

Analisis Model Literasi Keuangan Syariah Bagi Generasi Milenial di Jabodetabek

Anak Agung Monny Aryadi Djilantik^{1*}, Saiful Anwar²⁾

^{1,2} Pascasarjana Institut Teknologi dan Bisnis Ahmad Dahlan Jakarta

*Email korespondensi: monny.aryadi@gmail.com

Abstract

The Millennial Generation is the largest market share in the future for Islamic banking with a total of 74.93 million or 27.94%; therefore, Islamic financial literacy is very important for the millennial generation. This study aimed to examine the influence of Attitude, Behavior, Knowledge, Skill, and Belief on the Millennial Generation choosing Islamic Financial products and institutions in Indonesia. The object of research is the millennial generation in Jabodetabek. Collective data used a questionnaire with a sample selection technique using purposive sampling, while data analysis techniques used the Structural Equation Model (SEM). The research results prove that the five variables examined in the Millennial Generation, which are the behavior variables, belief variables, and knowledge variables in the millennial generation can influence their decisions in choosing Islamic banking products while the skill variables and attitude variables have no effect.

Keywords: Millennial Generation, Islamic Finance, and Literacy

Saran sitasi: Djilantik, A. A., & Anwar, S. (2023). Analisis Model Literasi Keuangan Syariah Bagi Generasi Milenial di Jabodetabek. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(02), 2013-2020. doi: <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v9i2.8900>

DOI: <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v9i2.8900>

1. PENDAHULUAN

Pemetaan Ekonomi berbasis syariah secara global dapat dilihat bagaimana posisi negara Indonesia berada di peringkat keempat dalam catatan Global Islamic Economy Indikator (GIEI). Hasil tersebut memberikan gambaran secara komprehensif tentang beberapa negara yang diperkirakan mempunyai kapabilitas dalam memanfaatkan peluang melalui ekonomi berbasis syariah secara global. Masalah tersebut dapat diperhatikan melalui data pencapaian persentase Indonesia yang mendapatkan jumlah investasi paling tinggi dalam sektor ekonomi berbasis syariah, yaitu sebesar 25% dari total seluruh investasi yang telah tercatat. Namun, pencapaian dalam pelaksanaan ekonomi syariah di masyarakat Indonesia masih belum maksimal. Maka dari itu, diperlukan edukasi ekonomi syariah kepada seluruh masyarakat agar lebih memilih ekonomi syariah sesuai fiqh muamalah dan terciptanya perekonomian yang sehat dan Islami.

Penduduk Indonesia yang mayoritas muslim, tetapi belum mampu menjadikan keuangan syariah menjadi pilihan utama di negeri sendiri. Bertolak pada

data dari Kementerian Dalam Negeri (Kemendagri) (Bayu, 2022). Penduduk Indonesia menurut statistik pada akhir tahun 2021 sudah mencapai 273,32 juta jiwa, di mana penduduk yang menganut agama Islam sebanyak 237,53 juta jiwa atau setara dengan 86.9 persen. Meskipun secara kuantitas penduduk yang beragama Islam unggul, tetapi belum tentu unggul dari sisi kualitas.

Pertumbuhan Industri perbankan sebagai salah satu indikator bangkitnya Lembaga Keuangan Syariah sangat memberikan harapan besar terhadap eksistensi keuangan syariah di Indonesia. Data pertumbuhan lembaga keuangan berbasis syariah di Indonesia terdiri dari 20 unit usaha syariah dan 14 bank umum syariah (Keuangan, 2021).

Pertumbuhan Industri perbankan syariah sangat disayangkan tidak sejalan dengan pangsa pasar yang dimiliki pada saat ini. Pangsa pasar perbankan per Juli 2021 Rp 2.000 triliun atau 10.11 persen dari total keuangan nasional di Indonesia.

Berdasarkan porsi pangsa pasar tersebut artinya lembaga keuangan syariah belum menjadi pilihan yang utama bagi masyarakat. Fakta seperti ini

membuat ada yang kontras antara perkembangan lembaga keuangan syariah yang menunjukkan kenaikan yang cukup bermakna, tetapi di sisi lain belum mampu menjadikan lembaga keuangan syariah sebagai leader market di Indonesia.

Salah satu lembaga keuangan syariah adalah perbankan syariah. Bank berbasis syari'ah merupakan bank yang dijalankan dengan didasarkan pada landasan atau prinsip syariah. Landasan syariah tersebut wajib selalu dipatuhi oleh seluruh bank berbasis syariah, dimulai dari masalah pendirian hingga masalah operasional, termasuk juga dalam masalah permodalan yang dimiliki untuk mendirikan bank berbasis syariah (Muhammad, 2014).

Kenapa terjadi kontras antara Pertumbuhan lembaga keuangan syariah dengan pangsa pasar perbankan syari'ah, tentu ada sesuatu penyebabnya, apakah lembaga keuangan berbasis syari'ah sudah tidak mampu bersaing dengan lembaga keuangan berbasis konvensional, produk lembaga keuangan berbasis syariah tidak ada menarik di hati masyarakat atau kemungkinan kurangnya literasi kepada masyarakat (Budiyono, et al., 2021).

Jika berfikir untuk prospek ke depan maka perlu mencari suatu strategi bagaimana lembaga keuangan syariah dapat menempati posisi teratas. Jangka waktu lima atau sepuluh tahun kedepan maka generasi milenial perlu menjadi perhitungan yang utama. Jika di lihat dari data biografi kependudukan pada saat ini dari sudah di dominan oleh generasi millennial pada saat ini populasi generasi millial sudah mencapai 34.45% yaitu mereka yang berusia antara 15 sampai 34 tahun (Ali, 2021).

Fenomena yang terjadi pada saat ini yaitu merebaknya pinjaman-pinjaman keuangan dengan bunga tinggi di masyarakat dan masih banyak pula yang memilih lembaga keuangan konvensional. Ada pula beberapa lembaga keuangan yang menyebut lembaganya sebagai pelaku ekonomi syariah, tetapi pada kenyataannya juga masih jauh dari pelaksanaan fiqh muamalah (Iin et al., 2020).

Menurut laporan dari Lembaga Keuangan Syariah Indonesia, tingkat keberhasilan ekonomi syariah masih lebih rendah dari ekonomi konvensional, yaitu sebesar 13,11% pada tahun 2020. Hal tersebut berdasarkan data yang masuk dari banyak informasi mengenai pelaksanaan peran OJK yang mencakup 3 (tiga) sektor keuangan berbasis syariah, yaitu Keuangan Non-Bank Syariah, Perbankan Syariah, dan Pasar Modal Syariah yang meliputi

kebijakan pengembangan, kinerja industri, ataupun perolehan roadmap keuangan berbasis syariah.

Beberapa hasil riset sebelumnya membuktikan bahwa indeks literasi keuangan syariah masih rendah Nanda et al., (2019). Didukung oleh riset Otoritas Jasa keuangan mengungkapkan bahwa tingkat literasi keuangan syariah 8.11% makna nya adalah dari 100 masyarakat muslim hanya ada 8 orang yang mengerti dan memahami tentang industri keuangan berbasis syariah. Riset kuantitatif yang dilakukan oleh Supriadi & Hariyanto, (2017) membuktikan. 82,4% dari para investor yang memiliki minat untuk berinvestasi pada bursa efek berbasis syariah namun riset ini membuktikan mereka belum menguasai bidang bursa efek berbasis syariah. Riset terhadap mahasiswa UIN Sunan Kalijaga Albab & Zuhri, (2019) membuktikan variabel manfaat hanya mempengaruhi 0,059 (tidak signifikan).

Adapun hasil riset sebelumnya dalam meningkatkan literasi keuangan syariah pada penelitian Mukti et al., (2020), Program untuk meningkatkan pemahaman keuangan syariah kepada masyarakat juga dilakukan oleh Pegadaian Syariah Sariharjo dan Pegadaian Syariah Munggur Godean. Pegadaian Syariah Sariharjo menyelenggarakan seminar dengan melibatkan mahasiswa, kelompok masyarakat, dan pelaku UMKM serta mempromosikan produk mereka dengan menyebarkan brosur, *door to door*, membagikan takjil gratis saat bulan Ramadhan, dan melakukan promosi *face to face* di pasar. Penelitian lainnya mengenai literasi keuangan syariah yang dilakukan oleh Aquino et al., (2022), menyimpulkan bahwa Anggota BMT/Koperasi syariah Islam Abdurab memiliki pemahaman yang baik tentang literasi keuangan syariah. Mereka bergabung dengan BMT/Koperasi syariah karena memiliki alasan yang berbeda-beda, seperti keinginan untuk bertransaksi dengan cara yang sesuai dengan prinsip syariah dan mendapatkan manfaat dari bergabung dengan BMT/Koperasi syariah, ingin mempelajari transaksi syariah, atau ingin mendapatkan keberkahan dari setiap transaksi atau investasi yang dilakukan. Selain itu, masih ada banyak alternatif lain yang dapat dipertimbangkan oleh anggota dalam memilih BMT/Koperasi syariah.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan rencana bagaimana mengumpulkan data dari berbagai sumber, kemudian mengukurnya, dan menganalisis data (Umar, 2018).

Desain penelitian ini menggunakan deskriptif kuantitatif dan konfirmasi faktor analisis Produk *Knowledge* keuangan syariah, kemampuan pengelolaan Keuangan di mana outputnya berupa level literasi yang dimiliki objek penelitian yaitu kaum milenial. Implikasi dari riset ini diharapkan dapat memberikan pilihan instrumen yang cocok memberikan literasi keuangan syariah kepada generasi milenial agar efektif dan efisien. Objek penelitian merupakan generasi milenial di Indonesia. Teknik analisis data menggunakan analisis *descriptive quantitative* dan Structure Equation Model (SEM) dengan menggunakan software Amos 26.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Hasil penelitian

Penelitian ini dilakukan di Jabodetabek dengan objek penelitian adalah Literasi Keuangan syariah teradap generasi milenial. Berdasarkan data statistik, menurut hasil Sensus Penduduk 2020 oleh BPS (Biro Pusat Statistik) penduduk Indonesia generasi milenial 74,93 juta, artinya populasi sangat besar dan signifikan (Jayani, 2021). Sehingga untuk lima atau sepuluh tahun kedepan Generasi milenial sangat diperhitungkan sebagai pangsa pasar bagi lembaga Perbankan syariah dan lembaga keuangan syariah non bank. Penelitian dilakukan untuk menguji tingkat literasi generasi milenial terhadap Produk perbankan syariah.

Penelitian dilakukan dengan menyebarkan kuisioner dengan menggunakan *G-Form* kepada generasi milenial. Data diperoleh sebanyak 123, namun setelah dilakukan validitas data yang memenuhi syarat sebanyak 97 responden, sisa nya 26 responden tidak memenuhi syarat karena usia diatas 41 tahun, Bagi responden usia tersebut tidak termasuk kategori dalam objek penelitian ini.

Tabel 1 Average Variance Extracted (AVE)

	<i>Average Variance Extracted (AVE)</i>
<i>Attitude</i>	0.826
<i>Behavior</i>	0.680
<i>Belief</i>	0.869
<i>Desicion Making</i>	0.735
<i>Know</i>	0.812
<i>Skill</i>	0.701

Sumber: SmartPLS diolah (2023)

(1) Konstruk Attitude memperoleh nilai *Average Variance Extracted (AVE)* 0.826 artinya lebih besar

dari 0.50 dengan demikian dapat dinyatakan memenuhi syarat Validitas. (2) Konstruk Behaviour memperoleh nilai *Average Variance Extracted (AVE)* 0.680 artinya lebih besar dari 0.50 dengan demikian dapat dinyatakan memenuhi syarat Validitas. (3) Konstruk *Belief* memperoleh nilai *Average Variance Extracted (AVE)* 0.869 artinya lebih besar dari 0.50 dengan demikian dapat dinyatakan memenuhi syarat Validitas. (4). Konstruk *Decision Making* memperoleh nilai *Average Variance Extracted (AVE)* 0.735 artinya lebih besar dari 0.50 dengan demikian dapat dinyatakan memenuhi syarat Validitas. (5). Konstruk Know memperoleh nilai *Average Variance Extracted (AVE)* 0.812 artinya lebih besar dari 0.50 dengan demikian dapat dinyatakan memenuhi syarat Validitas (6). Konstruk *Skill* memperoleh nilai *Average Variance Extracted (AVE)* 0.701 artinya lebih besar dari 0.50 dengan demikian dapat dinyatakan memenuhi syarat Validitas.

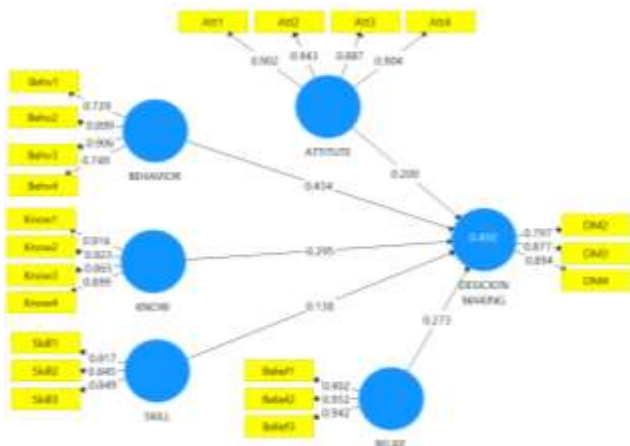
Tabel 2 Composite Reliability

	<i>Composite Reliability</i>
<i>Attitude</i>	0.950
<i>Behavior</i>	0.894
<i>Belief</i>	0.952
<i>Desicion Making</i>	0.892
<i>Know</i>	0.945
<i>Skill</i>	0.875

Sumber: SmartPLS diolah (2023)

(1) Konstruk *Attitude* memperoleh nilai *Composite Reliability* 0.950 artinya lebih besar dari 0.70 dengan demikian dapat dinyatakan memenuhi syarat Reliabilitas. (2) Konstruk Behaviour memperoleh nilai *Composite Reliability* 0.894 artinya lebih besar dari 0.70 dengan demikian dikatakan memenuhi syarat Realibilitas. (3) Konstruk *Belief* memperoleh nilai *Composite Reliability* 0.952 artinya lebih besar dari 0.70 dengan demikian dapat dinyatakan memenuhi syarat Realibilitas. (4). Konstruk *Decision Making* memperoleh nilai *Composite Reliability* 0.892 artinya lebih besar dari 0.70 dengan demikian dikatakan memenuhi syarat Realibilitas. (5). Konstruk Know memperoleh nilai *Composite Reliability* 0.945 artinya lebih besar dari 0.70 dengan demikian dikatakan memenuhi syarat Realibilitas (6). Konstruk *Skill* memperoleh nilai *Composite Reliability* 0.875 artinya lebih besar dari 0.70 dengan demikian dikatakan memenuhi syarat Realibilitas.

Gambar 1 Loading Factor



Sumber: SmartPLS diolah (2023)

a. *Attitude* terdiri dari 4 indikator, masing loading factor yang diperoleh dapat dijelaskan untuk masing-masing indikator sebagai berikut:

- 1) Indikator *Power Prestise/kekuasan-gengsi (Attitude1)* mempunyai nilai loading Faktor 0.902 >0.70, artinya indikator *kekuasan-gengsi (Attitude1)* sudah mempunyai *validity convergent* yang baik untuk mengukur variabel *Attitude*
- 2) Indikator *Retention time (keamanan – pengelolaan) (Attitude2)* mempunyai nilai loading Faktor 0.943 >0.70, artinya indikator *Retention time (keamanan – pengelolaan) (Attitude2)* sudah mempunyai *validity convergent* yang baik untuk mengukur variabel *Attitude*
- 3) Indikator *Distrust/Ketidapercayaan (Attitude3)* mempunyai nilai loading Faktor 0.887 >0.70, artinya indikator *Distrust/Ketidapercayaan (Attitude3)* sudah mempunyai *validity convergent* yang baik untuk mengukur variabel *Attitude*
- 4) Indikator *Quality/Kualitas (Attitude4)* mempunyai nilai loading Faktor 0.904 >0.70, artinya indikator *Kualitas/Quality (Attitude4)* sudah mempunyai *validity convergent* yang baik untuk mengukur variabel *Attitude*

b. *Behavior* terdiri dari 4 indikator, masing loading factor yang diperoleh dapat dijelaskan untuk masing-masing indikator sebagai berikut:

- 1) Indikator *Consumtion/Konsumsi (Behavior1)* mempunyai nilai loading Faktor 0.729 >0.70, artinya indikator *Konsumsi/Consumtion (Behavior1)* sudah mempunyai *validity convergent* yang baik untuk mengukur variabel *Behavior*

2) Indikator *Cash-Flow Management (Behavior2)* mempunyai nilai loading Faktor 0.889 >0.70, artinya indikator *Cash-Flow Management (Behavior2)* sudah mempunyai *validity convergent* yang baik untuk mengukur variabel *Behavior*

3) Indikator *Saving and Invesment (Behavior3)* mempunyai nilai loading Faktor 0.906 >0.70, artinya indikator *Saving and Invesment (Behavior3)* sudah mempunyai *validity convergent* yang baik untuk mengukur variabel *Behavior*

4) Indikator *Credit Management (Behavior 4)* mempunyai nilai loading Faktor 0.749 >0.70, artinya indikator *Credit Management (Behavior4)* sudah mempunyai *validity convergent* yang baik untuk mengukur variabel *Behavior*

c. *Knowledge* terdiri dari 4 indikator, masing loading faktor yang diperoleh dapat dijelaskan untuk masing-masing indikator sebagai berikut:

- 1) Indikator *Credit (Knowledge1)* mempunyai nilai loading Faktor 0.916 >0.70, artinya indikator *(Knowledge1)* sudah mempunyai *validity convergent* yang baik untuk mengukur variabel *Knowledge*.
- 2) Indikator *Saving (Knowledge2)* mempunyai nilai loading Faktor 0.923 >0.70, artinya indikator *Saving (Knowledge2)* sudah mempunyai *validity convergent* yang baik untuk mengukur variabel *Knowledge*
- 3) Indikator *Invesment (Knowledge3)* mempunyai nilai loading Faktor 0.865 >0.70, artinya indikator *Invesment (Knowledge3)* sudah mempunyai *validity convergent* yang baik untuk mengukur variabel *Knowledge*
- 4) Indikator *Mortages (Knowledge4)* mempunyai nilai loading Faktor 0.899 >0.70, artinya indikator *Mortages (Knowledge4)* sudah mempunyai *validity convergent* yang baik untuk mengukur variabel *Knowledge*

d. *Skill* terdiri dari 3 indikator, masing loading faktor yang diperoleh dapat dijelaskan untuk masing-masing indikator sebagai berikut:

- 1) Indikator *Technical Skill (Skill1)* mempunyai nilai loading Faktor 0.817 >0.70, artinya indikator *Technical Skill (Skill1)* sudah mempunyai *validity convergent* yang baik untuk mengukur variabel *Skill*.

- 2) Indikator *Management Skill (Skill2)* mempunyai nilai loading Faktor 0.845 >0.70, artinya indikator *Management Skill (Skill2)* sudah mempunyai *validity convergent* yang baik untuk mengukur variabel *Skill*.
 - 3) Indikator *Enterpreneurship Skill (Skill3)* mempunyai nilai loading Faktor 0.849 >0.70, artinya indikator *Enterpreneurship (Skill3)* sudah mempunyai *validity convergent* yang baik untuk mengukur variabel *Skill*.
- e. *Belief* terdiri dari 3 indikator, masing loading factor yang diperoleh dapat dijelaskan untuk masing-masing indikator sebagai berikut:
- 1) Indikator *Keyakinan Individu (Belief1)* mempunyai nilai loading Faktor 0.902 >0.70, artinya indikator *Keyakinan Individu (Belief1)* sudah mempunyai *validity convergent* yang baik untuk mengukur variabel *Belief*.
 - 2) Indikator *Keluasan (Belief2)* mempunyai nilai loading Faktor 0.952 >0.70, artinya indikator *Keluasan (Belief2)* sudah mempunyai *validity convergent* yang baik untuk mengukur variabel *Belief*.
 - 3) Indikator *Kekuatan (Belief)* mempunyai nilai loading Faktor 0.942 >0.70, artinya indikator *Kekuatan (Belief)* sudah mempunyai *validity convergent* yang baik untuk mengukur variabel *Belief*.
- f. *Decision Making* terdiri dari 3 indikator yang memenuhi syarat, masing-masing loading factor yang memenuhi kriteria dapat dijelaskan untuk masing-masing indikator sebagai berikut:
- 1) Indikator *Pembiayaan (Decision Making 1)* mempunyai nilai loading Faktor 0.797 >0.70, artinya indikator *Pembiayaan (Decision Making 1)* sudah mempunyai *validity convergent* yang baik untuk mengukur variabel *Pengambilan keputusan*
 - 2) Indikator *membeli Obligasi syariah (Decision Making 2)* mempunyai nilai loading Faktor 0.897 >0.70, artinya indikator *Keyakinan Individu (Decision Making 2)* sudah mempunyai *validity convergent* yang baik untuk mengukur variabel *Pengambilan keputusan*
 - 3) Indikator *Saham Syariah (Decision Making 3)* mempunyai nilai loading Faktor 0.902 >0.70, artinya indikator *Saham Syariah (Decision Making 3)* sudah mempunyai *validity convergent* yang baik untuk mengukur variabel *Pengambilan keputusan*.

Dibawah ini merupakan hasil analisis dari *path coefficients* atau biasa disebut koefisien jalur untuk menampilkan sumbangan variabel eksogen terhadap endogen:

- a. Variabel *Attitude* diperoleh nilai 02.00 artinya bahwa variabel eksogen *Attitude* memberikan sumbangan pengaruh terhadap variabel endogen *Pengambilan keputusan* senilai 0,200.
- b. Variabel *Behavior* diperoleh nilai 0.434 artinya bahwa variabel eksogen *Behavior* memberikan sumbangan pengaruh terhadap variabel endogen *Pengambilan keputusan* senilai 0,434.
- c. Variabel *Knowledge* diperoleh nilai 0.295 artinya bahwa variabel eksogen *Knowledge* memberikan sumbangan pengaruh terhadap variabel endogen *Pengambilan keputusan* senilai 0,295
- d. Variabel *Skill* diperoleh nilai 0138 artinya bahwa variabel eksogen *Skill* memberikan sumbangan pengaruh terhadap variabel endogen *Pengambilan keputusan* senilai 0,138.
- e. Variabel *Belief* diperoleh nilai 0.273 artinya bahwa variabel eksogen *Belief* memberikan sumbangan pengaruh terhadap variabel endogen *Pengambilan keputusan* senilai 0,273.

Tabel 3 Path Coefficients

	<i>Original Sample (O)</i>	<i>Sample Mean (M)</i>	<i>Standard Deviation (STDEV)</i>	<i>T Statistics (O/STDEV)</i>	<i>P-Values</i>
<i>Attitude -> Decision Making</i>	0.200	0.203	0.113	1.772	0.077
<i>Behavior -> Decision Making</i>	0.434	0.441	0.109	3.973	0.000
<i>Belief -> Decision Making</i>	0.273	0.258	0.137	1.999	0.046
<i>Know -> Decision Making</i>	-0.295	-0.292	0.102	2.900	0.004
<i>Skill -> Decision Making</i>	0.138	0.147	0.096	1.435	0.152

Sumber: SmartPLS diolah (2023)

- a. Variabel *Attitude* berdasarkan nilai t statistik memperoleh nilai $1.772 < 1.96$, maka dengan demikian dikatakan bahwa Variabel *Attitude* tidak berpengaruh penting terhadap variable dependen Pengambilan keputusan.
- b. Variabel *Behavior* berdasarkan nilai t statistik memperoleh nilai $3.973 > 1.96$, maka dengan demikian dikatakan bahwa Variabel *Behavior* berpengaruh penting terhadap variable dependen *Decision Making*.
- c. Variabel *Belief* berdasarkan nilai t statistik memperoleh nilai $1.999 > 1.96$, maka dengan demikian dikatakan bahwa Variabel *Belief* berpengaruh penting terhadap variable dependen *Decision Making*.
- d. Variabel *Knowledge* berdasarkan nilai t statistik memperoleh nilai $2.900 > 1.96$, maka dengan demikian dikatakan bahwa Variabel *Knowledge* berpengaruh penting terhadap variable dependen *Decision Making*.
- e. Variabel *Skill* berdasarkan nilai t statistik memperoleh nilai $1.435 < 1.96$, maka dengan demikian dikatakan bahwa Variabel *Skill* tidak berpengaruh penting terhadap variabel dependen *Decision Making*.

3.2. Pembahasan

Hasil penelitian ini terbukti dari lima variabel yang diteliti yaitu variabel *attitude*, variabel *behaviour*, variabel *belief*, variabel *knowledge* dan variabel *skill*, dimana disimpulkan bahwa terdapat tiga variabel yang berpengaruh signifikan terhadap variabel penentu generasi milenial untuk memutuskan untuk menjadi nasabah lembaga keuangan syariah dan terdapat dua variabel yang tidak berpengaruh begitu penting terhadap variabel keputusan generasi milenial dalam mengambil keputusan menjadi nasabah lembaga keuangan syariah.

Tiga variabel yang mempengaruhi generasi milenial dalam mengambil keputusan terhadap nasabah lembaga keuangan syariah yaitu pertama, variabel *behaviour* didapatkan nilai t statistik memperoleh nilai $3.973 > 1.96$, maka dengan demikian dikatakan bahwa variabel *behavior* berpengaruh penting terhadap *decision making* yaitu kecenderungan atau kemauan seseorang untuk beradaptasi. Dalam hal ini dapat diartikan bahwa generasi milenial cepat beradaptasi dengan produk-produk yang dikeluarkan oleh lembaga keuangan

syariah generasi milenial ketika mengambil keputusan terhadap nasabah lembaga keuangan syariah.

Yang kedua, variabel *belief*, didapatkan nilai t statistik memperoleh nilai $1.999 > 1.96$, maka dengan demikian dikatakan bahwa variabel *belief* berpengaruh penting terhadap variabel *decision making* dapat diartikan generasi milenial dalam pengambilan keputusan terhadap nasabah lembaga keuangan syariah sangat dipengaruhi oleh faktor ideologis, kondisi ini sangat memungkinkan generasi milenial dalam pengambilan keputusan terhadap nasabah lembaga keuangan syariah didasarkan keyakinannya pada perintah sang Pencipta.

Yang ketiga, adalah *knowledge* merupakan campuran dari pengalaman terstruktur, nilai, pengetahuan kontekstual dan wawasan keahlian yang menciptakan kerangka untuk mengevaluasi dan menggabungkan pengalaman dan keputusan baru, yang berarti bahwa generasi milenial membuat keputusan untuk menjadi nasabah lembaga keuangan syariah terkait dengan informasi dan pengalamannya.

Dua variabel yang tidak berpengaruh yaitu yang pertama merupakan variabel *skill* dengan nilai t statistik memperoleh nilai $1.435 < 1.96$. Pada variabel *skill* ini, lebih kepada pendekatan yang berfokus pada aspek kognitif individu dan menawarkan berbagai pendekatan berorientasi tindakan untuk membantu mengambil langkah-langkah yang jelas untuk mengubah perilaku, artinya generasi milenial dalam mengambil keputusan menjadi nasabah lembaga keuangan syariah tidak terlalu berpedoman kepada aspek kognitif. Demikian juga variabel *attitude* dengan nilai t statistik memperoleh nilai $1.772 < 1.96$. Pola perilaku tendensi atau kesiapan diri seseorang tersebut dalam melakukan adaptasi, termasuk juga dalam menyesuaikan diri dan kenyataannya generasi milenial dalam mengambil keputusan menjadi nasabah lembaga keuangan syariah tidak terlalu memperhatikan akan hal ini.

4. KESIMPULAN

Literasi keuangan syariah sangat penting bagi generasi milenial karena memberikan kemampuan bagi mereka untuk memahami dan mengelola keuangan sesuai dengan prinsip syariah. Hal ini dapat membantu generasi milenial dalam membuat keputusan keuangan yang bijaksana dan sesuai dengan nilai-nilai yang diakui oleh agama mereka.

Selain itu, Literasi keuangan syariah juga penting bagi milenial karena dapat membantu mereka

memahami produk keuangan syariah yang tersedia, yang dapat membantu memilih produk yang sesuai dengan keperluan dan tujuan keuangan mereka sendiri. Generasi milenial seringkali mengalami kesulitan dalam mengelola keuangan karena terpapar dengan banyak pilihan produk keuangan yang tidak selalu sesuai dengan kebutuhan dan tujuan keuangan mereka. Dengan demikian, literasi keuangan syariah dapat membantu generasi milenial dalam mengelola keuangan secara bijaksana dan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.

Dalam penelitian ini, variabel *behaviour*, variabel *belief*, dan variabel *knowledge* pada generasi milenial dapat mempengaruhi keputusan mereka dalam memilih produk perbankan syariah sementara variabel *skill* dan variabel *attitude* tidak mempengaruhi keputusan mereka dalam memilih produk perbankan syariah. Oleh karena itu, penting bagi bank syariah untuk memperhatikan faktor-faktor ini dan mengembangkan strategi pemasaran yang efektif untuk menarik generasi milenial sebagai pelanggan mereka.

5. SARAN

Penelitian yang akan datang agar dapat memasukkan variabel Religius dan *Trust* sebagai variabel independen, sehingga dapat menguji secara komprehensif atau menyeluruh dari variabel yang menentukan Generasi Milenial dalam menentukan pilihan kepada produk keuangan syariah serta meningkatkan literasi keuangan syariah di Indonesia.

Kepada Para Praktisi Keuangan syariah yang mencermati hasil penelitian ini maka variabel yang mempengaruhi Generasi Milenial dalam memilih produk syariah adalah variabel *Behavior*, *Knowledge* dan *Belief*, sehingga tiga variabel dapat menjadi perhatian bagi praktisi perihal bagaimana upaya meningkatkan ketiga komponen tersebut sehingga diharapkan akan memberikan dampak yang positif bagi industri keuangan syariah dalam rangka menarik Generasi Milenial untuk memakai produk keuangan syariah.

6. REFERENSI

Adiyanto, M. R., Setyo, A., & Purnomo, D. (2021). *Dampak Tingkat Literasi Keuangan Syariah Terhadap Minat Menggunakan Produk Keuangan Syariah*. 9(1), 1–12.

- Albab, A. U., & Zuhri, S. (2019). Pengaruh manfaat, pengetahuan, dan edukasi terhadap minat mahasiswa dalam berinvestasi di pasar modal syariah. *Li Falah : Jurnal Studi Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 4(1), 129. <https://doi.org/10.31332/lifalah.v4i1.1367>
- Ali, H. (2021). *Generasi Milinial Indonesia tantangan dan Peluang pemuda Indonesia*. Alvara Beyond Insight. <https://alvara-strategic.com/generasi-millennial-indonesia-tantangan-dan-peluang-pemuda-indonesia/>
- Aquino, A., Waldelmi, I., & Listihana, W. D. (2022). *Analisis Literasi Keuangan Syariah Tentang Riba Pada Anggota BMT / Koperasi Syariah*. 8(02), 1782–1791.
- Budiyono, Muhammad Tho'in, Dewi Muliasari, Serly Andini Restu Putri. (2021). An Analysis of Customer Satisfaction Levels in Islamic Banks Based on Marketing Mix as a Measurement Tool. *Annals of the Romanian Society for Cell Biology*, 2004–2012. Retrieved from <https://www.annalsofscb.ro/index.php/journal/article/view/318>
- Bayu, D. (2022). *Sebanyak 86,9% Penduduk Indonesia Beragama Islam*. <https://dataindonesia.id/ragam/detail/sebanyak-869-penduduk-indonesia-beragama-islam>
- Iin Emy Prastiwi., Anik. 2020. The Impact of Credit Diversification on Credit Risk and Performance of Indonesian Banks. *Jurnal GRIEB: Global Review of Islamic Economics and Business*. Vol 8, No. 1, hlm 13-21
- Jayani, D. H. (2021). *Proporsi Populasi Generasi Z dan Milenial Terbesar di Indonesia*. Katadata. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/05/24/proporsi-populasi-generasi-z-dan-milenial-terbesar-di-indonesia>
- Keuangan, O. J. (2021). *Statistik Perbankan Syariah*. <https://www.ojk.go.id/id/kanal/syariah/data-dan-statistik/statistik-perbankan-syariah/Default.aspx>
- Margaretha, F., & Pambudhi, R. A. (2015). *TINGKAT LITERASI KEUANGAN PADA MAHASISWA S-1 FAKULTAS EKONOMI*. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan (Journal of Management and Entrepreneurship)*, 17(1). <https://doi.org/10.9744/jmk.17.1.76-85>
- Muhammad, D. W. (2014). Penerapan Prinsip Syariah Dalam Permodalan Bank Syariah. *Media Hukum*, 21(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.18196/jmh.v21i1.1156>
- Mukti, T., Ilmu, F., Islam, A., & Indonesia, U. I. (2020). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6 (02), 2020 , 239-245 *Peran Pegadaian Syariah dalam Literasi Keuangan Syariah*. 6(02), 239–245.

- Nanda, T. S. F., Ayumiati, A., & Wahyu, R. (2019). Tingkat Literasi Keuangan Syariah: Studi Pada Masyarakat Kota Banda Aceh. *JIHbiz:Global Journal of Islamic Banking and Finance.*, 1(2), 141. <https://doi.org/10.22373/jihbiz.v1i2.8573>
- Supriadi, F., & Hariyanto, D. (2017). Faktor Pertimbangan Masyarakat Memilih Daftar Efek Syariah. *Jurnal Manajemen Motivasi*, 13(1), 802. <https://doi.org/10.29406/jmm.v13i1.509>
- Umar, H. (2018). *Metode Riset Perilaku Konsumen Jasa*. Ghalia Indonesia.
- Yasin, R. M., Lailiyah, N., & Edris, M. (2021). Analisis Pengaruh Layanan Digital Perbankan Syariah terhadap Literasi Keuangan Syariah Generasi Milenial. In *Jurnal Baabu Al-ilmu* (Vol. 6, Issue 1).