdinand (2002) mengidentifikasi minat melalui beberapa indikator, yaitu:

- a. Minat transaksional menunjukkan kecenderungan seseorang untuk membeli suatu produk.
- b. Minat refrensial adalah kecenderungan individu untuk merekomendasikan produk kepada orang lain.
- c. Minat preferensial adalah ketertarikan individu pada suatu produk sebagai pilihan utama, yang hanya dapat digantikan jika ada perubahan signifikan pada produk tersebut.
- d. Minat eksploratif adalah kecenderungan individu untuk terus mencari informasi tentang produk yang diminatinya untuk mendukung atribut positif yang dimiliki oleh produk

² OJK. (2016). *Consultation Paper Rancangan Peraturan Otoritas Jasa Keuangan tentang Peningkatan Literasi dan Inklusi Keuangan di Sektor Jasa Keuangan untuk Konsumen dan atau Masyarakat*. <http://www.oecd.org/finance/financial/education/37742200.pdf>

³ H. C. Whiteringten. (1982). *Psikologi Pendidikan, Terjemahan*. M. Buchari. Jakarta: Aksara Baru.

⁴ Anton M. Moeliono, dkk. (1999). *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka

⁵ Abdul Rachman Shaleh dan Mubbib Abdul Wahab. (2004). *Psikologi Suatu Pengantar (Dalam Prespekif Islam)*. Jakarta : Kencana.

tersebut.

Method

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei melalui penggunaan kuesioner. Populasi dalam penelitian ini sebanyak 116 mahasiswa STIES Alifa Pringsewu Lampung Program Studi Perbankan Syariah, teknik sampling yang digunakan adalah *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah metode yang sengaja memilih sampel yang paling relevan atau informatif sesuai dengan tujuan penelitian tertentu. Dengan cara ini, peneliti dapat memilih sampel yang memiliki karakteristik tertentu yang diperlukan, sehingga data yang diperoleh menjadi lebih beragam dan mendalam⁶. Adapun karakteristik responden penelitian yakni mahasiswa aktif prodi perbankan syariah, mahasiswa angkatan 2017-2020, pengalaman pemakaian produk perbankan syariah, maka responden yang didapatkan adalah 68 responden. Data yang diperoleh akan dianalisis dengan menggunakan regresi linear sederhana untuk menguji pengaruh literasi keuangan terhadap pemilihan produk perbankan syariah.

Discussion

Pembahasan selanjutnya akan memaparkan rincian data yang telah dikumpulkan dalam penelitian ini. Data hasil penelitian diperoleh secara langsung dari partisipan melalui distribusi kuesioner penelitian. Informasi lebih rinci dapat ditemukan dalam tabel-tabel yang disajikan di bawah ini:

Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted Square	RStd. Error of the Estimate
1	.952 ^a	.906	.904	.64548

a. Predictors: (Constant), Literasi Keuangan

Tabel diatas menunjukkan besarnya nilai kolerasi (R) yaitu sebesar 0,952. Dari output tersebut diperoleh koefisien determinasi (*Adjusted R-Square*) 0,904 yang mengandung pengertian bahwa pengaruh variabel bebas (literasi keuangan) terhadap variabel terikat (minat pemilihan produk perbankan syariah) adalah sebesar 90,4%.

Hasil Uji F

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	264.193	1	264.193	634.100	.000 ^b
Residual	27.498	66	.417		
Total	291.691	67			

a. Dependent Variable: Minat

b. Predictors: (Constant), Literasi Keuangan

⁶ Patton, M. Q. (2015). *Qualitative Research & Evaluation Methods: Integrating Theory and Practice*. Sage Publications.

Berdasarkan hasil uji ANOVA atau F pada tabel di atas, didapati bahwa nilai f_{hitung} melebihi nilai f_{tabel} , yaitu sebesar $634.100 > 3,986$, dengan nilai signifikansi sebesar 0,000, yang lebih kecil daripada nilai signifikansi 0,05. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa model regresi dapat digunakan untuk memprediksi keputusan mahasiswa dalam menggunakan layanan perbankan syariah (Y). Dengan kata lain hipotesis diterima, yang mengindikasikan bahwa variabel literasi keuangan syariah memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel minat pemilihan produk perbankan syariah di kalangan mahasiswa.

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1(Constant)	3.219	.840		3.832	.000
Literasi Keuangan	.876	.035	.952	25.181	.000

a. Dependent Variable: Minat

Dari hasil nilai signifikansi dalam tabel Koefisien, ditemukan bahwa nilai signifikansi sebesar 0,000, yang lebih kecil daripada nilai standar signifikansi yaitu 0,05. Oleh karena itu, simpulan yang dapat diambil adalah variabel literasi keuangan (X) memiliki pengaruh terhadap variabel minat dalam memilih produk perbankan syariah (Y).

Hasil pengolahan uji t pada tabel menunjukkan bahwa diketahui nilai t_{hitung} sebesar 25,181 $> t_{tabel}$ 2,000 artinya, secara parsial variabel Literasi keuangan (X) berpengaruh signifikan terhadap minat pemilihan produk perbankan syariah (Y).

Dengan kata lain, literasi keuangan syariah berperan dalam meningkatkan minat pemilihan produk perbankan syariah pada mahasiswa. Semakin baik literasi keuangan syariah yang dimiliki, semakin meningkat pula minat pemilihan produk perbankan syariah pada mahasiswa.

Penelitian ini juga sejalan dengan hasil penelitian sebelumnya, khususnya penelitian yang dilakukan oleh Nahla Zamharira, A.A Miftah, dan Ahmad Syahrizal (2021) yang berjudul "Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Dan *Shariah Governance* Terhadap Keputusan Mahasiswa Dalam Menggunakan Jasa Perbankan Syariah (Studi Kasus: Mahasiswa Manajemen Keuangan Syariah Uin Sts Jambi) " disimpulkan bahwa literasi keuangan syariah memiliki dampak yang signifikan pada keputusan mahasiswa dalam memanfaatkan layanan perbankan syariah, dikarenakan nilai t_{hitung} yang lebih besar dari t_{tabel} , yaitu $6,160 > 1,974$, dengan tingkat signifikansi yang terukur sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Hal ini dapat dijelaskan oleh fakta bahwa untuk meningkatkan minat pemilihan produk perbankan syariah di kalangan mahasiswa perlu memiliki pengetahuan mengenai literasi keuangan. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi tingkat literasi keuangan syariah, semakin tinggi pula minat pemilihan produk perbankan syariah.

Conclusion

Dalam situasi pemilihan produk perbankan syariah di lingkungan mahasiswa, literasi keuangan syariah memegang peranan penting. Temuan dari penelitian menyatakan bahwa literasi keuangan syariah memberikan dampak yang positif dan signifikan terhadap keputusan mahasiswa

dalam memanfaatkan layanan perbankan syariah. Hasil uji ANOVA menegaskan bahwa model regresi dapat digunakan untuk memprediksi keputusan mahasiswa dalam memilih produk perbankan syariah, dan variabel literasi keuangan syariah memiliki pengaruh signifikan secara bersama-sama terhadap keputusan mahasiswa. Hal ini diindikasikan oleh nilai t_{hitung} yang lebih besar dari t_{tabel} , yaitu $25,181 > 2,000$, dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$.

Dari segi nilai koefisien determinasi, sebanyak 90,4% variasi dalam minat pemilihan produk perbankan syariah dapat dijelaskan oleh literasi keuangan syariah. Hal ini mengindikasikan bahwa tingkat literasi keuangan syariah yang tinggi memberikan kontribusi besar terhadap kecenderungan mahasiswa dalam memilih produk perbankan syariah.

Berdasarkan hasil penelitian, beberapa saran dapat diusulkan:

1. Institusi pendidikan, khususnya program studi perbankan syariah, dapat meningkatkan upaya untuk meningkatkan literasi keuangan syariah mahasiswa. Pelatihan dan program literasi keuangan dapat diintegrasikan ke dalam kurikulum guna memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang prinsip-prinsip perbankan syariah.
2. Bank-bank syariah dapat aktif berkolaborasi dengan institusi pendidikan untuk menyelenggarakan kegiatan literasi keuangan. Ini dapat membantu mahasiswa memahami produk dan layanan perbankan syariah secara lebih baik.
3. Penyuluhan mengenai nilai-nilai keuangan syariah dari sudut pandang agama Islam dapat ditingkatkan. Kegiatan semacam ini dapat membantu meningkatkan pemahaman mahasiswa terhadap pentingnya memilih produk perbankan syariah sesuai dengan nilai-nilai Islam.
4. Sebagai upaya mendalam, penelitian lanjutan dapat dilakukan untuk mengeksplorasi faktor-faktor lain yang memengaruhi pemilihan produk perbankan syariah di kalangan mahasiswa, termasuk faktor sosial, ekonomi, dan psikologis.

Dengan mengimplementasikan saran-saran tersebut, diharapkan dapat meningkatkan literasi keuangan syariah mahasiswa dan memperkuat pemilihan produk perbankan syariah sesuai dengan nilai-nilai Islam.

Bibliography

- Abdul Rachman Shaleh dan Muhibb Abdul Wahab. (2004). *Psikologi Suatu Pengantar (Dalam Perspektif Islam)*. Jakarta : Kencana.
- AlHassan, N. S. (2007). The impact of financial literacy on the propensity to hold Diversified Portfolios. *Family and Consumer Sciences Research Journal*, 35(2), 159-174.
- Anton M. Moeliono, dkk. (1999). *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka
- Ateş, S. et al. (2016) 'Impact of Financial Literacy on the Behavioral Biases of Individual Stock Investors : Evidence from Borsa Istanbul', *Business and Economics Research Journal*, 7(3), 1–19
- Ferdinand, Augusty. (2002). *Structural Equation Modeling dalam Penelitian Manajemen*. BP.
- Glaser, M., & Weber, M. (2007) 'Why Inexperienced Investors Do Not Learn: They Do Not Know Their Past Portfolio Performance'. *Finance Research Letter*, 4, 203–216.

- H. C. Whiterington. (1982). *Psikologi Pendidikan, Terjemahan*. M. Buchari. Jakarta: Aksara Baru.
- Hung, A., et al. (2009). 'Defining and measuring financial literacy', WR-708, September 2009, Rand: Labor and Population.
- Lusardi, A., & Tufano, P. (2009). 'Debt literacy, financial experiences, and overindebtedness', National Bureau of Economic Research.
- Moin, A., Ismal, R., & Karim, A. (2012). The Influence of Financial Literacy on Individual Saving and Investment Decisions: The Case of Undergraduates at the International Islamic University Malaysia (IIUM). *Journal of Islamic Economics, Banking and Finance*, 8(2), 55-66.
- Nasution, A. W., & AK, M. F. (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>
- OECD. (2017). OECD/INFE *International Survey of Adult Financial Literacy Competencies*. Retrieved from <https://www.oecd.org/finance/OECD-INFE-International-Survey-of-Adult-Financial-Literacy-Competencies-Questionnaire.pdf>
- OJK. (2016). *Consultation Paper Rancangan Peraturan Otoritas Jasa Keuangan tentang Peningkatan Literasi dan Inklusi Keuangan di Sektor Jasa Keuangan untuk Konsumen dan atau Masyarakat*. <http://www.oecd.org/finance/financial:education/37742200.pdf>
- OJK. (2022). *Infografis Hasil Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan Tahun 2022*. <https://ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/info-terkini/Pages/Infografis-Survei-Nasional-Literasi-dan-Inklusi-Kuangan-Tahun-2022.aspx>
- OJK. (2023). *Statistik Perbankan Syariah*. Retrieved from <https://www.ojk.go.id/id/kanal/perbankan/data-dan-statistik/statistikperbankan/Default.aspx>
- Othman, A., & Hashim, A. (2013). Financial literacy and self-efficacy among working adults in Malaysia. *World Applied Sciences Journal*, 28(1), 54-61.
- Patton, M. Q. (2015). *Qualitative Research & Evaluation Methods: Integrating Theory and Practice*. Sage Publications.
- Potrich, A. C. G., Vieira, K. M., & Mendes-Da-Silva, W. (2016). Development of a financial literacy model for university students. *Management Research Review*, 39(3), 356–376. <https://doi.org/10.1108/MRR-06-2014-0143>
- Van Rooij, M. C. J., Lusardi, A., & Alessie, R. J. M. (2012). Financial Literacy, Retirement Planning and Household Wealth*. *The Economic Journal*, 122(560), 449–478. <https://doi.org/10.1111/J.1468-0297.2012.02501.X>
- Zamharira, N., Miftah, A. A., & Syahrizal, A. (2021). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Dan Shariah Governance Terhadap Keputusan Mahasiswa Dalam Menggunakan Jasa Perbankan Syariah (Studi Kasus: Mahasiswa Manajemen Keuangan Syariah Uin Sts Jambi). *Journal of Islamic Financial Management*, 01(01).