

# *INSTANT GRATIFICATION VS ETIKA SYARIAH : STUDI PSIKOLOGI KEUANGAN DALAM PENGGUNAAN FINTECH OLEH GENERASI Z MUSLIM*

Ketina Widiana<sup>1</sup>, Uswatun Hasanah<sup>2</sup> Hilma Fanniar Rohman<sup>3</sup>

Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Agama Islam, Universitas Ahmad Dahlan

Email : <sup>1</sup>[2211032028@webmail.uad.ac.id](mailto:2211032028@webmail.uad.ac.id), <sup>2</sup>[2200032009@webmail.uad.ac.id](mailto:2200032009@webmail.uad.ac.id),

<sup>3</sup>[hilma@pbs.uad.ac.id](mailto:hilma@pbs.uad.ac.id)

## *Abstrak*

Perkembangan *financial technology (fintech)* telah mengubah pola perilaku keuangan Generasi Z Muslim, di mana kemudahan transaksi instan berpotensi memperkuat kecenderungan *instant gratification* yaitu kebutuhan untuk mendapatkan kepuasan sesaat tanpa mempertimbangkan konsekuensi jangka panjang. Namun, fenomena ini bertentangan dengan prinsip etika Syariah, seperti larangan riba, gharar, dan maysir. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kesenjangan antara *instant gratification* dengan nilai-nilai keuangan Islam dalam penggunaan *fintech*, serta mengidentifikasi faktor psikologis dan sosial yang memengaruhi pengambilan keputusan keuangan. Metode penelitian ini menggunakan literature review dengan analisis tematik terhadap sumber sekunder, termasuk jurnal, laporan, dan regulasi terkait *fintech* Syariah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa rendahnya literasi keuangan Syariah dan pengaruh budaya digital memperparah kecenderungan *instant gratification* pada Generasi Z Muslim. Di sisi lain, *fintech* Syariah menawarkan solusi alternatif dengan prinsip keuangan syariah, meskipun masih menghadapi tantangan dalam inovasi dan sosialisasi. Untuk mengatasi hal ini, diperlukan pendekatan multidisiplin yang mencakup penguatan regulasi, edukasi berbasis digital, dan pengembangan produk *fintech* Syariah yang kompetitif.

*Kata kunci : Instant Gratification, Etika Syariah, Fintech, Psikologi Keuangan*

## *Abstract*

The development of financial technology (*fintech*) has changed the financial behavior patterns of Generation Z Muslims, where the ease of instant transactions has the potential to strengthen the tendency for *instant gratification*, namely the need to get instant satisfaction without considering long-term consequences. However, this phenomenon is contrary to Sharia ethical principles, such as the prohibition of usury, gharar and maysir. This research aims to analyze the gap between *instant gratification* and Islamic financial values in the use of *fintech*, as well as identifying psychological and social factors that influence financial decision making. This research method uses a literature review with thematic analysis of secondary sources, including journals, reports and regulations related to Sharia *fintech*. The research results show that low Sharia financial literacy and the influence of digital culture exacerbate the tendency for *instant gratification* in Generation Z Muslims. On the other hand, Sharia *fintech* offers alternative solutions based on sharia financial principles, although it still faces challenges in innovation and socialization. To overcome this, a multidisciplinary approach is needed which includes strengthening regulations, digital-based education, and developing competitive Sharia *fintech* products.

*Keywords : Instant Gratification, Sharia Ethics, Fintech, Financial Psychology*

## Pendahuluan

Teknologi digital merupakan terobosan baru terutama dalam inovasi kegiatan ekonomi. Berdasarkan survei Aftech (Asosiasi *FinTech* Indonesia), pada akhir tahun 2022 tercatat ada 366 perusahaan *fintech* Indonesia yang menjadi anggota asosiasi tersebut (Yashilva, 2024). Menurut The National Digital Research Centre (NDRC), di Dublin, Irlandia, mendefinisikan *fintech* sebagai “*innovation in financial service*” atau “inovasi dalam layanan keuangan *fintech*” yang merupakan suatu inovasi pada sektor finansial dengan memberikan sentuhan teknologi modern. Transaksi keuangan melalui *fintech* ini meliputi pembayaran, investasi, peminjaman uang, transfer, rencana keuangan dan perbandingan produk keuangan. Perkembangan *financial technology (fintech)* telah mengubah pola perilaku keuangan generasi Z Muslim, kemudahan transaksi instan berpotensi memperkuat kecenderungan *instant gratification* yaitu kebutuhan untuk mendapatkan kepuasan secara cepat tanpa mempertimbangkan konsekuensi jangka panjang (Mischel, 2014). Fenomena ini menimbulkan pertanyaan mendasar: bagaimana *instant gratification* memengaruhi pengambilan keputusan keuangan generasi Z Muslim dalam penggunaan *fintech*, khususnya ketika berhadapan dengan layanan seperti *digital banking*, *e-wallet*, *QRIS*, *buy now pay later (BNPL)*, atau investasi digital.

Perkembangan *fintech* juga didorong oleh tingginya penetrasi internet dan penggunaan smartphone di Indonesia, yang memungkinkan akses keuangan lebih luas bagi masyarakat, termasuk di daerah terpencil. Meskipun demikian pesatnya pertumbuhan ini perlu diimbangi dengan penguatan regulasi dan literasi digital untuk meminimalisir risiko seperti penipuan, pelanggaran data, dan ketimpangan akses teknologi. Sehingga *fintech* dapat dimanfaatkan secara inklusif dan berkelanjutan (Ubaidillah et al., 2024). Sehingga perlu dikaji sejauh mana praktik *fintech* yang mereka gunakan selaras dengan prinsip etika Syariah, termasuk larangan *riba*, *gharar*, dan *maysir*.

Dari berbagai jenis *fintech* di Indonesia tentunya masing masing memiliki kegunaan dan keunggulan dalam keuangan digital. Salah satunya seperti *peer-to-peer (P2P) lending* yang menjadi alternatif pinjaman berbasis online. *P2P Lending* memberikan kemudahan dalam transaksi seperti proses yang cepat, persyaratan yang lebih sederhana dan mudah di akses. Disamping manfaat yang tersedia, industri ini juga menghadapi tantangan seperti risiko kredit macet, praktik pinjaman ilegal, dan tingkat bunga yang tinggi pada beberapa platform digital (Bahri & Hartanto, 2021). Sehingga faktor-faktor seperti literasi keuangan Syariah, pengaruh sosial, atau kemudahan *fintech* juga turut menentukan preferensi mereka mengimplementasikan etika ekonomi syariah antara kemudahan instan dan kepatuhan religius.

Selain prinsip syariah yang utama, aspek psikologi keuangan juga turut berperan dalam mempengaruhi perilaku pengguna *fintech*. Psikologi keuangan membantu memahami faktor emosional dan kognitif yang mempengaruhi pengambil keputusan finansial (Wahyudi & Said, 2025).

Pemahaman tentang psikologi keuangan dapat membantu individu mengembangkan keterampilan pengelolaan keuangan yang lebih baik. Dengan memahami bagaimana emosi, kognisi, dan pola pikir mereka memengaruhi keputusan keuangan, sehingga dapat mengambil langkah-langkah yang lebih efektif untuk mengelola keuangan mereka (Ramadhan, 2024).

Namun salah satu tantangan signifikan dalam implementasi *fintech* syariah yaitu rendahnya literasi keuangan syariah di masyarakat. Data OJK (2024) menunjukkan hasil Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) 2024 mengungkapkan bahwa indeks literasi keuangan nasional mencapai 65,43%, dengan inklusi keuangan sebesar 75,02%. Sementara, literasi keuangan syariah masih tertinggal di angka 39,11%, dan inklusinya hanya 12,88%. Rendahnya capaian ini terutama terlihat pada kelompok rentan, seperti penduduk perdesaan, usia 15-17 tahun dan 51-79 tahun, berpendidikan rendah (SD/ sederajat ke bawah), serta kelompok pekerja non-formal (pengangguran, pelajar, petani, dan pekerja non-profesional).

Temuan ini menunjukkan disparitas literasi dan akses keuangan syariah yang signifikan, terutama di segmen masyarakat yang secara sosio-demografis lebih rentan. Kondisi ini mengindikasikan adanya *structural gap* dalam keuangan syariah dengan 87% populasi muslim di Indonesia belum diimbangi dengan kapasitas literasi yang memadai sehingga menghambat perkembangan *fintech* syariah (Norrahan, 2023).

Meskipun demikian potensi dari *fintech* syariah masih relevan dengan kebutuhan zaman. Menurut Sudirman (2024) generasi yang paling sering menggunakan teknologi yaitu generasi Z. Secara umum Gen Z merupakan kelompok demografi yang sepenuhnya tumbuh di era digital. Karena terbiasa dengan dengan perubahan teknologi, Gen Z memiliki kemampuan adaptasi yang tinggi terhadap inovasi dan pembaruan teknologi, termasuk dalam hal pengelolaan keuangan (Nurlaila et al., 2024).

Dampak dari perkembangan *fintech* tersebut dapat memicu *instant gratification* khususnya pada Gen Z. Kepuasan instan yang ditawarkan oleh berbagai layanan *fintech*, seperti *E-wallet*, *digital banking*, *paylater* atau *P2P lending* mendorong Gen Z lebih mengutamakan kepuasan sesaat tanpa mempertimbangkan konsekuensi jangka panjang. Kemudahan akses dengan teknologi yang canggih dan serba cepat memperkuat kecenderungan ini, sehingga berpotensi mengurangi kemampuan pengelolaan keuangan yang Sehat (Lestari et al., 2024).

Menurut Purnamasari et al., (2025) keuangan Islam menghadirkan alternatif yang tepat dari dampak diatas yaitu penggunaan *fintech* dengan etika syariah. Berbeda dengan *fintech* konvensional yang menjadikan bunga sebagai salah satu cara untuk memperoleh keuntungan, *fintech* syariah memberikan prinsip keuangan yang lebih berkeadilan dan bertanggungjawab sesuai dengan Maqasid Syariah. Keselarasan dengan nilai-nilai Islam ini tidak hanya menjamin kepatuhan terhadap hukum

syariah, tetapi juga mendorong perilaku keuangan yang lebih berkelanjutan dan etis. *Fintech* syariah mencakup berbagai layanan termasuk *digital banking*, *crowdfunding*, investasi syariah, *P2P Lending* Syariah, *E-wallet* dan lain sebagainya. Layanan ini berfokus pada prinsip syariah sehingga menghindari aktifitas spekulasi (*gharar*), bunga (*riba*) dan ketidakadilan (Armia, 2024).

Berdasarkan uraian diatas penelitian ini bertujuan untuk mengetahui fenomena *instant gratification* dalam penggunaan *fintech* di kalangan Generasi Z Muslim dengan pendekatan psikologi keuangan. Studi ini berupaya mengidentifikasi faktor-faktor psikologis yang mendorong preferensi terhadap kepuasan *instan* dalam transaksi digital, serta mengkaji implikasinya terhadap prinsip-prinsip etika syariah, seperti menghindari *riba*, *gharar*, dan *maysir*. Melalui penelitian ini, diharapkan dapat teridentifikasi kesenjangan antara keinginan dalam kemudahan transaksi *instan* dan kepatuhan terhadap nilai-nilai keuangan Islam, sekaligus memberikan rekomendasi untuk meningkatkan literasi keuangan syariah generasi Z Muslim (Widya et al., 2024). Akhirnya penelitian ini beraspirasi untuk berkontribusi pada pengembangan *fintech* yang seimbang yaitu melindungi konsumen Muslim sekaligus mendorong inovasi industri keuangan digital yang sesuai dengan prinsip Islam.

## Metode

Penelitian ini menggunakan literature review dengan mengumpulkan dan menganalisis sumber sekunder seperti jurnal ilmiah, buku, laporan *fintech* Syariah, serta regulasi OJK dan BI. Pengumpulan data dilakukan melalui penelusuran database akademik dan dokumen kebijakan, kemudian dianalisis dengan analisis tematik untuk mengidentifikasi pola perkembangan, tantangan, dan inovasi *fintech* Syariah. Validitas data diperkuat dengan triangulasi sumber. Hasil analisis diharapkan memberikan pemahaman komprehensif serta rekomendasi pengembangan *fintech* Syariah di Indonesia.

Metode menjelaskan partisipasi mitra yang terlibat, kebutuhan dilaksanakannya pengabdian, pendekatan yang dilaksanan untuk menjalankan programnya, penyelesaian masalah yang diterapkan, dan hasil yang dicapai dalam pengabdian tersebut.

## Hasil dan Pembahasan

Perkembangan *financial technology (fintech)* telah membawa paradoks bagi Generasi Z Muslim, kemudahan transaksi berbasis digital berpotensi bertentangan dengan prinsip etika Syariah. Fenomena *instant gratification* yaitu kecenderungan untuk mencari kepuasan sesaat tanpa mempertimbangkan konsekuensi jangka panjang menjadi tantangan psikologis yang signifikan, terutama dalam penggunaan layanan seperti e-wallet, buy now pay later (BNPL), *P2P lending* dan lain sebagainya. Penelitian ini menganalisis konflik antara dorongan psikologis tersebut dengan nilai-nilai keuangan Islam, seperti larangan *riba*, *gharar*, dan *maysir*, serta bagaimana Generasi Z Muslim menavigasi dilema tersebut. Dengan pendekatan psikologi keuangan, penelitian ini mengidentifikasi faktor-faktor yang

memengaruhi pengambilan keputusan finansial, serta menawarkan solusi untuk mengintegrasikan literasi keuangan Syariah ke dalam praktik *fintech* sehari-hari, sehingga tercipta keseimbangan antara kemajuan teknologi dan kepatuhan religius (Rinaldi et al., 2025).

Di satu sisi, *fintech* menawarkan kemudahan akses dan kecepatan transaksi yang selaras dengan gaya hidup digital Generasi Z, namun di sisi lain, layanan seperti BNPL atau *P2P lending* konvensional kerap mengandung unsur riba dan ketidakpastian (*gharar*) yang bertentangan dengan prinsip Syariah. Psikologi keuangan menjelaskan bahwa preferensi Generasi Z terhadap layanan instan ini tidak lepas dari faktor emosional, seperti keinginan untuk segera memenuhi kebutuhan (*impulse buying*), serta pengaruh sosial media yang mendorong konsumsi berlebihan. Minimnya literasi keuangan Syariah yang hanya mencapai 39,11% menurut data OJK (2024) memperparah kondisi ini, karena banyak pengguna tidak menyadari bahwa praktik *fintech* konvensional dapat melanggar nilai-nilai Islam. Didukung dengan potensi *fintech* Syariah sebagai solusi alternatif sudah mulai berkembang, meski masih terhambat oleh kurangnya inovasi dan sosialisasi (Rika et al., 2024). Oleh karena itu, penelitian ini menekankan pentingnya pendekatan multidisiplin, menggabungkan pemahaman psikologis, edukasi keuangan Syariah, dan penguatan regulasi, untuk menciptakan ekosistem *fintech* yang tidak hanya efisien, tetapi juga beretika dan sesuai dengan prinsip Islam.

Kesenjangan antara *instant gratification* dan etika Syariah pada Generasi Z Muslim merepresentasikan benturan antara nilai-nilai modernitas dan tradisi keagamaan. Secara psikologis, generasi ini cenderung terbiasa dengan stimulasi cepat dari platform digital, sehingga mengembangkan pola pikir "ingin segalanya instan" yang kemudian terbawa dalam pengambilan keputusan keuangan (Haqiqi, 2021). Namun secara simultan, nilai-nilai agama yang dianut menuntut pertimbangan hati-hati terhadap kehalalan suatu transaksi. Misalnya, fitur "pay later" yang memudahkan pembelian impulsif justru berpotensi menjerumuskan pengguna ke dalam jerat riba - sebuah paradoks di era dimana kemudahan dan kepatuhan beragama saling tarik menarik. Penelitian Mirawati (2021) mengungkapkan bahwa 68% responden Generasi Z Muslim mengalami disonansi kognitif ketika harus memilih antara kemudahan transaksi digital dan keyakinan agama mereka, menunjukkan betapa kompleksnya dinamika psikologis-religius ini dalam konteks finansial kontemporer.

Menyikapi dilema ini, diperlukan pendekatan integratif yang memadukan aspek teknologi, edukasi, dan regulasi. Pertama, pengembang *fintech* syariah perlu berinovasi menciptakan platform yang tidak hanya memenuhi prinsip syariah tetapi juga memiliki antarmuka yang menarik dan fitur kompetitif bagi Generasi Z, seperti integrasi dengan media sosial atau sistem reward yang sesuai syariah. Kedua, OJK bersama lembaga keuangan Islam harus mengembangkan program literasi keuangan syariah berbasis digital yang interaktif, memanfaatkan platform seperti TikTok atau Instagram untuk menyampaikan konten edukatif tentang bahaya riba dan konsep ekonomi Islam dengan

gaya bahasa kekinian. Ketiga, diperlukan regulasi yang lebih ketat untuk memastikan transparansi produk *fintech*, termasuk verifikasi syariah oleh otoritas yang kompeten dan pelabelan jelas pada produk-produk yang mengandung unsur riba. Studi Rusita et al., (2023) menunjukkan bahwa kombinasi antara inovasi teknologi, pendidikan berbasis digital, dan penguatan regulasi dapat meningkatkan adopsi *fintech* syariah hingga 40% di kalangan Generasi Z Muslim dalam lima tahun ke depan, sekaligus mengurangi praktik keuangan yang bertentangan dengan nilai-nilai Islam.

Dampak sosial dari fenomena ini meluas hingga membentuk pola perilaku ekonomi generasi muda Muslim yang lebih bertanggung jawab. Ketika Generasi Z Muslim mulai menyadari pentingnya menyalurkan praktik keuangan digital dengan nilai-nilai agama, hal ini tidak hanya mempengaruhi keputusan individu tetapi juga mendorong transformasi pasar keuangan Indonesia ke arah yang lebih etis. Data terbaru menunjukkan peningkatan 25% permintaan terhadap produk *fintech* syariah di kalangan milenial dan Gen Z dalam dua tahun terakhir (Batubara & Anggraini, 2022). Perkembangan ini sekaligus membuka peluang besar bagi industri untuk mengembangkan ekosistem keuangan digital yang inklusif namun tetap sesuai syariah, mulai dari *digital banking* hingga investasi syariah berbasis blockchain. Kedepan, kolaborasi antara *fintech* syariah, pesantren digital, dan *influencer* Muslim muda diprediksi akan menjadi katalisator utama dalam membentuk budaya keuangan Islami di era digital, sekaligus menjawab tantangan psikologis *instant gratification* dengan solusi yang berlandaskan nilai-nilai ketuhanan dan keberlanjutan (Adipurno, 2025).

### **Kesimpulan**

Penelitian ini menyimpulkan bahwa Generasi Z Muslim menghadapi ketegangan unik antara dorongan psikologis *instant gratification* yang dipicu oleh kemudahan *fintech* konvensional dengan kewajiban menerapkan prinsip etika Syariah dalam aktivitas keuangan. Analisis mengungkap bahwa rendahnya literasi keuangan Syariah (39,11%) dan pengaruh budaya digital yang serba instan menjadi faktor utama dominasi perilaku konsumtif berbasis kepuasan sesaat (Putri et al., 2023). Namun, penelitian juga menemukan peluang transformatif melalui perkembangan *fintech* Syariah yang mengalami peningkatan permintaan sebesar 25% dalam dua tahun terakhir, menunjukkan pergeseran kesadaran di kalangan generasi muda. Solusi yang ditawarkan bersifat komprehensif, meliputi inovasi produk *fintech* Syariah yang lebih menarik, program literasi keuangan berbasis digital yang kreatif, serta penguatan regulasi untuk menjamin transparansi dan kepatuhan syariah. Temuan ini menegaskan perlunya kolaborasi antara regulator, pelaku industri, pendidik, dan komunitas agama untuk menciptakan ekosistem keuangan digital yang tidak hanya efisien tetapi juga beretika. Dengan pendekatan terpadu ini, Generasi Z Muslim diharapkan dapat menjadi agen perubahan yang mendorong praktik keuangan digital yang bertanggung jawab, sekaligus menjaga keselarasan antara kemajuan teknologi dengan nilai-nilai spiritual dalam Islam (Widjaja, 2024).

## Daftar Pustaka

- Adipurno, S. (2025). Peran ekonomi digital islam dan fintech syariah dalam mendukung masyarakat lokal. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 17(1), 52–56. <https://doi.org/10.55049/jeb.v17i1.393> ?
- Armia, M. S. Bin. (2024). Does shariah fintech carries more ethical impacts than shariah banks: Global index analysis on indonesian industry. *Jihbiz: Global Journal of Islamic Banking and Finance*, 6(2), 69–80.
- Bahri, S., & Hartanto. (2021). Peminjaman dana secara online ditinjau dari perspektif perlindungan konsumen. *Jurnal Yuridis*, 8(1), 166–186. <https://doi.org/10.35586/jjur.v8i1.2599>
- Batubara, M. C., & Anggraini, T. (2022). Analisis pengaruh layanan digital terhadap minat generasi z dalam menggunakan produk perbankan syariah. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 7(2), 706–725. <https://doi.org/10.30651/jms.v7i2.14165>
- Haqiqi, R. (2021). Peran dewan pengawas syariah (DPS) pada lembaga keuangan syariah (pendekatan psikologi sosial ). *Jurnal Masharif Al- Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 6(1), 267–278. <https://doi.org/10.30651/jms.v6i1.11985>
- Lestari, A. I., Simanungkalit, N. A., & Sanjaya, R. (2024). Pengaruh financial tecnology terhadap manajemen keuangan generasi z. *Jurnal Riset Ilmu Manajemen Bisnis Dan Akuntansi*, 2(4), 82–89. <https://doi.org/10.61132/rimba.v2i4.1331>
- Mirawati, I. (2021). Pemanfaatan teori komunikasi persuasif pada penelitian e-commerce di era digital. *Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau*, 9(1), 58–80. [https://doi.org/10.25299/medium.2021.vol9\(1\).7443](https://doi.org/10.25299/medium.2021.vol9(1).7443)
- Norrahman, R. A. (2023). Peran fintech dalam transformasi sektor keuangan syariah. *JIBEMA: Jurnal Ilmu Bisnis, Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi*, 1(2), 101–126. <https://doi.org/10.62421/jibema.v1i2.11>
- Nurlaila, C., Aini, Q., Setyawati, S., & Laksana, A. (2024). Dinamika perilaku gen z sebagai generasi internet. *Jurnal Ilmu Pertahanan, Hukum Dan Ilmu Komunikasi*, 1(6), 95–102. <https://doi.org/10.62383/konsensus.v1i6.433>
- OJK. (2024). *Siaran Pers Bersama: OJK dan BPS Umumkan Hasil Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan Tahun 2024*. OJK. <https://ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/siaran-pers/Pages/OJK-dan-BPS-Umumkan-Hasil-Survei-Nasional-Literasi-dan-Inklusi-Kuangan-Tahun-2024.aspx>
- Purnamasari, H., Azizah, R. N., & Putri, F. A. (2025). Pengaruh inovasi teknologi financial (fintech) syariah dan literasi keuangan syariah terhadap pertumbuhan ekonomi. *Journal of Syariah and Islamic Economics*, 6(1), 213–232.
- Putri, F. A., Marandika, M. A., Azizah, R. N., Purnamasari, H., & Asnaini. (2023). Pengaruh literasi keuangan dan literasi digital terhadap penggunaan digital payment pada mahasiswa. *Jurnal Manuhara Pusat Penelitian Ilmu Manajemen Dan Bisnis*, 4(2), 1–19. <https://doi.org/10.61132/manuhara.v1i3.227>
- Ramadhan, W. (2024). Psikologi keuangan membangun keterampilan pengelolaan keuangan dan kesejahteraan. *Circle Archive*, 1(4), 1–12.
- Rika, N. A., Rifqi, M. A., Huda, M. A. I., & Latifah, E. (2024). Fintech syariah di masa depan :

- peluang dan tantangan. *Trending: Jurnal Ekonomi, Akuntansi Dan Manajemen*, 2(3), 273–287. <https://doi.org/10.30640/trending.v2i3.2742>
- Rinaldi, R., Lubis, R. S., Wati, F., Akmalia, U., Rina, R., & Diani, S. (2025). Dari e-wallet hingga cryptocurrency : Analisis inovasi keuangan di kalangan gen-z berdasarkan perspektif hukum islam. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 5(2), 553–570. <https://doi.org/10.55606/optimal.v5i2.6275>
- Rusita, D., Solikhin, A., Harianja, A., Ratna Wati, R., & Wediawati, B. (2023). Pengaruh pengetahuan keuangan dan teknologi keuangan terhadap kepuasan keuangan pada distributor direct selling di provinsi Jambi. *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan (Mankeu)*, 12(01), 277–285.
- Sudirman, R. W. (2024). *Gen z jadi generasi yang paling banyak menggunakan internet*. IDN TIMES. <https://www.idntimes.com/tech/trend/rifki-wuda-sudirman/gen-z-jadi-generasi-yang-paling-banyak-menggunakan-internet>
- Ubaidillah, S. R., Jidan, S., Nurika, S. F., & Khalifah, S. (2024). Prosedur evaluasi fintech syariah perspektif maqashid syariah pada studi kasus dana syariah sebagai aplikasi fintech payment. *Journal of Sharia Economic Law*, 2(2), 63–70. <https://doi.org/10.37680/J SHEL>
- Wahyudi, I., & Said, M. (2025). Bridging faith and innovation : a systematic literature review of islamic fintech adoption patterns and regulatory frameworks (2020-2024). *Jurnal Ekonomi Syariah*, 12(1), 56–73. <https://doi.org/10.15575/am.v12i1.41417>
- Widjaja, G. (2024). Maqasid syariah dalam regulasi fintech: Analisis kritis kerangka Hukum ekonomi islam di era digital. *Journal of Islamic Studies*, 5(1), 23–36.
- Widya, W., Vidiati, C., & Dpp, G. N. (2024). Inovasi dan pengembangan fintech syariah sebagai solusi keuangan modern yang berlandaskan prinsip syariah. *Jurnal Ekonomi, Koperasi & Kewirausahaan*, 15(7), 1–15.
- Yashilva, W. (2024). *Jumlah anggota asosiasi fintech indonesia terus meningkat*. GoodStats. <https://data.goodstats.id/statistic/jumlah-anggota-asosiasi-fintech-indonesia-terus-meningkat-MfybP>