

Integrasi Literasi Digital dan Edukasi Keuangan Syariah Terhadap Niat Menggunakan Fintech Syariah di Kalangan Generasi Z

Rafiqi¹, Muhammad Amin Qodri², Aditya Pratama,³ Paulina Lubis⁴, Fitri Widiastuti⁵

^{1,2,3,4,5}Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi, Jambi

Email: rafiqi@unja.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran mediasi pendidikan keuangan Islam dalam hubungan antara literasi digital dan niat adopsi fintech Islam di kalangan Generasi Z di Indonesia. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif eksplanatif dengan Structural Equation Modeling (SEM) berbasis Partial Least Squares (PLS). Data dikumpulkan melalui kuesioner daring dari 159 responden Generasi Z di wilayah Jambi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi digital memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap pendidikan keuangan Islam ($\beta = 0,430$) dan niat adopsi fintech Islam ($\beta = 0,205$). Pendidikan keuangan Islam juga memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap niat adopsi ($\beta = 0,663$). Temuan kunci membuktikan bahwa pendidikan keuangan Islam memediasi secara parsial hubungan antara literasi digital dan niat adopsi fintech Islam. Nilai R^2 sebesar 0,598 menunjukkan bahwa model tersebut dapat menjelaskan 59,8% variasi niat adopsi. Penelitian ini menyimpulkan bahwa pendidikan keuangan Islam merupakan faktor krusial dalam memperkuat pengaruh literasi digital terhadap adopsi fintech Islam di kalangan Generasi Z.

Kata kunci Edukasi Keuangan Syariah, Literasi Digital, Fintech Syariah, Generasi Z

PENDAHULUAN

Perkembangan financial technology (fintech) syariah di Indonesia mengalami pertumbuhan signifikan seiring dengan meningkatnya penetrasi digital dan kesadaran masyarakat terhadap prinsip keuangan Islam (Wahyuni & Turisno, 2019) (Choung, 2023). Data Statistik Keuangan Digital Indonesia mencatat nilai transaksi fintech syariah mencapai Rp 4,5 triliun pada tahun 2024, meskipun masih tertinggal dibandingkan fintech konvensional (IFSE, n.d.). Fenomena ini mengindikasikan adanya potensi pasar yang belum tergarap optimal, khususnya di kalangan Generasi Z yang notabene merupakan pengguna aktif teknologi digital (Putri & Ishak, 2024) (Lestari, 2022).

Ekosistem fintech syariah global merupakan jaringan yang mengintegrasikan teknologi keuangan dengan prinsip syariah, bertujuan untuk meningkatkan inklusi keuangan bagi umat muslim di seluruh dunia. Dengan pertumbuhan pesat di berbagai negara, termasuk Indonesia yang kini menjadi salah satu pemimpin dalam sektor ini, fintech syariah menawarkan solusi inovatif yang mendukung aksesibilitas pasar modal dan layanan keuangan yang sesuai dengan nilai-nilai Islam. Fintech syariah berperan penting dalam memperkuat industri halal melalui pengembangan halal value chain, menghubungkan produsen, distributor, dan konsumen dengan cara yang sesuai syariah (Martaningrat & Kurniawan, 2024). Dengan memanfaatkan teknologi digital, ekosistem ini berupaya meningkatkan transparansi dan efisiensi dalam transaksi keuangan, sehingga mendorong kepercayaan masyarakat terhadap produk dan layanan keuangan syariah, terkhusus pada generasi Z.

Generasi Z (lahir 1997-2012) merupakan segmen populasi yang paling melek teknologi, dengan 73% di antaranya menggunakan layanan fintech minimal sekali seminggu (Elsalonika, Agnes et al., 2025). Namun, tingginya literasi digital tidak serta merta diikuti oleh pemahaman yang memadai terhadap produk keuangan syariah (Xu, 2024). Riset terdahulu mengungkap bahwa tingkat literasi keuangan syariah pada Gen Z masih rendah, yakni 18,5%, jauh di bawah

literasi keuangan konvensional yang mencapai 38,5%. Kondisi ini menimbulkan kerentanan seperti penyalahgunaan data, investasi bodong, dan ketidaksesuaian dengan nilai religius (Munawwaroh, 2024).

Beberapa penelitian sebelumnya telah menguji pengaruh literasi digital terhadap adopsi fintech (Marhadi, Fauzan, et al., 2024) (Mishra, 2024), namun mayoritas belum memisahkan antara fintech konvensional dan syariah. Studi yang secara spesifik menguji peran edukasi keuangan syariah sebagai variabel mediasi masih terbatas, khususnya dalam konteks Generasi Z di Indonesia. Padahal, pemahaman mendalam tentang prinsip syariah seperti larangan riba, transparansi akad, dan konsep bagi hasil menjadi faktor penentu dalam keputusan adopsi fintech syariah (Melanie et al., 2025) (Maniam, 2024).

Berdasarkan gap penelitian tersebut, studi ini mengusulkan model konseptual yang mengintegrasikan literasi digital, edukasi keuangan syariah, dan minat adopsi fintech syariah. Penelitian ini bertujuan untuk: (1) menganalisis pengaruh literasi digital terhadap edukasi keuangan syariah, (2) menganalisis pengaruh literasi digital terhadap minat adopsi fintech syariah, (3) menganalisis pengaruh edukasi keuangan syariah terhadap minat adopsi fintech syariah, dan (4) menguji peran mediasi edukasi keuangan syariah dalam hubungan antara literasi digital dan minat adopsi fintech syariah.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif eksplanatif dengan desain analisis mediasi. Variabel penelitian terdiri dari literasi digital (X) sebagai variabel independen, minat adopsi fintech syariah (Y) sebagai variabel dependen, dan edukasi keuangan syariah (Z) sebagai variabel mediasi.

Populasi penelitian adalah Generasi Z (18-23 tahun) di Kota Jambi yang pernah menggunakan layanan fintech. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling dengan jumlah sampel 159 responden, memenuhi kriteria minimal sampel untuk analisis SEM (Hair et al., 2011). Data dikumpulkan melalui kuesioner online menggunakan Google Forms selama Agustus-September 2025. Instrumen penelitian menggunakan skala Likert 1-5 yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Data dianalisis menggunakan Structural Equation Modeling (SEM) dengan Partial Least Squares (PLS) melalui software SmartPLS 3.3.3. Analisis meliputi pengujian model pengukuran (validitas dan reliabilitas) dan model struktural (pengujian hipotesis).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 1. Profi Responden

| Profil | Karakteristik | n | Persentase (%) |
|--------------------|---------------|-----|----------------|
| Usia | 18–20 tahun | 150 | 94,3 |
| | 21–23 tahun | 9 | 5,7 |
| | Total | 159 | |
| Jenis Kelamin | Laki-Laki | 59 | 37,11 |
| | Perempuan | 100 | 62,89 |
| | Total | 159 | |
| Tingkat Pendidikan | SMA/SMK | 30 | 18,87 |
| | Diploma | 2 | 1,26 |
| | S1 | 121 | 76,10 |
| | Lainnya | 6 | 3,77 |
| | Total | 159 | |

(Sumber: Hasil pengolahan data kuesioner, 2025)

Sebagian besar responden berusia 18-20 tahun (94,3%), perempuan (62,89%), dan berpendidikan S1 (76,10%). Profil ini merepresentasikan Generasi Z yang sedang menempuh pendidikan tinggi sebagai pengguna aktif teknologi. Semua indikator memiliki loading factor >

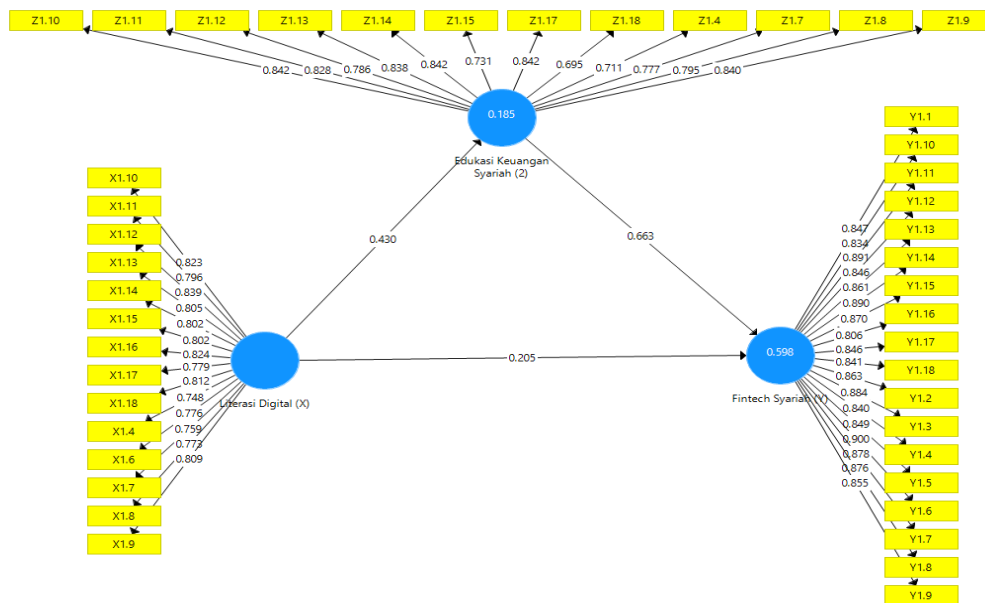
0,7 setelah dilakukan pemurnian model. Nilai Average Variance Extracted (AVE) > 0,5 dan Composite Reliability (CR) > 0,7 memenuhi kriteria validitas dan reliabilitas (Hair et al., 2019).

Tabel 2. Nilai Loading Faktor

| | Edukasi Keuangan Syariah (Z) | Fintech Syariah (Y) | Literasi Digital (X) |
|-------|------------------------------|---------------------|----------------------|
| X1.10 | | | 0.823 |
| X1.11 | | | 0.796 |
| X1.12 | | | 0.839 |
| X1.13 | | | 0.805 |
| X1.14 | | | 0.802 |
| X1.15 | | | 0.802 |
| X1.16 | | | 0.824 |
| X1.17 | | | 0.779 |
| X1.18 | | | 0.812 |
| X1.4 | | | 0.748 |
| X1.6 | | | 0.776 |
| X1.7 | | | 0.759 |
| X1.8 | | | 0.773 |
| X1.9 | | | 0.809 |
| Y1.1 | | 0.847 | |
| Y1.10 | | 0.834 | |
| Y1.11 | | 0.891 | |
| Y1.12 | | 0.846 | |
| Y1.13 | | 0.861 | |
| Y1.14 | | 0.890 | |
| Y1.15 | | 0.870 | |
| Y1.16 | | 0.806 | |
| Y1.17 | | 0.846 | |
| Y1.18 | | 0.841 | |
| Y1.2 | | 0.863 | |
| Y1.3 | | 0.884 | |
| Y1.4 | | 0.840 | |
| Y1.5 | | 0.849 | |
| Y1.6 | | 0.900 | |
| Y1.7 | | 0.878 | |
| Y1.8 | | 0.876 | |
| Y1.9 | | 0.855 | |
| Z1.10 | 0.842 | | |
| Z1.11 | 0.828 | | |
| Z1.12 | 0.786 | | |
| Z1.13 | 0.838 | | |
| Z1.14 | 0.842 | | |
| Z1.15 | 0.731 | | |
| Z1.17 | 0.842 | | |
| Z1.4 | 0.711 | | |

| | | |
|------|-------|--|
| Z1.7 | 0.777 | |
| Z1.8 | 0.795 | |
| Z1.9 | 0.840 | |

(Sumber: Hasil pengolahan data, 2025)



Gambar 1. Model serta Hasil Pengujian Indikator

(Sumber: Hasil pengolahan data, 2025)

Setelah dilakukan analisis data model tahap akhir, ditemukan bahwa loading factor untuk seluruh indikator berada di atas 0,7 maka diperoleh model untuk langkah selanjutnya analisis PLS. Analisis ini digunakan untuk menganalisis hubungan antar variabel laten (latent variables) dan variabel pengukuran (indicators) dan memprediksi hasil berdasarkan hubungan tersebut

1. Hubungan antara Literasi Digital (X) terhadap Edukasi Keuangan Syariah (Z)

Tabel 3. Koefisien Jalur

| | Edukasi Keuangan Syariah (Z) | Fintech Syariah (Y) | Literasi Digital (X) |
|------------------------------|------------------------------|---------------------|----------------------|
| Edukasi Keuangan Syariah (Z) | | 0.663 | |
| Fintech Syariah (Y) | | | |
| Literasi Digital (X) | 0.430 | 0.205 | |

(Sumber ; Hasil pengolahan data, 2025)

Nilai koefisien jalur antara Literasi Digital → Edukasi Keuangan Syariah adalah 0.430. Nilai ini menunjukkan bahwa pengaruh langsung literasi digital terhadap edukasi keuangan syariah menunjukkan bahwa peningkatan literasi digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan edukasi keuangan syariah.

2. Hubungan antara Edukasi Keuangan Syariah (Z) terhadap Fintech Syariah (Y)

Tabel 4. Koefisien Jalur

| | Edukasi Keuangan Syariah (Z) | Fintech Syariah (Y) | Literasi Digital (X) |
|-------------------------------------|------------------------------|---------------------|----------------------|
| Edukasi Keuangan Syariah (Z) | | 0.663 | |
| Fintech Syariah (Y) | | | |
| Literasi Digital (X) | 0.430 | 0.205 | |

(Sumber ; Hasil pengolahan data, 2025)

Nilai koefisien jalur antara Edukasi Keuangan Syariah → Fintech Syariah adalah 0.663. Nilai ini menunjukkan bahwa pengaruh langsung edukasi keuangan syariah terhadap fintech syariah menunjukkan edukasi keuangan syariah memiliki pengaruh paling kuat terhadap peningkatan minat adopsi fintech syariah.

3. Hubungan antara Literasi Digital (X) terhadap Fintech Syariah (Y)

Tabel 5. Koefisien Jalur

| | Edukasi Keuangan Syariah (Z) | Fintech Syariah (Y) | Literasi Digital (X) |
|-------------------------------------|------------------------------|---------------------|----------------------|
| Edukasi Keuangan Syariah (Z) | | 0.663 | |
| Fintech Syariah (Y) | | | |
| Literasi Digital (X) | 0.430 | 0.205 | |

(Sumber ; Hasil pengolahan data, 2025)

Nilai koefisien jalur antara literasi digital → Fintech Syariah adalah 0.205. Nilai ini menunjukkan bahwa pengaruh langsung literasi digital terhadap fintech syariah signifikan namun relatif lemah dibandingkan pengaruh melalui mediasi.

Hasil analisis jalur menunjukkan:

1. Literasi digital terhadap Minat adopsi fintech syariah: $\beta = 0,205$ ($t = 2,891$), Literasi digital berpengaruh positif terhadap minat adopsi fintech syariah sehingga H1 diterima
2. Literasi digital terhadap Edukasi keuangan syariah: $\beta = 0,430$ ($t = 6,124$), Literasi digital berpengaruh positif terhadap edukasi keuangan syariah sehingga H2 diterima
3. Edukasi keuangan syariah terhadap Minat adopsi fintech syariah: $\beta = 0,663$ ($t = 10,245$), Edukasi keuangan syariah berpengaruh positif terhadap minat adopsi fintech syariah sehingga H3 diterima
4. Pengaruh tidak langsung literasi digital terhadap edukasi keuangan syariah dan minat adopsi sebesar 0,185 ($t = 5,892$) signifikan pada $\alpha = 0,05$. Dengan demikian, H4 diterima bahwa edukasi keuangan syariah memediasi secara parsial.

Tabel 6. Nilai R-Square (R²)

| | R Square | Adjusted R Square |
|------------------------------|----------|-------------------|
| Edukasi Keuangan Syariah (Z) | 0.185 | 0.179 |
| Fintech Syariah (Y) | 0.598 | 0.592 |

(Sumber; Data penelitian yang diolah, 2025)

Nilai R² untuk minat adopsi fintech syariah sebesar 0,598 menunjukkan bahwa 59,8% variasi

minat adopsi dapat dijelaskan oleh literasi digital dan edukasi keuangan syariah. Temuan ini mengonfirmasi bahwa literasi digital memiliki pengaruh langsung yang lemah terhadap minat adopsi fintech syariah, namun menjadi kuat ketika dimediasi oleh edukasi keuangan syariah. Hal ini sejalan dengan penelitian (Munawwaroh, 2024) yang menekankan pentingnya pengetahuan syariah dalam literasi keuangan digital. Generasi Z membutuhkan tidak hanya kemampuan teknis dalam menggunakan fintech, tetapi juga pemahaman konseptual tentang prinsip syariah untuk membangun kepercayaan dan niat adopsi.

Pembahasan Hubungan Antar Variabel

1. Pengaruh Literasi Digital (X) terhadap Minat Adopsi Fintech Syariah (Y)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat adopsi fintech syariah ($\beta=0.205$). Pengaruh ini relatif lemah dibandingkan pengaruh melalui mediasi, mengindikasikan bahwa kemampuan teknis digital saja tidak cukup, tetapi tetap menjadi prasyarat dasar bagi Generasi Z untuk berinteraksi dengan layanan fintech syariah.

2. Pengaruh Literasi Digital (X) terhadap Edukasi Keuangan Syariah (Z)

Literasi digital terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap edukasi keuangan syariah ($\beta=0.430$). Temuan ini menegaskan bahwa Generasi Z dengan literasi digital yang tinggi lebih mudah dan aktif dalam mengakses informasi serta materi edukasi mengenai prinsip-prinsip keuangan syariah melalui berbagai platform digital.

3. Pengaruh Edukasi Keuangan Syariah (Z) terhadap Minat Adopsi Fintech Syariah (Y)

Edukasi keuangan syariah memiliki pengaruh positif dan paling kuat terhadap minat adopsi fintech syariah ($\beta=0.663$). Nilai koefisien yang tinggi ini menunjukkan bahwa pemahaman mendalam tentang prinsip syariah—seperti larangan riba dan transparansi akad—lebih dominan daripada sekadar kemudahan teknis, menjadikannya faktor penentu kunci dalam keputusan adopsi fintech syariah oleh Gen Z.

Temuan bahwa edukasi keuangan syariah menjadi mediator kunci sejalan dengan konsep *hifzh al-mal* (perlindungan harta) dalam *maqashid syariah*. Generasi Z yang memahami prinsip syariah akan lebih kritis dalam memilih fintech yang benar-benar menerapkan prinsip Islam, bukan hanya label 'syariah' saja. Nilai koefisien edukasi keuangan syariah ($\beta = 0,663$) yang lebih tinggi dibanding literasi digital ($\beta = 0,205$) mengindikasikan bahwa aspek spiritual-religius lebih dominan daripada sekadar kemudahan teknis dalam konteks adopsi fintech syariah. Hal ini memperkuat studi (Melanie et al., 2025) bahwa pertimbangan religiusitas menjadi faktor penentu bagi Muslim Gen Z. Berdasarkan kerangka ekonomi syariah, pengembangan fintech syariah seharusnya berorientasi pada:

1. Membangun trust melalui sertifikasi syariah yang kredibel
2. Edukasi Masyarakat tentang akad-akad syariah dalam fintech
3. Integrasi nilai ibadah dalam penggunaan fintech (contoh: fitur zakat, infak, sedekah)
4. Pengawasan syariah yang independen dan transparan.

KESIMPULAN

Penelitian ini membuktikan bahwa edukasi keuangan syariah berperan sebagai mediator parsial dalam hubungan antara literasi digital dan minat adopsi fintech syariah pada Generasi Z. Literasi digital saja tidak cukup untuk mendorong adopsi fintech syariah tanpa diiringi pemahaman yang komprehensif tentang prinsip keuangan Islam.

Studi ini berkontribusi pada pengembangan model adopsi teknologi yang mengintegrasikan dimensi syariah dalam kerangka TPB dan TAM. Model konseptual yang diusulkan dapat menjadi dasar untuk penelitian sejenis di masa depan. Bagi regulator dan pelaku industri, temuan ini merekomendasikan: (1) Pengembangan modul edukasi keuangan syariah yang terintegrasi dengan platform digital, (2) Kolaborasi antara fintech syariah dengan educational influencer untuk menjangkau Generasi Z, (3) Sosialisasi fatwa DSN-MUI tentang fintech syariah melalui konten kreatif di media social. Penelitian ini terbatas pada wilayah Jambi dengan sampel yang relatif homogen. Penelitian selanjutnya dapat memperluas cakupan geografis dan menambahkan variabel moderasi seperti religiusitas atau perceived risk

REFERENSI

- Ajzen, I. (1991). The Theory Of Planned Behavior. *Organizational Behavior And Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Ali, M., & Raza, S. A. (2020). The Application Of The Theory Of Planned Behavior And Technology Acceptance Model In Predicting E-Learning Adoption. *Interactive Technology And Smart Education*, 17(4), 363–379. <https://doi.org/10.1108/Itse-03-2020-0037>
- Chong, Y. (2023). Digital Financial Literacy And Financial Well-Being Among Youth. *Journal Of Behavioral And Experimental Finance*, 17(4), 100370. <https://doi.org/10.1016/J.Jbef.2023.100370>
- Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use, And User Acceptance Of Information Technology. *Mis Quarterly*, 13(3), 319–340. <https://doi.org/10.2307/249008>
- Elsalonika, Agnes, F., Maranatha, U. K., Ida, I., Bisnis, F., & Maranatha, U. K. (2025). *Perilaku Keuangan Generasi Z: Peran Penerapan Financial Technology, Literasi...* 365–379.
- Hair, J. F., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2011). PLS-Sem: Indeed A Silver Bullet. *Journal Of Marketing Theory And Practice*, 19(2), 139–152. <https://doi.org/10.2753/Mtp1069-6679190202>
- Hassan, M. K., & Rabbani, M. R. (2023). Islamic Fintech And The Sustainable Development Goals: Opportunities And Challenges. *Sustainability*, 15(12), 9213. <https://doi.org/10.3390/Su15129213>
- Hayati, A., & Aditya, M. Y. (2024). *Analysis Of Factors Affecting Adoption Fintech Sharia : Literacy Perspective , Interests , Risk Management , And Sharia Compliance (Case Study On High School , Vocational School And Cileungsi Students)*. 6798, 7299–7314.
- Ifse. (N.D.). *Kolaborasi Fintech Dorong Inovasi Dan Inklusi Keuangan, Masa Depan Keuangan Lebih Cerah*. <https://fintech.id/cekfintech/id/article/ifse-2024-kolaborasi-fintech-dorong-inovasi-dan-inklusi-keuangan-masa-depan-keuangan-lebih-cerah>
- Lestari, S. (2022). The Effect Of Fintech Literacy And Religiosity On Islamic Fintech Adoption In Indonesia. *Journal Of Islamic Banking And Finance Studies*, 10(2), 99–115.
- Literasi, A., Digital, K., Gen, M., Nursjanti, F., Amaliawati, L., & Nilasari, I. (2023). Analysis Of Digital Financial Literacy Of Gen Z Muslims. *Management Studies And Entrepreneurship Journal*, 4(6), 8763–8771. <http://journal.yrpiaku.com/index.php/msej>
- Maniam, S. (2024). Determinants Of Islamic Fintech Adoption: A Systematic Review. *Journal Of Islamic Marketing*, 15(11), 2916–2936. <https://doi.org/10.1108/Jima-11-2023-0373>
- Marhadi, M., Fathoni, A. F., Setiawan, B., Pratiwi, D., Hayati, R., Boros, A., & Sudibyo, N. A. (2024). Continuance Intention Of Fintech Peer-To-Peer (P2p) Financing Shariah: Moderation Role Of Brand Schematicity And Digital Financial Literacy. *Journal Of Open Innovation: Technology, Market, And Complexity*, 10(2), 100301. <https://doi.org/10.1016/J.Joitmc.2024.100301>
- Marhadi, M., Fauzan, A., Setiawan, B., & Pratiwi, D. (2024). Continuance Intention Of Fintech Peer-To-Peer (P2p) Financing Shariah : Moderation Role Of Brand Schematicity And Digital Financial Literacy Journal Of Open Innovation : Technology , Market , And Complexity Continuance Intention Of Fintech Peer-To-Peer . *Journal Of Open Innovation: Technology, Market, And Complexity*, 10(2), 100301.

- <https://doi.org/10.1016/J.Joitmc.2024.100301>
- Martaningrat, N. W. S., & Kurniawan, Y. (2024). The Impact Of Financial Influencers And Fomo Economy On Investment Decisions Of Gen Z. *Journal Of Ecohumanism*, 3(3), 1319–1335.
- Melanie, A., Dewita, P., Naim, S., & Karyono, O. (2025). *Analysis Of The Factors That Influence The Decision To Use Digital Wallets On Gen Z Muslims In Bone In Terms Of Islamic Economic Perspective*. 2, 1–12.
- Mishra, D. (2024). Digital Financial Literacy And Its Impact On Fintech Adoption For Women In India. *Finance (Mdpi)*, 17(10), 468. <https://doi.org/10.3390/finance17100468>
- Munawwaroh, I. (2024). *The Future Of Islamic Financial Literacy : Empowering Millennials And Gen Z With Shariah-Compliant Knowledge*. 03(02), 151–162.
- Putri, R. A., & Ishak, K. (2024). *Strategies To Improve Financial Technology*. 5(2), 304–318.
- Suci Martaningrat, N. W., & Kurniawan, Y. (2024). The Impact Of Financial Influencers, Social Influencers, And Fomo Economy On The Decision-Making Of Investment On Millennial Generation And Gen Z Of Indonesia. *Journal Of Ecohumanism*, 3(3), 1319–1335. <https://doi.org/10.62754/Joe.V3i3.3604>
- Wahyuni, R. A. E., & Turisno, B. E. (2019). Praktik Finansial Teknologi Ilegal Dalam Bentuk Pinjaman Online Ditinjau Dari Etika Bisnis. *Jurnal Pembangunan Hukum Indonesia*, 1(3), 379–391. <https://doi.org/10.14710/Jphi.V1i3.379-391>
- Xu, G. (2024). Digital Financial Literacy And Rural Income Inequality: An Empirical Study. *Sage Open*, 14(1), 1. <https://doi.org/10.1177/21582440241275642>