Journal of Sharia Economics
Vol. 8, No. 1, Agustus, 2026, pp. 211 –228
p-ISSN: 2655-2493 ; e-ISSN: 2655-2485
Website: http://journal.uaindonesia.ac.id/index.php/JSE

Strategi Pengelolaan Keuangan Pribadi Generasi Z Pada Era *Discount E-Commerce* Dan *Digital Payment* Dalam Perspektif Keuangan Syariah

Wima Ayu Setia Ningsih[1], Novi Mubyarto[2], Ogi Saputra[3], Hadi Saputra[4]
[1,2,3,4] Universitas Islam Negeri Sultan Thaha Syaifuddin Jambi

*Corresponding author, email; wimaayuu@gmail.com ; novimubyarto@uinjambi.ac.id ; ogisaputra0111@uinjambi.ac.id ; Hadi.saputra@bpjs-kesehatan.go.id

ARTICLE INFO

Article history:
Received Juni 2025
Revised Juni 2025
Accepted Juni 2025
Available online
http://journal.uaindonesia.ac.id/index.php/JSE

Keywords:
Generation Z, Personal Financial Management, E-Commerce, Digital Payment, Islamic Finance.

Turabian style in citing this article: [citation Heading]
Srategi Pengelolaan Keuangan Peribadi Generasi Z Pada Era Discount E-commers Dan Digital Payment Dalam Perspektif Keuangan Syariah
Journal of Sharia Economics 8, No. 1 Agustus: 2026

ABSTRACT

Generation Z's Personal Financial Management Strategies in Dealing with E-Commerce Discounts and the Convenience of Digital Payments from an Islamic Financial Perspective (A Study on Students of the Faculty of Islamic Economics and Business, UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi). The rapid development of e-commerce platforms and the convenience of digital payment systems have significantly changed the consumption behavior of Generation Z, particularly university students. Various promotional programs, such as discounts, flash sales, cashback, and free shipping, encourage purchasing decisions that may affect personal financial management. Therefore, effective financial management strategies based on Islamic financial principles are essential. This study aims to explore students' experiences in dealing with e-commerce promotions, understand their perceptions of their personal financial conditions, analyze the personal financial management strategies they apply, and examine these strategies from the perspective of Islamic finance. This study employed a qualitative research method with a descriptive approach. The participants consisted of ten students from the Faculty of Islamic Economics and Business, UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi, selected using a purposive sampling technique. Data were collected through in-depth interviews and analyzed using the stages of data reduction, data display, and conclusion drawing. The findings reveal that students are highly attracted to various e-commerce promotions, including discounts, flash sales, cashback, and free shipping, which often encourage impulsive buying behavior. Although all participants recognized the importance of managing their finances wisely, they still faced challenges in controlling their spending due to digital promotions and the convenience of digital payment systems. The financial management strategies implemented by the participants included limiting exposure to promotional content, postponing purchasing decisions, prioritizing needs over wants, and recording financial transactions. From the perspective of Islamic finance, these strategies reflect efforts to avoid israf (excessive spending) and tabzir (wastefulness) while promoting responsible wealth management. However, their implementation has not been fully consistent, indicating the need to strengthen financial literacy and the application of Islamic financial values in daily life.

2026 Journal of Sharia Economics with CC BY SA license.

A. Pendahaluan

Pengelolaan keuangan pribadi mahasiswa dipengaruhi oleh perbedaan sumber pendapatan. Berdasarkan hasil pra-riset, sebanyak 85,7% mahasiswa masih bergantung pada uang bulanan dari orang tua**,** sehingga kemampuan mereka dalam mengatur keuangan sangat dipengaruhi oleh keterbatasan pendapatan tersebut. Di sisi lain, perkembangan e-commerce dan sistem pembayaran digital mempermudah transaksi sekaligus mendorong perilaku konsumtif melalui berbagai promo, diskon, dan cashback.

Persaingan platform e-commerce seperti Shopee, Tokopedia, TikTok Shop, Bukalapak, dan Blibli melalui strategi pemasaran yang agresif ("Era Diskon") semakin meningkatkan kecenderungan belanja impulsif, khususnya pada Generasi Z. Kondisi ini berpotensi menyebabkan pengeluaran berlebihan (overspending) serta kurangnya kemampuan dalam menentukan prioritas kebutuhan.

Secara teori, Theory of Planned Behavior menjelaskan bahwa perilaku keuangan dipengaruhi oleh sikap, norma sosial, dan kontrol diri individu, sedangkan Life Cycle Theory menyatakan bahwa mahasiswa sebagai kelompok usia muda umumnya memiliki pendapatan yang terbatas, tetapi tingkat konsumsi yang relatif tinggi. Oleh karena itu, kemampuan mengelola keuangan menjadi sangat penting untuk menjaga keseimbangan antara kebutuhan dan pengeluaran.

Dalam perspektif keuangan syariah, pengelolaan keuangan tidak hanya berorientasi pada pemenuhan kebutuhan materi, tetapi juga menekankan penggunaan harta secara bertanggung jawab melalui prinsip larangan israf (pemborosan), sikap qana'ah**,** dan pengelolaan keuangan yang bijaksana agar terhindar dari perilaku konsumtif di era digital. Oleh karena itu, penerapan strategi pengelolaan keuangan yang sesuai dengan nilai-nilai syariah menjadi relevan bagi generasi Z, khususnya mahasiswa yang memiliki keterbatasan pendapatan.

Gambar 1. 1 Pengguna e-commerce di Indonesia tahun 2018-2024

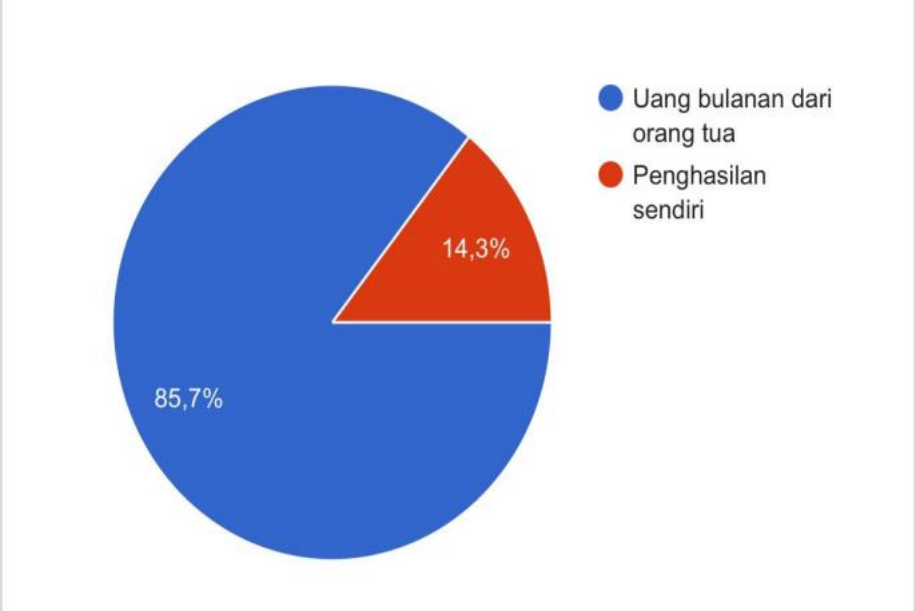


Sumber: Statista (diolah oleh kandankilmu.org)

Perilaku konsumtif di e-commerce sering ditemui pada kalangan remaja generasi . Hal ini dikarenakan generasi Z terpapar oleh media sosial sangat tinggi. Menurut studi dalam Indigenous: Berdasarkan Jurnal Ilmiah Psikologi, mayoritas Gen Z (92%) adalah pengguna media sosial, di mana 70% di antaranya mengakses platform tersebut lebih dari sekali setiap hari. Frekuensi ini mencakup 38% yang memeriksa gawai beberapa kali per jam dan 16% yang terhubung secara berkelanjutan. Hampir sepertiga mengaku menghabiskan 7–10 jam per hari di media sosial, dan 80% menyatakan penggunaan mereka berlebihan (Simbolon et al., 2023). Selain itu generasi Z juga cenderung memilih e-commerce sebagai tempat belanja favorit dibandingkan berbelanja secara langsung di toko offline.

Generasi muda Indonesia memiliki karakteristik khas sebagai konsumen digital mereka melek teknologi, terbiasa dengan gratifikasi instan, dan sangat terpengaruh oleh tren media sosial (misalnya *racun Shopee* atau tren TikTok). Dalam konteks ini, mahasiswa menempati posisi yang unik dan rentan. Mereka berada pada masa transisi menuju kemandirian finansial, namun masih memiliki pendapatan yang sangat terbatas (berasal dari uang saku dari orang tua, beasiswa, atau kerja paruh waktu), yang diperparah oleh tekanan sosial yang tinggi untuk mengikuti gaya hidup tertentu.

Gambar 1.3
Data Pra Riset Terkait Sumber Penghasilan Mahasiswa
(Mahasiswa FEBI UIN STS Jambi)



Sumber: Data Primer Diolah, 2025

Berdasarkan hasil observasi awal, mayoritas responden (Mahasiswa Ekonomi Dan Bisnis Islam) masih mengandalkan uang saku dari orang tua sebagai sumber utama penghasilan yaitu sebesar 85,7%, Namun demikian, terdapat sebagian kecil responden yang telah memiliki penghasilan sendiri yaitu sebesar 14,3% meskipun jumlahnya relatif tidak signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa secara umum mahasiswa masih mengandalkan uang saku bulanan dari orang tua sebagai sumber utama penghasilan.

Promosi yang semakin masif di platform digital didukung oleh kemudahan digital payment, seperti e-wallet (GoPay, ShopeePay, OVO, DANA), QRIS, dan PayPal, yang memungkinkan transaksi menjadi lebih cepat, praktis, dan efisien. Kemudahan ini mendorong peningkatan aktivitas konsumsi masyarakat, sehingga literasi keuangan menjadi sangat penting untuk mengendalikan perilaku konsumtif.

Bagi mahasiswa, masa perkuliahan merupakan tahap awal dalam belajar mengelola keuangan secara mandiri. Mereka dituntut untuk bertanggung jawab atas pengelolaan finansial pribadi di tengah berbagai tantangan, seperti ketergantungan pada uang dari orang tua, belum memiliki penghasilan tetap, serta kecenderungan menjalani gaya hidup yang konsumtif atau boros. Oleh karena itu, kemampuan mengelola keuangan dan memiliki literasi keuangan yang baik menjadi bekal penting agar mahasiswa dapat mengambil keputusan finansial secara bijaksana. Perilaku menghambur-hamburkan harta untuk hal yang sia-sia, sebagaimana firman-Nya dalam QS. Al-Isra' ayata 26-27:

﴿٢٦﴾ وَاٰتِ ذَا الْقُرْبٰى حَقَّهٗ وَالْمِسْكِيْنَ وَابْنَ السَّبِيْلِ وَلَا تُبَذِّرْ تَبْذِيْرًا
﴿٢٧﴾ اِنَّ الْمُبَذِّرِيْنَ كَانُوْٓا اِخْوَانَ الشَّيٰطِيْنِۗ وَكَانَ الشَّيْطٰنُ لِرَبِّهٖ كَفُوْرًا

Artinya: "Dan berikanlah haknya kepada kerabat dekat, juga kepada orang miskin dan orang yang dalam perjalanan; dan janganlah kamu menghambur-hamburkan (hartamu) secara boros. Sesungguhnya para pemboros itu adalah saudara setan dan setan itu sangat ingkar kepada Tuhannya."

Studi kasus pada Mahasiswa Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sultan Thaha Saifuddin Jambi menjadi sangat relevan dan menarik. Di satu sisi, sebagai bagian dari Generasi Z, mereka berada di garis depan paparan tren e-commerce dan digital payment. Di sisi lain, sebagai insan akademis yang mendalami ilmu ekonomi dan bisnis Islam, mereka dibekali pengetahuan teoritis mengenai prinsip-prinsip keuangan syariah. Penelitian sebelumnya sebagian besar mengkaji pengaruh diskon e-commerce dan penggunaan digital payment terhadap perilaku konsumtif serta tingkat literasi keuangan generasi muda dengan pendekatan konvensional. Namun demikian, kajian yang secara khusus membahas strategi pengelolaan keuangan pribadi generasi Z dalam menghadapi fenomena tersebut dengan menggunakan perspektif keuangan syariah masih relatif terbatas. Fenomena tersebut mengindikasikan adanya celah penelitian (*research gap*) yang krusial untuk dieksplorasi lebih mendalam. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk menganalisis strategi pengelolaan keuangan pribadi generasi Z pada era diskon e-commerce dan digital payment dalam perspektif keuangan syariah sebagai Upaya dalam menghadapi tekanan konsumsi diera digital.

B. Landasan Teori

1. Teori Perilaku Terencana (Theory of Planned Behavior)

Theory of Planned Behavior (TPB) menjelaskan bahwa perilaku seseorang dipengaruhi oleh tiga faktor utama, yaitu keyakinan perilaku (behavioral beliefs)**,** norma subjektif (subjective norm), dan persepsi kontrol perilaku (perceived behavioral control)**.** Keyakinan perilaku berkaitan dengan penilaian individu terhadap manfaat dan konsekuensi suatu tindakan, norma subjektif dipengaruhi oleh tekanan atau dukungan dari lingkungan sosial seperti keluarga dan teman, sedangkan persepsi kontrol perilaku mencerminkan keyakinan individu terhadap kemampuannya dalam mengendalikan dan melaksanakan suatu tindakan. *Theory of Planned Behavior* (TPB) merupakan kerangka evolusioner dari *Theory of Reasoned Action* (TRA) yang awalnya diprakarsai oleh Ajzen dan Fishbein antara tahun 1975 hingga 1980. Teori ini memfokuskan kajian pada evaluasi individu terhadap suatu tindakan, baik dari sisi positif maupun negatif. Hubungan antara sikap dan tindakan ini didorong oleh keyakinan perilaku, di mana individu menilai peluang keberhasilan serta

konsekuensi langsung dari aktivitas tersebut. Dalam studi ini, TPB diaplikasikan sebagai instrumen teoretis utama untuk membedah perilaku pengelolaan keuangan.

2. Perilaku Pengelolaan Keuangan

Tilson (2005) menyoroti bahwa perilaku keuangan berakar pada disiplin psikologi yang mengeksplorasi peran emosi dan bias kognitif dalam memengaruhi keputusan investasi. Bagi mahasiswa, kompetensi ini tecermin pada kecakapan mereka dalam mengalokasikan dana pribadi, baik untuk kebutuhan konsumsi maupun perencanaan tabungan. Berdasarkan *Regret Theory*, setiap individu cenderung mengevaluasi ekspektasi reaksi mereka terhadap kemungkinan yang akan terjadi di masa mendatang. Bell (1982) menjelaskan penyesalan sebagai bentuk emosi yang muncul akibat adanya komparasi antara hasil yang benar-benar diperoleh (*a given ourcome*) dengan pilihan lain yang sebelumnya diabaikan (*forgone choice*). Teori ini relevan untuk melihat apakah mereka cenderung menghabiskan dana secara impulsif sesuai keinginan sesaat, atau justru lebih memilih untuk merencanakan alokasi uangnya secara matang.

3. Diskon E-Commerce

Potongan harga atau diskon berfungsi sebagai bentuk apresiasi dari pihak penjual atas tindakan spesifik pembeli yang memberikan nilai tambah bagi bisnis. Seiring dengan dominansi platform *e-commerce*, insentif harga yang ditawarkan di ruang digital kini menjadi jauh lebih kompetitif. Karakteristik masyarakat yang cenderung responsif terhadap harga membuat penawaran murah sering kali memicu perilaku belanja impulsif, yang pada akhirnya dapat mengikis loyalitas mereka terhadap suatu merek tertentu. Fenomena *impulsive buying* sering kali muncul ketika konsumen memutuskan untuk bertransaksi semata-mata karena tergiur harga murah, tanpa mempertimbangkan esensi fungsi maupun kualitas produk secara mendalam. Kecenderungan ini semakin diperkuat oleh kemajuan teknologi internet yang mempermudah aktivitas belanja dari rumah. Terdapat beberapa elemen kunci yang mendorong keputusan belanja daring, di antaranya adalah aksesibilitas sistem operasional, rekam jejak pengalaman berbelanja. sebelumnya, serta tingkat kepercayaan terhadap keamanan transaksi digital.

4. Digital Payment

Digital payment dapat didefinisikan sebagai mekanisme transaksi keuangan yang mengandalkan infrastruktur teknologi sebagai basis utamanya. Dalam sistem ini, seluruh nilai moneter dikelola, diproses, dan ditransmisikan dalam format informasi elektronik, di mana proses pemindahannya dilakukan sepenuhnya melalui instrumen pembayaran non-tuna seperti kartu perbankan, e-wallet, transfer bank, dan layanan dompet digital yang kini sedang terkenal diindonesia yaitu seperti GoPay, OVO, DANA, ShoopeePay, Dll. Berdasarkan

rujukan dari Bank Indonesia, instrumen pembayaran berbasis kartu kini telah bertransformasi ke dalam bentuk yang lebih efisien, yaitu uang elektronik (*e-money*).

5. Generasi Z

Kajian para ahli di Amerika mengidentifikasi Generasi Z sebagai kelompok individu yang lahir dalam rentang tahun 1996 hingga 2010. Sebagai kelompok yang sering dijuluki 'penduduk asli digital' (*digital natives*), generasi ini tumbuh berdampingan dengan akselerasi teknologi yang masif, sehingga interaksi dengan perangkat digital telah dimulai sejak masa kanak-kanak. Karakteristik utama mereka terletak pada fleksibilitas yang tinggi dalam merespons pembaruan teknologi. Dampaknya, Generasi Z tidak hanya menjadi pengguna, tetapi juga saksi kunci perubahan pola komunikasi dan akses informasi yang kini berpusat pada ekosistem media sosial.

6. Prinsip-Prinsip Dasar Dalam Keuangan Syariah

Keuangan syariah adalah sistem finansial yang berlandaskan hukum Islam (syariah), yang menekankan nilai keadilan, kemitraan, dan transparansi. Berbeda dengan sistem keuangan konvensional yang kerap mengandalkan bunga dan spekulasi, sistem ini mendorong transaksi berbasis aset nyata dan menghindari unsur yang merugikan salah satu pihak. Dengan berkembangnya industri keuangan syariah di Indonesia, pemahaman tentang prinsip dasar keuangan syariah menjadi kebutuhan penting, baik untuk individu maupun pelaku usaha. Adapun 5 prinsip dalam perspektif keuangan syariah :

a) Prinsip Keadilan

Prinsip keadilan menekankan agar setiap pengelolaan keuangan dilakukan secara adil dan proporsional, tidak merugikan pihak lain, dan menempatkan hak serta kewajiban sesuai porsinya. Bagi mahasiswa, prinsip ini dapat diterapkan dengan cara memilih transaksi yang transparan dan tidak menimbulkan kerugian, misalnya ketika memanfaatkan diskon e-commerce, memastikan harga dan kualitas barang sesuai. Dengan prinsip ini, mahasiswa dapat mengatur pengeluaran dengan cara yang bertanggung jawab dan adil.

b) Prinsip Keseimbangan

Prinsip keseimbangan menekankan moderasi dalam penggunaan uang. Generasi Z harus menjaga agar pengeluaran tidak berlebihan, meskipun sering tergiur dengan promosi atau diskon. Penerapan prinsip ini membantu mahasiswa mengatur pengeluaran untuk kebutuhan sehari-hari secara bijaksana, sehingga uang saku yang terbatas dapat cukup hingga periode tertentu tanpa menyebabkan pemborosan.

c) Prinsip israf (Larangan Berlebihan)

Prinsip israf merupakan peringatan syariah terhadap perilaku pemborosan dan penggunaan sumber daya secara tidak bijak. Israf mencakup pembelian barang yang tidak diperlukan hanya karena tergiur promo atau diskon yang besar. Dalam konteks Generasi Z, perilaku israf berpotensi menyebabkan pengeluaran melebihi kebutuhan pokok dan mengurangi kualitas pengelolaan keuangan pribadi yang baik.

d) Larangan Gharar dan Riba
Larangan gharar dan larangan riba merupakan dua prinsip fundamental dalam keuangan syariah yang harus dihindari dalam berbagai transaksi. Gharar adalah ketidakpastian atau ketidakjelasan dalam objek atau syarat transaksi, misalnya membeli dengan ketentuan pembayaran yang tidak jelas atau tanpa informasi lengkap. Riba adalah tambahan yang tidak adil pada nilai hutang atau transaksi uang, yang dalam konteks digital payment bisa terjadi ketika transaksi dikenai biaya tersembunyi atau bunga.

e) Konsep Maslahah
Dalam pengelolaan uang saku mahasiswa, maslahah mengarahkan agar keputusan pembelanjaan mempertimbangkan poin manfaatnya, apakah membeli itu membantu kebutuhan hidup atau hanya sekadar kepuasan semata. Pemanfaatan diskon e-commerce yang bijak bisa memberikan maslahah dalam bentuk hemat biaya, tetapi pemborosan justru bertentangan dengan tujuan ini.

C. Metode Penelitian

menerapkan desain deskriptif kualitatif yang berfokus pada pemahaman mendalam terhadap fenomena tertentu. Hal ini mencakup aspek perilaku, persepsi, motivasi, hingga tindakan dan pengalaman subjek penelitian yang digambarkan secara menyeluruh sesuai realitas lapangan. Lewat pendekatan tersebut, peneliti berupaya membangun narasi yang kompleks melalui analisis kata-kata serta laporan mendetail berdasarkan sudut pandang para responden. Metode penelitian yang tepat untuk suatu penelitian adalah metode yang dapat menjawab permasalahan penelitian dengan baik.

Pendekatan ini digunakan untuk memahami fenomena secara mendalam terkait perilaku pengelolaan keuangan generasi z dalam penggunaan e-commerce dan digital payment. Menurut Mudrajad Kuncoro, metodologi penelitian kualitatif bertujuan untuk memahami fenomena social berdasarkan perspektif partisipan dengan menekankan makna dan proses yang terjadi.

Penelitian ini menggunakan data deskriptif seperti wawancara, observasi, dan dokumen untuk mengumpulkan informasi. Analisis data induktif/kualitatif dan metodologi kualitatif digunakan untuk memproses data yang terkumpul. Temuan

studi kualitatif ini mengutamakan makna di atas generalisasi.Tanpa menarik kesimpulan atau generalisasi yang luas, teknik deskriptif menggunakan analisis statistik untuk menjelaskan atau mengkarakterisasi data yang telah dikumpulkan secara objektif. Karakteristik informan merupakan gambaran umum mengenai identitas informan yang menjadi sumber data dalam penelitian. Informan dalam penelitian ini dipilih menggunakan teknik purposive sampling, yaitu pemilihan informan berdasarkan kriteria tertentu yang telah ditetapkan peneliti agar dapat memberikan informasi yang relevan dengan tujuan penelitian. Adapun kriteria informan dalam penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi yang termasuk dalam kategori Generasi Z, aktif menggunakan platform e-commerce dan digital payment, serta pernah melakukan transaksi belanja secara daring.

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Penelitian ini dilaksanakan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi yang berlokasi di Kampus UIN STS Jambi, Sungai Duren, Kabupaten Muaro Jambi, Provinsi Jambi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam merupakan salah satu fakultas yang menyelenggarakan pendidikan tinggi di bidang ekonomi dan bisnis berbasis nilai-nilai Islam. FEBI memiliki tujuan untuk menghasilkan lulusan yang memiliki kompetensi akademik, profesional, serta berlandaskan pada prinsip-prinsip syariah dalam berbagai bidang ekonomi dan bisnis.Sebagai salah satu fakultas di lingkungan UIN STS Jambi, FEBI memiliki beberapa program studi yang berfokus pada pengembangan ilmu ekonomi Islam, keuangan syariah, manajemen, akuntansi, serta bidang lain yang berkaitan dengan ekonomi dan bisnis. Melalui proses pembelajaran yang mengintegrasikan ilmu pengetahuan dan nilai-nilai keislaman, mahasiswa diharapkan mampu memahami konsep ekonomi modern sekaligus menerapkannya sesuai dengan prinsip syariah.

Karakteristik informan merupakan gambaran umum mengenai identitas informan yang menjadi sumber data dalam penelitian. Informan dalam penelitian ini dipilih menggunakan teknik purposive sampling, yaitu pemilihan informan berdasarkan kriteria tertentu yang telah ditetapkan peneliti agar dapat memberikan informasi yang relevan dengan tujuan penelitian. Adapun kriteria informan dalam penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi yang termasuk dalam kategori Generasi Z, aktif menggunakan platform e-commerce dan digital payment, serta pernah melakukan transaksi belanja secara daring.

penelitian ini yaitu Strategi Pengelolaan Keuangan Pribadi Generasi z Pada Era

Diskon E-commerce Dan Digital Payment Dalam Persfektif Keuangan Syariah (Studi Mahasiswa Ekonomi Dan Bisnis Islam Uin Sts Jambi), dengan metode analisis yang digunakan yakni analisis deskriptif kualitatif. Pada penelitian deskriptif kualitatif, peneliti dituntut untuk dapat memaparkan, menjelaskan, menggambarkan, atau mendeskripsikan dan menggali data berdasarakan apa yang diucapkan, dirasakan, dilihat dan dilakukan oleh sumber data sesuai dengan fakta-fakta yang ada di lapangan dengan menggunakan wawancara mendalam dan observasi langsung dilokasi penelitian yakni di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Uin Sts Jambi.

1. **Pengalaman Mahasiswa Menghadapi Promo dan Flash Sale pada Platform E-Commerce**

   Perkembangan platform e-commerce telah menghadirkan berbagai strategi pemasaran yang mampu menarik perhatian konsumen, salah satunya melalui promo, potongan harga (discount), flash sale, gratis ongkos kirim, dan berbagai program pada momen tertentu seperti tanggal kembar (9.9, 10.10, 11.11, dan 12.12). Bagi mahasiswa Generasi Z yang tumbuh di era digital, keberadaan promo tersebut menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari aktivitas belanja sehari-hari. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan kepada sepuluh informan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi, diketahui bahwa hampir seluruh informan mengaku memiliki ketertarikan ketika melihat adanya promo maupun flash sale di platform e-commerce. Data tersebut menunjukkan bahwa strategi pemasaran berupa diskon tidak hanya berfungsi sebagai pengurang harga, tetapi juga menciptakan dorongan konsumtif yang menyebabkan mahasiswa melakukan pembelian impulsif (impulse buying). Mahasiswa cenderung memusatkan perhatian pada besarnya potongan harga dibandingkan mempertimbangkan tingkat kebutuhan terhadap barang tersebut.

   Selain besarnya potongan harga, penelitian ini menemukan bahwa keberadaan fasilitas gratis ongkos kirim (free shipping) menjadi faktor penting yang memengaruhi keputusan pembelian mahasiswa. Hampir seluruh informan menyatakan lebih memilih menunda pembelian apabila tidak tersedia program gratis ongkir..

2. **Pemaknaan Kondisi Finansial Pribadi Mahasiswa di Tengah Tekanan BudayaKonsumsi Digital**

   Kondisi finansial pribadi merupakan salah satu faktor yang memengaruhi perilaku konsumsi mahasiswa dalam menghadapi perkembangan e-commerce dan kemudahan pembayaran digital. Sebagai mahasiswa yang sebagian besar belum memiliki penghasilan tetap, kemampuan dalam mengelola uang saku menjadi hal yang sangat penting agar kebutuhan sehari-hari tetap dapat terpenuhi. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan kepada sepuluh informan, diketahui bahwa seluruh informan masih bergantung pada uang

bulanan yang diberikan oleh orang tua sebagai sumber utama pendapatan mereka. Meskipun terdapat satu informan yang sesekali memperoleh tambahan penghasilan dari pekerjaan sampingan, namun sumber pendapatan tersebut belum menjadi sumber utama dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari.

Ketergantungan terhadap uang bulanan dari orang tua membuat para mahasiswa menyadari bahwa pengelolaan keuangan harus dilakukan secara bijaksana. Namun demikian, sebagian besar informan mengakui bahwa uang bulanan yang diterima tidak selalu mampu mencukupi kebutuhan hingga akhir bulan. Hal tersebut dipengaruhi oleh munculnya pengeluaran yang tidak direncanakan, kebutuhan mendadak,

3. Strategi Pengelolaan Keuangan Pribadi Mahasiswa dalam Menghadapi Diskon E-Commerce dan Kemudahan Pembayaran Digital

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan kepada sepuluh informan, diketahui bahwa mahasiswa memiliki berbagai strategi dalam mengelola keuangan pribadi agar tidak mudah terpengaruh oleh promo, flash sale, maupun kemudahan pembayaran digital. Strategi tersebut muncul sebagai bentuk upaya untuk mengendalikan perilaku konsumsi sehingga pengeluaran tetap sesuai dengan kondisi keuangan yang dimiliki. Meskipun setiap informan memiliki cara yang berbeda, secara umum strategi yang dilakukan meliputi membatasi paparan promosi, mempertimbangkan kebutuhan sebelum membeli, menunda keputusan pembelian, mengurangi pengeluaran yang tidak penting, membedakan kebutuhan dan keinginan, serta membiasakan melakukan pencatatan keuangan.

Salah satu strategi yang paling banyak dilakukan informan adalah mengurangi paparan terhadap promosi yang berasal dari aplikasi e-commerce. Informan menyadari bahwa notifikasi promo, iklan, maupun konten promosi di media sosial sering kali menjadi pemicu munculnya keinginan untuk berbelanja secara impulsif. Oleh karena itu, beberapa informan memilih mematikan notifikasi aplikasi maupun mengurangi intensitas membuka aplikasi belanja. Temuan tersebut menunjukkan bahwa mahasiswa tidak hanya mempertimbangkan harga murah yang ditawarkan, tetapi mulai memperhatikan manfaat produk serta kemampuan finansial yang dimiliki. Pertimbangan tersebut menjadi bentuk pengendalian diri agar keputusan pembelian dilakukan secara rasional dan tidak semata-mata didasarkan pada dorongan emosional akibat promo. Strategi berikutnya yang banyak diterapkan oleh mahasiswa adalah menunda keputusan pembelian. Informan mengaku bahwa mereka sengaja tidak langsung melakukan checkout ketika melihat promo, tetapi memberikan waktu bagi diri sendiri untuk mempertimbangkan kembali apakah barang tersebut benar-benar dibutuhkan.

4. Analisis Strategi Pengelolaan Keuangan Pribadi Mahasiswa dalam Perspektif Keuangan Syariah

Perspektif keuangan syariah menempatkan pengelolaan harta sebagai bentuk

amanah yang harus dipertanggungjawabkan kepada Allah Swt. Oleh karena itu, setiap individu dituntut untuk menggunakan harta secara bijaksana, menghindari perilaku boros (israf), menjauhi pemborosan yang sia-sia (tabzir), serta mengutamakan kebutuhan dibandingkan keinginan. Berdasarkan hasil wawancara dengan sepuluh informan, diketahui bahwa seluruh informan telah memiliki pemahaman dasar mengenai prinsip-prinsip tersebut. Namun, tingkat penerapannya dalam kehidupan sehari-hari masih beragam.

Mayoritas informan menyatakan bahwa Islam mengajarkan umatnya untuk mengelola keuangan secara sederhana, tidak berlebihan dalam berbelanja, serta menggunakan harta untuk hal-hal yang bermanfaat. Selain itu, beberapa informan juga mengaitkan pengelolaan keuangan dengan anjuran untuk bersedekah sebagai bentuk kepedulian terhadap sesama. memahami nilai-nilai dasar dalam keuangan syariah, khususnya mengenai pentingnya hidup sederhana (qana'ah), menghindari perilaku berlebihan, serta memanfaatkan harta untuk tujuan yang memberikan kemaslahatan. Pemahaman tersebut menunjukkan bahwa mahasiswa memiliki pengetahuan yang cukup baik mengenai prinsip pengelolaan keuangan menurut ajaran Islam.

Pembahasan Hasil Penelitian

1. Pengalaman Mahasiswa Menghadapi Promo dan Flash Sale pada Platform E-Commerce

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi memiliki ketertarikan yang tinggi terhadap berbagai promosi yang ditawarkan oleh platform e-commerce, seperti diskon, flash sale, gratis ongkos kirim, maupun promo pada momen tertentu seperti tanggal kembar. Ketertarikan tersebut mendorong mahasiswa untuk lebih sering membuka aplikasi belanja dan dalam beberapa kondisi melakukan pembelian yang sebelumnya tidak direncanakan. Bahkan, beberapa informan mengaku sengaja menunggu momen promosi agar memperoleh harga yang lebih murah.

Temuan penelitian ini sesuai dengan Theory of Planned Behavior (TPB) yang dikemukakan oleh Ajzen. Dalam teori tersebut dijelaskan bahwa perilaku seseorang dipengaruhi oleh niat (behavioral intention) yang terbentuk melalui sikap terhadap perilaku, norma subjektif, dan persepsi mengenai kemampuan mengendalikan perilaku. Pada penelitian ini, promosi e-commerce membentuk sikap positif mahasiswa terhadap aktivitas belanja karena mereka menganggap promo memberikan keuntungan berupa harga yang lebih murah. Selain itu, adanya tren belanja di kalangan teman sebaya maupun media sosial turut membentuk norma subjektif yang mendorong mahasiswa untuk ikut melakukan pembelian.

Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian Ferrina Ermalina Rumbik,

Rudi Kurniawan, dan Rafles Ginting (2024) yang menyatakan bahwa promosi, diskon, kemudahan transaksi digital, serta perkembangan teknologi mendorong munculnya perilaku konsumtif pada Generasi Z. Penelitian tersebut juga menjelaskan bahwa Generasi Z yang memiliki literasi keuangan yang baik cenderung lebih mampu mengambil keputusan pembelian secara bijaksana dan menghindari pembelian impulsif.

Selain itu, hasil penelitian ini juga memperkuat penelitian Refina Sari (2025) yang menemukan bahwa promosi pada e-commerce mampu meningkatkan motivasi Generasi Z untuk melakukan pembelian, baik karena kebutuhan maupun keinginan. Perbedaannya, penelitian ini lebih menekankan pada pengalaman mahasiswa FEBI UIN STS Jambi dalam menghadapi promosi digital, khususnya bagaimana promo memengaruhi perilaku konsumsi serta keputusan pembelian sehari-hari.

2. Pemaknaan Kondisi Finansial Pribadi Mahasiswa

Hasil penelitian ini sesuai dengan konsep Financial Behavior yang dikemukakan oleh Seri Suriani, yaitu bahwa perilaku keuangan merupakan kemampuan individu dalam mengatur, merencanakan, mengendalikan, dan mengevaluasi penggunaan uang secara bertanggung jawab. Individu yang memiliki perilaku keuangan yang baik akan lebih mampu mengalokasikan pendapatan sesuai kebutuhan sehingga terhindar dari pemborosan.

Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian Evih Muaviah dkk. (2023) yang menyatakan bahwa Generasi Z telah memahami pentingnya perencanaan keuangan, namun implementasinya masih belum optimal. Dalam penelitian tersebut dijelaskan bahwa sebagian besar Generasi Z baru sebatas memahami konsep pengelolaan keuangan secara teoritis, sedangkan praktiknya masih dipengaruhi oleh gaya hidup digital dan perilaku konsumtif. Kondisi tersebut juga ditemukan dalam penelitian ini, di mana mahasiswa telah menyadari pentingnya mengatur keuangan, tetapi belum seluruhnya mampu menerapkannya secara konsisten.

3. Strategi Pengelolaan Keuangan Pribadi Mahasiswa

Hasil penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa telah menerapkan berbagai strategi untuk mengendalikan perilaku konsumsi, seperti mematikan notifikasi e-commerce, membuat daftar kebutuhan, menunda pembelian, membatasi pengeluaran, serta mulai melakukan pencatatan keuangan. Strategi tersebut menunjukkan adanya kesadaran mahasiswa dalam menjaga keseimbangan antara kebutuhan dan kemampuan finansial yang dimiliki.

Menurut Ely Siswanto, manajemen keuangan merupakan proses perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, serta pengendalian sumber daya keuangan agar tujuan yang telah ditetapkan dapat tercapai secara efektif dan

efisien. Dalam konteks penelitian ini, berbagai strategi yang diterapkan mahasiswa merupakan bentuk sederhana dari fungsi manajemen keuangan, yaitu melakukan perencanaan pengeluaran, menentukan skala prioritas, serta melakukan pengendalian terhadap perilaku konsumsi.

Temuan penelitian ini juga mendukung hasil penelitian Mohamad Afrizal Miradji dkk. (2023) yang menyatakan bahwa perkembangan teknologi digital menghadirkan peluang sekaligus tantangan bagi Generasi Z dalam mengelola keuangan. Penelitian tersebut menemukan bahwa media sosial dan teknologi digital dapat mendorong perilaku konsumtif, namun di sisi lain juga meningkatkan kesadaran Generasi Z mengenai pentingnya literasi keuangan dan perencanaan keuangan jangka panjang.

Selain itu, hasil penelitian ini juga memiliki kesamaan dengan penelitian Refina Sari (2025) yang menemukan bahwa strategi pengelolaan keuangan dilakukan melalui peningkatan literasi keuangan, pengendalian diri, serta kebiasaan mencari informasi mengenai pengelolaan keuangan melalui berbagai media edukasi. Dalam penelitian ini, strategi yang diterapkan mahasiswa lebih banyak berupa pengendalian perilaku konsumsi melalui pembatasan paparan promosi, penundaan pembelian, serta penyusunan prioritas kebutuhan.

4. Strategi Pengelolaan Keuangan dalam Perspektif Keuangan Syariah

Berdasarkan hasil penelitian, diketahui bahwa seluruh informan telah memahami prinsip-prinsip dasar keuangan syariah, seperti menghindari pemborosan (israf), tidak menghamburkan harta (tabzir), hidup sederhana, serta mendahulukan kebutuhan dibandingkan keinginan. Akan tetapi, sebagian besar informan mengakui bahwa penerapan prinsip-prinsip tersebut belum dilakukan secara konsisten karena masih dipengaruhi oleh promosi e-commerce, kemudahan pembayaran digital, dan tren konsumsi di media sosial.

Temuan tersebut sesuai dengan konsep Islamic Wealth Management yang dikemukakan oleh M. Hakim Sitompul, bahwa pengelolaan harta dalam Islam tidak hanya bertujuan memperoleh keuntungan, tetapi juga menjaga kemaslahatan (maslahah), menghindari pemborosan, serta menggunakan harta secara bertanggung jawab sesuai ketentuan syariat. Prinsip tersebut juga sejalan dengan firman Allah Swt. dalam Q.S. Al-Isra' ayat 26-27 yang melarang perilaku tabzir serta Q.S. Al-Furqan ayat 67 yang mengajarkan sikap pertengahan dalam membelanjakan harta, yaitu tidak berlebihan dan tidak pula kikir. Kedua ayat tersebut menjadi landasan bahwa pengelolaan keuangan dalam Islam harus didasarkan pada keseimbangan, tanggung jawab, dan kemanfaatan.

D. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai Strategi Pengelolaan Keuangan Pribadi Generasi Z dalam Menghadapi Diskon E-Commerce dan Kemudahan Digital Payment dalam Perspektif Keuangan Syariah (Studi pada Mahasiswa

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi), maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Pengalaman mahasiswa dalam menghadapi promo dan flash sale pada platform e-commerce menunjukkan bahwa sebagian besar informan memiliki ketertarikan yang tinggi terhadap berbagai bentuk promosi seperti diskon, flash sale, cashback, dan gratis ongkos kirim. Promosi tersebut mendorong mahasiswa untuk lebih sering membuka aplikasi e-commerce dan dalam beberapa kondisi melakukan pembelian yang tidak direncanakan (impulse buying). Selain itu, kemudahan pembayaran digital membuat proses transaksi menjadi lebih praktis sehingga pengeluaran terasa lebih mudah dilakukan dibandingkan pembayaran secara tunai.
2. Mahasiswa memaknai kondisi finansial pribadi sebagai aspek yang perlu dikelola secara bijaksana karena seluruh informan masih bergantung pada uang saku dari orang tua sebagai sumber utama pendapatan. Namun demikian, sebagian besar informan mengakui bahwa kondisi keuangan mereka belum selalu stabil karena masih dipengaruhi oleh pengeluaran yang tidak direncanakan, promosi e-commerce, serta pengaruh media sosial dan lingkungan pertemanan. Meskipun telah menyadari pentingnya pengelolaan keuangan, penerapannya belum dilakukan secara konsisten.
3. Strategi pengelolaan keuangan pribadi yang dilakukan mahasiswa meliputi membatasi paparan promosi dengan mematikan notifikasi aplikasi e-commerce, menunda keputusan pembelian, membuat skala prioritas kebutuhan, mengurangi pengeluaran yang tidak penting, membedakan kebutuhan dan keinginan, serta mulai melakukan pencatatan keuangan. Strategi tersebut menunjukkan adanya upaya mahasiswa dalam mengendalikan perilaku konsumsi agar kondisi keuangan tetap terjaga, meskipun masih terdapat tantangan dalam menjaga konsistensi ketika menghadapi berbagai promosi digital.
4. Ditinjau dari perspektif keuangan syariah, strategi pengelolaan keuangan yang diterapkan mahasiswa pada dasarnya telah mengarah pada nilai-nilai Islam, seperti berusaha menghindari perilaku boros (israf), tidak melakukan pemborosan (tabzir), mendahulukan kebutuhan dibandingkan keinginan, serta memanfaatkan harta secara bertanggung jawab. Akan tetapi, implementasi nilai-nilai tersebut belum sepenuhnya optimal karena sebagian mahasiswa masih mudah terpengaruh oleh promosi e-commerce, kemudahan pembayaran digital, dan budaya konsumsi digital. Oleh karena itu, diperlukan peningkatan pengendalian diri serta penguatan literasi keuangan syariah agar pengelolaan keuangan pribadi dapat dilakukan secara lebih konsisten sesuai dengan prinsip-prinsip ekonomi Islam.

Daftar Pustaka

ALQURAN :

Al-Qur'an Dan Terjemah, Mushaf Al-Qur'an Al-Isra' Ayat 26-27, (Pustaka Alajnah, 2019).

Al-Qur'an Dan Terjemah, Mushaf Al-Qur'an Al-Furqan Ayat 67, (Pustaka Alajnah, 2019).

BUKU :

Adhi Kusumastuti and Ahmad Mustamil Khoiron, *Metode Penelitian Kualitatif* (Semarang: Lembaga Pendidikan Sukarno, 2019), 34.

Amri Amir, *Metodologi Penelitian Ekonomi Dan Penerapannya*, (Jambi, Juni 2009).

Ely Siswanto, *Manajemen Keuangan Dasar*, Cetakan1.(Malang: Universitas Negeri Malang, 2021), 3.

Feny Rita Fiantika et al., *"Metodologi Penelitian Kualitatif", (Padang: Global Eksekutif Teknologi, 2022),4.*, n.d.

Mudrajad Kuncoro, *Metode Riset untuk Bisnis Dan Ekonomi*, (Jakarta: Erlangga, 2013).

Seri Suriani, *Financial Behavior*, 5.

Seri Suriani, *Financial Behavior*, 30.

Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D (Bandung: Alfabet, 2019).

Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D (Bandung: Alfabet, 2019).

Yuniningsih, Perilaku Keuangan Dalam Berinvestasi (Laboratorium Experiment Dan Field Experiment) (Surabaya Indomedia Pustaka, 2020), 16.

Zuchri Abdussamad, M.Si, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Makassar: Syakir Media Press, 2021), 147

Zuchri Abdussamad, M.Si, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Makassar: Syakir Media Press, 2021), 145

JURNAL :

Ardian Bagus Wicaksono, Ita Nuryana. *Economic Education Analysis Journal*. 2020.

Euis Ratnasari, Suripto Muh Zulkifli, Rinaldi Sri Herlambang, et al. "Strategi Manajemen Keuangan Untuk Pelajar di Era Gen Z Bagi Siswa Smk Islam Darurrohman." *MENGABDI : Jurnal Hasil Kegiatan Bersama Masyarakat* 2, no. 3 (2024): 01–08. https://doi.org/10.61132/mengabdi.v2i3.550.

Febiantoro, Riska Imsa'ul, Alif Ageng Utami, and Nadia Lailatul Hanifah. *STRATEGI FINANSIAL GENERASI-Z TERHADAP SINTESIS PENYESUAIAN OTOMATIS DALAM PERILAKU KONSUMSI DAN PENDAPATAN ALTERNATIF*. 17, no. 2 (2025).

Fiantika, Feny Rita, Mohammad Wasil, Sri Jumiyati, Leli Honesti, Sri Wahyuni, and Erland Mouw. *"Metodologi Penelitian Kualitatif", (Padang: Global Eksekutif Teknologi, 2022),4.* n.d.

Indriyani, Reni, Umi Widyastuti, and Muhammad Yusuf. *ANALISIS PENGGUNAAN DIGITAL PAYMENT: MODIFIKASI TEORI TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL*. 9, no. 3 (2024).

Mahyarni, Mahyarni. "THEORY OF REASONED ACTION DAN THEORY OF PLANNED BEHAVIOR (Sebuah Kajian Historis tentang Perilaku)." *Jurnal EL-RIYASAH* 4, no. 1 (2013): 13. https://doi.org/10.24014/jel.v4i1.17.

Mayanti, Yuni. *STRATEGI PENGELOLAAN KEUANGAN BAGI GEN Z DI ERA DIGITAL*. 4 (2025).

Mendes-Da-Silva, Wesley, ed. *Individual Behaviors and Technologies for Financial Innovations*. Springer, 2019.

Muaviah, Evih, Lathifaturrahmah Lathifaturrahmah, Aghnita Alinda Dewi, and Nisa Febriani. "Generasi Z, Melangkah di Era Digital Dengan Bijak dan Terencana." *Journal of Social Contemplativa* 1, no. 2 (2023): 63–81. https://doi.org/10.61183/jsc.v1i2.39.

Mutiarrama, Zhahira Sakinati, Rafi Darajatunnisa, Fadia Faustina, Naurah Mahfuzhah, and Alif Rara Wihita. *STUDI FENOMENOLOGI: PENGALAMAN GENERASI Z DALAM MENGHADAPI KESEPIAN DENGAN CHARACTER ARTIFICIAL INTELLIGENCE*. 13 (2024).

Nurfuadah, Dina, and Roudhotul Hayati Nurislami. *STRATEGI PENGELOLAAN KEUANGAN MAHASISWA RANTAU DI ERA DIGITAL: STUDI KASUS MAHASISWA UIN SUNAN GUNUNG DJATI BANDUNG*. 56 (2025).

Nurinayah, Ghania and Susilawati. "Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Kemampuan Pengelolaan Keuangan Mahasiswa Digitech University." *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi)* 11, no. 3 (2025): 1319–29. https://doi.org/10.35870/jemsi.v11i3.4089.

Rachmawati, Arifah. "PENGARUH E-COMMERCE DAN DISKON ONLINE TERHADAP PERILAKU IMPULSIVE BUYING." *Jurnal Akuntansi, Keuangan, Pajak dan Informasi (JAKPI)* 2, no. 2 (2022): 142–59. https://doi.org/10.32509/jakpi.v2i2.2069.

Rumbik, Ferrina Ermalina, Rudi Kurniawan, and Rafles Ginting. *Menguak Perilaku Konsumtif Generasi Z dalam Penggunaan Digital Payment dan Literasi Keuangan Berdasarkan Mental Accounting : Sebuah Studi Fenomenologi*. 12, no. 2 (2024).

Sari, Refina. *Strategi Pengelolaan Keuangan Pribadi Dalam Mengendalikan Perilaku Komsumtif Di E-Commerce Pada Remaja Generasi Z.* 2025.

Selvy Nur Islami, and Rizky Abrian. "Membaca Tren Kesepian Generasi Z dalam Lagu Penjaga Hati: Analisis Wacana Kritis Norman Fairclough." *Jurnal Bastrindo* 4, no. 2 (2023): 170–86. https://doi.org/10.29303/jb.v4i2.1368.

Sitompul, M. Hakim. *INVESTMENT PLANNING IN ISLAMIC WEALTH*

MANAGEMENT: A SYARIAH PERSPECTIVE ON GROWTH AND SUSTAINABILITY. no. 2 (2025).

Chan, C. K. Y., & Lee, K. K. W. (2023). The AI generation gap: are gen Z students more interested in adopting generative AI such as ChatGPT in teachingand learning thantheir gen X and millennial generation teachers? *Smart Learning Environments*, *10*(1). https://doi.org/10.1186/s40561-023-00269-3

Dewi, I. K., & Kusumawati, A. (2018). Pengaruh Diskon Terhadap Keputusan Pembelian dan Kepuasan Pelanggan Bisnis Online. Jurnal Administrasi Bisnis.

Gao, K. I. (2022). Factors Shaping the Cashless Payment Ecosystem: Understanding the Role of Participating Actors. *In Proceedings of the 35th Bled EConference- Digital Restructuring and Human (Re) Action, Bled, Slovenia*, 161–186.

Ger had Zeremia Ginting, Skripsi: "Perbandingan Kepuasan Pelanggan 21

Islami, S. N., & Abrian, R. (2023). Membaca tren kesepian generasi Z dalam lagu penjaga hati: Analisis. *Jurnal Bastrindo*. *4*(2), 170-186. https://doi.org/10.29303/jb.v4i2.1368

Khando, K., Islam, M. S., & Gao, S. (2023). The Emerging Technologies of Digital Payments and Associated Challenges: A Systematic Literature Review. Future Internet, 15(1).

Michael Agustio Gosal dan Nanik Linawati, "Pengaruh Intentitas Penggunaan Layanan Mobile Payment terhadap Spending Behavior", PhD Thesis (Phetra Christian University, 2008), h. 456-457 15

Tasca, G. A.-N. (2021). A digital currency architecture for privacy and ownercustodianship. Future Internet, 13, 130.

Vieira, K. M., Potrich, A. C. G., & Mendes-Da-Silva, W. (2019). A Financial Literacy Model For University Students. In Individual Behaviors And Technologies For Financial Innovations (Pp. 69–95). Springer International Publishing.

Yuanita Chandra Puspita, "Analisis Kesesuaian Teknologi Pengguna Digital Payment pada Aplikasi OVO", Jurnal Manajemen Informatika, Volume 9 Nomor 02, tahun 2019, h. 121-128. 13

Hasil Observasi Peneliti melalui Kuesioner Mahasiswa Ekonomi dan Bisnis Islam UIN STS Jambi, 2025.

Hasil Observasi Peneliti melalui Kuesioner Mahasiswa Ekonomi dan Bisnis Islam UIN STS Jambi, 2025.

Hasil Observasi Peneliti melalui Kuesioner Mahasiswa Ekonomi dan Bisnis Islam UIN STS Jambi, 2025.

Hasil Observasi Peneliti melalui Kuesioner Mahasiswa Ekonomi dan Bisnis Islam UIN STS Jambi, 2025.