

# Pengaruh literasi keuangan syariah, religiusitas, dan karakteristik demografi terhadap minat gen z dalam melakukan transaksi di bank syariah kota malang

**Nur Istianah**

Program Studi Perbankan Syariah, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang  
e-mail: nuristianao043@gmail.com

## Kata Kunci:

Literasi, religiusitas, demografi, transaksi, bank syariah

## Keywords:

Literacy, religiosity, demographics, transaction, sharia bank

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan syariah, religiusitas, dan karakteristik terhadap demografi minat Generasi Z untuk bertransaksi di bank syariah di Kota Malang. Generasi Z merupakan kelompok usia yang tumbuh di era digital yang memiliki ketertarikan pada teknologi, etika dan keberlanjutan dalam pengambilan keputusan keuangan. Pendekatan yang digunakan adalah kuantitatif dengan survei sebagai metode pengumpulan data, penelitian ini melibatkan 30 responden yang memenuhi kriteria inklusi. Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa literasi keuangan syariah, religiusitas, dan karakteristik demografi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat bertransaksi secara individu maupun melalui variabel interaksi. Pendekatan ini memberikan gambaran penting untuk mengembangkan strategi pemasaran dan edukasi yang lebih efektif bagi bank syariah.

## ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of Islamic financial literacy, religiosity, and characteristics on the demographics of Generation Z's interest in transacting at Islamic banks in Malang City. Generation Z is an age group that grew up in the digital era who has an interest in technology, ethics and sustainability in financial decision making. The approach used is quantitative with a survey as a data collection method, this study involved 30 respondents who met the inclusion criteria. The results of the regression analysis show that Islamic financial literacy, religiosity, and demographic characteristics have a significant influence on transaction interest individually and through interaction variables. This approach provides an important overview for developing more effective marketing and education strategies for Islamic banks.

## Pendahuluan

Pada era globalisasi dan kemajuan teknologi, keuangan syariah telah menjadi salah satu pilihan utama masyarakat yang mencari alternatif sistem keuangan konvensional. Bank syariah menawarkan layanan yang berbasis pada prinsip-prinsip Islam, menjadikannya menarik bagi komunitas Muslim, khususnya Generasi Z. Generasi ini memiliki karakteristik unik, termasuk kecenderungan terhadap teknologi, etika, dan keberlanjutan dalam keputusan keuangan mereka. Namun, tantangan utama yang dihadapi oleh bank syariah adalah rendahnya tingkat literasi keuangan syariah, yang dapat memengaruhi pemahaman mereka terhadap produk dan layanan yang ditawarkan.



This is an open access article under the [CC BY-NC-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/) license.

Copyright © 2023 by Author. Published by Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

Literasi keuangan syariah merupakan faktor penting dalam menentukan kemampuan individu untuk membuat keputusan keuangan yang sesuai dengan prinsip syariah. Pengetahuan tentang sistem keuangan syariah, termasuk konsep seperti larangan riba dan sistem bagi hasil, sangat penting untuk menarik minat masyarakat. Selain itu, faktor religiusitas juga memainkan peran kunci, di mana individu yang memiliki tingkat religiusitas tinggi cenderung memilih layanan keuangan yang sesuai dengan keyakinan agamanya (Hakim, n.d.). Kombinasi kedua faktor ini diharapkan dapat meningkatkan penetrasi bank syariah, terutama di kalangan Generasi Z. Tingkat literasi keuangan syariah yang rendah di kalangan generasi muda, termasuk mahasiswa, menjadi tantangan besar dalam meningkatkan partisipasi mereka terhadap layanan keuangan berbasis syariah (Arifin & Mukhlis, 2022)

Karakteristik demografi juga menjadi elemen penting dalam memahami perilaku keuangan Generasi Z. Faktor seperti usia, pendidikan, dan penghasilan memengaruhi preferensi dan keputusan mereka dalam memilih layanan keuangan. Sebagai kelompok yang tumbuh di era digital, Generasi Z memiliki potensi besar untuk menjadi pengguna utama layanan perbankan syariah. Namun, tingkat literasi keuangan yang rendah di antara mereka menjadi penghambat utama dalam meningkatkan minat terhadap bank syariah.

Kota Malang, dengan populasi muslim yang signifikan dan perkembangan ekonomi yang pesat, menjadi lokasi strategis untuk meneliti dinamika ini. Studi ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh literasi keuangan syariah, religiusitas, dan karakteristik demografi terhadap minat Generasi Z dalam melakukan transaksi di bank syariah. Dengan memahami faktor-faktor ini, bank syariah dapat mengembangkan strategi pemasaran dan inovasi produk yang lebih efektif untuk menjangkau segmen pasar ini.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam beberapa aspek. Secara teoretis, penelitian ini akan memperkaya literatur terkait faktor-faktor yang memengaruhi perilaku keuangan Generasi Z. Secara praktis, hasil penelitian dapat digunakan oleh bank syariah untuk menyusun strategi yang lebih baik dalam menarik generasi muda. Selain itu, penelitian ini juga berkontribusi pada peningkatan literasi keuangan syariah di masyarakat, mendukung pertumbuhan ekonomi syariah di Indonesia secara berkelanjutan.

### **Pengaruh Literasi Keuangan Syariah**

Keuangan syariah telah berkembang pesat sebagai solusi alternatif bagi masyarakat yang mencari layanan keuangan sesuai prinsip-prinsip Islam. Di tengah dominasi bank konvensional, bank syariah menawarkan produk seperti tabungan, pembiayaan, dan investasi yang sesuai dengan nilai-nilai keagamaan. Dalam konteks ini, literasi keuangan syariah menjadi kunci bagi individu untuk memahami dan memanfaatkan produk serta layanan yang tersedia. Pemahaman yang rendah terhadap sistem ini sering kali menjadi hambatan utama dalam menarik minat masyarakat, terutama generasi Z.

Religiusitas juga berperan penting dalam memengaruhi keputusan individu untuk menggunakan layanan keuangan syariah. Bagi yang memiliki tingkat religiusitas tinggi,

preferensi terhadap bank syariah sering kali didorong oleh keyakinan akan nilai-nilai agama yang diterapkan. Generasi Z, yang dikenal sebagai kelompok usia dengan tingkat adaptasi teknologi yang tinggi, membutuhkan pendekatan inovatif untuk meningkatkan minat mereka terhadap bank syariah.

Financial self-efficacy berpengaruh terhadap perceived usefulness dan intention to use e-payment syariah, namun tidak berpengaruh terhadap perceived ease of use. Literasi keuangan syariah dapat memoderasi pengaruh financial self-efficacy terhadap minat penggunaan e-payment syariah (Agustina & Riyanto, 2023). Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana literasi keuangan syariah, religiusitas, dan karakteristik demografi memengaruhi minat Generasi Z, khususnya di Kota Malang.

## Pembahasan

Literasi keuangan syariah tidak hanya memengaruhi pemahaman individu terhadap produk keuangan, tetapi juga membentuk sikap dan perilaku konsumsi yang sesuai dengan prinsip-prinsip Islam (Amin, 2024). Pemahaman yang baik terhadap prinsip-prinsip syariah seperti larangan riba dan sistem bagi hasil mendorong keyakinan terhadap produk keuangan syariah. Hal ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menegaskan pentingnya literasi keuangan dalam memengaruhi keputusan finansial individu. Peningkatan literasi keuangan syariah dapat dilakukan melalui edukasi yang terstruktur, baik melalui media digital maupun program pelatihan langsung (Fauzi & Murniawaty, 2020).

Religiusitas juga ditemukan memiliki pengaruh signifikan terhadap minat Generasi Z terhadap layanan bank syariah. Generasi Z dengan tingkat religiusitas tinggi cenderung lebih memilih layanan keuangan yang sesuai dengan prinsip-prinsip Islam. Ini menunjukkan bahwa keyakinan agama tidak hanya memengaruhi preferensi mereka tetapi juga meningkatkan loyalitas terhadap institusi berbasis syariah. Bank syariah dapat memanfaatkan temuan ini dengan mempromosikan nilai-nilai agama yang relevan melalui kampanye pemasaran dan penyuluhan publik.

Karakteristik demografi seperti usia, pendidikan, dan pendapatan turut memengaruhi minat Generasi Z terhadap bank syariah. Responden dengan tingkat pendidikan yang lebih tinggi umumnya memiliki pemahaman yang lebih baik terhadap produk dan layanan syariah. Faktor pendapatan juga menentukan kemampuan individu untuk memilih produk keuangan yang sesuai dengan kebutuhan mereka. Penyesuaian produk dan layanan yang relevan dengan segmen demografi tertentu menjadi strategi yang efektif bagi bank syariah untuk memperluas basis nasabah.

Interaksi antara literasi keuangan syariah, religiusitas, dan karakteristik demografi memberikan pengaruh yang lebih kuat terhadap minat Generasi Z terhadap bank syariah. Kombinasi ini menunjukkan bahwa faktor-faktor tersebut saling mendukung dalam menciptakan preferensi terhadap layanan berbasis syariah. Strategi pemasaran yang memperhatikan aspek literasi, nilai religiusitas, dan kebutuhan demografis akan lebih efektif dalam menarik Generasi Z. Dengan pendekatan holistik ini, bank syariah dapat memperkuat posisinya di pasar yang kompetitif.

Literasi keuangan syariah, financial efficacy, financial attitude, financial behavior secara serentak atau bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan finansial (Hadiah & Aisyah, 2022). Dimana pemahaman yang baik terhadap prinsip keuangan syariah, keyakinan terhadap kemampuan mengelola keuangan, sikap positif terhadap keputusan keuangan, serta perilaku finansial yang bijak menjadi faktor penentu dalam mencapai kondisi keuangan yang memuaskan dan berkelanjutan

Penelitian ini memberikan wawasan penting bagi pengembangan strategi layanan dan pemasaran bank syariah yang lebih inovatif. Upaya peningkatan literasi keuangan syariah di kalangan Generasi Z harus didukung oleh kampanye religiusitas yang relevan dengan nilai-nilai Islam. Selain itu, pemahaman yang mendalam terhadap karakteristik demografi menjadi kunci untuk merancang produk keuangan yang lebih inklusif dan menarik. Dengan demikian, bank syariah dapat menjawab tantangan untuk menjadi pilihan utama bagi Generasi Z di tengah persaingan dengan bank konvensional.

## **Kesimpulan dan Saran**

Penelitian ini menyimpulkan bahwa literasi keuangan syariah, religiusitas, dan karakteristik demografi memiliki pengaruh signifikan terhadap minat Generasi Z dalam menggunakan layanan bank syariah. Literasi keuangan syariah meningkatkan pemahaman terhadap prinsip-prinsip syariah, sementara religiusitas memperkuat preferensi terhadap layanan yang sesuai dengan nilai-nilai agama. Karakteristik demografi seperti pendidikan dan pendapatan juga berperan dalam menentukan keputusan Generasi Z dalam memilih layanan keuangan. Interaksi antara ketiga variabel tersebut memberikan pengaruh yang lebih kuat, menekankan pentingnya pendekatan holistik untuk memahami minat Generasi Z terhadap bank syariah.

Bank syariah perlu meningkatkan literasi keuangan syariah melalui program edukasi yang inovatif, seperti seminar, kampanye digital, dan aplikasi interaktif. Selain itu, menekankan aspek religiusitas dalam promosi dapat meningkatkan daya tarik layanan keuangan syariah. Kampanye berbasis nilai-nilai Islam seperti keadilan dan keberlanjutan dapat menjadi strategi yang efektif. Bank juga perlu mempertimbangkan demografi dalam merancang produk yang sesuai dengan kebutuhan dan preferensi Generasi Z, serta menjalin kerja sama dengan institusi pendidikan dan organisasi keagamaan.

Penelitian ini membuka peluang untuk kajian lebih lanjut, terutama dalam mengidentifikasi variabel lain seperti kualitas layanan atau persepsi keberlanjutan produk syariah. Penggunaan metode campuran dapat memberikan wawasan lebih mendalam tentang perilaku keuangan Generasi Z. Dengan pendekatan ini, hasil penelitian di masa depan dapat memberikan solusi yang lebih komprehensif untuk mendukung pertumbuhan perbankan syariah dan inklusi keuangan di Indonesia.

## Daftar Pustaka

- Agustina, I. D., & Riyanto, F. D. (2023). Determinan minat penggunaan e-payment syariah dimoderasi literasi keuangan syariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(2), 2059. <http://repository.uin-malang.ac.id/16292/>
- Amin, A. (2024). *Analisis pengaruh literasi keuangan syariah, lingkungan sosial dan religiusitas terhadap keputusan menggunakan bank syariah*.
- Arifin, M. N., & Mukhlis, I. (2022). *Pengaruh literasi keuangan syariah dan religiusitas terhadap keputusan pengambilan pembiayaan usaha rakyat di bank syariah indonesia malang soetta*.
- Fauzi, A., & Murniawaty, I. (2020). *Economic education analysis journal*.
- Hadiyah, U. S., & Aisyah, E. N. (2022). Pengaruh literasi keuangan syariah, financial efficacy, financial attitude, financial behavior terhadap kepuasan finansial. *EKONIKA: Jurnal Ekonomi Universitas Kediri*, 7(2), 208. <http://repository.uin-malang.ac.id/12097/>
- Hakim, A. M. (n.d.). *Pengaruh religiusitas terhadap minat menjadi nasabah pada bank syariah indonesia provinsi kalimantan selatan dengan syariah financial literacy dan financial behavior sebagai variabel mediasi (Studi Pada Bank Syariah Indonesia KCP Tapin) SKRIPSI*. <http://repository.uin-malang.ac.id/20459/>