

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sistem perbankan syariah merupakan komponen integral dari industri keuangan global yang tumbuh dengan cepat dalam ranah keuangan Islam (R. Kasri, 2020) (Fanny Arumsari, 2018). Sejak perkembangannya, perbankan syariah telah mengalami pertumbuhan yang signifikan, baik di negara-negara Islam maupun di dunia barat (Mir, Iftikhar, & Ahsan, 2019). Di negara-negara dengan mayoritas penduduk beragama Islam, seperti di Asia Tenggara, contohnya Indonesia dan Malaysia (Niam & Wardana, 2022) (Ghozali et al., 2019). Malaysia menjadi pemimpin dalam pengembangan perbankan syariah di antara negara-negara ASEAN, dengan Indonesia menyusul sebagai salah satu yang mengikutinya. Di Indonesia, bank pertama yang menerapkan prinsip syariah adalah Bank Muamalat Indonesia (BMI), yang didirikan pada tanggal 1 November 1991 dan mulai beroperasi pada tanggal 1 Mei 1992 (Permana & Mustofa, 2023). Sejak saat itu, sektor perbankan syariah di Indonesia mengalami pertumbuhan yang signifikan, didukung oleh regulasi dan kebijakan pemerintah yang semakin mendukung.

Pertumbuhan bank syariah di Indonesia melampaui rata-rata pertumbuhan bank konvensional, terutama pada tahun 2007 sampai 2011 dengan rata-rata 40,2% per tahun, sementara perbankan nasional hanya sebesar 16,7% per tahun (Suryanto & Susanti, 2020). Menurut data dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK), hingga Agustus 2024, total aset perbankan syariah mencapai angka yang mengesankan, yaitu Rp 902,39 triliun. Angka ini menunjukkan pertumbuhan yang positif dibandingkan periode sebelumnya. Secara keseluruhan, total aset industri keuangan syariah di Indonesia, yang mencakup perbankan syariah, industri keuangan non-bank syariah, dan pasar modal syariah, mencapai Rp 2.742,28 triliun per Agustus 2024. Hal ini mencerminkan peningkatan kepercayaan masyarakat terhadap layanan keuangan syariah. Oleh karena itu, seiring dengan meningkatnya

permintaan, beberapa bank konvensional mulai membuka Unit Usaha Syariah (UUS) untuk memenuhi kebutuhan nasabah yang menginginkan layanan berbasis syariah. Hal ini sebagian disebabkan oleh kebutuhan akan lembaga keuangan yang mematuhi prinsip-prinsip syariah serta meningkatnya kesadaran akan pentingnya keuangan yang sesuai dengan prinsip agama (Soemitra, 2016).

Sebuah artikel yang ditulis oleh (Wahyudi et al., 2024) juga membahas potensi bisnis perbankan syariah di Indonesia pada tahun 2024. Artikel tersebut menyoroti peluang seperti meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap produk keuangan syariah dan dukungan kebijakan pemerintah. Pemerintah Indonesia melalui Bank Indonesia (BI) dan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) telah mengeluarkan berbagai regulasi untuk mendukung perkembangan perbankan syariah. Undang-Undang Perbankan Syariah (UU No. 21 Tahun 2008) memberikan kerangka hukum yang jelas bagi operasional bank syariah. Pemerintah juga mendirikan Komite Nasional Keuangan Syariah (KNKS) yang bertujuan untuk memperkuat koordinasi dalam pengembangan keuangan syariah di Indonesia. Produk-produk yang ditawarkan oleh perbankan syariah ini, tidak hanya diminati di Indonesia, tetapi juga di berbagai negara, termasuk di negara-negara di mana mayoritas penduduknya bukan Muslim seperti Amerika Serikat, Australia, India, Argentina, Thailand, Jerman, serta negara-negara Eropa dan Asia (Bananuka et al., 2019a). Di Asia, Brunei Darussalam juga fokus dalam memajukan sektor perbankan syariah, sementara Singapura, meskipun sebagai negara minoritas Muslim, juga memiliki tekad untuk mengembangkan industri perbankan syariah. Tekad ini juga tercermin di negara-negara minoritas Muslim lainnya seperti Filipina dan Thailand yang berupaya menyediakan layanan perbankan syariah di negara mereka (Ghozali et al., 2019).

Secara keseluruhan, perkembangan bank syariah di Indonesia berjalan dengan baik, didukung oleh regulasi yang memadai dan respon positif dari masyarakat, perbankan syariah di Indonesia memiliki prospek yang cerah. Studi yang ditulis oleh (Faadilah & Ilham, 2024) menekankan pentingnya

adaptasi teknologi digital untuk meningkatkan efisiensi operasional dan pelayanan kepada nasabah. Transformasi digital dianggap sebagai kunci untuk bersaing dan memenuhi ekspektasi nasabah modern. Berkembangnya teknologi informasi dan komunikasi, juga membawa inovasi dalam perbankan syariah yang menawarkan alternatif layanan keuangan digital, seperti mobile banking yang turut berperan dalam meningkatkan penggunaan layanan bank syariah, khususnya di kalangan muda, termasuk Gen Y dan Gen Z, yang bersama-sama menyumbang porsi yang signifikan (sekitar 50%) dari populasi kawasan Asia-Pasifik (Kim et al., 2020). Berdasarkan Badan Pusat Statistik Tahun 2023, populasi Indonesia didominasi oleh generasi Z, yaitu dengan jumlah sekitar 74,93 juta jiwa atau 27.94% penduduk. Mereka tersebar dalam berbagai wilayah di Indonesia. Adapun menurut data Kementerian Dalam Negeri (Kemendagri), jumlah penduduk generasi Z yang berusia 10-24 tahun sebanyak 68.662.815 jiwa hingga 31 Desember 2021. Dari jumlah tersebut, generasi Z paling banyak berada di Jawa Barat, yakni 11.886.058 jiwa. Posisi kedua ditempati oleh Jawa Timur dengan jumlah penduduk generasi Z sebesar 9.252.385 jiwa. Lalu, Jawa Tengah memiliki 8.511.476 penduduk generasi Z.

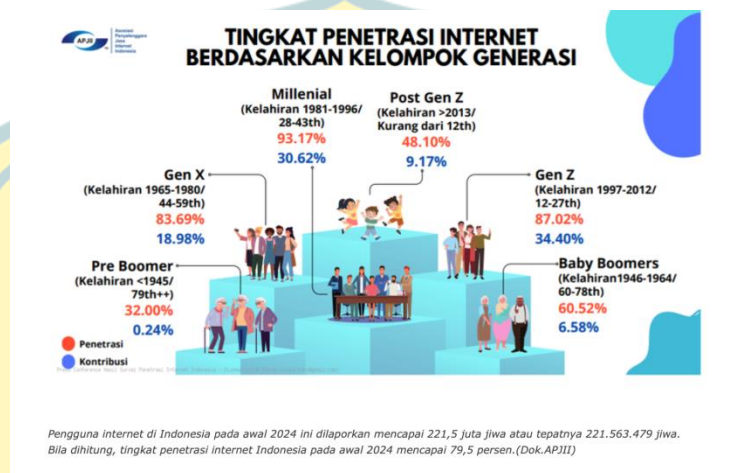


Sumber: Kementerian Dalam Negeri, 2021

Gambar 1.1 Peta Sebaran Populasi Generasi Z di Indonesia

Kehadiran gen Z dianggap penting bagi digitalisasi perbankan syariah untuk menjadi pasar yang sangat menjanjikan. Keseharian generasi Z yang

tak luput dari internet menyebabkan layanan digital perbankan menjadi pilihan yang sesuai dengan karakteristik generasi Z yang selalu ingin praktis dan efisien (Candy & Batubara, 2022). Menurut survei yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet di Indonesia (APJII), jumlah pengguna internet di Indonesia pada awal tahun 2024 mencapai 221,5 juta orang, tepatnya 221.563.479 jiwa. Dari total tersebut, generasi Z (lahir antara tahun 1997-2012 dengan rentang usia 12-27 tahun) merupakan kelompok usia dengan koneksi internet terbanyak, yaitu sebesar 34,4%.



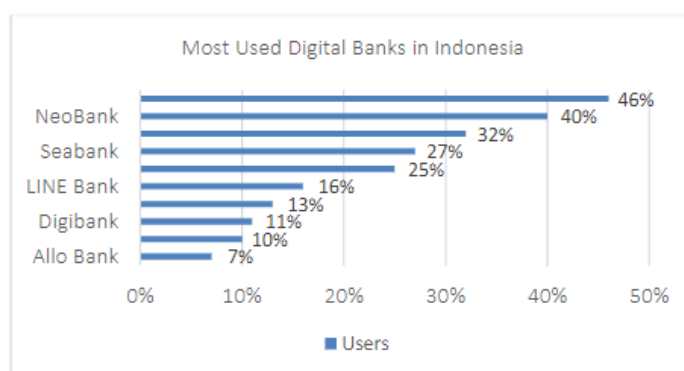
Sumber: APJII, 2024

Gambar 1.2 Peta Sebaran Populasi Generasi Z di Indonesia

Kemajuan teknologi informasi telah mengubah cara bank syariah menawarkan produk dan layanan mereka, memungkinkan peningkatan efisiensi operasional dan aksesibilitas bagi nasabah. Bank Indonesia (BI) mencatat bahwa transaksi perbankan digital pada tahun 2022 meningkat sebesar 28,72% dibandingkan tahun sebelumnya, mencapai Rp 52.545,8 triliun. Lebih lanjut, BI memproyeksikan pertumbuhan transaksi perbankan digital pada tahun 2023 sebesar 22,13% menjadi Rp 64.175,1 triliun. Data menunjukkan peningkatan signifikan dalam penggunaan layanan perbankan digital syariah. Sebagai contoh, hingga Juni 2022, pengguna BSI Mobile mencapai 4,07 juta, meningkat sebesar 81% dibandingkan periode sebelumnya. Selain itu, total transaksi QRIS BSI pada periode yang sama mencapai 2,7 juta transaksi dengan nilai mencapai Rp 524 miliar,

menunjukkan adopsi yang kuat terhadap layanan pembayaran digital (Sitompul, 2022). Seiring dengan meningkatnya jumlah pengguna perbankan digital, kinerja keuangan bank yang didorong oleh digitalisasi juga mengalami peningkatan (Azman & Zabri, 2022); (Metawie & Mosallamy, 2022). Selain itu, Laporan Studi Analisis Ekosistem dan Persepsi terhadap bank digital di Indonesia menyatakan pengguna bank digital didominasi oleh Gen Z sebanyak 60% sementara sisanya 40% merupakan generasi milenial. Tingginya penggunaan Bank digital oleh Gen Z dikarenakan generasi ini merupakan generasi digital natif yang tumbuh dengan akses internet dan teknologi digital sejak usia muda (Adinda, 2022).

Gen Z memainkan peran penting dalam ekosistem perekonomian digital. Gen Z menginginkan layanan yang cepat, sederhana, dan transparan. Oleh karena itu, bank syariah perlu berinovasi dalam layanan digital mereka untuk memenuhi ekspektasi generasi ini (Nurhaliza, 2024). Berbagai inisiatif untuk mendukung transformasi digital telah dilakukan oleh Bank Syariah di Indonesia. Misalnya, PT Bank Syariah Indonesia (BSI) meluncurkan SuperApp BYOND by BSI pada November 2024 sebagai upaya untuk menjawab tantangan digitalisasi di industri perbankan. Langkah ini menunjukkan komitmen perbankan syariah dalam meningkatkan layanan digital bagi nasabah (Primantoro, 2024).



Sumber: (Qulub et al., 2024)

Gambar 1.3 Penggunaan Digital Bank oleh Generasi Z

Meskipun perbankan digital syariah memiliki potensi besar di kalangan gen Z. Keberhasilan perbankan digital tidak hanya bergantung pada ketersediaan aplikasi yang disediakan oleh bank, tetapi juga pada kemampuan untuk meyakinkan nasabah agar menggunakannya sebagai alternatif dari interaksi langsung di kantor bank (Shaikh & Karjaluto, 2015). (Meuter et al., 2005) menekankan bahwa tantangan utama bukan terletak pada pengelolaan teknologi, melainkan pada bagaimana meyakinkan nasabah untuk mencobanya. Sebagai contoh, kasus Bank Syariah Indonesia (BSI) yang terkena serangan siber pada tanggal 8 Mei 2023 yang menyebabkan hampir semua layanan kepada nasabah lumpuh, juga memberikan dampak signifikan terhadap persepsi dan niat gen Z dalam menggunakan layanan mobile banking syariah. Dalam konteks ekspektasi kinerja (*performance expectancy*) gen Z mengharapkan bahwa penggunaan mobile banking syariah akan memberikan kemudahan, efisiensi, dan keamanan dalam bertransaksi. Namun, insiden serangan siber pada BSI yang menyebabkan gangguan layanan selama beberapa hari dapat menurunkan ekspektasi kinerja mereka terhadap layanan tersebut. Gangguan ini mungkin menimbulkan keraguan tentang keandalan dan keamanan sistem perbankan syariah (Respati & Sukmana, 2023). Hal ini tentunya dapat menurunkan tingkat kepercayaan dan niat penggunaan mobile banking syariah di kalangan generasi muda. Penelitian yang dilakukan oleh (Febrian et al., 2023) menemukan bahwa kepercayaan, keamanan, serta kemudahan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan internet banking secara berkelanjutan.

Dalam konteks ekspektasi usaha (*effort expectancy*), gen Z, sebagai digital natives, cenderung menginginkan layanan yang intuitif dan mudah digunakan. Gangguan layanan akibat serangan siber dapat meningkatkan persepsi mereka bahwa penggunaan mobile banking syariah memerlukan usaha lebih, seperti mencari alternatif layanan atau mengatasi masalah teknis, yang pada akhirnya dapat menurunkan niat mereka untuk menggunakan layanan tersebut. Berita tentang serangan siber dan potensi kebocoran data di BSI juga dapat mempengaruhi opini publik dan komunitas gen Z. Jika

lingkungan sosial (*social influence*) mereka menunjukkan ketidakpercayaan atau kekhawatiran terhadap keamanan mobile banking syariah, hal ini dapat mempengaruhi niat mereka untuk menggunakan layanan tersebut. Setelah insiden serangan siber, BSI menyatakan telah mengambil langkah-langkah untuk meningkatkan keamanan dan melindungi data nasabah. Namun, persepsi gen Z terhadap kesiapan infrastruktur dan dukungan teknis dari bank syariah mungkin terpengaruh. Jika mereka merasa bahwa kondisi yang memfasilitasi (*facilitating conditions*) tidak memadai, niat mereka untuk menggunakan *mobile banking* syariah dapat menurun. Sehingga, ini menjadi tantangan yang harus bank syariah perbaiki guna meyakinkan nasabah, khususnya gen Z untuk mau mencobanya.

Adapun, bila dirinci berdasarkan kategori provinsi, penetrasi pengguna internet tertinggi atau di atas 80% berada di Banten dengan 89,10% dan diikuti oleh DKI Jakarta dengan 86,96%. Berdasarkan data kependudukan Direktorat Jenderal Kependudukan dan Pencatatan Sipil (Dukcapil) Kementerian Dalam Negeri, jumlah penduduk Provinsi Banten mencapai 12,47 juta jiwa pada pertengahan tahun 2024 ini. Banten merupakan sebuah provinsi dengan memiliki 8 Kabupaten/Kota antara lain: Kabupaten Lebak, Kabupaten Pandeglang, Kabupaten Serang, Kabupaten Tangerang, Kota Cilegon, Kota Serang, Kota Tangerang, dan Kota Tangerang Selatan.

Kabupaten Tangerang merupakan wilayah dengan jumlah penduduk terbanyak di Provinsi Banten, yaitu 3,31 juta jiwa atau 26,54% dari total penduduk. Diikuti Kota Tangerang dengan jumlah penduduk 1,91 juta jiwa (15,34%), Kab. Serang 1,73 juta jiwa (13,88%), Kab. Lebak 1,49 juta jiwa (11,99%), Kota Tangerang Selatan 1.410.000 jiwa (11,34%), Kabupaten Pandeglang 1,4 juta jiwa (11,24%), Kota Serang 736.000 jiwa (5,9 %). Sementara, Kota Cilegon merupakan kabupaten/kota dengan jumlah penduduk paling sedikit, yakni hanya 470 ribu jiwa (3,77%). Perkembangan pembangunan pada 8 Kabupaten/Kota tersebut bergerak sangat dinamis, tak terkecuali perkembangan internet, dan teknologi digital yang kini semakin marak di masyarakat Banten pada khususnya.

Meskipun penetrasi pengguna internet tertinggi berada di Banten, namun rata-rata implementasi pemanfaatan teknologi oleh masyarakat Banten masih sangat rendah. Kemampuan keterampilan digital pun masih rendah, dalam implementasinya pun baru mencapai sebesar 32,01% dari jumlah penduduk di Provinsi Banten. Pertumbuhan platform digital masih mencapai 22,35%, sedangkan tingkat pemanfaatan teknologi digital di Provinsi Banten, berdasarkan data Indeks Masyarakat Digital Indonesia yang dirilis oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika RI, menunjukkan angka 44,55% pada seluruh parameter penilaian. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat digital dan digital native untuk generasi Y (Milenial), Generasi Z (GenZ) dan Generasi Alpha masih belum tercipta.

Berdasarkan SNLIK tahun 2024 menunjukkan segmen penduduk yang memiliki tingkat literasi dan inklusi keuangan yang lebih rendah dibandingkan tingkat nasional, yakni berdasarkan kelompok umur, yaitu penduduk umur 15-17 tahun dan 51-79, Dimana kategori umur ini masuk kedalam generasi Z dan generasi X.

Berdasarkan monitoring isu penipuan sistem pembayaran yang disampaikan oleh Bank Indonesia, Tangerang termasuk dalam tiga kota domisili pelapor terbanyak dengan 3,8% dan menempati urutan ke-3 setelah Jakarta (14,1%) dan Surabaya (3,9%), dengan profil pelapor Gen Z (46,48%), milenial (45,31%), dan gen X (7,78%), dimana kategori pengaduan terkait jual beli online (53,27%), judi online (14,41%), dan *skimming* (8,98%). Hal ini merupakan sebuah fenomena dimana masih terdapat gen Z yang belum memanfaatkan aplikasi *mobile banking* karena adanya beberapa kekurangan dalam penggunaannya, seperti risiko pencurian data melalui teknik *skimming* atau modus penipuan, yang kemungkinan dapat dilakukan oleh peretas (Hapsari & Hayati, 2024). Minat generasi Z untuk memilih suatu produk bank syariah atau menjadikan bank syariah sebagai tempat bertransaksi keuangan umumnya dipengaruhi oleh tingkat pengetahuan dan pemahaman mereka terhadap produk-produk yang dipasarkan oleh lembaga keuangan khususnya perbankan syariah yang menyebabkan mereka bersikap

menggunakan produk tersebut (Samsul & Ismawati, 2020). Penelitian yang dilakukan oleh (Latuconsina et al., 2020) yang meneliti tingkat literasi keuangan syariah di kalangan siswa Madrasah Aliyah Negeri (MAN) di Kota Tangerang menunjukkan bahwa tingkat literasi keuangan syariah siswa MAN di Kota Tangerang berada pada kategori sedang, dengan nilai rata-rata 68,10%. Aspek yang paling dikuasai adalah pengetahuan dasar keuangan syariah (74,38%), diikuti oleh pemahaman tentang lembaga keuangan syariah (72,50%), tabungan dan pinjaman syariah (69,35%), akad dalam keuangan syariah (69,34%), dan keuangan pribadi (54,97%).

Selain itu, penelitian oleh (Anita et al., 2023) memiliki temuan bahwa gaya hidup memiliki pengaruh yang lebih kuat dibandingkan dengan literasi keuangan syariah dalam menentukan pengelolaan keuangan syariah siswa. Siswa dengan gaya hidup yang lebih disiplin, seperti menabung secara teratur, menghindari pengeluaran yang berlebihan, dan memiliki pola konsumsi yang bijak, lebih mampu mengelola keuangan mereka sesuai dengan prinsip syariah.

Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh (Ramadhani et al., 2021) pada mahasiswa yang berdomisili di Tangerang Selatan menunjukkan bahwa untuk meningkatkan jumlah nasabah bank syariah di kalangan mahasiswa, penting bagi bank syariah untuk fokus pada peningkatan literasi keuangan syariah, merancang promosi yang efektif, dan menyediakan kualitas pelayanan yang baik. Kemudian, pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan di Pondok Pesantren Al-Jadid, Kecamatan Kopo, Kabupaten Serang oleh (Rohim et al., 2021) menunjukkan bahwa pemahaman santri terkait literasi keuangan syariah pada saat dilakukan tes pendahuluan masih rendah, dengan nilai rata-rata 55,71 pada skala 100. Beberapa peserta bahkan mendapatkan nilai rendah (kisaran 30-40), yang menunjukkan kebutuhan mendesak akan sosialisasi tentang ekonomi dan keuangan syariah. Terakhir, penelitian yang dilakukan oleh (Budiman, 2021) memberikan kesimpulan bahwa literasi keuangan mahasiswa jurusan ekonomi syari'ah di Kabupaten Lebak masuk kedalam kategori rendah karena berada dibawah $< 60\%$.

Berdasarkan data-data dan fenomena beberapa daerah di Provinsi Banten tersebut, dapat dikatakan bahwa literasi keuangan syariah gen Z di Provinsi Banten masih tergolong rendah dan belum melek teknologi digital.

Dengan mempertimbangkan hal ini, penelitian ini mengkaji faktor-faktor yang memengaruhi niat perilaku nasabah perbankan syariah gen Z di Banten dalam menggunakan layanan perbankan syariah dengan menerapkan *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT) sebagaimana dikemukakan oleh (Venkatesh et al., 2003). Teori UTAUT (*Unified Theory of Acceptance and Use of Technology*) adalah kerangka kerja yang digunakan untuk memahami faktor-faktor yang memengaruhi penerimaan dan penggunaan teknologi (Williams et al., 2015). Dalam konteks penelitian ini, teori UTAUT dapat diterapkan untuk memahami faktor-faktor yang mempengaruhi niat Generasi Z dalam menggunakan layanan perbankan syariah.

Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) yang dikembangkan oleh (Venkatesh et al., 2003) adalah model teoritis yang dirancang untuk mempelajari dan menilai tingkat penerimaan dan penggunaan teknologi informasi. Model ini menggabungkan fitur-fitur terbaik yang berasal dari delapan teori penerimaan teknologi yang telah ada sebelumnya menjadi satu teori. Dengan demikian, dibandingkan dengan model penelitian sebelumnya, model UTAUT terbukti 70% lebih berhasil dalam menjelaskan varian niat menggunakan teknologi. UTAUT terbentuk dari empat penyusun utama yaitu ekspektasi kinerja (*performance expectancy*), ekspektasi usaha (*effort expectancy*), pengaruh sosial (*social influence*) dan kondisi yang memfasilitasi (*facilitating conditions*) (Venkatesh et al., 2003).

Ekspektasi kinerja (*performance expectancy*) didefinisikan sebagai seberapa besar seorang individu mempercayai bahwa penggunaan suatu teknologi akan membantu meningkatkan kinerja seseorang. Semakin tinggi ekspektasi kinerja, semakin kuat keinginan seseorang untuk menggunakan teknologi tersebut (Venkatesh et al., 2003). Tinjauan literatur yang luas

mendukung dampak positif dari ekspektasi kinerja terhadap niat perilaku dalam berbagai konteks perdagangan mobile (Alalwan et al., 2017; Thusi & Maduku, 2020). Sebuah studi oleh (Alalwan et al., 2017) mengidentifikasi ekspektasi kinerja sebagai faktor penting yang menentukan niat perilaku pelanggan Yordania untuk menerima perbankan mobile.

Ekspektasi usaha (*effort expectancy*) didefinisikan sebagai kemudahan yang dirasakan seorang individu sehubungan dengan penggunaan sistem teknologi. Semakin tinggi ekspektasi usaha, semakin besar keinginan seseorang untuk menggunakan teknologi tersebut (Venkatesh et al., 2003). Studi tentang faktor-faktor penentu adopsi mobile banking di kalangan masyarakat Yordania, (Alalwan et al., 2017) mengidentifikasi effort expectancy sebagai determinan penting niat adopsi. (Albashrawi et al., 2017) mencapai kesimpulan yang sama dengan mengamati sampel nasabah bank di Amerika Serikat.

Pengaruh sosial (*social influence*) didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang memahami bahwa orang yang penting (misalnya, keluarga dan teman) mempercayai bahwa mereka harus menggunakan sistem teknologi baru (Venkatesh et al., 2003). Orang-orang di sekitar nasabah mempunyai pengaruh penting dalam membentuk persepsi seseorang dalam memberikan penilaian tentang teknologi perbankan yang digunakan. Semakin banyak orang menggunakan teknologi, semakin besar dorongan seseorang untuk ikut memanfaatkan penggunaan teknologi baru (Venkatesh et al., 2003). Penelitian lanjutan (Thusi & Maduku, 2020) juga menemukan hubungan yang kuat antara social influence dan behavioural intention.

Kondisi yang memfasilitasi (*facilitating conditions*) didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang meyakini bahwa adanya fasilitas dan kemampuan teknis yang mendukung untuk menggunakan sistem teknologi (Venkatesh et al., 2003). Dalam hal ini, semakin baik kondisi pemfasilitas yang tersedia maka semakin besar pula kesediaan seseorang untuk menggunakan teknologi baru tersebut. Beberapa studi lanjutan tentang penerimaan teknologi (Alalwan et al., 2017; Dwivedi et al., 2019a) telah

mengonfirmasi adanya hubungan signifikan antara *facilitating conditions* dan *behavioural intention* di satu sisi.

Attitude dianggap sebagai antecedent pertama dari niat perilaku. Seseorang akan memiliki niat untuk menunjukkan perilaku tertentu ketika ia menilainya secara positif. Individu yang memiliki attitude atau sikap keuangan yang baik maka ia akan mampu memperlihatkan sikapnya dalam mengelola keuangan dengan baik (Khairani & Alfarisi, 2019). Studi yang dilakukan oleh (Bananuka et al., 2019b) menunjukkan bahwa sikap merupakan faktor signifikan dari niat untuk mengadopsi perbankan syariah.

(Armitage & Christian, 2003) mendefinisikan *behavioural intention* sebagai sebuah pilihan yang dibuat seseorang untuk mengambil tindakan tertentu. *Behavioural intention* seseorang bergantung pada berbagai faktor, terutama dalam studi adopsi teknologi. *Behavioural intention* dan *use behaviour* merupakan dua faktor yang saling berkaitan dan eksklusif diproses dalam lingkup perilaku. *Intention* adalah suatu hal yang mempromosikan *use* (Singh & Sinha, 2020). Penggunaan menunjukkan perilaku aktual yang dilakukan setelah serangkaian evaluasi fenomena tertentu dalam adopsi teknologi tertentu (Singh & Sinha, 2020).

Islamic financial literacy telah digunakan sebagai moderator antara *social influence* dan *behavioural intention* serta *hedonic motivation* dan *behavioural intention* (Mansyur & Ali, 2022a). Literasi keuangan juga telah digunakan sebagai moderator dalam hubungan antara *performance expectancy* dan *behavioural intention*, serta *effort expectancy* dan *behavioural intention* dalam konteks perbankan (Chan et al., 2022). Namun, belum ada penelitian yang memadai yang menguji *Islamic financial literacy* sebagai moderator antara *attitude towards using digital Islamic Banking services* dan *behavioural intention* dalam kerangka teori UTAUT, khususnya dalam konteks fintech. Oleh karena itu, peneliti mengusulkan *Islamic financial literacy* sebagai moderator pada hubungan antara sikap (*attitude*) dan niat perilaku (*behavioural intention*) untuk mengisi kesenjangan pengetahuan ini dengan mengadopsi kerangka kerja UTAUT.

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dipaparkan, penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut terkait layanan digital perbankan syariah terhadap pengaruhnya pada minat generasi Z untuk menggunakan produk perbankan syariah khususnya generasi Z yang berada di Provinsi Banten. Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi pengaruh berbagai faktor dalam teori UTAUT, seperti *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, dan *facilitating condition*, serta *attitude towards using digital Islamic Banking services* terhadap niat menggunakan bank syariah (*behavioral intention*) Generasi Z dalam menggunakan layanan bank syariah dengan dimoderasi oleh *Islamic financial literacy*.

1.2 Pembatasan Penelitian

Pembatasan penelitian ini dilakukan untuk menguji pengaruh niat menggunakan layanan bank syariah pada model UTAUT dengan menggunakan variabel *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, *facilitating conditions*, *attitude towards using digital Islamic Banking services*, *behavioural intention*, dan *use behaviour* dengan *islamic financial literacy* sebagai variabel moderasi. Penelitian juga dibatasi hanya pada generasi Z yang dilakukan di Provinsi Banten, yang mencakup 8 Kabupaten/Kota, yaitu: Kabupaten Lebak, Kabupaten Pandeglang, Kabupaten Serang, Kabupaten Tangerang, Kota Cilegon, Kota Serang, Kota Tangerang, dan Kota Tangerang Selatan.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, maka dapat dibuat pertanyaan penelitian atau rumusan masalah sebagai berikut:

- a. Apakah *performance expectancy* berpengaruh terhadap *attitude*?
- b. Apakah *performance expectancy* berpengaruh terhadap *behavioural intention*?
- c. Apakah *effort expectancy* berpengaruh terhadap *attitude*?

- d. Apakah *effort expectancy* berpengaruh terhadap *behavioural intention*?
- e. Apakah *social influence* berpengaruh terhadap *behavioural intention*?
- f. Apakah *facilitating conditions* berpengaruh terhadap *behavioural intention*?
- g. Apakah *facilitating conditions* berpengaruh terhadap *use behaviour*?
- h. Apakah *attitude* berpengaruh terhadap *behavioural intention*?
- i. Apakah *behavioural intention* berpengaruh terhadap *use behaviour*?
- j. Apakah *Islamic financial literacy* mampu memoderasi antara *attitude towards using digital Islamic Banking services* dan *behavioural intention*?

1.4 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menjawab rumusan masalah yang telah dikemukakan sebelumnya, yaitu sebagai berikut:

- a. Untuk menemukan pengaruh antara *performance expectancy* terhadap *attitude*.
- b. Untuk menemukan pengaruh antara *performance expectancy* terhadap *behavioural intention*.
- c. Untuk menemukan pengaruh antara *effort expectancy* terhadap *attitude*.
- d. Untuk menemukan pengaruh antara *effort expectancy* terhadap *behavioural intention*.
- e. Untuk menemukan pengaruh antara *social influence* terhadap *behavioural intention*.
- f. Untuk menemukan pengaruh antara *facilitating conditions* terhadap *behavioural intention*.
- g. Untuk menemukan pengaruh antara *facilitating conditions* terhadap *use behaviour*.
- h. Untuk menemukan pengaruh antara *attitude towards using digital Islamic Banking services* terhadap *behavioural intention*.
- i. Untuk menemukan pengaruh antara *behavioural intention* terhadap *use behaviour*.

- j. Untuk menemukan kemampuan moderasi *Islamic financial literacy* antara *attitude* terhadap *behavioural intention*.

1.5 Signifikansi Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi baik secara teoritis maupun praktis bagi dunia pendidikan dan penelitian khususnya di bidang manajemen keuangan.

1.5.1 Manfaat Teoritis

- a. Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi pada bidang ilmu manajemen khususnya konsentrasi keuangan, terkait teori perilaku keuangan.
- b. Memberikan andil bagi tema penelitian yang akan datang melalui bangunan teoritikal yang disajikan, dengan keterbatasan-keterbatasan yang belum dapat diuji secara empirik.
- c. Relevansi aspek perilaku keuangan yang terkait dengan kepercayaan diri seseorang dalam membuat keputusan.

1.5.2 Manfaat Praktis

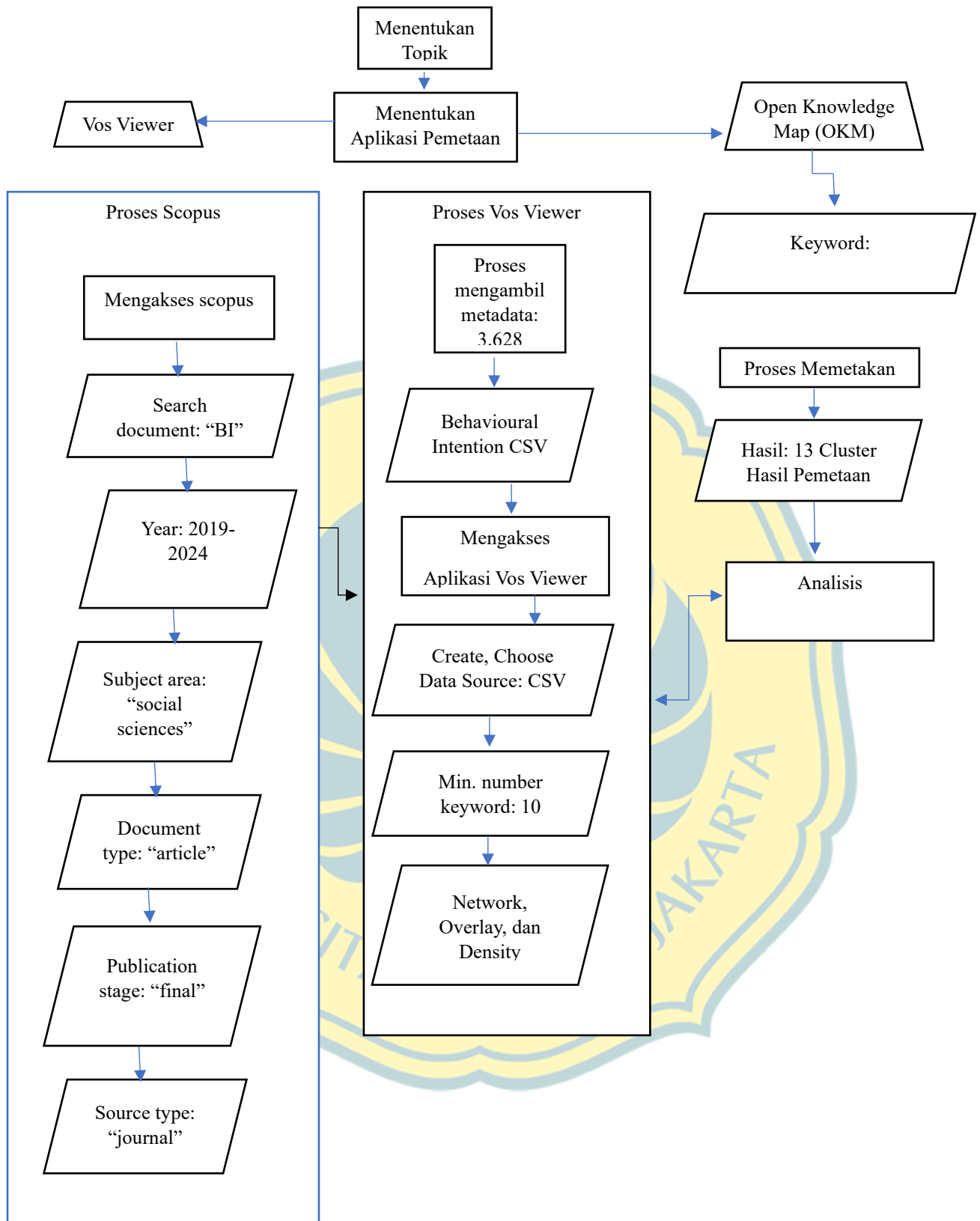
- a. Memberikan gambaran bagi peneliti, praktisi, pembuat kebijakan dalam rangka meningkatkan indeks literasi keuangan syariah di Indonesia.
- b. Penelusuran terhadap generasi Z di Indonesia sebagai ujung tombak pembangunan negara agar melek terhadap issue literasi keuangan syariah.
- c. Hasil penelitian ini diharapkan menjadi nafas baru bagi dunia penelitian yang hendak meneliti terkait perilaku keuangan.
- d. Kontribusi praktisan penelitian ini disarankan untuk pengembangan program-program pendidikan keuangan yang juga mempertimbangkan keberadaan potensial dari perilaku-perilaku, yang dapat mencegah alokasi semua (sedikit) dana publik dan

sektor swasta untuk mencari tahu tentang apakah akan berfokus pada pengembangan pengetahuan keuangan penduduk secara aktual.

1.6 *State of The Art* (Novelty Penelitian)

Penelusuran literatur dari penelitian yang relevan dapat digunakan untuk menunjukkan state of the art. Peneliti telah melakukan observasi dan pencarian di scopus dengan menggunakan kata kunci “behavioral intention” dan didapatkan hasil penelusuran sebanyak 3.628 dokumen dengan menggunakan rentang waktu tahun 2019 hingga 2024. Kemudian peneliti mencoba memetakan hasil penelusuran dengan menggunakan *vos viewer* dan *open knowledge* dengan tahapan sebagai berikut.

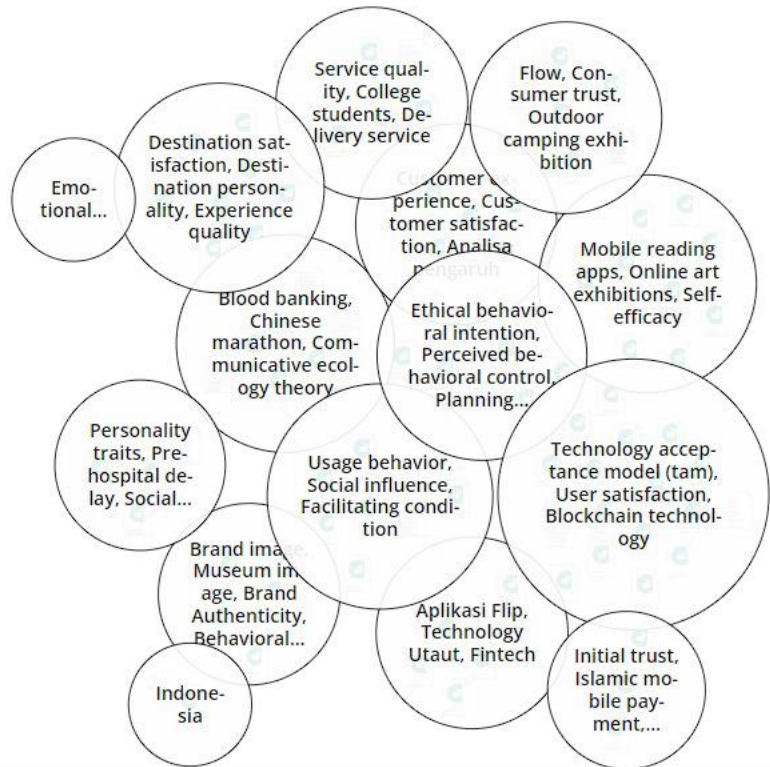




Gambar 1.4 Tahapan Pemetaan Menggunakan *Vos Viewer* dan *Open Knowledge Map*

Knowledge Map of "behavioral intention"

100 most relevant documents | Data source: BASE | 1 Jan 2019 - 4 Aug 2024 | Document types: All lang | Data quality: More information



Gambar 1.6 Hasil Pemetaan dengan Menggunakan *Open Knowledge Map*

Gambar di atas adalah peta pengetahuan (*knowledge map*) yang menggambarkan berbagai aspek yang berkaitan dengan "behavioral intention" atau niat perilaku dari dokumen-dokumen yang paling relevan dalam rentang waktu 1 Januari 2019 hingga 4 Agustus 2024. Visualisasi ini menggunakan lingkaran-lingkaran dengan berbagai ukuran untuk mewakili topik atau tema utama yang sering muncul dalam literatur yang relevan. Berdasarkan hasil pemetaan *Open Knowledge Map*, menggambarkan berbagai aspek terkait "behavioral intention" atau niat perilaku menunjukkan beragam faktor yang mempengaruhi keputusan dan tindakan individu dalam berbagai konteks. Topik-topik utama yang sering muncul dalam literatur antara lain kualitas layanan, kepercayaan konsumen, pengalaman pelanggan, dan kepuasan, yang semuanya dapat mempengaruhi niat perilaku seseorang

dalam menggunakan teknologi atau layanan tertentu. Beberapa tema utama juga mencakup penerimaan teknologi, seperti model penerimaan teknologi (TAM) dan teknologi *blockchain*, serta aplikasi teknologi finansial (*fintech*) yang semakin berperan penting dalam masyarakat. Selain itu, faktor-faktor seperti niat perilaku, pengaruh sosial, dan kondisi yang memfasilitasi penggunaan teknologi menjadi elemen penting dalam membentuk niat dan perilaku individu.

Selain itu, topik seperti kepercayaan awal dalam sistem pembayaran *mobile* berbasis syariah, pengaruh sosial terhadap perilaku penggunaan, dan kontrol perilaku yang dirasakan juga memainkan peran yang signifikan dalam keputusan untuk mengadopsi teknologi. Peta ini juga mencakup hubungan antara citra merek, citra destinasi, serta kualitas pengalaman yang berkontribusi pada niat perilaku individu. Secara keseluruhan, peta pengetahuan ini menggambarkan kompleksitas faktor-faktor yang memengaruhi niat perilaku individu, mencakup dimensi sosial, teknologis, dan psikologis yang saling terkait dalam konteks penggunaan teknologi atau layanan.

Berdasarkan hasil pemetaan dengan menggunakan *vos viewer* dan *open knowledge map* di atas menunjukkan bahwa, meskipun banyak penelitian yang mengeksplorasi aspek-aspek seperti kualitas layanan, kepercayaan konsumen, dan pengalaman pelanggan, namun penelitian yang mengadopsi model UTAUT dalam bidang keuangan, khususnya dalam konteks perbankan syariah, masih relatif jarang. Topik utama yang sering muncul dalam literatur mencakup penerimaan teknologi, pengalaman pelanggan, dan teknologi finansial (*fintech*), yang memberikan gambaran tentang pentingnya teknologi dalam pengambilan keputusan konsumen. Namun, penggunaan *Islamic financial literacy* sebagai moderator dalam model ini, terutama di lembaga perbankan syariah, masih sangat terbatas. Hal ini juga menunjukkan bahwa meskipun telah ada penelitian yang mencakup elemen-elemen sosial dan teknologi, sedikit yang menyoroti hubungan antara *Islamic financial literacy* dan penerimaan teknologi dalam konteks perbankan syariah. Oleh

karena itu, penelitian lebih lanjut dalam bidang ini sangat dibutuhkan untuk menggali bagaimana *Islamic financial literacy* dapat memoderasi niat perilaku dalam penggunaan layanan digital perbankan syariah.

Venkatesh et al. (2003) memformulasikan UTAUT untuk menjelaskan niat dan perilaku penggunaan teknologi melalui konstruk *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, dan *facilitating conditions*. Namun, kajian lanjutan oleh Dwivedi et al. (2017; 2019) menegaskan bahwa model UTAUT klasik memiliki keterbatasan karena cenderung mengabaikan peran disposisional individu, khususnya *attitude*, yang secara empiris terbukti memiliki pengaruh sentral terhadap behavioral intention dan use behavior. Melalui pendekatan *meta-analysis* dan meta-UTAUT, Dwivedi et al. menunjukkan bahwa *attitude* berperan sebagai mekanisme psikologis penting yang memediasi pengaruh faktor teknologi dan konteks terhadap niat dan perilaku penggunaan. Dalam konteks layanan keuangan digital, berbagai penelitian telah mengadopsi perluasan UTAUT dan UTAUT2. Studi oleh (Alkhowaiter, 2022c) mengembangkan meta-UTAUT dengan menambahkan *trust* dan *Islamic religiosity* dalam studi mobile payment di negara-negara Teluk. Temuan mereka menunjukkan bahwa *performance expectancy* dan *facilitating conditions* berpengaruh signifikan terhadap sikap dan niat perilaku, sementara religiusitas Islam berperan sebagai variabel moderator pada hubungan antara niat dan penggunaan aktual. Studi ini menegaskan pentingnya faktor nilai dan keyakinan keagamaan dalam menjelaskan adopsi teknologi di masyarakat Muslim.

Penelitian (Parayil Iqbal et al., 2023b) dalam konteks Islamic mobile banking di Maladewa memperluas UTAUT2 dengan memasukkan *trust* sebagai determinan utama behavioral intention. Hasilnya menunjukkan bahwa meskipun faktor teknologi tetap penting, kepercayaan pengguna menjadi elemen krusial dalam mendorong niat adopsi layanan digital bank syariah. Namun, penelitian ini masih menempatkan variabel-variabel psikologis dan kontekstual sebagai determinan langsung, tanpa menguji peran literasi atau kapasitas kognitif pengguna dalam memperkuat proses

adopsi. Selanjutnya, (Yaseen et al., 2022b) meneliti adopsi dan penggunaan Islamic mobile banking smart services di Yordania dengan mengombinasikan UTAUT dan UTAUT2 serta menambahkan *perceived trust*. Penelitian ini berhasil menjelaskan varians behavioral intention dan use behavior dalam proporsi yang relatif tinggi. Meskipun demikian, fokus penelitian masih pada faktor sistem dan kepercayaan, sementara aspek literasi keuangan syariah sebagai faktor pembentuk sikap dan niat belum diangkat secara eksplisit. Di sisi lain, mengkaji adopsi internet banking pada nasabah bank syariah di Malaysia menggunakan UTAUT2. Temuan mereka menunjukkan bahwa *performance expectancy*, *effort expectancy*, *facilitating conditions*, *price value*, dan *habit* berpengaruh signifikan terhadap behavioral intention dan adopsi aktual. Kendati demikian, penelitian ini menekankan faktor utilitarian dan kebiasaan penggunaan, tanpa memasukkan *Islamic financial literacy* sebagai variabel kunci yang berpotensi memperkuat hubungan antara sikap, niat, dan perilaku penggunaan.

Berdasarkan telaah tersebut, dapat disimpulkan bahwa literatur terkini telah berhasil mengonfirmasi relevansi UTAUT, UTAUT2, dan meta-UTAUT dalam menjelaskan adopsi layanan keuangan digital, termasuk pada konteks perbankan syariah. Namun, terdapat celah penelitian yang jelas, yaitu minimnya studi yang memposisikan *Islamic financial literacy* sebagai variabel moderator dalam hubungan psikologis inti antara *attitude*, *behavioral intention*, dan *use behavior*, khususnya pada kelompok Generasi Z sebagai pengguna digital dominan. Selain itu, meskipun Dwivedi et al. merekomendasikan penggunaan analisis lanjutan pasca-SEM, penerapan *Importance–Performance Map Analysis (IPMA)* dalam konteks layanan digital bank syariah masih sangat terbatas. Dengan demikian, penelitian ini diposisikan untuk mengisi kekosongan literatur dengan mengintegrasikan meta-UTAUT, *Islamic financial literacy* sebagai moderator, serta IPMA guna menghasilkan temuan yang tidak hanya konfirmatori, tetapi juga strategis dan relevan bagi kebijakan penguatan adopsi layanan digital bank syariah.