

Literasi keuangan dan strategi manajemen digital bank syariah dalam meningkatkan adopsi layanan oleh generasi z

Muhammad Iqbal Agustiawan

program studi Perbankan Syariah, Universitas Islam Maulana Malik Ibrahim Malang
230503110062@student.uin-malang

Kata Kunci:

literasi keuangan syariah, manajemen digital, generasi Z, bank syariah, layanan digital

Keywords:

Islamic financial literacy, digital management, generation Z, Islamic banking, digital services

ABSTRAK

Perkembangan teknologi digital setelah pandemi telah membawa perubahan besar pada sistem kerja lembaga keuangan, termasuk bank syariah. Proses layanan kini beralih menjadi serba digital sehingga lebih efisien dan mudah diakses masyarakat. Namun, perubahan ini juga menghadirkan tantangan baru, terutama bagi generasi Z yang merupakan pengguna utama layanan digital tetapi masih memiliki tingkat literasi keuangan syariah yang rendah. Berdasarkan survei OJK (2024), tingkat literasi keuangan syariah Gen Z baru mencapai 19,4%, sedangkan tingkat inklusinya telah melebihi 80%. Kondisi ini menunjukkan perlunya strategi manajemen digital yang tidak hanya fokus pada pengembangan teknologi, tetapi juga pada peningkatan pemahaman nasabah terhadap prinsip keuangan Islam. Artikel ini menggunakan metode studi literatur yang meninjau berbagai penelitian tentang literasi keuangan syariah, perilaku finansial Gen Z, dan strategi manajemen digital perbankan syariah. Hasil kajian menunjukkan bahwa literasi keuangan syariah berperan penting dalam meningkatkan kepercayaan dan minat generasi Z terhadap layanan bank syariah digital. Di sisi lain, strategi manajemen digital yang inovatif membantu bank menghadirkan layanan yang modern namun tetap sesuai nilai-nilai Islam. Keduanya saling berkaitan dan menjadi kunci keberhasilan perbankan syariah dalam meningkatkan adopsi layanan digital di era transformasi teknologi.

ABSTRACT

The development of digital technology following the pandemic has brought significant changes to the working systems of financial institutions, including Islamic banks. Service processes have shifted entirely to digital, making them more efficient and accessible to the public. However, this change also presents new challenges, particularly for Generation Z, who are the primary users of digital services but still have low levels of Islamic financial literacy. According to a 2024 OJK survey, the Islamic financial literacy rate among Gen Z has only reached 19.4%, while the inclusion rate has exceeded 80%. This situation highlights the need for a digital management strategy that focuses not only on technological development but also on improving customer understanding of Islamic financial principles. This article uses a literature review method that reviews various studies on Islamic financial literacy, Gen Z financial behavior, and Islamic banking digital management strategies. The study results indicate that Islamic financial literacy plays a crucial role in increasing Generation Z's trust and interest in digital Islamic banking services. Conversely, innovative digital management strategies help banks deliver modern services while remaining compliant with Islamic values. The two are interrelated and are key to the success of Islamic banking in increasing the adoption of digital services in the era of technological transformation.



This is an open access article under the [CC BY-NC-SA](#) license.

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

Pendahuluan

Perkembangan teknologi digital pasca pandemi sampai saat ini telah mengubah cara kerja lembaga keuangan, termasuk bank syariah (Segaf, 2012). Proses layanan yang dulunya dilakukan secara manual, kini beralih menjadi serba digital. Transformasi ini membuat kegiatan perbankan menjadi lebih cepat, efisien, dan mudah dijangkau oleh masyarakat luas (Fachruddin et al., 2025). Bagi bank syariah, perubahan tersebut tidak hanya berkaitan dengan penggunaan teknologi, tetapi juga menjadi strategi penting dalam manajemen agar tetap bersaing dan mampu memberikan layanan yang sesuai dengan nilai-nilai Islam. Generasi Z atau Gen Z, yaitu mereka yang lahir antara tahun 1997 sampai 2012, merupakan kelompok yang tumbuh di era digital. Mereka sangat akrab dengan teknologi dan terbiasa menggunakan aplikasi untuk berbagai kebutuhan, termasuk urusan keuangan. Namun, di balik kemampuan digital yang tinggi, pemahaman mereka tentang keuangan syariah masih tergolong rendah. Hasil survei Otoritas Jasa Keuangan (OJK) menunjukkan bahwa tingkat literasi keuangan syariah Gen Z baru mencapai sekitar 19,4%, sedangkan tingkat inklusi keuangannya sudah di atas 80% (Ojk.go.id, 2024). Artinya, banyak anak muda yang sudah menggunakan layanan keuangan, tetapi belum memahami prinsip dan produk syariah dengan baik.

Kondisi ini menjadi tantangan bagi manajemen bank syariah untuk tidak hanya mengembangkan teknologi, tetapi juga meningkatkan pemahaman nasabah terhadap sistem keuangan Islam. Oleh karena itu, bank syariah perlu menerapkan strategi manajemen digital yang di dalamnya terdapat upaya pendidikan bagi nasabah (*customer education management*). Strategi ini dapat dilakukan melalui kampanye edukatif, media sosial, aplikasi interaktif, dan layanan digital yang informatif (Trisnaudy et al., 2024). Dengan cara ini, literasi keuangan syariah dapat meningkat dan mendorong Gen Z untuk lebih percaya dan aktif menggunakan layanan bank syariah. Penelitian sebelumnya juga menunjukkan bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh besar terhadap keputusan seseorang dalam menggunakan layanan digital perbankan syariah (Fauzi et al., 2024). Artikel ini disusun dengan metode studi literatur (*literature review*) yang mengkaji berbagai penelitian dan sumber ilmiah terkait literasi keuangan syariah, perilaku keuangan Gen Z, serta strategi manajemen digital bank syariah. Tujuannya adalah untuk memahami bagaimana peningkatan literasi keuangan dan strategi manajemen digital dapat membantu bank syariah dalam memperluas adopsi layanan digital di kalangan Gen Z. Kajian ini penting karena generasi muda saat ini menjadi pengguna potensial terbesar, dan keberhasilan bank syariah di masa depan sangat bergantung pada kemampuan manajemen dalam menggabungkan edukasi keuangan dan inovasi digital.

Pembahasan

Literasi Keuangan Syariah pada Generasi Z

Generasi Z adalah kelompok anak muda yang lahir dan tumbuh di tengah kemajuan teknologi. Mereka sangat terbiasa menggunakan ponsel, internet, dan berbagai aplikasi digital untuk kegiatan sehari-hari, termasuk urusan keuangan (Fitriyadi et al., 2023). Namun, meskipun mereka mahir menggunakan teknologi, tidak semua memahami cara mengelola keuangan dengan baik, terutama keuangan berbasis syariah. Literasi

keuangan syariah artinya kemampuan memahami prinsip keuangan Islam, seperti larangan riba, keadilan dalam transaksi, serta pentingnya mengelola uang sesuai nilai-nilai Islam. Sayangnya, tingkat pemahaman generasi muda terhadap keuangan syariah masih rendah. Menurut survei Otoritas Jasa Keuangan (OJK) tahun 2024, literasi keuangan syariah di kalangan Gen Z hanya sekitar 19,4%, sedangkan tingkat pengguna layanan keuangan (inklusi) sudah mencapai 80% (OJK, 2024). Artinya, banyak anak muda yang menggunakan layanan keuangan, tetapi belum tahu secara mendalam tentang prinsip syariah yang seharusnya menjadi dasar. Untuk meningkatkan literasi ini, bank syariah perlu lebih aktif memberikan edukasi yang mudah dipahami dan menarik. Contohnya, membuat konten edukatif di media sosial, bekerja sama dengan influencer muslim muda, atau membuat fitur edukasi pada aplikasi digital bank. Dengan cara ini, generasi muda bisa belajar tentang keuangan syariah secara menyenangkan dan tidak membosankan.

Strategi Manajemen Digital Bank Syariah

Perubahan menuju era digital membuat manajemen bank syariah perlu menyesuaikan diri. Strategi manajemen digital tidak hanya soal penggunaan teknologi baru, tetapi juga bagaimana mengatur layanan agar tetap efisien, cepat, dan sesuai dengan kebutuhan generasi modern (Adesty, 2025). Ada tiga hal penting yang perlu diperhatikan oleh manajemen bank syariah (Nadhiroh, 2024). Pertama, inovasi layanan, yaitu menghadirkan aplikasi digital yang praktis, aman, dan mudah digunakan. Kedua, pengalaman pengguna (user experience), di mana tampilan aplikasi harus menarik dan tidak rumit agar Gen Z betah menggunakannya. Ketiga, nilai-nilai syariah harus tetap menjadi dasar setiap inovasi yang dilakukan agar layanan bank tidak hanya modern, tetapi juga sesuai dengan prinsip Islam. Selain itu, bank syariah juga perlu menyiapkan sumber daya manusia yang paham teknologi dan syariah sekaligus. Pegawai yang memahami dua hal ini akan mampu menjaga kepercayaan nasabah muda yang kritis dan ingin memastikan bahwa layanan bank benar-benar halal dan sesuai nilai Islam.

Hubungan Literasi Keuangan dan Adopsi Layanan Digital

Pemahaman yang baik tentang keuangan syariah sangat berpengaruh terhadap keinginan seseorang menggunakan layanan digital bank syariah. Ketika seseorang tahu manfaat dan prinsip dari layanan keuangan Islam, ia akan lebih yakin dan percaya untuk menggunakannya (Kusdiyanto, 2025). Generasi Z yang sudah memahami prinsip syariah cenderung tertarik menggunakan produk seperti tabungan mudharabah, pembiayaan syariah, atau zakat online. Sebaliknya, mereka yang belum paham kadang menganggap bank syariah sama saja dengan bank konvensional, bahkan masih ada yang salah paham dan mengira semua biaya administrasi termasuk riba. Oleh karena itu, literasi keuangan syariah menjadi kunci penting untuk menumbuhkan rasa percaya dan minat menggunakan layanan digital syariah. Bank syariah dapat menerapkan strategi edukasi digital terpadu (*integrated digital education*), yaitu menggabungkan promosi dengan edukasi melalui media sosial, aplikasi mobile, dan webinar. Strategi ini bukan hanya memperkenalkan produk, tetapi juga memberikan pemahaman tentang nilai-nilai Islam di balik setiap layanan. Dengan cara ini, generasi muda tidak hanya menjadi pengguna, tetapi juga paham dan bangga menjadi bagian dari sistem keuangan syariah.

Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan

Berdasarkan hasil kajian literatur, dapat disimpulkan bahwa literasi keuangan syariah dan strategi manajemen digital memiliki hubungan yang saling mendukung dalam meningkatkan penggunaan layanan bank syariah di kalangan Generasi Z. Pemahaman yang baik tentang keuangan syariah mendorong kepercayaan dan minat Gen Z terhadap produk digital syariah, sedangkan penerapan manajemen digital yang inovatif membantu bank menghadirkan layanan yang cepat, mudah, dan sesuai nilai-nilai Islam. Keduanya menjadi kunci penting bagi perbankan syariah untuk berkembang di era digital.

Saran

Bank syariah perlu memperkuat program edukasi digital yang mengajarkan prinsip keuangan syariah secara sederhana dan menarik bagi generasi muda. Selain itu, pihak manajemen harus terus berinovasi dalam teknologi layanan agar tetap relevan dengan kebutuhan Gen Z tanpa meninggalkan prinsip syariah. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk mengkaji lebih dalam pengaruh literasi digital dan kepercayaan nasabah terhadap loyalitas pengguna layanan bank syariah.

Daftar Pustaka

- Adesty, R. (2025). Inovasi dan Tantangan Manajemen Bisnis Syariah dalam Menghadapi Perubahan dan Persaingan. *At-Tajir: Jurnal Manajemen Bisnis Syariah*, 2(2), 222–232.
- Fachruddin, M. H., Atoillah, M., Ekowati, V. M., & Safitri, R. (2025). The Influence of Digital Transformation on Generation Z's Career Readiness in the Banking Sector Towards Golden Indonesia 2045: The Mediating Role of Digital Competence and Moderating Self-Efficacy. *Journal of Finance and Business Digital*, 4(3), 741–756.
- Fauzi, M. C., Hasan, A., & Lutfi, M. (2024). Peran Literasi keuangan, Promosi, dan Religiusitas terhadap minat generasi Z pada Bank Syariah di Kabupaten Kudus. *An Nawawi*, 4(1), 41–54.
- Fitriyadi, M. Y., Rahman, M. R., Asshidiqi, M. R. A., Ilham, M. A., Aibina, O. I., Hesda, N., & Al Fayyedh, F. (2023). pengaruh dunia IT terhadap perilaku remaja generasi z. *Religion: Jurnal Agama, Sosial, Dan Budaya*, 2(2), 21–37.
- Kusdiyanto, S. (2025). *Brand Trust dan Pengetahuan Sebagai Determinan Sikap Serta Minat Penggunaan Layanan Digital Onboarding Pada Bank Syariah*. Universitas Islam Indonesia.
- Nadhiroh, U. (2024). *Pengaruh literasi keuangan terhadap niat berinvestasi generasi milenial pada platform fintech berbasis equity crowdfunding dengan kepercayaan pada platform dan fundraiser sebagai variabel mediasi*. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim.
- Ojk.go.id. (2024). STATISTIK PERBANKAN INDONESIA. Ojk.Go.Id. <https://www.ojk.go.id/kanal/perbankan/data-dan-statistik/statistik-perbankan->

indonesia/Default.aspx

Segaf, S. (2012). THE RELATIONSHIPBETWEEN CEO COMPENSATION AND COMPANY PERFORMANCES. *EL MUHASABA: Jurnal Akuntansi (e-Journal)*, 3(1).

Trisnaudy, W. R., Fasa, M. I., & Susanto, I. (2024). INOVASI STRATEGI PEMASARAN BANK SYARIAH DALAM MEMANFAATKAN TEKNOLOGI DIGITAL UNTUK MENINGKATKAN AKSES DAN KETERLIBATAN NASABAH. *Jurnal Intelek Dan Cendikiawan Nusantara*, 1(5), 7453-7466.