

Tren Transaksi Perbankan di Kalangan Gen Z: Studi Perbandingan Antara Bank Konvensional dan Bank Syariah

Amanda¹, Wiyan Mailindra^{2*}

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kerinci

Email: mandanda763@gmail.com¹, wiyanmailindra180@gmail.com²

*) Corresponding Author

Submitted: 27 May 2025
Revised: 4 Dec 2025
Accepted: 23 Dec 2025
Published: 31 Dec 2025

How to Cite:

Amanda, & Mailindra, W.
(2025). Banking
Transaction Trends
Among Gen Z: A
Comparative Study
Between Conventional
Banks and Islamic
Banks. *Jurnal
Iqtisaduna*, 11(2), 571–
582.

<https://doi.org/10.24252/iqtisaduna.v11i2.57193>



Copyright © 2025 by
Authors

ABSTRACT

This study examines the factors influencing Generation Z's preferences in selecting banking services and their level of understanding of Islamic banking systems. Employing a qualitative approach, in-depth interviews were conducted with 20 respondents who actively use banking services. Findings reveal that the majority of participants prefer conventional banks over Islamic banks, primarily due to easier access to digital services, a wider ATM network, and more competitive administrative costs. Nevertheless, some respondents still consider sharia principles in their banking choices. The results underscore the necessity of enhancing Islamic financial literacy and advancing technological innovation to better engage Generation Z.

Keywords: *Conventional banking, Islamic banking, Gen Z, financial literacy and banking preferences.*

ABSTRAK

Gen Z yang tumbuh di tengah era digital menunjukkan kecenderungan tersendiri dalam menentukan pilihan layanan perbankan. Studi ini bertujuan mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi Gen Z dalam memilih Lembaga perbankan serta sejauh mana pemahaman mereka terhadap sistem perbankan syariah. Metode kualitatif digunakan dengan teknik wawancara mendalam terhadap 20 responden yang aktif menggunakan layanan bank. Hasilnya menunjukkan bahwa mayoritas responden lebih cenderung menggunakan bank konvensional dibandingkan bank syariah. Preferensi tersebut didasari pada kemudahan akses layanan digital, jaringan ATM yang lebih luas, serta biaya administrasi yang lebih bersaing. Namun, sebagian responden tetap mempertimbangkan nilai-nilai syariah dalam memilih layanan. Temuan ini menekankan pentingnya pendekatan literasi keuangan syariah dan inovasi teknologi untuk menjangkau Gen Z secara lebih optimal.

Kata Kunci: *Bank konvensional, bank syariah, Gen Z, literasi keuangan dan preferensi perbankan.*

PENDAHULUAN

Meskipun industri perbankan syariah di Indonesia menunjukkan pertumbuhan aset yang cukup pesat dalam beberapa tahun terakhir, tingkat adopsinya di kalangan Generasi Z masih tergolong rendah. Berdasarkan data otoritas jasa keuangan (Otoritas Jasa Keuangan, 2023), pangsa pasar bank syariah nasional baru mencapai sekitar 7%, sedangkan tingkat literasi keuangan syariah hanya sebesar 9,14%. Sementara itu, tingkat literasi keuangan konvensional di Indonesia tercatat jauh lebih tinggi, yakni sebesar 49,68% (Dewan Nasional Keuangan Inklusif, 2022). Kondisi ini menunjukkan adanya kesenjangan antara potensi besar Generasi Z yang merupakan kelompok masyarakat digital dan melek teknologi dengan rendahnya minat mereka terhadap layanan keuangan berbasis syariah. Padahal, kelompok usia muda ini memiliki peran penting dalam mendorong inklusi keuangan syariah di masa mendatang.

Sebagai lembaga keuangan yang berperan sebagai perantara, bank memiliki peran strategis dalam mendukung stabilitas dan pertumbuhan perekonomian nasional. Tugas utama bank adalah untuk menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan, lalu menyalurkannya kembali dalam bentuk pembiayaan atau kredit guna meningkatkan kesejahteraan bersama (Muang et al., 2021). Hal ini sejalan dengan Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 yang menegaskan fungsi bank sebagai pengelola dana masyarakat untuk meningkatkan taraf hidup secara kolektif.

Sistem perbankan di Indonesia secara umum terbagi menjadi dua, yaitu bank konvensional dan bank syariah. Bank konvensional menjalankan operasinya dengan sistem bunga, sedangkan bank syariah berlandaskan pada prinsip bagi hasil (Andriani et al., 2025). Namun, realitas di lapangan menunjukkan bahwa sebagian besar Generasi Z lebih memilih menggunakan bank konvensional dibandingkan bank syariah. Mereka umumnya menggunakan bank syariah hanya untuk keperluan tertentu seperti pencairan beasiswa, pembayaran uang kuliah atau transaksi yang diwajibkan oleh institusi pendidikan.

Generasi Z, yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012 adalah kelompok yang tumbuh di tengah kemajuan teknologi digital dan internet. Mereka terbiasa dengan berbagai layanan online yang cepat dan efisien, termasuk dalam urusan keuangan (Nessa Okta Dwi Maharani et al., 2024). Seiring dengan kemajuan teknologi, transaksi digital seperti *mobile banking*, *e-wallet*, dan *e-money* semakin diminati karena dianggap lebih praktis dan sesuai dengan gaya hidup modern (Rustanto et al., 2019). Faktor kemudahan akses, tampilan aplikasi yang menarik dan ketersediaan layanan digital menjadi alasan utama Gen Z memilih bank konvensional dibandingkan bank syariah (Nursaputri & Safitri, 2024).

Namun demikian, masih banyak masyarakat termasuk Gen Z yang belum sepenuhnya memahami prinsip dan keunggulan sistem keuangan syariah. Kurangnya sosialisasi, literasi keuangan yang rendah, serta keterbatasan inovasi digital pada bank syariah menjadi faktor yang memengaruhi rendahnya minat generasi muda terhadap bank berbasis syariah. Selain itu, keterbatasan jaringan ATM dan kantor cabang juga menjadi hambatan bagi aksesibilitas layanan bank syariah di beberapa daerah (Sartika & Sri Rahma, 2023).

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis sejauh mana kesadaran Gen Z terhadap keberadaan bank syariah, dan faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi alasan Gen Z lebih memilih bank konvensional dibandingkan bank syariah. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif, penelitian ini akan mengeksplorasi aspek sosial, ekonomi dan teknologi yang membentuk keputusan mereka dalam memilih layanan perbankan. Oleh karena itu, peneliti memilih judul “Tren Transaksi Perbankan Di Kalangan Gen Z: Studi Perbandingan Antara Bank Konvensional Dan Bank Syariah”.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian fenomenologi deskriptif melalui studi lapangan (*field research*). Pendekatan ini digunakan untuk memahami secara mendalam pengalaman dan pandangan Generasi Z terhadap layanan perbankan konvensional dan syariah berdasarkan pengalaman nyata mereka. Penelitian fenomenologi dipilih karena berfokus pada pengalaman hidup individu dalam konteks sosial tertentu (Sastrawan Farid & Zeylo Auriza, 2023).

Data dan Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini berupa data primer yang diperoleh langsung dari responden penelitian. Sumber data berasal dari Generasi Z di Kabupaten Kerinci yang memiliki dan aktif menggunakan layanan perbankan konvensional maupun syariah. Data yang dikumpulkan meliputi pengalaman, persepsi, serta preferensi responden terhadap layanan perbankan yang mereka gunakan.

Teknik Pengambilan Data

Responden ditentukan dengan menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu pemilihan informan berdasarkan kriteria tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian (Lovisonnya et al., 2025). Adapun kriteria responden meliputi:

1. Termasuk dalam kategori Generasi Z (lahir antara tahun 1997-2012)
2. Memiliki rekening bank, baik konvensional maupun syariah
3. Aktif menggunakan kedua jenis bank

Sebanyak 15 responden utama dilibatkan dalam penelitian ini, ditambah 5 responden tambahan sebagai informan pelengkap yang juga berasal dari kelompok usia yang sama dan memiliki pengalaman menggunakan kedua jenis bank.

Data dikumpulkan melalui wawancara langsung secara semi-terstruktur, dengan panduan pertanyaan yang disusun berdasarkan indikator *Theory Of Planned Behavior (TPB)*, yaitu aspek sikap (*attitude*), norma subjektif (*subjective norm*), dan persepsi kontrol perilaku (*perceived behavioral control*). Wawancara dilakukan secara tatap muka dengan mencatat profil responden, tanggapan, serta kondisi wawancara. Peneliti juga meminta tanda tangan pada lembar kesediaan berpartisipasi sebagai bentuk persetujuan dan menjaga etika penelitian (Sentot Heru Subiyakto, 2024).

Instrumen wawancara diuji melalui proses *expert judgment* oleh dua ahli di bidang ekonomi syariah dan perilaku konsumen (Rahmawati & Aziza, 2020). Para ahli

menilai kesesuaian isi pertanyaan dengan indikator teori serta relevansinya dengan konteks penelitian. Masukan dari para ahli digunakan untuk memperbaiki redaksi dan kejelasan pertanyaan agar memiliki validitas isi (*content validity*) yang baik.

Teknik Analisis Data

Analisis data dilakukan menggunakan model analisis interaktif yang terdiri dari empat tahap utama. Pertama, reduksi data yang meliputi proses menyeleksi dan menyederhanakan hasil wawancara agar fokus pada informasi yang relevan. Kedua, penyajian data yang menyusun hasil wawancara dalam bentuk kategori atau tema utama. Ketiga, pengodean (*coding*) adalah memberi label seperti “kemudahan layanan”, “kepercayaan”, dan “nilai religiusitas” untuk menemukan pola tematik. Terakhir, penarikan kesimpulan dan verifikasi yang meliputi proses menafsirkan data berdasarkan pola yang ditemukan serta memastikan konsistensi hasil dengan data lapangan (Qomaruddin & Sa’diyah, 2024).

Untuk menjaga keabsahan data, peneliti menerapkan teknik triangulasi sumber, *member check*, dan audit trail yang digunakan untuk memastikan konsistensi, kredibilitas dan keaslian temuan (Husnullail et al., 2024). Melalui tahapan tersebut, penelitian ini diharapkan menghasilkan data yang valid dan mendalam mengenai faktor-faktor yang memengaruhi preferensi Generasi Z terhadap layanan perbankan konvensional dan syariah di Kabupaten Kerinci, Provinsi Jambi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

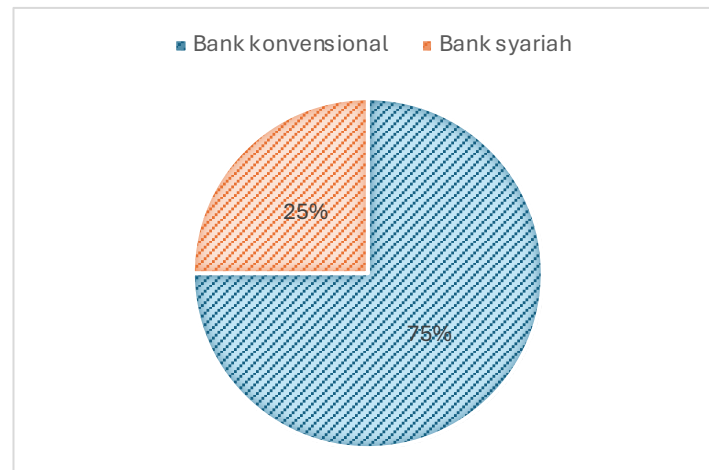
Penelitian ini melibatkan 20 responden yang termasuk dalam kategori Generasi Z dan berdomisili di Kabupaten Kerinci. Rentang usia responden berada pada kisaran 18-23 tahun. Seluruh responden merupakan pengguna aktif layanan perbankan yang memanfaatkan bank untuk berbagai kebutuhan, seperti transaksi keuangan pribadi, keperluan perkuliahan, serta aktivitas finansial sehari-hari.

Responden dalam penelitian ini memiliki pengalaman dalam menggunakan layanan perbankan berbasis digital, sehingga informasi yang diperoleh relevan untuk menggambarkan karakteristik dan kecenderungan Generasi Z dalam memanfaatkan layanan perbankan konvensional maupun syariah. Bagian ini disajikan untuk memberikan Gambaran umum mengenai profil responden sebagai dasar dalam memahami hasil penelitian.

Hasil Penelitian

Hasil penelitian disajikan dalam bentuk diagram untuk memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai preferensi responden terhadap layanan perbankan.

Gambar 1. Jenis Bank yang Digunakan Responden Generasi Z di Kabupaten Kerinci

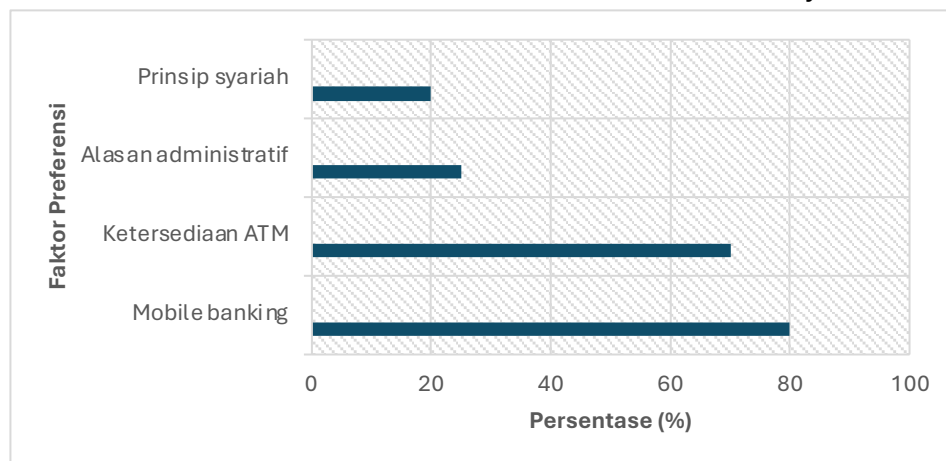


Sumber: Data primer diolah peneliti, 2025.

Gambar 1 menunjukkan bahwa mayoritas responden menggunakan bank konvensional sebagai bank utama dibandingkan bank syariah, namun penggunaannya cenderung bersifat administratif, seperti untuk keperluan pencairan dana bantuan pendidikan atau pemenuhan persyaratan institusi pendidikan. Temuan ini menunjukkan bahwa bank syariah belum menjadi pilihan utama dalam aktivitas transaksi keuangan sehari-hari Generasi Z.

Temuan tersebut sejalan dengan (Rustanto et al., 2019) yang menyatakan bahwa bank konvensional memiliki penetrasi digital yang lebih kuat sehingga lebih menarik bagi generasi *digital native* yang mengutamakan kecepatan dan kemudahan akses layanan.

Gambar 2. Faktor Utama Preferensi Generasi Z dalam Memilih Layanan Perbankan



Sumber: Hasil primer diolah peneliti, 2025.

Gambar 2 menunjukkan bahwa kemudahan layanan digital, khususnya fitur *mobile banking* menjadi faktor utama dalam preferensi responden terhadap layanan perbankan. Visualisasi pada gambar tersebut menunjukkan bahwa kemudahan layanan digital, khususnya melalui fitur *mobile banking*, menjadi faktor dominan dalam menentukan pilihan bank. Responden menilai bahwa aplikasi perbankan dengan fitur yang lengkap, tampilan antarmuka yang sederhana, serta performa sistem yang stabil memberikan kenyamanan dalam bertransaksi.

Selain faktor layanan digital, ketersediaan jaringan ATM dan kemudahan akses layanan fisik juga tampak berperan penting dalam membentuk preferensi responden. Bank konvensional dinilai lebih mudah dijangkau karena memiliki jaringan ATM dan kantor cabang yang lebih luas dibandingkan bank syariah di wilayah penelitian. Hal ini sejalan dengan temuan (Sastrawan Farid & Zeylo Auriza, 2023) yang menekankan pentingnya kemudahan dan keandalan layanan digital dalam membentuk preferensi Gen Z, serta sejalan dengan (Nessa Okta Dwi Maharani et al., 2024) yang menunjukkan bahwa generasi muda cenderung memilih layanan keuangan yang memberikan kenyamanan dan pengalaman penggunaan yang baik.

Disisi lain, hasil penelitian juga menunjukkan bahwa pemahaman responden terhadap prinsip dasar perbankan syariah masih relatif rendah. Hal ini tercermin dari keterbatasan responden dalam menjalankan konsep-konsep dasar seperti akad, sistem bagi hasil, dan gharar. Temuan ini menunjukkan bahwa literasi keuangan syariah belum menjadi pengetahuan yang umum di kalangan Generasi Z. Kondisi tersebut sejalan dengan hasil survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) 2025 yang diterbitkan oleh OJK dan BPS, yang mencatat bahwa literasi keuangan Syariah Indonesia mencapai 43,42% dan inklusi keuangan syariah sebesar 13,41% (Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dan Badan Pusat Statistik (BPS), 2025).

Pembahasan

Untuk memperoleh Gambaran analisis yang lebih komprehensif, temuan penelitian dikaji berdasarkan kerangka *Theory Of Planned Behavior* (TPB) yang mencakup:

1. Sikap (*attitude*) terhadap layanan perbankan,
2. Norma subjektif (*subjective norms*), dan
3. Persepsi kontrol perilaku (*perceived behavioral control*).

Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk memahami pereferensi Gen Z secara lebih mendalam dan terstruktur.

Sikap Gen Z Terhadap Layanan Digital (*Attitude*)

Sikap responden terhadap layanan digital merupakan faktor paling dominan dalam penelitian ini. Semua responden menyatakan bahwa mereka mengandalkan aplikasi *mobile banking* dalam aktivitas finansial sehari-hari seperti top-up *e-wallet*, pembayaran Qris, transfer antar bank dan pembelian pulsa. Fitur digital dinilai sebagai indikator utama kualitas layanan bank.

Beberapa responden mengemukakan bahwa aplikasi *mobile banking* bank syariah masih “lemot”, “kurang lengkap”, sering *force close*, serta mengalami kendala akses. Persepsi ini memengaruhi sikap negatif terhadap layanan digital bank syariah, meskipun sebagian pengguna mengakui bahwa prinsip syariah adalah konsep yang baik. Temuan ini sejalan dengan penelitian Rahmawati & Fianto (2020) yang menunjukkan bahwa kualitas layanan *mobile banking* meliputi kemudahan, kenyamanan, keamanan, desain, dan stabilitas sistem yang berpengaruh signifikan terhadap kepuasan dan persepsi nasabah perbankan syariah. Selain itu, Wardhana (2015) menegaskan bahwa kecepatan,

keamanan dan keandalan sistem digital merupakan faktor penting dalam membentuk sikap positif pengguna terhadap layanan *mobile banking* (Ahla, 2024).

Rifadli (2023) menambahkan bahwa generasi muda menilai “kepraktisan” sebagai faktor utama dalam memilih metode pembayaran, termasuk dalam memilih bank. Dengan demikian, sikap Gen Z terhadap bank bukan ditentukan oleh label syariah atau konvensional, tetapi oleh pengalaman digital yang mereka rasakan langsung (Sastrawan Farid & Zeylo Auriza, 2023).

Norma Sosial dan Pengaruh Teman Sebaya (*Subjective Norms*)

Norma subjektif atau tekanan sosial juga memainkan peran penting dalam Keputusan penggunaan bank. Sebagian besar mengakui bahwa mereka cenderung menggunakan bank yang sama dengan teman sebaya untuk memudahkan transaksi, menghindari biaya transfer, dan merasa lebih aman karena rekomendasi dari kelompok sosial. Ajzen (1991) menjelaskan bahwa perilaku seseorang dibentuk oleh ekspektasi sosial dari individu yang dianggap signifikan, seperti teman sebaya, keluarga, maupun kelompok lainnya.

Dalam konteks perbankan, tekanan sosial muncul ketika individu merasa perlu menyesuaikan pilihan bank dengan kelompok sosialnya untuk memperoleh kemudahan transaksi serta menghindari hambatan biaya dan teknis. Hasil wawancara lapangan menunjukkan bahwa Sebagian responden cenderung membuka rekening pada bank yang sama dengan teman-temannya. Motif tersebut tidak hanya berkaitan dengan efisiensi dan transaksi, tetapi juga dengan persepsi kenyamanan dan keamanan karena institusi tersebut telah lebih dahulu digunakan oleh lingkungan sosial mereka. Temuan ini sesuai dengan (Putri et al., 2025) yang menyatakan bahwa konformitas teman sebaya dalam membentuk preferensi dan perilaku mahasiswa, termasuk dalam penggunaan layanan tertentu.

Selain itu, penelitian (Taufiqurrahman & Manggala Putri, 2025) menunjukkan bahwa religiusitas dan literasi keuangan syariah berpengaruh positif serta signifikan terhadap minat Gen Z untuk menggunakan layanan perbankan syariah. Temuan ini mengindikasikan bahwa nilai keagamaan dan pemahaman finansial merupakan faktor penting dalam proses pengambilan keputusan finansial, meskipun dalam kehidupan sehari-hari pengaruh sosial tetap dapat membentuk pilihan kolektif, terutama pada kelompok muda. Dengan demikian, dapat dipahami bahwa norma sosial baik melalui tekanan sosial maupun kecenderungan untuk mengikuti perilaku kelompok, berkontribusi dalam mempertahankan preferensi terhadap bank tertentu.

Persepsi Kontrol Perilaku dan Literasi Syariah (*Perceived Behavioral Control*)

Persepsi kontrol perilaku berkaitan dengan kemampuan dan kemudahan seseorang untuk melakukan suatu tindakan. Dalam penelitian ini, persepsi kontrol Gen Z terhadap bank syariah masih rendah karena 3 alasan utama:

1. Literasi syariah rendah

Mayoritas responden belum memahami konsep akad, bagi hasil, risiko riba, ataupun perbedaan mendasar antara bank syariah dan konvensional.

2. Layanan digital syariah belum optimal

Sebagian responden menilai aplikasi bank syariah lambat, kurang fitur, tidak stabil dan kurang *user friendly*. (Wulansari et al., 2025) menegaskan bahwa digitalisasi adalah faktor kunci dalam minat menabung di bank syariah.

3. Akses fisik terbatas

Cabang bank syariah dan ATM lebih sedikit dibanding bank konvensional di Kabupaten kerinci. Hal ini menurunkan persepsi kemudahan dan membuat bank syariah dianggap kurang praktis.

Secara integratif, temuan penelitian ini menunjukkan bahwa preferensi Generasi Z terhadap bank lebih dipengaruhi oleh faktor kepraktisan layanan, kualitas aplikasi digital, dan lingkungan sosial daripada faktor religius. Hal ini sejalan dengan kerangka *Theory Of Planned Behavior (TPB)* yang menekankan bahwa perilaku seseorang dipengaruhi oleh sikap, norma, subjektif, dan persepsi control perilaku (Pratiwi & Nungroho, 2023).

Dari sisi sikap (*attitude*), mayoritas responden menunjukkan persepsi positif terhadap bank konvensional karena aplikasi *mobile banking* yang dianggap lebih stabil, responsif, serta memiliki fitur yang lebih lengkap. Persepsi ini menguatkan argumen bahwa kualitas layanan digital merupakan indikator utama dalam membentuk preferensi Generasi Z, sebagaimana ditegaskan oleh (Rustanto et al., 2019) yang menjelaskan bahwa keandalan layanan digital berperan penting dalam perilaku konsumsi perbankan generasi muda. Kecenderungan ini juga berkaitan erat dengan tingkat literasi teknologi keuangan, di mana kemampuan memahami dan menggunakan layanan digital memengaruhi kenyamanan serta kepercayaan pengguna.

Selanjutnya norma subjektif (*subjective norms*) juga terbukti berkontribusi dalam Keputusan pemilihan bank. Banyak responden mengakui bahwa mereka mengikuti bank yang digunakan oleh teman sebaya ataupun keluarga untuk mempermudah transaksi dan mengurangi hambatan biaya. Temuan ini konsisten dengan TPB yang menyatakan bahwa perilaku sering kali dibentuk oleh ekspektasi atau tekanan sosial dari kelompok terdekat Ajzen & Driver (1991). Penelitian (Putri et al., 2025) juga menekankan bahwa konformitas kelompok dapat memengaruhi preferensi finansial generasi muda, termasuk dalam memilih layanan lembaga keuangan.

Sementara itu, persepsi terhadap kemudahan dalam menggunakan layanan perbankan menjadi kendala utama bagi penggunaan bank syariah. Sebagian besar responden menilai bahwa aplikasi bank syariah masih kurang optimal, fitur digital terbatas, dan ketersediaan ATM atau kantor cabang lebih sedikit dibandingkan bank konvensional. Kondisi tersebut menggunakan persepsi kemudahan dan menjadikan bank syariah dianggap kurang praktis. Hal ini serupa ditemukan (Wulansari et al., 2025) yang menyatakan bahwa digitalisasi merupakan faktor krusial dalam meningkatkan minat menabung di bank syariah.

Selain aspek teknis, rendahnya literasi keuangan syariah juga memperlemah preferensi Generasi Z terhadap bank syariah. Banyak responden belum memahami konsep dasar seperti akad, riba, gharar, maupun mekanisme bagi hasil. Minimnya pengetahuan ini sejalan dengan laporan OJK (2023) yang menunjukkan bahwa literasi

keuangan syariah nasional masih berada pada Tingkat rendah dibandingkan literasi keuangan konvensional. Penelitian (Muang et al., 2021) juga menegaskan bahwa rendahnya pemahaman mengenai prinsip syariah menghambat minat generasi muda terhadap layanan perbankan syariah.

Temuan lapangan ini diperkuat oleh berbagai kajian lain. (Niken Probondani Astuti et al., 2023) dalam penelitian terdahulu menekankan bahwa peningkatan literasi syariah perlu dilakukan secara sistematis oleh lembaga Pendidikan dan industri perbankan syariah. Sementara itu, (Ismawati et al., 2025) menunjukkan bahwa penguatan *brand trust* dan kualitas layanan merupakan strategi penting untuk meningkatkan daya tarik bank syariah bagi generasi muda yang sangat sensitif terhadap kualitas pengalaman digital.

Temuan penelitian secara keseluruhan menunjukkan bahwa bank konvensional masih lebih unggul dalam hal stabilitas layanan digital, kelengkapan fitur aplikasi, dan aksesibilitas layanan fisik. Sementara bank syariah memiliki keunggulan nilai, tetapi terkendala oleh minimnya literasi Masyarakat, keterbatasan layanan digital, serta infrastruktur yang belum merata. Dengan demikian, peningkatan kualitas layanan digital, program literasi syariah yang berkelanjutan, serta perluasan jaringan layanan menjadi kunci untuk memperkuat daya saing bank syariah di tengah preferensi digital Generasi Z.

Implikasi Temuan Penelitian Terhadap Kajian Ekonomi Islam

Temuan penelitian ini memiliki relevansi penting dalam konteks kajian ekonomi Islam. Preferensi Gen Z yang cenderung menggunakan bank konvensional menunjukkan bahwa nilai-nilai ekonomi Islam seperti keadilan (*al-'adl*), kemaslahatan (*maslahah*) dan penghindaran ketidakpastian (*gharar*) serta riba belum menjadi pertimbangan utama dalam perilaku finansial mereka. Rendahnya pemahaman mengenai prinsip syariah, sebagaimana ditemukan pada sebagian besar responden, menggambarkan bahwa internalisasi nilai ekonomi Islam masih lemah pada generasi muda, terutama di daerah yang minim edukasi keuangan syariah (Nurjanah, 2024).

Dalam perspektif ekonomi Islam, Keputusan ekonomi tidak hanya dipengaruhi aspek material dan efisiensi, tetapi juga harus mempertimbangkan nilai moral dan kepatuhan syariah. Namun, penelitian ini menunjukkan bahwa faktor utilitarian seperti kecepatan layanan digital, kemudahan akses, dan fitur aplikasi lebih dominan dibanding pertimbangan syariah. Hal ini sejalan dengan pandangan literatur bahwa praktik ekonomi Islam menuntut integrasi antara dimensi moral dan rasional dalam aktivitas ekonomi (Nurjanah, 2024).

Selain itu, prinsip *maslahah* dalam ekonomi Islam menekankan bahwa praktik keuangan harus memberikan manfaat optimal tanpa menimbulkan mudarat. Dalam konteks ini, bank syariah memiliki potensi besar untuk menjadi alternatif yang sesuai prinsip syariah sekaligus tetap kompetitif secara digital. Namun keterbatasan layanan digital bank syariah yang ditemukan pada penelitian ini menunjukkan bahwa adanya kesenjangan antara idealisme ekonomi Islam dan implementasinya. Temuan ini sejalan dengan Wulansari yang menekankan bahwa digitalisasi merupakan prasyarat penting

agar bank syariah mampu memberikan manfaat luas kepada masyarakat, terutama generasi muda.

Lebih jauh, dari perspektif *maqashid al-syari'ah*, khususnya *hifz al-mal* (penjagaan harta), bank syariah seharusnya menjadi instrumen yang mampu menjamin keamanan, keadilan, dan keberkahan dalam aktivitas keuangan. Namun rendahnya literasi syariah dan minimnya dukungan fasilitas menjadikan Gen Z belum mampu menghubungkan praktik perbankan dengan tujuan syariah tersebut. Literatur kontemporer juga menekankan bahwa pencapaian *maqashid* membutuhkan inovasi layanan yang relevan untuk kelompok pengguna modern.

Hasil penelitian ini turut memperkuat pandangan bahwa penerapan prinsip syariah tidak hanya berdampak pada kepatuhan hukum, tetapi juga pada performa dan kepercayaan publik terhadap bank syariah. Oleh karena itu, kemampuan bank syariah dalam menghadirkan layanan digital yang efektif dan kompetitif merupakan aspek penting dalam meningkatkan daya saing lembaga, sebagaimana dibuktikan dalam penelitian mengenai kinerja keuangan bank syariah di Indonesia (Hanafiah, 2025).

Dengan demikian, temuan penelitian ini memberikan kontribusi bagi kajian ekonomi Islam bahwa keberhasilan bank syariah bukan hanya ditentukan oleh kesesuaian prinsip syariah, tetapi juga oleh kemampuan menghadirkan layanan yang kompetitif, adaptif dan berorientasi pada kebutuhan generasi digital. Hal ini membuka ruang penelitian lanjutan mengenai integritas nilai-nilai *maqashid al-syari'ah* dalam pengembangan layanan digital bank syariah untuk meningkatkan preferensi Generasi Z.

KESIMPULAN

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa preferensi Generasi Z dalam memilih layanan perbankan lebih banyak ditentukan oleh faktor kepraktisan bank, kualitas layanan digital, dan tingkat aksesibilitas bank. Mayoritas responden di Kabupaten Kerinci cenderung menggunakan bank konvensional sebagai bank utama karena dinilai memiliki aplikasi *mobile banking* yang lebih stabil, fitur layanan yang lebih lengkap, serta jaringan dan kantor cabang yang lebih luas. Temuan ini mengindikasikan bahwa pengalaman penggunaan (*user experience*) menjadi komponen penting yang membentuk sikap positif (*attitude*) Generasi Z terhadap bank konvensional dalam kerangka *Theory of Planned Behavior*.

Selain itu, Keputusan responden tidak terlepas dari pengaruh lingkungan sosial. Rekomendasi teman sebaya dan kecenderungan mengikuti penggunaan bank yang umum dalam kelompok pergaulan memperkuat norma subjektif (*subjective norms*) yang mendorong pilihan pada bank konvensional. Pada saat yang sama, persepsi kontrol perilaku (*perceived behavioral control*) terhadap bank syariah tampak lemah akibat keterbatasan layanan digital, rendahnya literasi mengenai prinsip-prinsip syariah, serta kurang meratanya infrastruktur seperti ATM dan kantor cabang.

Temuan ini menegaskan bahwa penguatan daya saing bank syariah tidak cukup hanya mengandalkan nilai-nilai religius dan prinsip kepatuhan syariah. Peningkatan kualitas teknologi digital, perluasan jaringan layanan, serta program literasi keuangan syariah yang lebih komprehensif merupakan langkah strategis yang diperlukan agar bank

syariah mampu menjawab kebutuhan generasi digital. Dengan optimalisasi pada aspek-aspek tersebut, potensi peningkatan preferensi Generasi Z terhadap layanan perbankan syariah dapat tercapai dan berkontribusi pada pengembangan industri keuangan syariah di masa depan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahla, B. H. (2024). *Pengaruh kualitas layanan mobile banking terhadap kepuasan nasabah bank Syariah Indonesia di Kota Depok* [Skripsi]. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Andriani, A., Febrianti Mulyana, D., Yusrihaniz Altydar, R., & Rindu Fajar, M. (2025). *Analisis Perbandingan Preferensi Nasabah dalam Memilih Bank Syariah dan Bank Konvensional*. 2(1). <https://doi.org/10.61132/jieap.v2i1.710>
- Dewan Nasional Keuangan Inklusif. (2022). *Laporan Pelaksanaan Strategi Nasional Keuangan Inklusif (SNKI) Tahun 2022*.
- Sentot Heru Subiyakto. (2024). LITERASI KEUANGAN SYARIAH DI KALANGAN GENERASI Z: STUDI KASUS MAHASISWA MUSLIM. *JEI Jurnal Ekonomi Islam*, 1. <https://oj.mjukn.org/index.php/jei>
- Hanafiah. (2025). 1080-Article Text-4639-1-10-20250811. *JURNAL AL-MIZAN: JURNAL HUKUM ISLAM DAN EKONOMI SYARIAH*, 12(1).
- Husnullail, M., Risnita, Jailani, M. S., & asbui. (2024). Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data dalam Riset Ilmiah. *Journal Genta Mulia*, 15(2), 70–78.
- Ismawati, Nurjannah, Isda Iskandar, & Misra Windayani. (2025). 7.+Pengaruh+Literasi+Keuangan+Syariah,+Brand+Equity,+dan+Kepercayaan +Terhadap+Keputusan+Gen+Z+dalam+Menggunakan+Jasa+Perbankan+Syariah. *Al-Mashrafiyah: Jurnal Ekonomi, Keuangan Dan Perbankan Syariah*, 9(1), 110–118.
- Lovisonnya, I., Widodo, H., Ali Masnun, M., Amiq, B., & Hulwanullah, H. (2025). *PENGUATAN LITERASI HUKUM DALAM TATA KELOLA BUMDES KALURAHAN NGLANGGERAN MENUJU DESA MANDIRI Strengthening Legal Literacy in Nglanggeran Village Enterprise Governance towards an Independent Village*.
- Muang, L., Suryadi T, & Azizah, N. (2021). Kesadaran Generasi Z Terhadap Prinsip Syariah dalam Layanan Perbankan . *Jurnal Keuangan Islam*, 9(1), 45–58.
- Nessa Okta Dwi Maharani, Nurlaeli Shahri, & Rosmawati. (2024). ANALISIS PEMAHAMAN DAN PREFERENSI KEUANGAN SYARIAH DI KALANGAN GENERASI Z. *JURNAL EKONOMI & BISNIS*, 232–239.
- Niken Probondani Astuti, Rizal Bakri, Hasyim Mochtar, & Syamsul Alam. (2023). PENINGKATAN LITERASI PERBANKAN SYARIAH BAGI GENERASI ZILENIAL MELALUI KUNJUNGAN EDUKASI KE BANK MUAMALAT. *JIPMAS: Jurnal Visi Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(2), 117–128.
- Nurjanah, Y. M. H. (2024). HAKIKAT, PRINSIP, DAN IMPLIKASI EKONOMI SYARIAH. *Jurnal Ilmu Ekonomi Islam*.
- Nursaputri, D. D., & Safitri, R. (2024). PERBANDINGAN MINAT NASABAH KONVENSIONAL DAN SYARIAH DALAM MENGGUNAKAN CASH DAN CASHLESS SEBAGAI ALAT TRANSAKSI COMPARISON OF INTEREST OF CONVENTIONAL AND SHARIA CUSTOMERS IN USING CASH AND CASHLESS AS A TOOL OF TRANSACTIONS. *Jurnal DIMENSI*, 13. <https://www.journal.unrika.ac.id/index.php/jurnaldms>
- Otoritas Jasa Keuangan. (2023). *OJK Luncurkan SICANTIKS Sahabat Ibu Cakap Literasi Keuangan Syariah*.

- Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dan Badan Pusat Statistik (BPS). (2025). *Indeks Literasi dan Inklusi Keuangan Masyarakat Meningkat: Hasil survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) Tahun 2025*.
- Pratiwi, M. D., & Nungroho, R. (2023). The Role of TPB in predicting Financial Decisions among Gen Z. *Journal of Behavior Economics*, 8(1), 55–65.
- Putri, J., Afrilya, A., Ramba, H., Dari, F., & Suharyo, D. (2025). Pengaruh Konformitas Teman Sebaya Terhadap Gaya Hidup Mahasiswa BPI. *Jurnal Psikologi*, 2(4), 10. <https://doi.org/10.47134/pjp.v2i4.4309>
- Qomaruddin, Q., & Sa'diyah, H. (2024). Kajian Teoritis tentang Teknik Analisis Data dalam Penelitian Kualitatif: Perspektif Spradley, Miles dan Huberman. *Journal of Management, Accounting, and Administration*, 1(2), 77–84. <https://doi.org/10.52620/jomaa.v1i2.93>
- Rahmawati, D., & Aziza, S. (2020). Validitas Instrumen Wawancara pada Riset Kualitatif Sosial Ekonomi. *Jurnal Ilmu Sosial Humaniora*, 1, 42–50.
- Rustanto, A., Rahman, F., & Dewi, S. (2019). Perilaku Konsumen Generasi Z dalam Menggunakan Layanan Perbankan Digital. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 7(1), 23–34.
- Sartika, D., & Sri Rahma, dan. (2023). ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN GENERASI Z UNTUK MENGGUNAKAN JASA BANK SYARIAH (STUDI KASUS DI KELURAHAN BULURAN KENALI KECAMATAN TELANAI PURA KOTA JAMBI. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 4(1).
- Sastrawan Farid, E., & Zeylo Auriza, M. (2023). Preferensi Mahasiswa Generasi Z di Kota Palu: Meningkatkan Literasi Digital melalui QRIS M Banking. *Jurnal Ilmu Perbankan Dan Keuangan Syariah*, 5(2). <http://jurnaljipsya.org/index.php/jipsya>
- Taufiqurrahman, & Manggala Putri, S. A. (2025). Religiosity and Islamic Financial Literacy in Gen-Z's Islamic Bank Saving. *TECHNO-SOCIO EKONOMIKA*, 18(1), 34–48. <https://doi.org/10.32897/techno.2025.18.1.4033>
- Wulansari, M., Rahmawati, A., Salsabila Puspita, A., & Nurrahman, A. (2025). Keputusan Menabung dan Investasi Gen Z di Bank Syariah Dilihat dari Pengaruh Digitalitation, Economic Condition, dan Sharia Financial Literacy. *Jurnal Ekonomi & Pendidikan*, 22(1).