

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Dalam ajaran Islam, riba secara tegas diharamkan sebagaimana dijelaskan dalam berbagai ayat Al-Quran dan hadits. Salah satunya Allah SWT berfirman dalam Surah Al-Baqarah ayat 275 yang berbunyi:

"Orang-orang yang memakan (bertransaksi dengan) riba tidak dapat berdiri, kecuali seperti orang yang berdiri sempoyongan karena kesurupan setan. Demikian itu terjadi karena mereka berkata bahwa jual beli itu sama dengan riba. Padahal, Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Siapa pun yang telah sampai kepadanya peringatan dari Tuhan (menyangkut riba), lalu dia berhenti sehingga apa yang telah diperolehnya dahulu menjadi miliknya dan urusannya (terserah) kepada Allah. Siapa yang mengulangi (transaksi riba), mereka itulah penghuni neraka. Mereka kekal di dalamnya."

Larangan riba ini bukan sekadar aturan ritual keagamaan, melainkan memiliki dimensi sosial-ekonomi yang mendalam, yakni mencegah eksplorasi dan ketidakadilan dalam transaksi keuangan.

Berbicara mengenai riba, terdapat fenomena yang menarik dan sekaligus mengkhawatirkan di Indonesia. Pasalnya, Indonesia sebagai negara dengan populasi Muslim terbesar di dunia (World Population Review, 2025), memiliki potensi yang sangat besar dalam pengembangan ekonomi syariah. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) menyebutkan lebih dari 87% penduduk Indonesia memeluk agama Islam (Badan Pusat Statistik Kota Samarinda, 2024).

Tabel 1.1 Persentase Penduduk Beragama Di Indonesia

Agama	Persentase
Islam	87,2%
Protestan (Kristen Protestan)	6,9%
Katolik (Kristen Katolik)	2,9%
Hindu	1,7%
Buddha	0,7%
Khonghucu	0,05%

Sumber: Badan Pusat Statistik Kota Samarinda (2024)

Hal ini seharusnya menjadi fondasi yang kuat bagi perkembangan sistem keuangan berbasis syariah di Indonesia. Namun, besarnya populasi muslim tidak sebanding dengan perkembangan industri keuangan syariah yang belum signifikan.

Sehingga meskipun mayoritas penduduknya muslim dan ada kejelasan hukum syariah tentang haramnya riba, perkembangan keuangan syariah di Indonesia masih terdapat kesenjangan yang signifikan antara potensi dan realisasinya.

Salah satu tantangan utama yang dihadapi adalah tingkat literasi dan inklusi keuangan syariah di masyarakat Indonesia yang masih tergolong rendah. Berdasarkan survei nasional literasi dan inklusi pada tahun 2024, indeks literasi keuangan syariah di Indonesia hanya mencapai 39,11%, jauh tertinggal dibandingkan dengan literasi keuangan konvensional yang mencapai 65,08% (Otoritas Jasa Keuangan, 2024). Sementara itu, tingkat inklusi keuangan konvensional mencapai 73,55% dan tingkat inklusi keuangan syariah hanya 12,88%. Kesenjangan ini menunjukkan adanya ketidakseimbangan pemahaman masyarakat terhadap produk dan layanan keuangan syariah dibandingkan dengan keuangan konvensional.

Tabel 1.2 Indeks Literasi dan Inklusi Keuangan Konvensional dan Syariah 2024

Keterangan		Hasil Survei
Literasi	Konvensional	65,08%
	Syariah	39,11%
Inklusi	Konvensional	73,55%
	Syariah	12,88%

Sumber: Otoritas Jasa Keuangan (2024)

Di tengah tantangan tersebut, pemerintah mendorong sektor keuangan syariah dengan menghadirkan PT. Bank Syariah Indonesia Tbk. (BSI) melalui merger tiga bank syariah BUMN pada tahun 2021 memberikan harapan baru bagi perkembangan perbankan syariah di Indonesia. *Merger* ini menghasilkan bank syariah terbesar di Indonesia dengan total aset mencapai Rp 353,62 triliun pada akhir 2023 (Bank Syariah Indonesia, 2023), atau sekitar 59,4% dari total aset perbankan syariah nasional (Otoritas Jasa Keuangan, 2023).

Tabel 1.3 Perbandingan Total Aset BSI dengan Perbankan Syariah di Indonesia

Keterangan	Total Aset (dalam miliar rupiah)
Bank Syariah Indonesia (BSI)	353.624
Perbankan Syariah di Indonesia	594.709

Sumber: BSI dan Otoritas Jasa Keuangan (2023)

Signifikansi pembentukan BSI menunjukkan bahwa konsolidasi bank syariah BUMN telah menciptakan peningkatan performa positif dan menjadi salah satu bank syariah yang dapat bertahan di tengah masa pandemi (Eko Nugroho &

Hendranastiti, 2024). Pembentukan BSI juga telah memberikan dampak positif terhadap daya saing perbankan syariah dengan jangkauan yang lebih luas dan profitabilitas juga likuiditas yang besar (Syamsarina & Yusuf, 2022). Hal ini sejalan dengan temuan lain yang menunjukkan bahwa BSI berhasil meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap perbankan syariah melalui penguatan *branding* dan peningkatan kualitas layanan digital (Muzdalipah & Mahmudi, 2023). Dari perspektif strategis, terdapat temuan mengemukakan bahwa BSI berhasil menambah jumlah nasabahnya dan melampaui pencapaian bank syariah lainnya yang diharapkan dapat menjadi katalis pertumbuhan industri keuangan syariah (Hidayatullah et al., 2023). Keberhasilan BSI dalam meningkatkan penetrasi pasar akan menjadi bukti potensi keuangan islam untuk berkontribusi pada tujuan pembangunan nasional sambil menjunjung tinggi nilai estetika dan sosial (Budiantoro et al., 2024). Hal ini juga relevan dengan agenda pemerintah dalam memperkuat ekosistem ekonomi syariah nasional, sebagaimana tertuang dalam Masterplan Ekonomi Syariah Indonesia (MEKSI) 2019-2024 (KNEKS, 2018).

Meskipun demikian, pada kenyataannya kehadiran BSI belum berhasil mendorong peningkatan pangsa pasar (*marketshare*) perbankan syariah yang signifikan untuk mengungguli bank konvensional. Hingga Quartil 4 2024, *marketshare* perbankan syariah terhadap perbankan nasional masih berada di angka 7,46% (Otoritas Jasa Keuangan, 2024), jauh tertinggal dibandingkan negara-negara seperti Malaysia yang telah mencapai 32,14% dan Arab Saudi sebesar 75,96% (Islamic Financial Standard Board, 2024). Angka ini sangat kontras dengan potensi pasar yang ada, mengingat besarnya populasi Muslim di Indonesia. Hal tersebut juga seakan menjadi cermin ketidakberhasilan pemerintah yang menargetkan *marketshare* perbankan syariah berada di angka 20% sesuai dengan Masterplan Ekonomi Syariah Indonesia (MEKSI) 2019-2024, yang juga target capaian tersebut pernah juga beberapa kali disebutkan oleh Bank Indonesia (Sebayang, 2018), Komisi XI DPR RI (Suheriadi, 2020), dan Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah (Azizi, 2022). Selain daripada target pangsa pasar yang belum tercapai, BSI pun masih kalah pada popularitas dan jumlah dana pihak ketiga yang ada, dimana BSI tidak termasuk dalam 5 besar bank terpopuler di Indonesia begitu pula dana pihak ketiga yang dimiliki (Bank Central Asia, 2024; Bank Mandiri,

2024; Bank Negara Indonesia, 2024; Bank Rakyat Indonesia, ; Bank Tabungan Negara, 2024; Luthfa, 2024). Hal ini semakin mengidentifikasi bahwa walaupun dengan potensinya yang besar, masyarakat masih enggan untuk menabung di bank syariah. Sehingga seharusnya menjadi atensi bersama dari berbagai pemegang kebijakan untuk meningkatkan *marketshare* perbankan syariah.

Tabel 1.4 Perbandingan Dana Pihak Ketiga BSI dengan Bank Terpopuler di Indonesia

Keterangan	Dana Pihak Ketiga (dalam triliun rupiah)
Bank Mandiri	1.699
Bank Rakyat Indonesia (BRI)	1.365
Bank Central Asia (BCA)	1.133,6
Bank Negara Indonesia (BNI)	805,5
Bank Tabungan Negara (BTN)	381,67
Bank Syariah Indonesia (BSI)	327,45

Sumber: Laporan Tahunan 2024 Bank Mandiri, BRI, BCA, BNI, BTN dan BSI

Terdapat kesenjangan antara potensi pasar umat muslim yang besar dan rendahnya tingkat penetrasi perbankan syariah, tentunya ini menimbulkan pertanyaan mendasar tentang faktor-faktor yang memengaruhi preferensi masyarakat Muslim Indonesia dalam memilih layanan perbankan. Fenomena ini menarik mengingat adanya kesadaran religius tentang haramnya riba di satu sisi, namun di sisi lain masih banyak masyarakat Muslim yang menggunakan jasa perbankan konvensional. Fenomena menjadi lebih menarik untuk dikaji lebih dalam, mengingat Indonesia merupakan negara dengan populasi muslim terbesar di dunia.

Tabel 1.5 Negara dengan Populasi Muslim Terbanyak

Negara	Populasi Muslim	Total Populasi saat Perhitungan	% Muslim	% Muslim di Dunia
Indonesia	242,700,000	275,000,000	88,25%	12,27%
Pakistan	240,760,000	249,600,000	94,46%	12,17%
India	200,000,000	1,370,000,000	14,6%	10,11%
Bangladesh	150,800,000	165,200,000	91,28%	7,62%
Nigeria	97,000,000	200,000,000	7,62%	4,9%

Sumber: World Population Review (2025)

Secara logis, dengan mayoritas penduduk beragama Islam, seharusnya *marketshare* perbankan syariah dapat lebih tinggi. Namun realitanya, berbagai penelitian terdahulu telah mengungkapkan bahwa faktor religiusitas bukanlah satu-satunya penentu dalam pemahaman dan pengambilan keputusan keuangan syariah. Temuan lain menunjukkan bahwa faktor-faktor non-religiusitas seperti *social media influencer*, citra bank, pengetahuan, reputasi, dukungan bisnis, promosi, daya

tarik alternatif justru memberikan pengaruh yang lebih signifikan terhadap niat menabung di bank syariah (Dean et al., 2022; Monoarfa et al., 2024; Nugraheni & Widyan, 2021). Temuan lain juga mengungkapkan bahwa variabel religiusitas tidak dapat memoderasi preferensi dan pengetahuan terhadap minat menjadi nasabah bank syariah (Araffi & Haryono, 2022). Namun secara parsial preferensi dan pengetahuan dapat memengaruhi minat nasabah jika tanpa dimoderasi oleh religiusitas. Temuan lain mengindikasikan bahwa meskipun seseorang memiliki tingkat religiusitas yang tinggi, tanpa didukung oleh pemahaman yang memadai tentang konsep dan produk keuangan syariah, mereka cenderung tetap memilih produk keuangan konvensional yang lebih familiar. Hal ini menunjukkan bahwa pendekatan dalam meningkatkan literasi keuangan syariah tidak dapat hanya mengandalkan aspek religiusitas, tetapi perlu mempertimbangkan faktor-faktor non-religiusitas yang memiliki pengaruh lebih dominan (Kartika & Kirom, 2024). Sementara itu, terdapat juga penelitian terhadap pengaruh religiusitas dan kualitas pelayanan terhadap preferensi menabung pada perbankan syariah mengidentifikasi bahwa faktor kualitas layanan memiliki pengaruh terhadap preferensi menabung sedangkan faktor religiusitas tidak memiliki pengaruh (Poerwanti Syam, 2018). Hal ini mencerminkan pergeseran paradigma di mana masyarakat semakin rasional dan pragmatis dalam mengambil keputusan finansial mereka.

Salah satu tantangan yang ada adalah kesenjangan asset, teknologi, dan infrastruktur antara bank syariah dan bank konvensional yang menjadi tantangan tersendiri dalam memperkuat dominasi faktor non-religiusitas. Sebuah riset menyebutkan bahwa bank syariah memiliki sedikit bank, kantor, dan aset jika dibandingkan dengan bank konvensional, diperlukan adanya transformasi digital guna mendukung akselerasi perbankan syariah. Alasan utama mencakup kemudahan akses infrastruktur, ketersediaan ATM yang lebih luas, dan integrasi dengan institusi pendidikan serta tempat kerja (Andriani et al., 2025; Emriana Parapat et al., 2023; Kartika & Kirom, 2024; Niki et al., 2015). Bank syariah dinilai memiliki keunggulan dalam menerapkan prinsip keadilan, transparansi, dan menghindari riba. Namun, kendala seperti keterbatasan jaringan ATM dan minimnya kerja sama dengan perusahaan menjadi tantangan utama dalam menarik nasabah. Penelitian ini menyarankan bank syariah untuk memperluas jaringan,

meningkatkan edukasi publik, dan mengembangkan produk keuangan yang lebih inovatif namun tetap sesuai prinsip syariah. Selain itu, penelitian komparatif antara bank syariah dan konvensional menunjukkan bahwa motivasi nasabah dalam memilih bank syariah dipengaruhi oleh faktor religiusitas, sedangkan pemilihan bank konvensional lebih didorong oleh pertimbangan praktis seperti layanan dan fasilitas yang ditawarkan (Niki et al., 2015). Dari temuan-temuan tersebut, dapat disimpulkan bahwa meskipun faktor religiusitas memainkan peran dalam preferensi terhadap bank syariah, keunggulan teknologi dan infrastruktur yang dimiliki bank konvensional menjadi alasan dominan bagi nasabah dalam memilih layanan perbankan, terlepas dari latar belakang religius mereka.

Selain itu, terdapat kesenjangan dalam hal pengembangan teknologi digital yang menyebabkan bank syariah tertinggal secara sistem, laporan "*Digital Banking Maturity*" pada 304 bank dari 41 negara dan lima benua menyebutkan bahwa lebih dari 80% transaksi perbankan global kini dilakukan melalui platform digital (Deloitte, 2024). Transformasi digital ini telah menciptakan pengalaman perbankan yang lebih efisien dan mudah diakses, sehingga menimbulkan kebiasaan baru dimana masyarakat semakin membutuhkan layanan keuangan yang cepat, mudah, dan berbasis teknologi seperti *mobile banking*, *Quick Response Code Indonesian Standard* (QRIS), dompet digital, dan integrasi *e-commerce* yang mana hal ini juga berpengaruh positif terhadap profitabilitas dan efisiensi operasional bank (Atasyadila & Muchlis, 2024; Emriana Parapat et al., 2023). Hal ini secara tidak langsung semakin memperkuat pula pengaruh faktor non-religiusitas terhadap preferensi nasabah dalam memilih bank syariah.

Dalam menghadapi tantangan transformasi digital, penting bagi bank syariah untuk memahami karakteristik segmen pasar yang menjadi representasi utama pengguna layanan keuangan digital, yaitu generasi muda. Penetrasi internet di kalangan Generasi Z (usia 12–27 tahun) mencapai 87,02%, dengan kelompok ini menyumbang 34,4% dari total penggunaan internet, menjadikannya kelompok usia pengguna layanan digital terbesar di negara ini (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, 2024). Hal tersebut mengharuskan generasi muda menjadi fokus utama strategi transformasi digital dan arah gerak perbankan syariah. Kelompok ini tidak hanya mendominasi dalam hal penggunaan teknologi, tetapi juga memiliki

karakteristik *digital-savvy*, terbuka terhadap inovasi, serta berperan strategis sebagai tumpuan masa depan industri keuangan syariah.

Tabel 1.6 Tingkat Penetrasi Internet di Indonesia

Kategori Umur	Kelahiran	Penetrasi	Kontribusi
Pre Boomer	<1945	32,00%	0,24%
Baby Boomer	1946-1964	60,52%	6,58%
Gen X	1965-1980	83,69%	18,98%
Millenial/Gen Y	1981-1996	93,17%	30,62%
Gen Z	1997-2012	87,02%	34,40%
Post Gen Z	>2013	48,10%	9,17%

Sumber: Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (2024)

Meski begitu, kelompok yang seharusnya menjadi target utama arah gerak perbankan syariah dalam peningkatan pangsa pasar di Indonesia memiliki pengalaman kurang menyenangkan dalam menggunakan perbankan syariah sehingga menghambat perkembangan bank syariah. Saat ini layanan digital bank syariah masih tertinggal dibanding bank konvensional dengan keluhan utama keterbatasan *merchant*, gangguan sistem, dan proses transaksi yang rumit (Araffi & Haryono, 2022; Islam et al., 2024; Jasri et al., 2020; Johan et al., 2020; Niki et al., 2015; Nugraheni & Widjani, 2021; Poerwanti Syam, 2018). Riset lain mengidentifikasi bahwa nasabah kesulitan dengan proses pembukaan rekening online, terbatasnya fitur investasi digital, dan menyoroti kurangnya edukasi produk syariah secara digital (Allah Pitchay et al., 2020; Deloitte, 2024; Emriana Parapat et al., 2023; Nugraheni et al., 2020; Rinwantin & Wahyuni, 2023; Setyono, 2022). Studi komparatif layanan digital produk syariah di Indonesia dan Malaysia juga menemukan gap signifikan dalam hal kemudahan penggunaan, kecepatan transaksi, dan integrasi dengan *e-commerce* (Ghofar et al., 2024). Situasi ini tentunya berdampak langsung pada preferensi generasi muda dalam memilih layanan perbankan, hingga akhirnya perbankan syariah memiliki penetrasi yang rendah di kalangan generasi muda. Disebabkan kebutuhan transaksi yang lebih lengkap di era digital saat ini dibandingkan dengan produk perbankan syariah, generasi milenial lebih cenderung menggunakan perbankan konvensional. Mereka juga percaya bahwa perbankan konvensional menjadi pilihan utama ketika mereka membutuhkan transaksi keuangan yang cepat.

Fenomena ini menciptakan paradoks menarik yang dapat diidentifikasi dalam studi, karena meski kesadaran akan keuangan secara komposit meningkat di

kalangan generasi muda 18-25 tahun (Otoritas Jasa Keuangan, 2024) dengan 70,19% dan literasi keuangan syariah 42,94%, namun tingkat inkusi syariahnya hanya 11,18%. Padahal, proyeksi demografis dari Indonesia menunjukkan bahwa mulai pada tahun 2030, 60% populasi Indonesia akan didominasi oleh usia produktif (Sari, 2024). Masalah ini tentunya sangat kritis mengingat potensi pasar mahasiswa sebagai bagian dari generasi muda merupakan kelompok intelektual dan *digital-savvy* yang sangat potensial menjadi indikator preferensi keuangan masa depan. Mahasiswa yang termasuk ke dalam generasi Z (orang yang lahir pada rentang tahun 1997-2012) lebih mengutamakan layanan keuangan yang cepat, mudah diakses, serta transparan, serta cenderung mengevaluasi produk berdasarkan nilai manfaat praktis. Fenomena kesenjangan antara literasi dengan praktik ini menunjukkan bahwa pengetahuan yang memadai belum otomatis terjemahkan menjadi penggunaan aktif rekening syariah. Di sinilah urgensi akademik dan praktis penelitian ini muncul, mengingat mayoritas mahasiswa adalah Muslim produktif dan melek teknologi. Rendahnya adopsi rekening bank syariah menunjukkan ada faktor non-religiusitas lain yang perlu diidentifikasi secara mendalam.

Penjelasan mengenai fenomena penerimaan konsumen terhadap aplikasi baru dapat didasarkan pada kerangka teori *The Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2* (UTAUT2) yang telah terbukti relevan dan komprehensif dalam menjelaskan perilaku adopsi teknologi (Koenig-Lewis et al., 2015). Pemilihan UTAUT2 sebagai landasan teoritis didasari oleh kemampuannya dalam memprediksi faktor-faktor yang memengaruhi niat dan perilaku pengguna, baik dari sisi internal maupun eksternal. Teori ini mengintegrasikan berbagai konsep dari model sebelumnya seperti *Theory of Planned Behavior* (TPB), *Theory of Reasoned Action* (TRA), dan *Technology Acceptance Model* (TAM), sehingga memberikan pendekatan analitis yang lebih holistik. Penggunaan UTAUT2 pada awal pembahasan bertujuan memperkuat dasar argumentasi teoritis sekaligus memberikan arah yang sistematis dalam menganalisis fenomena adopsi teknologi, sebagaimana telah dibuktikan dalam berbagai studi empiris, termasuk pada konteks penggunaan e-wallet dan e-learning.

UTAUT2 merupakan pengembangan dari teori UTAUT1 yang dikembangkan oleh (Venkatesh et al., 2003, 2012). Teori ini telah banyak

digunakan dalam menjelaskan dan mengatasi berbagai faktor pendorong adopsi teknologi, baik dari aspek individu maupun lingkungan (Koenig-Lewis et al., 2015). Dengan menggabungkan elemen-elemen dari berbagai teori penerimaan teknologi yang telah ada sebelumnya, UTAUT2 mampu menilai dan memprediksi tingkat adopsi teknologi secara lebih akurat (Angelina & Yasin, 2024). Keberhasilan teori ini dalam menjelaskan niat adopsi telah dibuktikan dalam berbagai konteks, seperti penggunaan *e-wallet* (Hidayat et al., 2020) dan *e-learning* (Utomo et al., 2021). Secara keseluruhan, UTAUT2 memiliki keunggulan signifikan karena menyatukan berbagai pendekatan teoretis yang telah terbukti efektif, sehingga sangat efisien dalam menginterpretasikan niat dan perilaku penggunaan teknologi secara aktual.

Beberapa penelitian terdahulu pernah menguji faktor pendorong penggunaan bank syariah seperti alasan mereka berpindah dari bank konvensional ke bank syariah dengan mendapat kesimpulan bahwa semakin tinggi tingkat kepuasan nasabah, maka niat berpindahnya semakin rendah dan didapati juga bahwa diperlukan adanya daya tarik yang besar dan pengaruh lingkungan sehingga dapat memperkuat alasan nasabah untuk berpindah (Monoarfa et al., 2024). Penelitian lain menunjukkan bahwa alasan menabung pada bank syariah dipengaruhi oleh religiusitas, literasi keuangan syariah, halal lifestyle, rekomendasi keluarga, pengaruh lingkungan, bagi hasil, norma subjektif dan juga perlu disertai dengan pembiasaan dan pendidikan syariah yang baik (Bananuka et al., 2020; Jasri et al., 2020; Johan et al., 2020; Nugraheni & Widyani, 2021). Sehingga dapat disimpulkan bahwa untuk mengetahui alasan nasabah untuk menggunakan bank syariah dapat dilihat dari banyak aspek, dan religiusitas hanya sebagian kecil dari alasan nasabah.

Lebih lanjut, sebagian besar studi sebelumnya lebih berfokus pada faktor-faktor yang mendorong minat individu dalam menggunakan layanan bank syariah. Misalnya, penelitian yang mengkaji determinan yang memengaruhi keputusan konsumen dalam memilih produk perbankan syariah (Dean et al., 2022). Demikian pula studi yang dilakukan terbatas pada analisis variabel-variabel yang berkaitan dengan keputusan membuka rekening di bank syariah (Nugraheni et al., 2020). Namun, hingga kini belum terdapat kajian yang komprehensif yang secara eksplisit mengeksplorasi alasan keengganannya atau penolakan terhadap penggunaan bank

syariah. Pendekatan seperti ini dapat ditemukan dalam studi lain yang menyoroti aspek resistensi, misalnya pada keengganan pelajar dalam menggunakan sepeda (Indrawan et al., 2020) atau minimnya minat mahasiswa di bidang akademik kesehatan (Joshi et al., 2022).

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, perbankan syariah di Indonesia, khususnya Bank Syariah Indonesia (BSI), menargetkan perluasan pangsa pasar dan peningkatan literasi keuangan syariah di kalangan generasi muda, namun tingkat penetrasinya masih tertinggal dibandingkan bank konvensional, termasuk pada segmen mahasiswa yang seharusnya menjadi agen perubahan (Bank Syariah Indonesia, 2023). Mahasiswa merupakan segmen potensial sekaligus pengguna aktif layanan digital yang seharusnya menjadi motor penggerak ekonomi syariah. Jika keengganan mahasiswa menggunakan BSI tidak segera dipahami dan diatasi, hal ini dapat menyebabkan stagnasi pangsa pasar, rendahnya literasi keuangan syariah, hilangnya momentum digitalisasi, serta terbentuknya persepsi negatif yang mengakar. Kondisi ini berpotensi menghambat pertumbuhan Dana Pihak Ketiga (DPK) dan memperlemah daya saing BSI di era perbankan digital. Dampak ini tidak hanya memengaruhi keberlangsungan BSI, tetapi juga menghambat tercapainya target inklusi keuangan nasional dan cita-cita penguatan ekonomi berbasis syariah. Oleh karena itu, penelitian ini mendesak dilakukan agar dapat mengidentifikasi faktor penyebab keengganan tersebut dan merumuskan strategi efektif untuk menarik minat mahasiswa sejak dini, sehingga mendukung penguatan ekonomi syariah jangka panjang.

Selanjutnya, fokus mayoritas penelitian terdahulu adalah pada adopsi atau minat menggunakan bank syariah dengan variabel religiusitas (Alzadjal et al., 2022; Islam et al., 2024; Nugraheni & Widyan, 2021; Santoso & Adawiyah, 2019). Belum ada studi yang secara khusus menyoroti alasan keengganan mahasiswa muslim dalam menggunakan rekening bank syariah terutama dalam hal non-religiusitas yang ternyata lebih signifikan dalam pasar generasi muda. Kurangnya perspektif kontradiktif dalam penelitian menyebabkan strategi pengembangan perbankan syariah menjadi bias dan kurang efektif, karena tidak mempertimbangkan alasan resistensi dari kelompok potensial yang belum tertarik. Sehingga diperlukan adanya penelitian lebih lanjut mengenai alasan apa saja yang

menjadi faktor keengganan dalam menabung atau memiliki rekening di Bank Syariah Indonesia melalui segmen strategis dan potensial yang direpresentasikan oleh mahasiswa sebagai upaya memahami hambatan sekaligus peluang peningkatan inklusi keuangan syariah terutama dalam hal inovasi dan layanan perbankan. Berlandaskan hal tersebut, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian berjudul **“KEENGGANAN MAHASISWA MUSLIM MENGGUNAKAN REKENING BANK SYARIAH: STUDI KASUS PADA BANK SYARIAH INDONESIA”**

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, penulis mengidentifikasi masalah dalam penelitian diantaranya sebagai berikut:

1. Meskipun Indonesia merupakan negara dengan populasi Muslim terbesar di dunia, tingkat literasi keuangan syariah belum menunjukkan peningkatan signifikan sesuai dengan potensinya (Badan Pusat Statistik Kota Samarinda, 2024; World Population Review, 2025).
2. Indeks literasi keuangan syariah hanya 39,11% jauh tertinggal dibandingkan konvensional sebesar 65,08% (Otoritas Jasa Keuangan, 2024).
3. Merger BSI belum mampu memenuhi target market share 20% pada 2024, dengan capaian hanya 7,46% dan masih tertinggal dari negara Muslim lain (Azizi, 2022; KNEKS, 2018; Sebayang, 2018; Suheriadi, 2020).
4. Kesenjangan antara potensi pasar dan rendahnya penetrasi menimbulkan pertanyaan tentang faktor yang memengaruhi preferensi masyarakat Muslim terhadap perbankan syariah. (Badan Pusat Statistik Kota Samarinda, 2024; Otoritas Jasa Keuangan, 2024; World Population Review, 2025).
5. Faktor non-religiusitas memiliki pengaruh lebih signifikan dibandingkan dengan faktor religiusitas dalam hal preferensi perbankan masyarakat Indonesia (Kartika & Kirom, 2024; Poerwanti Syam, 2018).
6. Kesenjangan teknologi dan infrastruktur antara bank syariah dan bank konvensional semakin memperkuat dominasi faktor non-religiusitas (Emriana Parapat et al., 2023).
7. Meski memahami perbedaan bank syariah dan konvensional, sebagian besar masyarakat tetap memilih bank konvensional karena kemudahan akses

- infrastrukturnya (Araffi & Haryono, 2022; Emriana Parapat et al., 2023; Ghofar et al., 2024; Niki et al., 2015).
8. Generasi Z mengeluhkan sulitnya akses dan rendahnya kemudahan penggunaan layanan digital bank syariah dibandingkan bank konvensional (Islam et al., 2024; Mansyur & Ali, 2022; Monoarfa et al., 2024; Muzdalipah & Mahmudi, 2023).
 9. Minimnya minat generasi muda terhadap perbankan syariah menjadi tantangan serius bagi perkembangan industri ini, terutama mengingat dominasi generasi muda di masa depan Indonesia (Otoritas Jasa Keuangan, 2023).
 10. Tingkat inklusi perbankan syariah pada generasi muda berumur 18-25 tahun hanya 11,18% (Otoritas Jasa Keuangan, 2024).

1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan identifikasi masalah diatas, penulis mengajukan beberapa pernyataan penelitian sebagai berikut :

1. Bagaimana tingkat *performance expetancy*, *effort expetancy*, *social influence*, *facilitating conditions*, *hedonic motivation*, *habit*, literasi keuangan syariah pada keengganan mahasiswa muslim menggunakan rekening Bank Syariah Indonesia?
2. Bagaimana pengaruh *performance expetancy* terhadap keengganan mahasiswa muslim menggunakan rekening bank syariah?
3. Bagaimana pengaruh *effort expetancy* terhadap keengganan mahasiswa muslim menggunakan rekening bank syariah?
4. Bagaimana pengaruh *social influence* terhadap keengganan mahasiswa muslim menggunakan rekening bank syariah?
5. Bagaimana pengaruh *facilitating conditions* terhadap keengganan mahasiswa muslim menggunakan rekening bank syariah?
6. Bagaimana pengaruh *hedonic motivation* terhadap keengganan mahasiswa muslim menggunakan rekening bank syariah?
7. Bagaimana pengaruh *habit* terhadap keengganan mahasiswa muslim menggunakan rekening bank syariah?

8. Bagaimana pengaruh literasi keuangan syariah terhadap keengganan mahasiswa muslim menggunakan rekening bank syariah?

1.4 Tujuan Penelitian

Secara umum penelitian ini bertujuan untuk mengkaji alasan dari keengganan mahasiswa muslim untuk menabung atau memiliki rekening di Bank Syariah Indonesia dengan konstruk UTAUT2 yang dipadukan dengan literasi keuangan syariah pada non-pemilik rekening bank syariah. Penelitian ini juga bertujuan untuk memperoleh gambaran seberapa jauh Bank Syariah Indonesia dalam melakukan inovasi, pengembangan dan penyesuaian produknya dalam melayani nasabah generasi muda di era globalisasi dewasa ini.

1.5 Manfaat Penelitian

Setelah mengetahui tujuan dari penelitian ini, penulis berharap dengan adanya penelitian ini, dapat memberikan bermanfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Diharapkan penelitian ini dapat memperluas wawasan pembaca terkait perilaku konsumen dan upaya inovasi bisnis yang dilakukan oleh sebuah perusahaan, penelitian ini juga dapat menjadi dasar bagi pengembangan model atau kerangka teoritis yang relevan untuk memahami dinamika adopsi layanan keuangan syariah di kalangan generasi muda Muslim. Selain itu, penelitian ini juga dapat dijadikan sebagai rujukan atau referensi untuk penelitian selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

Secara praktis, penelitian ini memberikan gambaran nyata mengenai faktor-faktor yang menyebabkan rendahnya minat mahasiswa Muslim terhadap penggunaan bank syariah. Hasil penelitian ini dapat dimanfaatkan oleh pihak perbankan syariah sebagai bahan evaluasi untuk menyusun strategi pemasaran yang lebih tepat sasaran, khususnya dalam menyasar segmen generasi muda. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat lebih meningkatkan kesadaran mahasiswa Muslim akan pentingnya memilih layanan keuangan yang sejalan dengan prinsip-prinsip syariah dan praktiknya dalam kehidupan sehari-hari.