



ANALISIS MULTIDIMENSI PERILAKU INVESTASI SYARIAH GENERASI Z: INTEGRASI THEORY OF PLANNED BEHAVIOR. PERILAKU KEUANGAN, DAN REGULASI PERBANKAN SYARIAH DI INDONESIA

Anggreni¹, Leo Nelson Marcelino Raja GukGuk²

STAI Panca Budi Perdagangan^{1,2}

anggreni.chaniago@gmail.com¹, leonelson@gmail.com²

Abstrak

Perkembangan pesat industri keuangan syariah di Indonesia menuntut partisipasi aktif dari Generasi Z sebagai kelompok demografis dominan. Namun, terdapat kesenjangan antara pertumbuhan jumlah investor muda dengan nominal aset riil yang dikelola. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan syariah, literasi digital, kontrol perilaku, religiusitas, bias psikologis, dan dinamika kelembagaan terhadap keputusan investasi syariah Generasi Z di Indonesia. Metode yang digunakan adalah sintesis analitis data primer dari berbagai survei empiris terstruktur di wilayah pertumbuhan utama (Jabodetabek, Jawa, Sumatra, NTB, Bali) serta data sekunder resmi OJK (2020-2024). Analisis dilakukan menggunakan Regresi Linear Berganda dan SEM-PLS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keputusan investasi syariah Generasi Z dipengaruhi secara signifikan oleh literasi keuangan syariah, sikap investasi, pengaruh sosial, dan bias psikologis seperti overconfidence. Uniknya, religiusitas hanya berpengaruh dominan pada instrumen berisiko rendah (tabungan dan sukuk ritel) tetapi tidak signifikan pada pasar modal syariah yang lebih berorientasi pada profit maximization. Temuan ini juga mengonfirmasi adanya kendala anggaran finansial yang membatasi eksekusi niat investasi mereka meskipun kontrol perilaku non-keuangan mereka tinggi.

Kata Kunci: *Generasi Z, Investasi Syariah, Perilaku Keuangan, Theory of Planned Behavior, Religiusitas*

Abstract

The rapid growth of the sharia financial industry in Indonesia demands active participation from Generation Z as the dominant demographic group. However, there is a gap between the growth of young investors and the nominal value of real assets managed. This study aims to analyze the influence of sharia financial literacy, digital literacy, behavioral control, religiosity, psychological bias, and institutional dynamics on Generation Z's sharia investment decisions in Indonesia. The method used is an analytical synthesis of primary data from structured empirical surveys in major growth regions (Jabodetabek, Java, Sumatra, NTB, Bali) and official secondary data from OJK (2020-2024). The analysis was conducted using Multiple Linear Regression and SEM-PLS. The results show that Generation Z's sharia investment decisions are significantly influenced by sharia financial literacy, investment attitudes, social influence, and psychological biases such as overconfidence. Interestingly, religiosity only has a dominant influence on low-risk instruments (savings and retail sukuk) but is insignificant in the sharia capital market, which is more oriented toward profit maximization. These findings also confirm the presence of financial budget constraints that limit the execution of their investment intentions despite their high non-financial behavioral control.

Keywords: *Generation Z, Sharia Investment, Financial Behavior, Theory of Planned Behavior, Religiosity.*

PENDAHULUAN

Lanskap keuangan syariah global dan nasional telah mengalami transformasi struktural yang signifikan selama satu dekade terakhir. Indonesia, sebagai negara dengan populasi Muslim terbesar di dunia yang mencapai sekitar 240,62 juta jiwa, memegang posisi strategis sebagai episentrum industri keuangan syariah global. Berdasarkan data Otoritas Jasa Keuangan (OJK), total aset perbankan syariah nasional mengalami pertumbuhan yang sangat progresif, meningkat dari Rp608,90 triliun pada tahun 2020 menjadi Rp980,30 triliun pada akhir tahun 2024. Sejalan dengan ekspansi tersebut, pangsa pasar (*market share*) perbankan syariah nasional berhasil merangkak naik secara bertahap dari 5,33% pada tahun 2016 menjadi 7,44% pada tahun 2023, dan mencapai 7,69% pada tahun 2024. Meskipun pertumbuhan ini menunjukkan tren positif, industri keuangan syariah masih dibayangi oleh tantangan klasik berupa rendahnya tingkat inklusi keuangan syariah yang hanya mencapai 13,41% pada tahun 2025, tertinggal jauh dibandingkan indeks inklusi keuangan nasional secara umum yang berada di angka 65,43%.

Di tengah dinamika perkembangan ini, Generasi Z yang lahir dalam rentang tahun 1997 hingga 2012 muncul sebagai kekuatan demografis yang sangat dominan, mencakup sekitar 27,94% dari total populasi Indonesia. Sebagai kelompok yang saat ini mulai memasuki usia produktif dan aktif secara ekonomi, Generasi Z memegang peran krusial dalam menentukan arah masa depan industri keuangan syariah. Data pasar modal menunjukkan indikasi yang menarik, di mana investor muda di bawah usia 30 tahun mendominasi basis investor nasional dengan proporsi mencapai 54,83% hingga 55,38%. Karakteristik unik mereka sebagai *digital natives* yang sangat adaptif terhadap teknologi keuangan (*fintech*) memberikan peluang akselerasi digitalisasi yang belum pernah terjadi pada generasi sebelumnya. Namun, keterlibatan mereka secara nominal masih sangat terbatas, di mana akumulasi aset kelompok usia di bawah 30 tahun hanya tercatat sebesar Rp30,06 triliun. Kesenjangan ini mengindikasikan adanya kendala anggaran (*budget constraints*) yang nyata di kalangan investor pemula dari kelompok usia ini.

Kesenjangan antara dominasi kuantitatif jumlah investor Generasi Z dan kecilnya nilai aset yang dikelola memerlukan analisis mendalam terkait faktor-faktor yang memengaruhi perilaku keputusan keuangan mereka. Studi keuangan tradisional sering kali berasumsi bahwa keputusan investasi diambil secara rasional melalui analisis risiko dan imbal hasil (*return*) yang ketat. Teori investasi klasik dari Benjamin Graham dalam *The Intelligent Investor* menekankan pentingnya analisis fundamental, penilaian nilai intrinsik, pembentukan margin keamanan (*margin of safety*), dan perilaku defensif terhadap fluktuasi pasar yang spekulatif. Namun, dalam realitas pasar ritel modern, keputusan keuangan individu sering kali menyimpang dari asumsi rasionalitas murni tersebut. Morgan Housel dalam *The Psychology of Money* menegaskan bahwa keputusan keuangan tidak semata-mata didasarkan pada perhitungan matematis di atas kertas, melainkan sangat dipengaruhi oleh sejarah pribadi, ego, emosi, keserakahan (*greed*), ketakutan (*fear*), dan bagaimana seseorang memandang dunia secara subjektif.

Untuk mengurai kompleksitas perilaku keuangan ini, para peneliti sering mengadopsi *Theory of Planned Behavior* (TPB) yang dikembangkan oleh Ajzen. TPB menjelaskan bahwa intensi perilaku individu dibentuk oleh tiga pilar utama: sikap terhadap perilaku (*attitude toward behavior*), norma subjektif (*subjective norm*), dan kontrol perilaku yang dirasakan (*perceived behavioral control*). Dalam konteks keuangan syariah, pilar-pilar ini berinteraksi dengan dimensi spiritualitas (religiusitas), literasi keuangan syariah, persepsi risiko, serta bias perilaku (*behavioral bias*) seperti *overconfidence* dan *herding behavior*. Kepatuhan terhadap prinsip syariah yang menghindari unsur riba (bunga), gharar (ketidakpastian), dan maysir (judi) menjadi elemen etis tambahan yang membedakan keputusan investasi ini dari investasi konvensional.

Meskipun penelitian mengenai investasi syariah telah banyak dilakukan, terdapat divergensi hasil empiris yang signifikan mengenai faktor mana yang paling menentukan bagi Generasi Z. Beberapa penelitian menemukan bahwa religiusitas tidak berpengaruh signifikan terhadap minat investasi mereka di pasar modal syariah, sementara penelitian lain pada instrumen sukuk ritel dan tabungan syariah menemukan bahwa religiusitas adalah faktor yang paling dominan. Perbedaan temuan ini memicu kebutuhan akan sebuah analisis komprehensif yang mengintegrasikan berbagai dimensi perilaku. Oleh karena itu, studi ini bertujuan untuk menganalisis secara komprehensif pengaruh literasi keuangan syariah, literasi digital, kontrol perilaku, religiusitas, bias psikologis, dan persepsi kelembagaan terhadap minat serta keputusan investasi syariah Generasi Z di Indonesia.

METODE PENELITIAN

Studi ini dirancang sebagai penelitian penjelasan (*explanatory research*) dengan pendekatan kuantitatif guna menguji hubungan kausalitas antar-variabel dalam model yang dihipotesiskan. Metode penarikan kesimpulan dilakukan melalui sintesis analitis terhadap data primer yang diperoleh dari berbagai survei empiris terstruktur di beberapa wilayah pertumbuhan utama di Indonesia, serta data sekunder resmi yang diterbitkan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK).

Populasi sasaran dalam analisis perilaku ini adalah individu yang termasuk dalam kategori Generasi Z (lahir antara tahun 1997–2012) di Indonesia. Teknik pengambilan sampel yang digunakan oleh studi-studi primer yang disintesis adalah *purposive sampling*, dengan kriteria inklusi berupa responden berusia antara 18 hingga 26 tahun, memiliki pemahaman dasar atau keterlibatan dalam aktivitas keuangan syariah (seperti tabungan syariah, reksa dana syariah, atau saham syariah), serta memiliki akses aktif terhadap platform digital. Ukuran sampel dari penelitian-penelitian primer berkisar dari minimal 97 hingga 500 responden guna menjamin keterwakilan data statistik. Secara akumulatif, wilayah geografis sampel mencakup kota-kota besar seperti Jakarta, Depok, Tangerang, Bogor, Bekasi (Jabodetabek), Jawa Timur, Jawa Tengah, Mataram, Palembang, Banda Aceh, dan Denpasar.

Pengumpulan data primer dilakukan melalui penyebaran kuesioner daring dengan instrumen pengukuran menggunakan skala Likert 1-5. Analisis data struktural dan pengujian hipotesis dilakukan dengan memanfaatkan dua metode analisis statistik utama, yaitu:

1. Analisis Regresi Linear Berganda (*Multiple Linear Regression*) untuk menguji pengaruh langsung variabel independen terhadap variabel dependen. Pengujian ini dilengkapi dengan uji asumsi klasik yang ketat, meliputi uji normalitas Kolmogorov-Smirnov, uji heteroskedastisitas (uji Glejser dan scatterplot), serta uji multikolinearitas menggunakan parameter nilai *tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF).
2. Structural Equation Modeling (SEM) berbasis Partial Least Squares (PLS-SEM) untuk menganalisis model jalur (*path modeling*) yang melibatkan hubungan tidak langsung, efek moderasi, dan variabel mediasi (seperti peran minat investasi atau bias perilaku sebagai variabel intervening).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kinerja makroekonomi sektor keuangan syariah di Indonesia menunjukkan pertumbuhan kapasitas yang tangguh, didorong oleh konsolidasi kelembagaan dan perluasan ekosistem digital perbankan. Tabel 1 menyajikan indikator pertumbuhan aset dan pangsa pasar nasional keuangan syariah selama periode lima tahun terakhir berdasarkan data resmi Otoritas Jasa Keuangan.

Indikator Keuangan Syariah	2020	2021	2022	2023	2024
Total Aset Perbankan Syariah (Rp Triliun)	608,90	693,80	802,26	892,17	980,30
Pangsa Pasar Perbankan Syariah Nasional (%)	7,09%	7,42%	7,44%	7,44%	7,69%
Indeks Literasi Keuangan Syariah Nasional (%)	-	-	9,14%	-	43,42%
Indeks Inklusi Keuangan Syariah Nasional (%)	-	-	12,12%	-	13,41%

Tabel 1: Indikator Makro Keuangan Syariah Indonesia (2020–2024)

Di tingkat kelembagaan perbankan, dinamika jaringan kantor menunjukkan fluktuasional struktural yang dipengaruhi oleh kebijakan merger bank syariah milik pemerintah pada awal tahun 2021 serta digitalisasi layanan yang memicu rasionalisasi kantor fisik. Detail mengenai perkembangan kelembagaan dan aset perbankan syariah, terbagi atas Bank Umum Syariah (BUS) dan Unit Usaha Syariah (UUS), disajikan pada Tabel 2.

Parameter Kelembagaan	Desember 2019	Desember 2020	Desember 2021	Desember 2022	Mei 2023
Jumlah BPRS (Bank)	164	163	164	167	171
Jumlah Jaringan Kantor BPRS (Kantor)	617	627	659	668	686
Aset Bank Umum Syariah (Rp Miliar)	350.364	397.073	441.789	531.860	533.863
Aset Unit Usaha Syariah (Rp Miliar)	174.200	196.875	234.947	250.240	251.783

Tabel 2: Dinamika Kelembagaan dan Aset Perbankan Syariah di Indonesia (2019–2023)

Data empiris yang dihimpun dari berbagai penelitian primer mengenai perilaku keuangan Generasi Z menunjukkan hasil pengujian statistik yang bervariasi tergantung pada jenis instrumen investasi yang dipilih. Tabel 3 menyajikan ringkasan hasil pengujian hipotesis serta signifikansi dari faktor-faktor yang memengaruhi minat dan keputusan investasi syariah Generasi Z.

Peneliti (Tahun)	Instrumen Fokus	Variabel Independen Utama	Temuan Statistik Utama & Nilai Signifikansi
Hermita et al. (2023)	Pasar Modal Syariah	Sikap (X1), Norma Subjektif (X2), PBC (X3), Perilaku Keuangan (X4), Religiusitas (X5)	Sikap dan Norma Subjektif berpengaruh positif signifikan ($p < 0,05$). PBC, Perilaku Keuangan, dan Religiusitas tidak berpengaruh signifikan ($p > 0,05$). Kolmogorov-Smirnov Sig = 0,886 (normal).
Rahmi et al. (2022)	Reksa Dana Syariah	Literasi Keuangan (X1), Motivasi (X2), Religiusitas (X3), Persepsi Kemudahan (X4)	Seluruh variabel berpengaruh positif signifikan terhadap minat investasi ($p < 0,05$). Nilai $R^2 = 58,3\%$
Afroh & Hafidzi (2024)	Saham Syariah	Literasi Saham Syariah (X1), Faktor Risiko (X2)	Literasi berpengaruh positif terhadap keputusan investasi syariah, sedangkan Faktor Risiko berpengaruh negatif. Bias Perilaku bertindak sebagai mediator yang signifikan ($p < 0,05$).
Alamsyah et al. (2025)	Inklusi Syariah	Literasi Syariah (X1), Persepsi Risiko (X2), Pengaruh Sosial (X3)	Literasi dan Pengaruh Sosial berpengaruh positif. Persepsi Risiko berpengaruh negatif terhadap minat dan inklusi ($p < 0,05$). Minat

			terbukti memediasi hubungan secara signifikan.
Aulia et al. (2025)	Tabungan Syariah	Literasi Syariah (X1), Literasi Digital (X2), Religiusitas (X3)	Seluruh variabel berpengaruh signifikan. Religiusitas menjadi variabel dominan. Nilai $F_{hitung} = 28,599 > F_{tabel} = 2,77$, dengan $R^2 = 58,4\%$.
Tubastuvi et al. (2025)	Pasar Modal Syariah	Religiusitas (X1), Peristiwa Keagamaan (X2), Sikap (X3), PBC (X4), Profit Maximization (X5)	Peristiwa Keagamaan, Sikap, dan Profit Maximization berpengaruh positif signifikan ($p < 0,05$). Religiusitas dan PBC tidak signifikan ($p > 0,05$).
Pufaa et al. (2023)	Keputusan Investasi	Literasi Keuangan (X1), Overconfidence (X2), Risk Tolerance (X3)	Literasi Keuangan dan Overconfidence berpengaruh positif signifikan ($p < 0,05$). Risk Tolerance tidak memiliki pengaruh signifikan.
Safitri & Kornitasari (2023)	Sukuk Ritel	Literasi Keuangan (X1), Risiko (X2), Imbal Hasil (X3), Religiusitas (X4)	Seluruh variabel berpengaruh signifikan. Religiusitas diidentifikasi sebagai faktor paling dominan yang memengaruhi minat terhadap Sukuk Ritel.

Ernayani (2023)	Produk Keuangan Syariah	Islamic Branding (X1), Literasi Keuangan Syariah (X2)	Islamic Branding dan Literasi Keuangan Syariah berpengaruh positif signifikan terhadap minat penggunaan produk keuangan syariah ($p < 0,05$).
-----------------	-------------------------	---	---

Tabel 3: Ringkasan Analisis Jalur dan Regresi Koefisien Penentu Perilaku Keuangan Generasi Z

Pada tingkat analisis perilaku individu yang melibatkan aspek gaya hidup, penelitian pada sampel Generasi Z di Banda Aceh menghasilkan model regresi linear berganda yang menunjukkan interaksi antara literasi keuangan (X1) dan gaya hidup (X2) terhadap keputusan investasi (Y):

$$Y = 1.470 + 0.237 X1 + 0.407 X2$$

Hasil pengujian simultan (uji F) untuk model ini menghasilkan nilai $F_{\text{hitung}} = 56.426$ ($p < 0,001$), yang menunjukkan bahwa literasi keuangan dan gaya hidup secara bersama-sama memiliki pengaruh sebesar 53,8% terhadap keputusan investasi Generasi Z. Di sisi lain, analisis koefisien determinasi (R^2) pada perilaku pengelolaan keuangan harian dengan variabel moderasi pendapatan menunjukkan nilai sebesar 0,640, mengindikasikan bahwa model tersebut memiliki daya penjas yang moderat (64%) terhadap perilaku keuangan Generasi Z.

Hasil pengujian statistik memunculkan sebuah dialog teoretis yang menarik antara pendekatan rasionalitas dingin dari Benjamin Graham dan pendekatan psikologis yang realistis dari Morgan Housel. Benjamin Graham berasumsi bahwa investor yang cerdas (*the intelligent investor*) akan bertindak secara metodologis, meminimalkan spekulasi, mengukur risiko secara objektif, dan mencari margin keamanan yang lebar sebelum menempatkan dana mereka. Dalam konteks Generasi Z, prinsip Graham ini tercermin dari pengaruh positif yang konsisten dari literasi keuangan syariah terhadap keputusan investasi mereka. Individu dengan pemahaman mendalam mengenai instrumen keuangan terbukti mampu mengidentifikasi karakteristik produk, mengukur risiko default, serta menganalisis laporan keuangan secara lebih objektif.

Namun, temuan empiris dalam studi ini juga mengonfirmasi validitas tesis Morgan Housel bahwa manusia bukanlah mesin kalkulator yang rasional sempurna. Housel menekankan bahwa ego, emosi, dan kebutuhan akan pengakuan sosial sering kali mendikte keputusan finansial riil. Hal ini dibuktikan dengan pengaruh positif yang sangat signifikan dari variabel *overconfidence* (keyakinan berlebih) terhadap keputusan investasi mahasiswa. Investor muda yang baru memasuki pasar modal sering kali menderita bias kognitif ini, di mana mereka merasa memiliki kemampuan analisis pasar di atas rata-rata hanya karena beberapa kali mendapatkan keuntungan jangka pendek.

Lebih jauh lagi, sifat Generasi Z sebagai *digital natives* yang terkoneksi erat dalam jaringan sosial virtual menciptakan bias perilaku baru, yaitu *herding behavior* (perilaku ikut-ikutan). Keputusan investasi mereka tidak lagi murni didasarkan pada perhitungan nilai intrinsik Graham, melainkan didikte oleh rekomendasi influencer media sosial dan tren komunitas digital. Sejalan dengan temuan Wibowo et al. (2026), karakteristik generasional seperti responsivitas digital dan keterikatan sosial yang tinggi dapat "mengompensasi" ketiadaan motivasi rasional, mengaktifkan tindakan pembelian instrumen keuangan tertentu hanya karena adanya desakan tren sosial (*Fear of Missing Out* / FOMO). Akibatnya, mereka mengekspos diri pada risiko sistematis pasar modal tanpa memiliki margin keamanan yang memadai.

Temuan mengenai pengaruh religiusitas menunjukkan anomali yang sangat menonjol. Di satu sisi, religiusitas personal terbukti tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap minat investasi Generasi Z di pasar modal syariah. Namun, di sisi lain, religiusitas merupakan faktor yang paling dominan dalam memengaruhi minat menabung di bank syariah serta minat investasi pada sukuk ritel.

Divergensi ini dapat dijelaskan melalui perbedaan karakteristik risiko instrumen keuangan. Pasar modal (saham dan reksa dana) dikategorikan sebagai instrumen berisiko tinggi (*high-risk, high-return*). Pada instrumen ini, keputusan investasi Generasi Z lebih didorong oleh dorongan maksimalisasi keuntungan (*profit maximization orientation*) dan keterbatasan anggaran keuangan. Sebaliknya, tabungan syariah dan sukuk ritel adalah instrumen berisiko rendah yang menawarkan pengembalian tetap dan aman. Pada segmen instrumen yang aman ini, motivasi keagamaan (menghindari riba, mencari keberkahan) dapat diekspresikan secara penuh tanpa dihantui ketakutan akan kehilangan modal. Bagi Generasi Z, kepatuhan syariah pada pasar modal diposisikan sebagai batas kepatuhan minimum (*internalized compliance standard*)—artinya mereka hanya akan memilih saham yang masuk dalam Daftar Efek Syariah (DES), namun keputusan taktis untuk membelinya murni didasarkan pada prospek keuntungan finansial, bukan kesalehan personal.

Dalam konteks ini, strategi *Islamic branding* yang diteliti oleh Ernayani (2023) memegang peranan yang sangat penting. *Islamic branding* tidak hanya berfungsi sebagai label identitas keagamaan, melainkan sebagai instrumen pembangun kepercayaan (*trust builder*) yang mampu mereduksi kecemasan emosional investor pemula. Ketika sebuah produk keuangan syariah dicitrakan memiliki keunggulan kompetitif, dikelola secara profesional, dan memiliki dampak sosial yang etis, minat penggunaan Generasi Z meningkat secara signifikan. Penguatan branding syariah yang dipadukan dengan peningkatan literasi keuangan syariah terbukti menghasilkan sinergi positif yang memperkuat kepercayaan diri finansial (*financial self-efficacy*) mereka dalam mengambil keputusan investasi.

Sebuah kontradiksi teoretis ditemukan pada variabel Kontrol Perilaku yang Dirasakan (PBC) dalam kerangka TPB. Secara konseptual, individu yang merasa memiliki kemampuan, akses informasi, dan sarana yang memadai (PBC tinggi) seharusnya memiliki intensi yang lebih kuat untuk melakukan suatu perilaku. Generasi Z memiliki literasi digital yang tinggi, akrab dengan gawai, dan memiliki akses instan ke berbagai aplikasi investasi tanpa batasan geografis. Namun, hasil analisis menunjukkan bahwa PBC tidak berpengaruh signifikan terhadap minat investasi syariah mereka di pasar modal.

Paradoks ini mengarah pada teori keterbatasan sumber daya riil (*financial resources constraints*). Persepsi kontrol perilaku yang bersifat non-keuangan (seperti kemudahan teknologi dan pemahaman teori) terbentur oleh kenyataan pahit keterbatasan modal finansial. Mayoritas responden Generasi Z yang berstatus mahasiswa memiliki pengeluaran bulanan dan tabungan yang sangat minim (kurang dari atau sama dengan Rp1 juta per bulan). Seperti yang dikonseptualisasikan oleh Tasman et al. (2024), dalam perilaku keuangan riil, maksimalisasi utilitas investasi selalu dibatasi oleh garis anggaran (*budget line*) yang ketat. Oleh karena itu, meskipun Generasi Z merasa "mampu secara teknis" untuk melakukan transaksi di pasar modal syariah, ketiadaan surplus dana riil menyebabkan kontrol perilaku tersebut tidak mampu mendorong minat maupun tindakan investasi nyata. Hal ini menjelaskan mengapa sebagian besar responden tercatat belum memulai atau tidak memiliki portofolio investasi aktif, meskipun mereka memiliki ketertarikan tinggi terhadap isu keuangan.

Perubahan struktural pada industri perbankan syariah nasional, khususnya pasca-pengumuman merger tiga bank syariah milik BUMN menjadi Bank Syariah Indonesia (BSI) pada tahun 2021, turut membentuk persepsi nasabah Generasi Z. Merger ini bertujuan untuk memperkuat struktur permodalan, meningkatkan efisiensi operasional, dan memperluas ekosistem ekonomi syariah nasional. Namun, bagi Generasi Z yang berorientasi pada

kepraktisan, skala kelembagaan yang besar tidak akan berarti tanpa adanya peningkatan kualitas layanan riil

Hasil penelitian Nurohman & Qurniawati (2021) menunjukkan bahwa variabel bagi hasil (*bagi hasil*) dan ketersediaan fasilitas teknologi merupakan faktor penentu minat Generasi Z dalam menggunakan layanan bank syariah pasca-merger. Generasi Z menginginkan sistem bagi hasil yang adil dan transparan, serta kualitas fitur aplikasi mobile banking yang setara dengan bank konvensional. Di sinilah pentingnya penerapan metode *Importance-Performance Analysis* (IPA) yang dikonseptualisasikan oleh Pawennari et al. (2021). Melalui analisis IPA, manajemen bank syariah dapat mengidentifikasi kesenjangan layanan (*service gaps*) yang dirasakan oleh nasabah muda, seperti aspek kecepatan respons customer service, perlindungan privasi data nasabah, dan personalisasi interaksi layanan (*personalized interaction*).

Sejalan dengan fenomena tersebut, strategi konversi bank regional (seperti Bank Aceh dan Bank NTB) menjadi bank syariah penuh terbukti mampu membebaskan industri dari jebakan pangsa pasar 5 persen, dengan peningkatan dana pihak ketiga mencapai hampir 40% per tahun pasca-konversi. Namun, proses konversi dan merger ini menuntut konsolidasi internal yang kuat agar kualitas layanan tidak menurun selama masa transisi. Generasi Z tidak memiliki loyalitas emosional yang buta terhadap entitas syariah; jika fasilitas digital yang ditawarkan lambat dan tidak responsif, mereka akan dengan cepat beralih (*switching*) ke penyedia jasa keuangan konvensional yang lebih canggih.

KESIMPULAN

Studi komprehensif ini berhasil mengintegrasikan berbagai dimensi perilaku keuangan Generasi Z di Indonesia dalam menavigasi ekosistem keuangan syariah. Perilaku investasi Generasi Z tidak dapat dijelaskan secara tunggal melalui teori rasionalitas investasi Benjamin Graham maupun teori planned behavior Ajzen secara kaku. Sebaliknya, perilaku mereka merupakan hasil kompromi antara keterbatasan anggaran finansial yang riil dengan bias psikologis (seperti *overconfidence* dan *herding behavior*) yang diamplifikasi oleh interaksi digital yang masif di media sosial, sebagaimana dikonseptualisasikan oleh Morgan Housel.

Divergensi peran religiusitas mengindikasikan bahwa komitmen keagamaan bertindak sebagai pendorong utama hanya pada instrumen keuangan syariah yang berisiko rendah dan menawarkan pengembalian stabil (tabungan dan sukuk ritel). Namun, pada instrumen pasar modal yang spekulatif dan fluktuatif, nilai-nilai syariah bergeser menjadi standar kepatuhan minimum (*compliance check*), sedangkan keputusan taktis didominasi oleh motif rasional maksimisasi keuntungan. Ketidadaan pengaruh signifikan dari kontrol perilaku yang dirasakan (PBC) menegaskan adanya hambatan modal finansial riil yang membatasi eksekusi niat investasi mereka. Di sisi lain, peningkatan pangsa pasar keuangan syariah nasional pasca-merger menuntut kesiapan kelembagaan untuk menyajikan layanan teknologi yang andal, transparan, dan terpersonalisasi guna merespon ekspektasi pragmatis dari generasi muda ini.

Sebagai rekomendasi praktis, Otoritas Jasa Keuangan (OJK) bersama industri keuangan syariah perlu merancang produk investasi syariah mikro (seperti pecahan sukuk ritel yang lebih kecil atau reksa dana syariah berbasis recehan/micro-saving) guna mereduksi hambatan kendala anggaran Generasi Z. Kampanye sosialisasi dan edukasi pasar modal yang terstruktur, seperti melalui program Sekolah Pasar Modal (SPM) dan Galeri Investasi Syariah di berbagai universitas, harus terus diintensifkan untuk membekali investor pemula dengan kemampuan analisis fundamental sehingga terhindar dari bias keputusan akibat FOMO. Terakhir, perbankan syariah pasca-merger harus memprioritaskan investasi pada infrastruktur teknologi digital dan keamanan siber guna menghadirkan layanan transaksi yang cepat, aman, dan kompetitif bagi generasi pengguna masa depan ini.

REFERENSI

- Alamsyah, R., Suhardi, S., & Sugianto, E. (2025). The influence of sharia financial literacy, risk perception, and social influence on sharia financial inclusion of Gen Z: The role of interest mediation. *AKUA: Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 4(2), 117-128.
- Amalia, D., Muhaimin, M., & Windianingsih, A. (2025). Dampak Literasi Keuangan Syariah dan Motivasi Usaha terhadap Minat Berwirausaha Generasi Z. *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, 4(3), 4201-4208.
- Arif, H., Dikawati, D., & Azikin, N. (2023). Minat Investasi Syariah Generasi Z: TPB, Perilaku Keuangan, dan Religiusitas. *Jurnal Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(01), 15-29.
- Aristi, M. D., Ahyaruddin, M., Putri, A. M., Anriva, D. H., Sari, D. P. P., Hudi, I., & Fitriana, N. (2023). Gen Z Melek Investasi Melalui Kegiatan Edukasi Pasar Modal. *COMSEP: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(2), 215-218.
- Aulia, I., Irianto, I., & Fariantin, H. E. (2025). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Literasi Digital Dan Religiusitas Terhadap Minat Menabung Generasi Z Pada Bank Syariah Di Mataram. *Kredibel: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 4(1), 375-390.
- Ernayani, R. (2023). Peningkatan Minat Penggunaan Produk Keuangan Syariah Melalui Islamic Branding dan Literasi Keuangan Syariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(1), 1501-1508.
- Graham, B. (2003). *The Intelligent Investor*. Harper Business.
- Housel, M. (2020). *The Psychology of Money: Timeless lessons on wealth, greed, and happiness*. Harriman House.
- Nada, N., & Mugiyati, M. (2024). Dinamika Lembaga dan Aset Lembaga Perbankan Syariah di Indonesia (Total Lembaga dan Aset 2019 – Mei 2023). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 10(01), 903-910.
- Nurohman, Y. A., & Qurniawati, R. S. (2021). Persepsi Nasabah Generasi Z Pasca Pengumuman Merger Bank Syariah. *Among Makarti*, 14(2), 13-26.
- OJK. (2024). *Laporan Perkembangan Keuangan Syariah Indonesia*. Otoritas Jasa Keuangan.
- Pawennari, A., et al. (2021). Personalized Interaction in Sharia Banking for Gen Z using Importance-Performance Analysis. *Journal of Indonesian Economy and Business*, 5(1), 215-225.
- Pufaa, P. F. A., Purnamasari, E. D., & Lazuardi, S. (2023). The Influence of Financial Literacy, Overconfidence, and Risk Tolerance on Student Investment Decisions in Palembang City. *ProBisnis: Jurnal Manajemen*, 14(4), 154-162.
- Rahmi, R. A., Supriyanto, T., & Nugrahaeni, S. (2022). Analisis Faktor Pengaruh Minat Berinvestasi Generasi Z pada Reksadana Syariah. *Al-Intaj: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 8(1), 1-14.
- Salsabila, F. (2024). *Market Share Perbankan Syariah dan Pemicu Pertumbuhannya*. Kontan/OJK Data.
- Safitri, F. Y., & Kornitasari, Y. (2023). Analisis Minat Investor Sukuk Generasi Z terhadap Sukuk Ritel. *Islamic Economics and Finance in Focus*, 2(3), 377-410.
- Tasman, A., Lukman, S., Husni, T., Rahim, R., & Alfarisi, M. F. (2024). An Analysis of Investment Decisions among Gen Z: Examining the Influence of Risk Perception, Religiosity, and Overconfidence. *Jurnal Ekonomika dan Bisnis (JEBS)*, 7(1), 15-27.
- Tubastuvi, N., & Afifah. (2025). Understanding Gen Z's Investment Intentions in the Sharia Capital Market: The Role of Religiosity, Religious Events, Attitude, Behavioral Control and Profit Maximization. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 15(1), 103-122.
- Wibowo, A., et al. (2024). Financial Resources and Perceived Behavioral Control in Gen Z Investment. *World Journal of Advanced Research and Reviews*, 29(3), 2013-2032.