BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan kajian literatur sistematis terhadap lima penelitian utama (2025), diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Faktor-faktor yang Memengaruhi Minat Generasi Z terhadap Produk Bank Syariah

a. Literasi keuangan syariah merupakan faktor paling dominan yang memengaruhi minat Generasi Z terhadap produk bank syariah. Empat dari lima penelitian membuktikan pengaruh positif dan signifikan variabel ini (koefisien 0,326–0,594). Pemahaman prinsip bagi hasil, larangan riba, dan akad syariah menjadi prasyarat kognitif fundamental bagi terbentuknya minat yang autentik.

b. Layanan digital perbankan syariah berperan sebagai faktor infrastruktur-fasilitator, namun pengaruhnya bersifat kondisional. Rahmi et al. (2025): layanan M-Banking BYOND BSI berpengaruh signifikan terhadap keputusan investasi (koefisien 0,458); Wulansari et al. (2025): digitalisasi meningkatkan literasi syariah (β = 0,535). Efektivitas layanan digital bergantung pada tingkat literasi pengguna.

c. Sosialisasi terbukti sebagai faktor sosial-komunikatif dengan kekuatan pengaruh yang setara bahkan melampaui literasi; minat terhadap bank syariah bersifat lintas gender. Ferawati & Bariatun (2025): sosialisasi berpengaruh positif dan signifikan (koefisien 0,439; sig. 0,001), melampaui

literasi dalam model yang sama (0,346). Jenis kelamin tidak berpengaruh signifikan (sig. 0,505)—minat lebih ditentukan pengetahuan dan intensitas sosialisasi.

2. Analisis Konsistensi, Inkonsistensi, dan Celah Penelitian dalam Kajian Minat Generasi Z terhadap Produk Bank Syariah

a. **Konsistensi temuan:** literasi keuangan syariah terbukti secara konsisten sebagai prediktor positif dan signifikan di empat dari lima penelitian Laelasari et al. (regresi deskriptif), Ferawati & Bariatun (koefisien 0,346; sig. 0,001), Mustika et al. (koefisien 0,326; sig. 0,013), dan Wulansari et al. (β = 0,470–0,594), dengan mekanisme pengaruh yang seragam melalui konstruk sikap dalam kerangka TPB. Konsensus ini menegaskan bahwa literasi adalah faktor determinan universal yang tidak bergantung pada konteks geografis maupun metode analisis.

b. **Inkonsistensi temuan:** terdapat pada variabel digitalisasi. Rahmi et al. (2025) menemukan layanan digital berpengaruh signifikan (koefisien 0,458; bahkan lebih besar dari literasi), sedangkan Mustika et al. (2025) menemukan transformasi digital tidak signifikan secara parsial (p = 0,176). Perbedaan ini disebabkan oleh tiga faktor: (1) operasionalisasi variabel yang berbeda, Rahmi mengukur aplikasi BYOND BSI secara spesifik, Mustika mengukur transformasi digital secara umum; (2) karakteristik populasi yang berbeda, nasabah aktif BSI vs. pengguna layanan digital umum; dan (3) variabel dependen yang berbeda, keputusan investasi transaksional vs. perilaku penggunaan fintech jangka panjang. Inkonsistensi ini

mengindikasikan bahwa pengaruh digitalisasi bersifat kondisional dan kontekstualis.

c. Celah variabel: religiusitas belum diukur sebagai konstruk independen dalam kelima penelitian utama, padahal berpotensi menjadi prediktor atau moderator signifikan mengingat mayoritas Generasi Z Indonesia adalah Muslim. Fauzi, Hasan, & Lutfi (2024) mengindikasikan pengaruh positif religiusitas terhadap minat Gen Z pada bank syariah, namun studi serupa berdasarkan data 2025 belum tersedia.

d. Celah geografis: penelitian terkonsentrasi di Jawa dan Sumatera; belum ada kajian yang merepresentasikan Generasi Z di wilayah Indonesia Timur. Generalisasi temuan ke seluruh Indonesia belum dapat dilakukan secara valid. Diperlukan studi multisitus lintas regional dengan metodologi yang seragam untuk menghasilkan gambaran nasional yang representatif.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah diuraikan dan mempertimbangkan celah penelitian yang terindentifikasi penelitian ini merumuskan sejumlah saran yang ditujukan kepada tiga pihak utama.

1. Bagi Akademisi dan Peneliti Selanjutnya

a. Peneliti selanjutnya disarankan mengintegrasikan variabel religiusitas sebagai konstruk terukur ke dalam model analisis bersama literasi keuangan syariah, sosialisasi, dan layanan digital. Pendekatan *Structural Equation Modeling* (SEM) direkomendasikan agar kontribusi relatif setiap faktor dapat diuji secara simultan, termasuk efek mediasi dan moderasinya.

b. Penelitian mendatang perlu memperluas cakupan geografis ke wilayah Indonesia Timur seperti Papua, Nusa Tenggara Timur, dan Kalimantan Tengah yang selama ini *underrepresented* dalam literatur. Desain *multisitus* lintas regional dengan metodologi yang seragam akan menghasilkan gambaran nasional yang lebih representatif sebagai basis kebijakan.

c. Diperlukan pengembangan instrumen pengukuran minat Generasi Z yang terstandarisasi dan teruji validitas serta reliabilitasnya lintas konteks, berbasis kerangka integratif yang menggabungkan *Theory of Planned Behavior* (TPB), *Technology Acceptance Model* (TAM), dan dimensi religiusitas, sehingga temuan antara studi lebih mudah diperbandingkan dan disintesiskan.

2. Bagi Praktisi Perbankan Syariah

a. Industri perbankan syariah disarankan merancang aplikasi *mobile banking* sebagai platform edukasi terintegrasi, bukan sekadar platform transaksi. Fitur penjelasan akad, kalkulator bagi hasil, dan konten literasi syariah yang disematkan dalam antarmuka pengguna akan menjadikan setiap sesi penggunaan aplikasi sekaligus sebagai pengalaman pembelajaran yang meningkatkan literasi nasabah secara organik.

b. Bank syariah perlu mengembangkan strategi sosialisasi berbasis media sosial yang memanfaatkan kreator konten keuangan muda (*financial content creator*) dari kalangan Generasi Z sebagai agen komunikasi yang kredibel dan autentik. Pendekatan ini lebih efektif dibandingkan iklan konvensional

karena Generasi Z lebih responsif terhadap konten organik dan narasi yang relevan dengan identitas mereka sebagai Muslim muda.

c. Bank syariah perlu memperluas program literasi dan sosialisasi ke perguruan tinggi, pesantren, dan komunitas Generasi Z di luar Jawa dan Sumatera melalui kolaborasi dengan lembaga pendidikan setempat, guna menggarap potensi pasar Generasi Z secara lebih merata dan inklusif di seluruh wilayah Indonesia.

3. Bagi Regulator

a. OJK dan Bank Indonesia disarankan merancang program edukasi keuangan syariah yang menyasar Generasi Z melalui platform digital yang mereka gunakan sehari-hari. Data SNLIK 2025 yang mencatat kesenjangan lebih dari 23 poin antara literasi syariah (43,42%) dan inklusi keuangan syariah (13,41%) menunjukkan bahwa program edukasi yang lebih interaktif dan berbasis teknologi digital sangat mendesak untuk menjembatani kesenjangan tersebut.

b. Regulator perlu memfasilitasi kolaborasi strategis antara OJK, bank syariah, Kementerian Pendidikan, dan kreator konten keuangan muda dalam program sosialisasi perbankan syariah berskala nasional. Format konten yang relevan bagi Generasi Z seperti video pendek, *podcast*, dan infografis interaktif akan jauh lebih efektif dibandingkan kampanye komunikasi yang bersifat *top-down* dari institusi formal semata.

c. Regulator disarankan mendorong dan memfasilitasi penelitian berskala nasional lintas wilayah tentang minat Generasi Z terhadap perbankan

syariah, termasuk memberikan dukungan pendanaan dan akses data. Hasilnya dapat menjadi landasan *evidence-based policy* dalam merumuskan *Roadmap* Pengembangan Keuangan Syariah Indonesia guna mengakselerasi pangsa pasar perbankan syariah di tengah momentum bonus demografi.