

PENGARUH RELIGIUSITAS, LITERASI KEUANGAN SYARIAH, DAN AKSESIBILITAS TERHADAP PENGGUNAAN PRODUK KEUANGAN SYARIAH OLEH GENERASI MILENIAL DI KOTA PONTIANAK

Mahatir Ahmad

Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Tanjungpura,
Indonesia

Email: b1062211009@student.untan.ac.id

Hayet

Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Tanjungpura,
Indonesia

Email: hayet.hayet@ekonomi.untan.ac.id

Faishol Luthfi

Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Tanjungpura,
Indonesia

Email: faishol.luthfi@ekonomi.untan.ac.id

Eddy Suratman

Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Tanjungpura,
Indonesia

Email: eddysuratman@ekonomi.untan.ac.id

Hesti Diah Ayuni

Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Tanjungpura,
Indonesia

Email: hestidiahayuniii@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh religiusitas, literasi keuangan syariah, dan aksesibilitas terhadap penggunaan produk keuangan syariah oleh generasi milenial di Kota Pontianak. Penelitian ini menerapkan pendekatan kuantitatif dengan melibatkan 100 generasi milenial di Kota Pontianak sebagai responden. Kuesioner digunakan sebagai instrumen pengumpulan data, sedangkan pemilihan responden dilakukan dengan teknik purposive sampling dan dianalisis menggunakan SEM-PLS berbantuan SmartPLS 4.0. Berdasarkan hasil penelitian, Hasil penelitian menunjukkan bahwa religiusitas berpengaruh negatif tetapi tidak signifikan terhadap penggunaan produk keuangan syariah. Sebaliknya, literasi keuangan syariah dan aksesibilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan produk keuangan syariah. Temuan ini menunjukkan bahwa penggunaan produk keuangan syariah pada generasi milenial lebih dipengaruhi oleh kemampuan memahami prinsip dan mekanisme produk serta kemudahan dalam memperoleh layanan dibandingkan religiusitas. Oleh karena itu, lembaga keuangan syariah perlu memprioritaskan penguatan literasi melalui edukasi mengenai karakteristik, akad, manfaat, dan mekanisme produk serta meningkatkan aksesibilitas layanan, khususnya melalui layanan digital dan penyediaan informasi yang mudah dipahami.

Kata Kunci: religiusitas, literasi keuangan syariah, aksesibilitas, produk keuangan syariah, generasi milenial.

Abstract

This study aims to analyze the influence of religiosity, Islamic financial literacy, and accessibility on the use of Islamic financial products by millennials in Pontianak. This study employs a quantitative approach, involving 100 millennials in Pontianak as respondents. A questionnaire

was used as the data collection instrument, while respondents were selected using purposive sampling and analyzed using SEM-PLS with the assistance of SmartPLS 4.0. Based on the results, the study found that religiosity has a negative but insignificant effect on the use of Islamic financial products. Conversely, Islamic financial literacy and accessibility have positive and significant effects on the use of Islamic financial products. These findings suggest that the use of Islamic financial products among millennials is more influenced by their ability to understand the principles and mechanisms of these products, as well as the ease of accessing services, rather than by religiosity. Therefore, Islamic financial institutions need to prioritize strengthening financial literacy through education on the characteristics, contracts, benefits, and mechanisms of these products, as well as improving service accessibility—particularly through digital services and the provision of easily understandable information.

Keywords: *religiosity, Islamic financial literacy, accessibility, Islamic financial products, millennials.*

1. Pendahuluan

Perkembangan sektor keuangan memiliki peran penting dalam mendukung aktivitas ekonomi masyarakat. Keuangan syariah termasuk sektor dengan pertumbuhan yang terus meningkat di Indonesia melalui penyediaan berbagai produk dan layanan yang didasarkan pada ketentuan syariah. Kehadiran lembaga keuangan syariah berpotensi sebagai alternatif bagi masyarakat, khususnya umat Islam, dalam memenuhi kebutuhan keuangan yang dijalankan sesuai ajaran agama. Di sisi lain, tingkat penggunaan produk keuangan syariah di Indonesia masih menunjukkan kondisi yang belum optimal.

Tingkat literasi keuangan syariah di Indonesia pada 2025 berdasarkan hasil Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) sebesar 43,42%, sementara tingkat inklusi keuangan syariah hanya mencapai 13,41% (Tabel 1). Angka tersebut masih berada di bawah tingkat literasi keuangan konvensional sebesar 66,45% maupun tingkat inklusi keuangan konvensional sebesar 79,71%, sehingga mencerminkan adanya kesenjangan yang relatif tinggi (Tabel 1). Perbedaan antara tingkat literasi dan inklusi keuangan syariah mencerminkan bahwa tingkat pemahaman masyarakat terkait berbagai produk dan layanan keuangan syariah belum mampu diikuti oleh penggunaannya dalam aktivitas keuangan sehari-hari. Selain itu, perbedaan yang cukup besar antara capaian keuangan syariah dan konvensional mengindikasikan bahwa produk keuangan syariah masih belum menjadi pilihan utama masyarakat. Kondisi tersebut menunjukkan adanya berbagai hambatan yang dapat memengaruhi keputusan masyarakat dalam mengakses layanan dan produk keuangan syariah. Kesenjangan ini mengindikasikan bahwa peningkatan pengetahuan mengenai prinsip dan instrumen keuangan syariah belum secara otomatis mendorong perubahan perilaku masyarakat dalam memilih produk keuangan yang sesuai dengan prinsip syariah.

Tabel 1. Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan, 2025

Indeks	Konvensional (%)	Syariah (%)
Literasi	66,45	43,42
Inklusi	79,71	13,41

Sumber: Otoritas Jasa Keuangan (OJK), (2025)

Perilaku individu dalam menggunakan produk keuangan halal tidak terlepas dipengaruhi oleh tingkat literasi keuangan syariah yang dimilikinya. Pemahaman terhadap prinsip-prinsip dasar seperti akad, riba dan halal-haram sangat berpengaruh dalam pembentukan sikap dan perilaku keuangan generasi milenial (Sirait dkk., 2025).

Tingkat literasi keuangan syariah yang masih rendah berperan sebagai salah satu faktor yang menghambat penggunaan produk keuangan syariah, khususnya di kalangan generasi milenial (Lutfi & Prihatiningrum, 2023). Salah satu kelompok masyarakat yang mempunyai kontribusi besar untuk meningkatkan penggunaan produk keuangan syariah adalah generasi milenial. Generasi milenial menjadi bagian dari kelompok usia produktif yang mempunyai tingkat aktivitas ekonomi tinggi serta lebih mudah beradaptasi terhadap perkembangan teknologi dan inovasi layanan keuangan. Berdasarkan Tabel 2, kelompok usia 26-35 tahun yang tergolong dalam kategori generasi milenial menunjukkan tingkat literasi keuangan sebesar 64,04% dan tingkat inklusi keuangan sebesar 86,10%. Sedangkan masyarakat berusia 18-25 tahun mempunyai tingkat literasi keuangan sebesar 73,22% dengan tingkat inklusi keuangan sebesar 89,96%. Tingginya tingkat literasi dan inklusi keuangan di kalangan kelompok usia muda mencerminkan bahwa generasi milenial mempunyai kemampuan yang cukup baik dalam memahami serta memanfaatkan berbagai layanan keuangan. Akan tetapi, tingginya literasi dan inklusi keuangan secara umum belum tentu mencerminkan tingginya penggunaan produk keuangan syariah. Kondisi ini mengindikasikan adanya faktor lain yang menentukan keputusan generasi milenial dalam menggunakan produk keuangan syariah.

Tabel 2. Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan 2025

	Indeks Literasi (%)	Indeks Inklusi (%)
15-17 Tahun	51,68	74,00
18-25 Tahun	73,22	89,96
26-35 Tahun	64,04	86,10
36-50 Tahun	72,05	85,81
51-79 Tahun	54,55	66,88

Sumber: Otoritas Jasa Keuangan (OJK), (2025)

Rendahnya literasi keuangan syariah dapat menghambat masyarakat untuk menentukan produk keuangan yang sejalan dengan ketentuan syariah serta menurunkan penggunaan layanan keuangan syariah. Oleh sebab itu, upaya meningkatkan literasi keuangan syariah, khususnya pada generasi milenial menjadi penting guna meningkatkan penggunaan produk keuangan syariah secara berkelanjutan. Namun, literasi keuangan syariah di Indonesia belum mampu menyamai tingkat literasi keuangan konvensional. Rendahnya tingkat literasi keuangan syariah dipengaruhi oleh masih terbatasnya pemahaman terhadap prinsip-prinsip dasar syariah serta akses informasi yang belum memadai dan mudah dipahami. Di sisi lain, generasi milenial cenderung mempertimbangkan tidak hanya kesesuaian produk dengan prinsip syariah, tetapi juga aspek transparansi, nilai etika, dan kemudahan akses dalam menentukan pilihan layanan keuangan (Sirait dkk., 2025). Dalam perspektif Islam, pemahaman terhadap prinsip halal dan haram menjadi aspek penting dalam menentukan pilihan transaksi. Rasulullah Saw. bersabda, “Sesungguhnya yang halal itu jelas dan yang haram itu jelas, dan di antara keduanya terdapat perkara-perkara yang musytabihat (syubhat, samar-samar, tidak jelas halal haramnya)” (HR. Bukhari No. 52 dan Muslim No. 1599) (MUI, 2020). Hadis tersebut menegaskan pentingnya kehati-hatian dalam menentukan transaksi, sehingga pemahaman mengenai akad, karakteristik produk, dan prinsip halal menjadi bagian penting dalam memilih layanan keuangan yang sesuai dengan syariat Islam.

Selain literasi keuangan syariah, religiusitas juga menjadi faktor yang dapat membentuk keputusan individu dalam menggunakan produk keuangan syariah. Tingkat religiusitas menggambarkan seberapa jauh nilai dan keyakinan agama tertanam dalam

perilaku ekonomi seseorang, termasuk dalam memilih transaksi serta produk keuangan yang sesuai dengan prinsip Islam (Hanida dkk., 2025). Semakin tinggi tingkat religiusitas individu, maka semakin besar pula kecenderungannya untuk memperhatikan aspek kehalalan dan kesesuaian syariah dalam setiap aktivitas keuangannya. Di samping faktor internal tersebut, aksesibilitas turut menentukan sejauh mana pemahaman dan preferensi masyarakat dapat diwujudkan dalam penggunaan produk keuangan syariah (Munardi dkk., 2020). Ketersediaan layanan, kemudahan memperoleh informasi, keterjangkauan lokasi maupun saluran digital, serta kemudahan proses transaksi dapat mengurangi hambatan masyarakat dalam mengakses produk keuangan syariah. Dengan demikian, penggunaan produk keuangan syariah tidak hanya berkaitan dengan tingkat pengetahuan masyarakat tetapi juga dipengaruhi oleh kekuatan nilai religiusitas dan kemampuan masyarakat untuk memperoleh serta menggunakan layanan keuangan syariah secara mudah.

Kota Pontianak, yang berstatus sebagai ibu kota Provinsi Kalimantan Barat, didominasi oleh penduduk beragama Islam dan aktivitas ekonomi yang terus berkembang. Pada 2021, berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) tercatat sekitar 60% penduduk Kota Pontianak beragama Islam, sehingga berpotensi menjadi pasar yang besar bagi pengembangan keuangan syariah. Fenomena ini diduga berkaitan dengan faktor religiusitas, literasi keuangan syariah, dan aksesibilitas layanan keuangan syariah. Dengan demikian, penelitian terkait faktor-faktor yang menentukan penggunaan produk keuangan syariah oleh generasi milenial di Kota Pontianak menjadi penting untuk dilakukan. Dalam perspektif Teori Konsumsi Islam, perilaku ekonomi bukan sepenuhnya disebabkan oleh kepentingan rasional, tetapi juga oleh nilai moral, sosial dan spiritual. Konsumen Muslim dituntut untuk menyesuaikan perilakunya dengan prinsip syariah yang menekankan keselarasan antara kepentingan dunia dan tujuan akhirat. Sedangkan *Theory of Planned Behavior* (TPB) menyebutkan bahwa perilaku seseorang terbentuk melalui sikap, norma subjektif dan persepsi kontrol perilaku yang dapat dipengaruhi oleh faktor pengetahuan dan keyakinan.

Berdasarkan uraian tersebut, terdapat kesenjangan antara tingginya tingkat literasi dan inklusi keuangan pada kelompok usia produktif dengan rendahnya tingkat inklusi keuangan syariah secara nasional. Kondisi ini mengindikasikan bahwa pemanfaatan produk keuangan syariah tidak semata-mata disebabkan oleh pengetahuan keuangan melainkan juga disebabkan faktor lain yang memengaruhi keputusan individu dalam memilih layanan keuangan. Penelitian terdahulu umumnya mengkaji pengaruh religiusitas, literasi keuangan syariah, dan aksesibilitas secara parsial, serta lebih banyak berfokus pada aspek pengetahuan, sikap, dan niat dalam menggunakan produk keuangan syariah. Kajian yang secara simultan menghubungkan ketiga faktor tersebut dengan perilaku penggunaan aktual, khususnya pada generasi milenial sebagai kelompok yang adaptif terhadap perkembangan teknologi masih relatif terbatas. Kesenjangan tersebut semakin nyata pada konteks Kota Pontianak yang memiliki mayoritas penduduk beragama Islam tetapi masih menghadapi tantangan dalam peningkatan penggunaan produk keuangan syariah. Oleh karena itu, penelitian ini dilaksanakan untuk menganalisis pengaruh religiusitas, literasi keuangan syariah, dan aksesibilitas terhadap penggunaan produk keuangan syariah oleh generasi milenial di Kota Pontianak. Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya literatur ekonomi Islam dengan memperkuat pemahaman mengenai hubungan antara literasi keuangan syariah dan perilaku penggunaan sebagai dasar pengembangan model perilaku keuangan syariah yang lebih kontekstual pada wilayah dengan tingkat penggunaan syariah yang masih rendah. Selain itu, penelitian ini

turut berkontribusi dalam mendorong penguatan nilai-nilai Islam dalam aktivitas ekonomi masyarakat karena literasi keuangan syariah dipandang tidak hanya sebagai kompetensi finansial tetapi juga sebagai wujud pelaksanaan prinsip muamalah sesuai syariat yang berorientasi pada tercapainya al-falāh melalui pengelolaan keuangan yang halal, adil, dan beretika.

2. Literature Review

Mengembangkan *Theory of Planned Behavior* (TPB) dari *Theory of Reasoned Action* (TRA) (Ajzen, 1991). Menurut teori ini, perilaku individu ditentukan oleh niat berperilaku yang terbentuk dari sikap terhadap perilaku, norma subjektif, serta persepsi kontrol perilaku yang dimiliki individu terhadap tindakan yang akan dilakukan. Sikap terhadap suatu perilaku terbentuk dari keyakinan individu mengenai manfaat atau konsekuensi yang mungkin timbul dari tindakan yang dilakukan (*behavioral beliefs*). Sementara itu, norma subjektif dipengaruhi oleh keyakinan normatif (*normative beliefs*) mengenai harapan atau pandangan pihak-pihak yang memiliki pengaruh dalam kehidupan individu, seperti keluarga, teman, dan lingkungan sosial. Sedangkan, persepsi kontrol perilaku dipengaruhi oleh keyakinan kontrol (*control beliefs*), yang merupakan persepsi seseorang terkait berbagai faktor yang dapat menjadi pendorong maupun penghambat dalam pelaksanaan suatu tindakan. Menurut TPB, niat individu untuk melakukan suatu perilaku akan semakin tinggi apabila didukung oleh sikap yang positif, mendapat dukungan norma sosial, dan persepsi bahwa perilaku tersebut dapat dilakukan dengan mudah. Pada penelitian ini, TPB digunakan untuk menjelaskan perilaku generasi milenial dalam menggunakan produk keuangan syariah, di mana religiusitas dan literasi keuangan syariah menjadi faktor yang mendorong terbentuknya sikap positif terhadap produk keuangan syariah, sedangkan aksesibilitas memengaruhi persepsi kontrol perilaku melalui kemudahan dalam memperoleh informasi, mengakses layanan, dan menggunakan produk keuangan syariah.

Teori Perilaku Konsumen Islam menjelaskan bahwa perilaku konsumsi seorang Muslim tidak semata-mata bertujuan untuk memaksimalkan kepuasan material, tetapi juga harus mempertimbangkan nilai-nilai syariah dan kemaslahatan. Menurut Maryani (2016), terdapat beberapa karakteristik utama perilaku konsumsi dalam perspektif ekonomi Islam. Pertama, aktivitas konsumsi harus berpedoman pada ketentuan halal dan haram yang ditetapkan syariat, sebagaimana ditegaskan pada QS. Al-Maidah ayat 87 menegaskan larangan bagi manusia untuk menganggap haram sesuatu yang sudah dihalalkan oleh Allah SWT dan melampaui batas dalam bertindak. Kedua, konsumen Muslim yang rasional (*mustahlik al-‘aqlani*) akan mengalokasikan pendapatannya secara tepat untuk memenuhi berbagai kebutuhan material dan spiritual sesuai dengan kebutuhan. Ketiga, Islam mengajarkan prinsip moderasi (*wasathiyah*) dalam konsumsi melalui konsep *mustawa al-kifayah*, yaitu konsumsi yang berada pada tingkat kewajaran sehingga terhindar dari sikap kikir maupun perilaku berlebihan (*israf* dan *tabdzir*). Keempat, Islam mendorong prioritas konsumsi berdasarkan tingkat kebutuhan, yaitu *dharuriyat*, *hajiyyat*, dan *tahsiniyat* atau *takmiliyat*. *Dharuriyat* merupakan kebutuhan pokok yang meliputi perlindungan pada agama, jiwa, akal, keturunan, dan harta; *hajiyyat* berfungsi mengurangi kesulitan dalam kehidupan; sedangkan *tahsiniyat* merupakan kebutuhan pelengkap yang pemenuhannya tidak boleh mengesampingkan kebutuhan pada tingkat sebelumnya. Dengan demikian, teori perilaku konsumen Islam menekankan bahwa keputusan konsumsi tidak semata-mata berdasarkan pada pertimbangan manfaat

ekonomi, melainkan juga pada kepatuhan terhadap prinsip syariah, keseimbangan, dan pencapaian kemaslahatan dalam kehidupan.

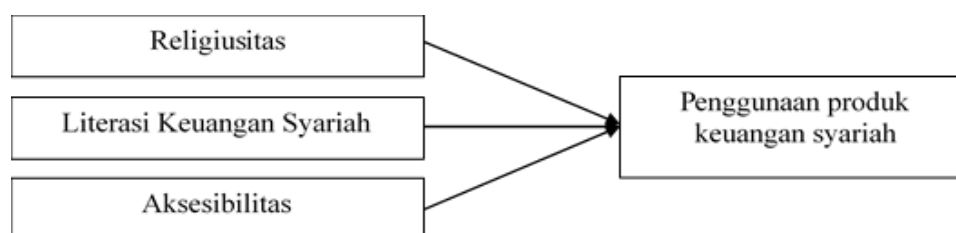
Kajian empiris mengenai pengaruh literasi keuangan syariah terhadap penggunaan produk dan layanan keuangan syariah menunjukkan hasil yang relatif beragam, meskipun sebagian besar penelitian menemukan hubungan yang positif dan signifikan. Penelitian Adiyanto dkk. (2021); Lestari dkk. (2023); Nuraini dkk. (2023); Pahmi dan Ridwan (2026); Salim dkk. (2022); Syahfitri dkk. (2023); dan Harahap dkk. (2021) menunjukkan bahwa literasi keuangan syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan atau minat menggunakan produk keuangan syariah, baik pada mahasiswa, Generasi Z, maupun kelompok masyarakat lainnya. Temuan serupa juga ditunjukkan oleh Lutfi dan Prihatiningrum (2023), yang menemukan bahwa literasi keuangan syariah berpengaruh positif terhadap niat kepemilikan produk investasi perbankan syariah. Namun, hasil berbeda ditemukan oleh Munardi dkk. (2020), yang menunjukkan bahwa literasi keuangan syariah berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap penggunaan produk keuangan syariah. Nurcahyani dan Mabruroh (2025) bahkan menemukan pengaruh negatif dan tidak signifikan literasi keuangan syariah terhadap keputusan pembiayaan syariah. Sementara itu, Sirait dkk. (2025) menemukan bahwa tingkat literasi keuangan syariah pada generasi milenial masih relatif rendah meskipun terdapat ketertarikan terhadap produk keuangan syariah, sedangkan Candra dkk. (2024) menunjukkan bahwa pemahaman kelompok muda terhadap konsep dasar investasi syariah telah berada pada tingkat yang cukup baik. Perbedaan temuan tersebut menunjukkan bahwa literasi keuangan syariah belum selalu menghasilkan penggunaan produk secara langsung sehingga pengaruhnya dapat dipengaruhi oleh karakteristik responden, jenis produk, serta kondisi lingkungan tempat masyarakat memperoleh dan menggunakan layanan keuangan syariah.

Pada variabel religiusitas, penelitian terdahulu juga menunjukkan hasil yang belum konsisten. Penelitian Pramudya dan Rahmi (2022); Rani dan Ramadhan (2026); Salim dkk. (2022); Sodik dkk. (2022); Syahfitri dkk. (2023); Syuro'ah dan Nurafini (2024); Wijanarko dan Rachmawati (2020) menunjukkan bahwa religiusitas memiliki arah pengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap keputusan atau minat menggunakan produk keuangan syariah. Temuan tersebut mengindikasikan bahwa tingkat keagamaan yang lebih tinggi belum tentu secara langsung mendorong seseorang untuk menggunakan produk keuangan syariah. Sebaliknya, penelitian Astuty dan Umiyati (2018); Hanida dkk. (2025); Lestari dkk. (2023); Munardi dkk. (2020); Nurcahyani dan Mabruroh (2025); dan Rahmawati dkk. (2025) menemukan bahwa religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat, keputusan, atau penggunaan produk keuangan syariah. Perbedaan hasil tersebut memperlihatkan adanya kesenjangan empiris mengenai konsistensi peran religiusitas dalam membentuk perilaku keuangan syariah. Religiusitas dapat menjadi faktor pendorong yang kuat ketika nilai-nilai agama telah terinternalisasi dalam keputusan ekonomi tetapi pada konteks tertentu pengaruh tersebut tidak cukup kuat untuk mengubah preferensi atau niat menjadi perilaku penggunaan produk keuangan syariah.

Aksesibilitas merupakan faktor lain yang berpotensi menentukan penggunaan produk keuangan syariah karena berkaitan dengan kemudahan masyarakat dalam memperoleh informasi, menjangkau layanan, dan melakukan transaksi. Penelitian Hanida dkk. (2025) menemukan bahwa lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung di bank syariah, sedangkan Munardi dkk. (2020) menunjukkan bahwa keterjangkauan akses berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan produk keuangan syariah.

Temuan yang sejalan ditunjukkan oleh Novianti dkk. (2023), yang menemukan bahwa kemudahan teknologi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi saham syariah. Di sisi lain, Sirait dkk. (2025) mengidentifikasi bahwa generasi milenial tidak hanya mempertimbangkan kesesuaian produk dengan prinsip syariah tetapi juga transparansi, etika, dan kemudahan akses, sementara Widya dkk. (2024) menunjukkan bahwa keterbatasan literasi dan hambatan regulasi masih menjadi kendala dalam pemanfaatan fintech syariah untuk memperluas inklusi keuangan.

Berdasarkan kajian empiris yang telah diuraikan, sebagian besar penelitian terdahulu mengindikasikan bahwa religiusitas, literasi keuangan syariah, dan aksesibilitas merupakan faktor yang berpotensi memengaruhi penggunaan produk dan layanan keuangan syariah. Namun, penelitian-penelitian tersebut umumnya berfokus pada masyarakat umum, mahasiswa, atau pengguna produk keuangan syariah tertentu, seperti perbankan syariah dan fintech syariah. Selain itu, kajian yang secara khusus meneliti perilaku penggunaan produk keuangan syariah pada generasi milenial di tingkat daerah, khususnya di Kota Pontianak, masih relatif terbatas. Di samping itu, sebagian besar penelitian terdahulu belum menguji dampak religiusitas, literasi keuangan syariah, dan aksesibilitas secara simultan dalam satu model penelitian. Perbedaan karakteristik wilayah, tingkat pemahaman keuangan syariah, serta akses terhadap layanan keuangan syariah juga memungkinkan munculnya hasil penelitian yang berbeda pada setiap daerah. Maka dari itu, penelitian dilaksanakan dengan tujuan untuk menganalisis adanya dampak religiusitas, literasi keuangan syariah, dan aksesibilitas terhadap penggunaan produk keuangan syariah oleh generasi milenial di Kota Pontianak. Hubungan antarvariabel dalam penelitian ini disusun dengan menempatkan religiusitas, literasi keuangan syariah, dan aksesibilitas sebagai faktor yang diperkirakan memengaruhi penggunaan produk keuangan syariah. Religiusitas berkaitan dengan internalisasi nilai-nilai Islam dalam pengambilan keputusan keuangan, literasi keuangan syariah berkaitan dengan kemampuan individu dalam memahami prinsip dan produk keuangan syariah, sedangkan aksesibilitas berkaitan dengan kemudahan individu dalam memperoleh dan menggunakan produk serta layanan keuangan syariah. Berdasarkan kajian teoritis dan empiris yang telah diuraikan, ketiga variabel tersebut selanjutnya diuji pengaruhnya terhadap penggunaan produk keuangan syariah pada generasi milenial di Kota Pontianak. Hubungan antarvariabel tersebut direpresentasikan dalam kerangka konseptual penelitian yang disusun secara sistematis dan menjadi dasar dalam perumusan hipotesis.



Gambar 1. Kerangka Konseptual

Sumber: Hasil di Olah (2025)

- H₁: Religiusitas memiliki pengaruh positif terhadap penggunaan produk keuangan syariah.
- H₂: Literasi keuangan syariah memiliki pengaruh positif terhadap penggunaan produk keuangan syariah.
- H₃: Aksesibilitas memiliki pengaruh positif terhadap penggunaan produk keuangan syariah.

3. Metode Penelitian

Pendekatan kuantitatif diterapkan pada penelitian ini untuk mengkaji hubungan kausal antarvariabel. Penelitian ini dilakukan pada Kota Pontianak, Provinsi Kalimantan Barat, mengingat kota tersebut memiliki mayoritas penduduk Muslim dan potensi pasar keuangan syariah yang cukup besar, namun tingkat penggunaan produk keuangan syariah masih relatif rendah. Penelitian dilakukan selama periode Agustus sampai dengan November 2025, yang meliputi tahapan penyusunan instrumen, pengumpulan, dan analisis. Data yang digunakan merupakan data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada responden, dengan pengukuran menggunakan skala Likert lima poin sehingga menghasilkan data berskala interval.

Generasi milenial yang berada pada rentang usia 25-44 tahun dan bertempat tinggal di Kota Pontianak menjadi populasi dalam penelitian ini. Jumlah penduduk pada kelompok usia tersebut mencapai 212.122 jiwa pada 2024 (BPS Kota Pontianak, 2024). Penentuan sampel menggunakan teknik *purposive sampling* dengan kriteria: (1) generasi milenial berusia 25-44 tahun, (2) berdomisili di Kota Pontianak, dan (3) pernah atau sedang menggunakan produk dan layanan keuangan syariah. Jumlah sampel ditentukan menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan (*margin of error*) sebesar 10%, yang dipilih dengan mempertimbangkan keterbatasan penelitian dan karakteristik populasi yang relatif besar. Rumus yang digunakan adalah:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan:

n = jumlah sampel

N = jumlah populasi (212.122 jiwa)

e = tingkat kesalahan (*margin of error*) 10%

Dengan menetapkan tingkat kesalahan sebesar 10 persen, maka dengan demikian, jumlah sampel minimum penelitian ditetapkan sebanyak 100 responden. Sebelum pengumpulan data utama, instrumen penelitian terlebih dahulu melalui tahap *pilot study* terhadap sejumlah responden yang memiliki karakteristik serupa dengan populasi penelitian untuk memastikan kejelasan redaksi pertanyaan, kemudahan pemahaman, serta konsistensi pengukuran pada setiap indikator. Hasil uji coba tersebut digunakan sebagai dasar penyempurnaan instrumen sebelum disebarkan kepada responden penelitian. Selanjutnya, untuk memastikan bahwa seluruh responden memenuhi kriteria penelitian, pada bagian awal kuesioner disertakan pertanyaan penyaringan (*screening questions*) mengenai usia, domisili di Kota Pontianak, serta pengalaman menggunakan produk atau layanan keuangan syariah. Responden yang tidak memenuhi seluruh kriteria tersebut tidak dilibatkan dalam analisis.

Data dikumpulkan melalui kuesioner terstruktur yang mengacu pada indikator setiap variabel penelitian dengan pengukuran menggunakan skala Likert lima poin. Kuesioner dibagikan kepada responden secara daring dengan Google Form dan secara luring di beberapa lokasi di Kota Pontianak untuk meningkatkan keterwakilan responden. Variabel independen terdiri atas religiusitas (X_1), literasi keuangan syariah (X_2), dan aksesibilitas (X_3), sedangkan variabel dependen adalah penggunaan produk keuangan syariah (Y). Ketiga variabel independen tersebut dianalisis untuk mengetahui pengaruhnya terhadap penggunaan produk keuangan syariah oleh generasi milenial di Kota Pontianak. Definisi operasional dari setiap variabel yang digunakan disajikan pada tabel berikut:

Tabel 3. Definisi Operasional Variabel

Variabel	Indikator Utama	Contoh Item Pernyataan	Skala
Religiusitas (X ₁)	1. Keyakinan 2. Ibadah 3. Pengetahuan agama 4. Pengalaman keagamaan 5. Pengamalan nilai Islam	Saya berusaha menerapkan nilai-nilai Islam dalam keputusan keuangan.	Likert 1–5
Literasi Keuangan Syariah (X ₂)	1. Pengetahuan produk dan akad 2. Keterampilan mengelola keuangan 3. Sikap positif 4. Keyakinan terhadap manfaat 5. Perilaku sesuai prinsip syariah	Saya memahami dan mengelola keuangan sesuai prinsip syariah.	Likert 1–5
Aksesibilitas (X ₃)	1. Ketersediaan lembaga 2. Kemudahan lokasi 3. Akses digital 4. Kualitas pelayanan 5. Informasi produk	Layanan keuangan syariah mudah saya akses baik secara langsung maupun digital.	Likert 1–5
Penggunaan Produk Keuangan Syariah (Y)	1. Frekuensi penggunaan 2. Kepuasan penggunaan 3. Niat menggunakan kembali	Saya menggunakan dan berencana terus memanfaatkan produk keuangan syariah.	Likert 1–5

Sumber: Hasil di Olah (2025)

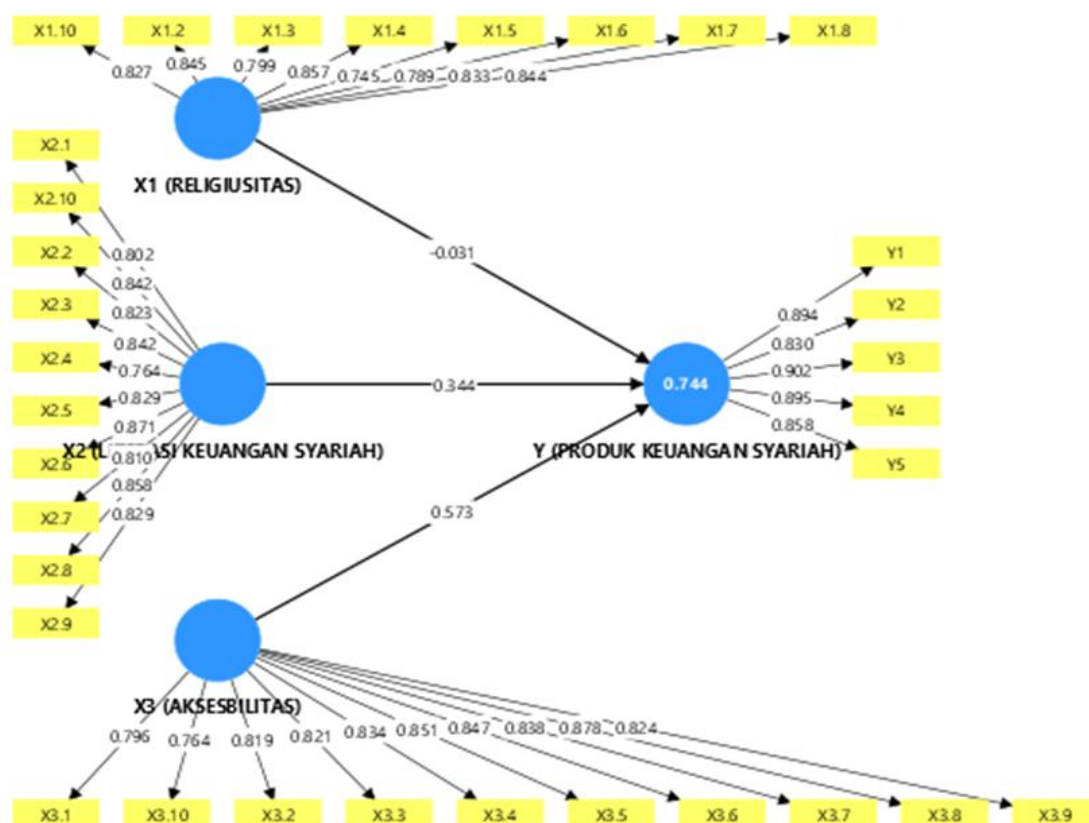
Data dianalisis dengan metode *Structural Equation Modeling-Partial Least Squares* (SEM-PLS) yang dioperasikan menggunakan aplikasi SmartPLS versi 4.0. Metode ini dipilih berdasarkan pada kemampuannya dalam menguji hubungan sebab-akibat antarvariabel laten sekaligus menilai kualitas konstruk melalui pengujian validitas dan reliabilitas. Tahapan analisis dalam penelitian ini terdiri atas evaluasi *outer model* dan evaluasi *inner model* (Hair dkk., 2017).

4. Hasil dan Pembahasan

Hasil Analisis *Outer Model*

Convergent Validity

Berdasarkan hasil pengujian *convergent validity*, ditemukan beberapa indikator dengan nilai *outer loading* berada pada bawah ambang batas 0,700 sehingga dinilai belum valid secara konvergen. Untuk mengatasi hal tersebut, indikator-indikator yang tidak memenuhi kriteria dieliminasi secara bertahap dan model diestimasi kembali hingga seluruh indikator memenuhi kriteria yang ditetapkan. Hasil estimasi akhir menunjukkan bahwa setiap indikator telah mencapai nilai *outer loading* yang melebihi 0,700 maka sudah memenuhi persyaratan validitas dan dapat digunakan dalam tahap analisis lanjutan. Berdasarkan hasil estimasi akhir menunjukkan bahwa indikator X1.4 pada variabel Religiusitas (X₁), X2.6 pada variabel Literasi Keuangan Syariah (X₂), X3.8 pada variabel Aksesibilitas (X₃), dan Y.3 pada variabel Produk Keuangan Syariah (Y) memiliki nilai *outer loading* tertinggi pada masing-masing variabel, yaitu sebesar 0,854; 0,871; 0,878; dan 0,902. Hasil tersebut menunjukkan bahwa setiap indikator dalam model akhir telah memenuhi persyaratan *convergent validity*, sehingga layak digunakan untuk tahap analisis selanjutnya.



Gambar 2. Skema Outer Model Ketiga
Sumber: Hasil Olah Data SmartPLS (2025)

Discriminant Validity

Pada variabel Religiusitas, Literasi Keuangan Syariah, Aksesibilitas dan Produk Keuangan Syariah nilai korelasinya lebih rendah dibandingkan dengan nilai akar dari *Average Variance Extracted* (AVE) dengan faktor lain seperti yang terlihat pada data tabel 4. Variabel Religiusitas memiliki nilai terendah (0,818) dan variabel Produk Keuangan Syariah memiliki nilai tertinggi (0,876), menurut hasil pengujian menggunakan kriteria Fornell-Larcker. Hal ini mengindikasikan bahwa seluruh konsep pada penelitian ini memenuhi persyaratan validitas diskriminan yang kuat, artinya setiap variabel laten dapat menjelaskan indikatornya secara lebih efektif daripada variabel lain.

Tabel 4. Data Hasil Pengujian Fornell-Larcker Criterion Discriminant Validity

	Religiusitas	Literasi Keuangan Syariah	Aksesibilitas	Produk Keuangan Syariah
Religiusitas	0,818			
Literasi Keuangan Syariah	0,912	0,827		
Aksesibilitas	0,812	0,879	0,828	
Produk Keuangan Syariah	0,747	0,819	0,849	0,876

Sumber: Hasil Olah Data SmartPLS (2025)

Composite Reliability

Berdasarkan Tabel 5, dapat disimpulkan bahwa nilai Alpha Cronbach dan Reliabilitas Komposit yang diperoleh setiap konstruk pada penelitian ini telah memenuhi

persyaratan reliabilitas karena nilainya berada di atas 0,700. Hal ini mengindikasikan bahwa variabel religiusitas, literasi keuangan syariah, aksesibilitas dan produk keuangan syariah mempunyai tingkat konsistensi internal yang kuat. Dengan demikian, instrumen penelitian dianggap reliabel dan memenuhi syarat untuk digunakan dalam proses analisis berikutnya.

Tabel 5. Data Hasil Pengujian *Composite Reliability*

Variabel	Cronbach's Alpha	Composite Reliability
Religiusitas	0,929	0,935
Literasi Keuangan Syariah	0,949	0,952
Aksesibilitas	0,949	0,951
Produk Keuangan Syariah	0,924	0,926

Sumber: Hasil Olah Data SmartPLS (2025)

Hasil Analisis *Inner Model*

Adjusted R-Squared

Variabel produk keuangan syariah mempunyai nilai *R-Square* sebesar 0,744 (Tabel 6). Hasil ini mengindikasikan variabel religiusitas, literasi keuangan syariah dan aksesibilitas mampu menjelaskan 74,4% variasi pada variabel produk keuangan syariah, sementara 25,6% sisa variasi tersebut dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak diikutsertakan dalam model penelitian.

Tabel 6. Data Hasil Pengujian *Inner Model* Berdasarkan Nilai *R-Square*

	<i>R-Square</i>	<i>R-Square Adjusted</i>
Y (Produk Keuangan Syariah)	0,744	0,736

Sumber: Hasil Olah Data SmartPLS (2025)

P-value hasil bootstrapping

Berdasarkan hasil perhitungan *bootstrapping* diperoleh hasil bahwa religiusitas nilai *p-value* yaitu 0,813 dan *t-statistik* yaitu 0,237 ($< 1,96$), sehingga terbukti memiliki pengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap penggunaan produk keuangan syariah, maka H_1 tidak diterima. Sementara literasi keuangan syariah dan aksesibilitas syariah memiliki nilai *p-value* masing-masing sebesar 0,033 dan 0,000 serta *t-statistik* 2,139 dan 4,867 maka adanya pengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan produk keuangan syariah, sehingga H_2 dan H_3 diterima. Secara keseluruhan, hasil estimasi model menunjukkan bahwa ketiga variabel yang diuji memiliki pola pengaruh yang berbeda terhadap penggunaan produk keuangan syariah pada generasi milenial di Kota Pontianak. Literasi keuangan syariah dan aksesibilitas terbukti menjadi faktor yang berpengaruh signifikan dalam mendorong penggunaan produk keuangan syariah, sedangkan religiusitas menunjukkan arah pengaruh negatif namun tidak signifikan. Pola hubungan tersebut menunjukkan bahwa keputusan penggunaan produk keuangan syariah tidak hanya dipengaruhi oleh orientasi keagamaan, tetapi juga oleh kemampuan individu dalam memahami karakteristik produk serta kemudahan dalam mengakses layanan keuangan syariah.

Tabel 7. Data Hasil Pengujian *Bootstrapping*

		Original	T-Statistics	P-Value	Keputusan
H_1	X1 -> Y	-0,031	0,237	0,813	Ditolak
H_2	X2 -> Y	0,344	2,139	0,033	Diterima
H_3	X3 -> Y	0,573	4,867	0,000	Diterima

Sumber: Hasil Olah Data SmartPLS (2025)

Pengaruh Religiusitas terhadap Penggunaan Produk Keuangan Syariah

Temuan penelitian mengindikasikan bahwa religiusitas tidak terbukti berpengaruh yang signifikan terhadap penggunaan produk keuangan syariah oleh generasi milenial di Kota Pontianak. Hasil tersebut memperlihatkan bahwa tingkat religiusitas responden tidak secara langsung menyebabkan keputusan mereka terhadap penggunaan produk keuangan syariah. Dengan kata lain, meskipun responden memiliki keyakinan dan praktik keagamaan yang baik, hal tersebut belum menjadi faktor utama dalam menetapkan keputusan terhadap produk keuangan yang digunakan. Temuan ini memperlihatkan bahwa keputusan generasi milenial dalam menggunakan produk keuangan syariah cenderung didasarkan pada pertimbangan yang lebih rasional dan praktis dibandingkan dengan pertimbangan normatif keagamaan. Karakteristik generasi milenial yang akrab dengan teknologi dan mengutamakan efisiensi menyebabkan mereka lebih memperhatikan aspek kemudahan akses, kualitas layanan, kenyamanan transaksi, serta manfaat yang diperoleh dari suatu produk keuangan. Akibatnya, religiusitas tidak menjadi faktor dominan dalam memengaruhi perilaku penggunaan produk keuangan syariah apabila tidak didukung oleh faktor-faktor lain yang lebih bersifat fungsional. Dalam perspektif TPB perilaku tidak hanya dipengaruhi oleh sikap atau nilai yang dimiliki individu, tetapi juga oleh persepsi kemudahan, norma sosial, dan kontrol perilaku yang dirasakan. Dengan demikian, meskipun individu memiliki orientasi keagamaan yang baik, keputusan menggunakan produk keuangan syariah dapat lebih dipengaruhi oleh pertimbangan praktis ketika melakukan transaksi.

Dari sudut pandang teori perilaku konsumen Islam (*Islamic Consumer Behavior*), perilaku konsumsi idealnya didasarkan pada nilai-nilai keimanan, kesadaran terhadap prinsip halal dan haram, serta orientasi untuk mencapai kemaslahatan (maslahah) dan kesejahteraan dunia-akhirat (falah). Namun, hasil penelitian ini memperlihatkan adanya perbedaan antara nilai religius yang dimiliki individu dengan perilaku aktual dalam penggunaan produk keuangan syariah. Religiusitas yang bersifat personal dan spiritual belum sepenuhnya terinternalisasi dalam keputusan ekonomi sehari-hari. Kondisi tersebut semakin relevan pada karakteristik generasi milenial yang relatif dekat dengan perkembangan teknologi dan layanan keuangan digital. Keputusan penggunaan produk keuangan tidak hanya mempertimbangkan kesesuaian dengan nilai agama, tetapi juga dapat dipengaruhi oleh pemahaman terhadap karakteristik produk, pengalaman penggunaan sebelumnya, kemudahan proses transaksi, persepsi manfaat, serta pengaruh lingkungan sosial. Dalam konteks ini, individu dengan tingkat religiusitas yang tinggi belum tentu memilih produk keuangan syariah apabila informasi mengenai akad dan mekanisme produk belum dipahami dengan baik atau apabila produk yang tersedia dinilai kurang memberikan kemudahan dan manfaat dibandingkan alternatif lainnya. Hal tersebut menunjukkan bahwa religiusitas memerlukan dukungan faktor lain agar nilai keagamaan dapat diterjemahkan menjadi perilaku penggunaan produk keuangan syariah.

Dalam perspektif Islam, aktivitas muamalah tidak hanya menuntut keimanan, tetapi juga pemahaman dan penerapan nilai-nilai syariah dalam kehidupan ekonomi. Sebagaimana disebutkan pada Q.S. Al-Baqarah ayat 275, Allah SWT menetapkan bahwa jual beli merupakan aktivitas yang halal, sementara riba merupakan perbuatan yang diharamkan. Ayat tersebut menunjukkan pentingnya memilih kegiatan ekonomi yang sejalan dengan ketentuan syariah. Akan tetapi, hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa kesadaran religius generasi milenial belum sepenuhnya diikuti oleh keputusan dalam penggunaan produk keuangan syariah. Dengan demikian, peningkatan literasi keuangan syariah dan kemudahan akses layanan menjadi penting untuk menjembatani

kesenjangan antara nilai religius dan perilaku ekonomi syariah sehingga religiusitas dapat terimplementasi secara lebih nyata dalam penggunaan produk keuangan syariah.

Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian Pramudya dan Rahmi (2022); Rani dan Ramadhan (2026); Salim dkk. (2022); Sodik dkk. (2022); Syahfitri dkk. (2023); Syuro'ah dan Nurafini (2024); Wijanarko dan Rachmawati (2020) menemukan bahwa religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan atau minat terhadap produk keuangan syariah. Perbedaan hasil tersebut menunjukkan bahwa pengaruh religiusitas terhadap perilaku keuangan syariah belum bersifat konsisten dan kemungkinan dipengaruhi oleh karakteristik responden, jenis produk keuangan, konteks wilayah, serta faktor pendukung lainnya.

Pengaruh Literasi Keuangan Syariah terhadap Penggunaan Produk Keuangan Syariah

Literasi keuangan syariah memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan produk keuangan syariah oleh generasi milenial di Kota Pontianak. Hasil ini mengindikasikan bahwa peningkatan tingkat pemahaman individu terkait konsep, prinsip, akad, manfaat, dan mekanisme operasional produk keuangan syariah dapat meningkatkan penggunaan produk keuangan syariah dalam aktivitas keuangan sehari-hari. Pengetahuan yang memadai memberikan kemudahan bagi individu untuk mengetahui perbedaan antara produk keuangan konvensional dan syariah, sehingga dapat mengurangi keraguan serta meningkatkan kepercayaan dalam menentukan pilihan keuangan.

Berdasarkan TPB, literasi keuangan syariah berkontribusi dalam mendorong terbentuknya sikap positif (*attitude toward behavior*) terhadap penggunaan produk keuangan syariah. Individu yang memahami manfaat dan keunggulan produk keuangan syariah akan memiliki penilaian yang lebih positif terhadap produk tersebut. Selain itu, literasi keuangan syariah juga meningkatkan *perceived behavioral control*, yakni keyakinan seseorang pada kemampuannya dalam memilih, mengakses, dan menggunakan produk keuangan syariah secara tepat. Dengan meningkatnya pemahaman mengenai keuangan syariah, niat dan kecenderungan individu untuk menggunakan produk tersebut juga akan semakin kuat.

Dari sudut pandang teori perilaku konsumen Islam, keputusan konsumsi tidak semata-mata ditentukan oleh pertimbangan utilitas dan kepuasan material, melainkan juga pada kesesuaian dengan nilai-nilai syariah. Melalui literasi keuangan syariah, individu dapat memperdalam pemahaman mengenai prinsip-prinsip dasar muamalah, seperti larangan riba, gharar, dan maysir, serta pentingnya transaksi yang transparan dan adil. Pemahaman tersebut menjadi landasan dalam memilih produk keuangan yang tidak semata-mata memberikan manfaat ekonomi, melainkan juga sejalan dengan ketentuan syariah. Dengan demikian, penggunaan produk keuangan syariah menjadi bagian dari upaya mewujudkan kemaslahatan (*maslahah*) dan kesejahteraan yang sejalan dengan nilai-nilai Islam.

Dari perspektif Islam, pentingnya literasi dan pengetahuan sebagaimana dijelaskan pada QS. Al-Mujadilah ayat 11 menjelaskan bahwa Allah SWT memberikan kemuliaan dan derajat yang tinggi kepada orang-orang yang beriman serta memiliki ilmu. Ayat tersebut mencerminkan bahwa ilmu pengetahuan memiliki peran penting dalam membimbing manusia untuk mengambil keputusan yang tepat, termasuk dalam aktivitas ekonomi dan keuangan. Maka dari itu, upaya meningkatkan literasi keuangan syariah merupakan strategi utama untuk memperluas penggunaan produk keuangan syariah, khususnya pada generasi milenial, sehingga keputusan keuangan yang diambil tidak

semata-mata berdasarkan pertimbangan ekonomi, melainkan juga dengan mempertimbangkan prinsip-prinsip syariah.

Temuan ini mendukung Adiyanto dkk. (2021); Lestari dkk. (2023); Nuraini dkk. (2023); Pahmi dan Ridwan (2026); Salim dkk. (2022); dan Syahfitri dkk. (2023) menunjukkan bahwa literasi keuangan syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan atau minat menggunakan produk keuangan syariah. Hasil tersebut mengindikasikan bahwa semakin baik pemahaman individu mengenai prinsip, manfaat, dan karakteristik produk keuangan syariah, semakin besar kecenderungannya untuk memilih dan menggunakan produk tersebut. Pengetahuan yang memadai juga dapat meningkatkan keyakinan individu dalam menilai kesesuaian produk keuangan dengan kebutuhan dan prinsip syariah yang diyakini.

Pengaruh Aksesibilitas terhadap Penggunaan Produk Keuangan Syariah

Hasil penelitian memperlihatkan bahwa aksesibilitas syariah memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan produk keuangan syariah oleh generasi milenial di Kota Pontianak. Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin mudah masyarakat mengakses produk dan layanan keuangan syariah, baik melalui lokasi yang mudah dijangkau, ketersediaan layanan digital, maupun kemudahan memperoleh informasi, semakin besar juga mendorong mereka dalam penggunaan produk keuangan syariah. Dengan kata lain, kemudahan akses menjadi faktor penting yang mendorong keputusan generasi milenial dalam memilih dan memanfaatkan layanan keuangan syariah.

Pengaruh positif aksesibilitas menunjukkan bahwa penggunaan produk keuangan syariah tidak semata-mata ditetapkan dengan kesesuaian produk dengan prinsip syariah, melainkan juga dengan kemampuan lembaga keuangan untuk menyediakan layanan yang mudah, cepat, dan efisien. Karakteristik generasi milenial yang dekat dengan teknologi dan mengutamakan kepraktisan menjadikan kemudahan akses sebagai salah satu aspek penting dalam menentukan keputusan keuangan. Oleh karena itu, keberadaan layanan digital, aplikasi mobile banking, kemudahan pembukaan rekening, serta ketersediaan informasi yang jelas mengenai produk keuangan syariah akan mendorong meningkatnya minat dan penggunaan produknya. Hasil ini memperkuat penelitian Hanida dkk. (2025); Munardi dkk. (2020); dan Sirait dkk. (2025) yang menemukan bahwa keputusan masyarakat dalam memilih layanan keuangan syariah dipengaruhi secara positif oleh tingkat aksesibilitas yang tersedia. Semakin mudah suatu layanan dijangkau, semakin besar peluang masyarakat untuk menggunakannya. Hasil tersebut menunjukkan bahwa kemudahan akses mampu mengurangi hambatan yang dihadapi masyarakat dalam berinteraksi dengan lembaga keuangan syariah, sehingga menjadi lebih optimal dalam penggunaan produk keuangan syariah.

Berdasarkan TPB, pengaruh aksesibilitas dapat dijelaskan melalui komponen *perceived behavioral control* yang menggambarkan pandangan seseorang terkait kemampuannya dalam melakukan suatu tindakan serta berbagai faktor yang dapat mempermudah atau menghambat pelaksanaannya. Aksesibilitas yang tinggi meningkatkan keyakinan generasi milenial bahwa mereka mampu mengakses dan menggunakan produk keuangan syariah tanpa menghadapi hambatan yang signifikan, seperti keterbatasan lokasi layanan, kurangnya informasi atau kesulitan dalam penggunaan teknologi. Ketika individu merasa bahwa layanan keuangan syariah mudah dijangkau, mudah digunakan, dan mudah dipahami, sehingga niat untuk menggunakan produk tersebut akan semakin kuat dan pada akhirnya diwujudkan dalam perilaku aktual. Selain itu, kemudahan akses juga membentuk sikap positif (*attitude*) terhadap produk

keuangan syariah sebab dipandang lebih praktis, efisien, dan berdasarkan kebutuhan masyarakat modern.

Berdasarkan teori perilaku konsumen islam, kemudahan akses terhadap produk keuangan syariah merupakan salah satu sarana untuk mewujudkan kemaslahatan (masalah) dalam aktivitas ekonomi. Konsumen Muslim tidak hanya mempertimbangkan manfaat ekonomi, tetapi juga kesesuaian produk dengan prinsip syariah. Ketika produk keuangan syariah mudah diakses dan digunakan, masyarakat akan lebih terdorong untuk memilih transaksi yang sesuai dengan ketentuan Islam dibandingkan alternatif lainnya. Dengan demikian, aksesibilitas berfungsi sebagai faktor pendukung yang membantu konsumen Muslim menerapkan nilai-nilai syariah dalam kehidupan ekonomi sehari-hari.

Dalam pandangan Islam, kemudahan (taysir) merupakan salah satu prinsip yang dianjurkan dalam setiap aktivitas muamalah. Sebagaimana dalam QS. Al-Baqarah ayat 185, Allah SWT menegaskan bahwa menghendaki kemudahan bagi hamba-Nya serta tidak menghendaki mereka kesulitan. Prinsip tersebut menunjukkan bahwa penyediaan layanan keuangan syariah yang mudah dijangkau, mudah digunakan, dan mudah dipahami merupakan bagian dari upaya mewujudkan kemaslahatan bagi masyarakat. Oleh karena itu, peningkatan aksesibilitas melalui perluasan jaringan layanan, penguatan teknologi digital, dan penyediaan informasi yang lebih mudah dipahami menjadi langkah strategi dalam meningkatkan penggunaan produk keuangan syariah, khususnya pada generasi milenial.

5. Kesimpulan

Temuan penelitian menunjukkan bahwa religiusitas tidak berpengaruh signifikan terhadap penggunaan produk keuangan syariah oleh generasi milenial di Kota Pontianak, sedangkan literasi keuangan syariah dan aksesibilitas berpengaruh positif dan signifikan. Secara teoretis, temuan ini menunjukkan bahwa internalisasi nilai dan keyakinan agama belum cukup untuk mendorong perilaku penggunaan produk keuangan syariah tanpa didukung oleh kemampuan individu dalam memahami karakteristik dan mekanisme produk serta kemudahan dalam memperoleh layanan. Dengan demikian, penelitian ini memperkaya kajian perilaku keuangan syariah dengan menegaskan bahwa penggunaan produk keuangan syariah tidak semata-mata ditentukan oleh orientasi religius, tetapi juga oleh faktor pengetahuan dan kondisi akses yang memungkinkan nilai-nilai tersebut diwujudkan dalam perilaku ekonomi. Secara praktis, temuan ini mengimplikasikan bahwa lembaga keuangan syariah perlu memperkuat edukasi mengenai akad, karakteristik, manfaat, biaya, dan mekanisme produk dengan penyampaian yang sederhana dan relevan bagi generasi milenial, serta meningkatkan kualitas layanan melalui kemudahan, kecepatan, transparansi, dan pengalaman penggunaan yang baik.

Berdasarkan temuan tersebut, penguatan literasi dan inklusi keuangan syariah perlu dilakukan secara terintegrasi melalui perluasan edukasi pada platform digital, media sosial, komunitas, dan perguruan tinggi, disertai peningkatan kemudahan akses terhadap layanan dan informasi produk keuangan syariah. Upaya tersebut diharapkan dapat mendorong pengetahuan masyarakat untuk diterjemahkan menjadi perilaku penggunaan produk keuangan syariah secara nyata dan berkelanjutan. Penelitian ini memiliki keterbatasan pada jumlah sampel yang relatif terbatas, yaitu 100 responden, cakupan wilayah yang hanya berada di Kota Pontianak, penggunaan teknik *purposive sampling*, serta desain *cross-sectional* yang belum dapat menggambarkan perubahan perilaku dari waktu ke waktu. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan menggunakan jumlah sampel yang lebih besar, cakupan wilayah yang lebih luas, teknik pengambilan sampel

probabilitas, serta desain longitudinal untuk memperoleh hasil yang lebih representatif dan komprehensif.

Referensi

- Adiyanto, M. R., Purnomo, A. S. D., & Setyo, A. (2021). Dampak Tingkat Literasi Keuangan Syariah Terhadap Minat Menggunakan Produk Keuangan Syariah. *Jurnal Administrasi Kantor*, 9(1), 1–12. <https://doi.org/10.51211/jak.v9i1.1461>
- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Astuty, P., & Umiyati, U. (2018). Influence Of Religiosity Towards The Saving Interest At Islamic Banking With The Knowledge Of The People As Moderator Variable (Case Study On The People Of South Tangerang City). *Ikonomika: Journal of Islamic Economics and Business*, 3(1), 1–16. <https://doi.org/10.24042/febi.v3i1.2229>
- Candra, H., Fahri, F., & Kohar, A. (2024). Meningkatkan Literasi Investasi Syariah Pada Pelajar SMK Nusantara Tangerang Selatan. *Jurnal Ekualisasi*, 5(2), 27–34. <https://doi.org/10.60023/f62kdj76>
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2017). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)* (2nd ed.). SAGE Publications.
- Hanida, D., Mukhsin, M., & Atiah, I. N. (2025). Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas dan Lokasi Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah pada Mahasiswa Ekonomi Syariah. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 10(4), 2923–2941. <https://doi.org/10.30651/jms.v10i1.24941>
- Harahap, S. B., Bustami, Y., & Syukrawati, S. (2021). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Minat Investasi Saham Syariah (Studi Kasus Galeri Investasi Syariah IAIN Kerinci). *Al Fiddhoh: Journal of Banking, Insurance, and Finance*, 2(2), 75–82. <https://doi.org/10.32939/fdh.v2i2.955>
- Lestari, D. I. P., Cahyaningtyas, S. R., & Isnaini, Z. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Pengetahuan, Religiusitas, dan Uang Saku Terhadap Minat Mahasiswa Menjadi Nasabah Pada Bank Syariah (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mataram). *Jurnal Riset Mahasiswa Akuntansi*, 3(3), 68–82. <https://doi.org/10.29303/risma.v3i3.790>
- Lutfi, L., & Prihatiningrum, V. (2023). Social Media, Islamic Financial Literacy, and Islamic Banking Product Ownership: A Moderating Model. *EL DINAR: Jurnal Keuangan Dan Perbankan Syariah*, 11(1), 35–58. <https://doi.org/10.18860/ed.v11i1.17803>
- Majelis Ulama Indonesia (MUI). (2020). *Fatwa tentang Penggunaan Nama, Bentuk dan Kemasan Produk yang Tidak Dapat Disertifikasi Halal*.
- Maryani. (2016). Perilaku Konsumen dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Iqtishodiyah: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 2(1), 79–95. <https://doi.org/10.55210/iqtishodiyah.v2i1.210>
- Munardi, Hasibuan, A. F. H., & Ichsan. (2020). Analisis Dampak Tingkat Literasi Keuangan Syariah, Religiusitas dan Akses Layanan Terhadap Penggunaan Produk Keuangan Syariah. *J-EBIS (Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam)*, 5(2), 109–126. <https://doi.org/10.32505/j-ebis.v5i2.2074>

- Novianti, I., Diana, N., & Sari, A. F. K. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan, Kemudahan Akses dan Kemajuan Teknologi Terhadap Minat Investasi Saham Syariah. *El-Aswaq: Islamic Economic and Finance Journal*, 3(1), 1–12. <https://doi.org/10.31106/laswq.v4i01.25785>
- Nuraini, P., Alfani, M. H., Muyasaroh, N., & Adawiyah, R. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah dan Persepsi Terhadap Minat Menggunakan Produk Bank Syariah. *Jurnal Tabarru': Islamic Banking And Finance*, 6(1), 291–304. [https://doi.org/10.25299/jtb.2023.vol6\(1\).13026](https://doi.org/10.25299/jtb.2023.vol6(1).13026)
- Nurchayani, A., & Mabrurroh, A. I. (2025). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah dan Religiusitas terhadap Keputusan Penggunaan Pembiayaan Syariah di Era Digital: Peluang dan Tantangan. *SAUJANA: Jurnal Perbankan Syariah dan Ekonomi Syariah*, 7(4), 114–129. <https://doi.org/10.59636/saujana.v7i4.389>
- Otoritas Jasa Keuangan (OJK). (2025). *Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan 2025*. Otoritas Jasa Keuangan (OJK). <https://ojk.go.id/id/Fungsi-Utama/Perilaku-Pelaku-Usaha-Jasa-Keuangan/SNLIK/Pages/SNLIK-2025.aspx>
- Pahmi, S. N., & Ridwan, R. (2026). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah dan Fitur Layanan Terhadap Minat Generasi Z dalam Menggunakan Fintech Syariah. *Mandiri: Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 5(2), 537–548. <https://doi.org/10.59086/jak.v5i2.1826>
- Pramudya, R. M., & Rahmi, M. (2022). Pengaruh Literasi Asuransi, Religiusitas, dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Generasi Milenial Menggunakan Asuransi Syariah. *Journal of Islamic Economics and Finance Studies*, 3(1), 70–87. <https://doi.org/10.47700/jiefes.v3i1.4350>
- Rahmawati, L. H., Rabbani, A., & Latifa, U. (2025). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Religiusitas, Inklusi Keuangan Syariah, Layanan Digital M-Banking: Studi Kasus Nasabah Bsi Bandar Lampung Periode 2020–2024. *MAMEN: Jurnal Manajemen*, 4(2), 158–170. <https://doi.org/10.55123/mamen.v4i2.5074>
- Rani, L. N., & Ramadhan, M. A. (2026). The Effect of Attitude and Knowledge on Saving Intention in Islamic Banks among Islamic Economics Students of Airlangga University with Religiosity as a Moderating Variable. *AJIM (Airlangga Journal of Innovation Management)*, 7(2), 374–879. <https://doi.org/10.20473/ajim.v7i2.89044>
- Salim, F., Arif, S., & Devi, A. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Islamic Branding, dan Religiusitas terhadap Keputusan Mahasiswa Dalam Menggunakan Jasa Perbankan Syariah: Studi Pada Mahasiswa FAI Universitas Ibn Khaldun Bogor Angkatan 2017-2018. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 3(2), 226–244. <https://doi.org/10.47467/elmal.v5i2.752>
- Sirait, W., Rohmah, S. N., Dinda, I., & Meliyani, M. (2025). Literasi Keuangan Syariah untuk Generasi Milenial dalam Menggunakan Produk Keuangan Halal. *EKONOMIKA45: Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi Bisnis, Kewirausahaan*, 12(2), 264–271. <https://doi.org/10.30640/ekonomika45.v12i2.4321>
- Sodik, F., Hidayat, M. A., Al Farda, R. A., & Syahita, R. N. (2022). Analisis Pengaruh Pengetahuan Produk dan Religiusitas Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah. *Jurnal Ilmu Perbankan Dan Keuangan Syariah*, 4(2), 123–143. <https://doi.org/10.24239/jipsya.v4i2.132.123-143>
- Syahfitri, T. N. N., Ariska, D., Azrah, S. S., & Ismadillah, R. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan dan Religiusitas Terhadap Keputusan Mahasiswa Dalam Menggunakan Jasa Perbankan Syariah (Studi Pada Mahasiswa Fai UMSU). *IJMA*

- (*Indonesian Journal of Management and Accounting*), 4(1), 131–146.
<https://doi.org/10.30596/aghniya.v6i1.20781>
- Syuro'ah, N. M., & Nurafini, F. (2024). Pengaruh Religiusitas, Pengetahuan, dan Pendapatan Terhadap Minat Mahasiswa Muslim Dalam Menabung Pada Bank Syariah. *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam*, 7(3), 36–47.
<https://doi.org/doi.org/10.26740/jekobi.v7n3.p36-47>
- Widya, W., Vidiati, C., & Dpp, G. N. (2024). Inovasi dan Pengembangan Fintech Syariah sebagai Solusi Keuangan Modern yang Berlandaskan Prinsip Syariah. *Co-Value: Jurnal Ekonomi Koperasi dan Kewirausahaan*, 15(7), 1–15.
<https://doi.org/10.59188/covalue.v15i7.4866>
- Wijanarko, A., & Rachmawati, L. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Islamic Branding, dan Religiusitas Terhadap Keputusan Mahasiswa Dalam Memilih Layanan Keuangan Syariah. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, 3(1), 104–116.
<https://journal.unesa.ac.id/index.php/jei/article/view/26476>