

Menarik Minat Generasi Z: Inovasi Dalam Produk Investasi Dan Tabungan Syariah

^{1*}Muhammad Fathul MubbinLeo, ²Yuib Rivaldi, ³Muhammad Putra Ardana, ⁴Maya Panorama

^{1,2,3,4} Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang

*Corresponding Author e-mail:

Received: June 2025; Revised: December 2025; Published: February 2026

Abstrak

Industri keuangan Islam di Indonesia terus berkembang seiring dengan semakin terbukanya kesadaran akan norma-norma syariah dalam kegiatan keuangan. Namun, menarik minat Generasi Z terhadap produk investasi dan reksa dana syariah masih menjadi tantangan. Generasi Z, lahir antara tahun 1997 dan 2012, adalah generasi dengan ketergantungan yang kuat pada teknologi dan informasi, tetapi dengan kemampuan keuangan yang rendah di Islam. Ini adalah kunci analisis variabel yang mempengaruhi minat generasi Z dalam pengembangan produk investasi dan dana investasi Islam. Penelitian ini menggunakan pendekatan survei yang bersifat subjektif Dengan mengumpulkan data melalui wawancara di depot, pengamatan dan wawancara tertulis. Hasilnya ditunjukkan bahwa beberapa faktor utama yang mempengaruhi minat Generasi Z terhadap produk syariah antara lain kemudahan akses melalui platform digital, kemudahan memperoleh informasi, dan pembelajaran berbasis media sosial. Selain itu, kolaborasi dengan influencer dan pengembangan produk inovatif yang sesuai dengan kebutuhan generasi muda menjadi cara yang efektif dalam meningkatkan minat mereka. Kesimpulan dari pemikiran ini menegaskan bahwa pengembangan berbasis teknologi, pendidikan yang serius, dan diversifikasi produk-produk syariah dapat meningkatkan minat Generasi Z terhadap produk-produk investasi dan investasi syariah. Kolaborasi antara pendidikan keuangan Islam dan lembaga-lembaga pendidikan tinggi diperlukan untuk memperluas jangkauan dan memajukan pendidikan keuangan di kalangan generasi muda.

Kata kunci: Inovasi Keuangan Syariah, Investasi Syariah, Tabungan Syariah

Attracting The Interest Of Generation Z: Innovation In Syariah Investment And Savings Products

Abstract

The Islamic monetary industry in Indonesia proceeds to develop along side expanding open mindfulness of sharia standards in financial exercises. Be that as it may, drawing in Era Z's intrigued in sharia venture and reserve funds items is still a challenge. Era Z, born between 1997 and 2012, may be a advanced era that's profoundly subordinate on innovation and data, but encompasses a moo level of sharia financial literacy. This think about points to analyze the variables that impact Era Z's intrigued in development in sharia speculation and investment funds items. The inquire about approach utilized could be a clear subjective strategy with information collection through in-depth interviews, perceptions, and writing thinks about. The comes about of the think about appear that a few primary components that influence Era Z's intrigued in sharia items incorporate ease of get to through advanced stages, straightforwardness of data, and social media-based instruction. In expansion, collaboration with influencers and the improvement of inventive items that suit the requirements of the more youthful era are successful techniques in expanding their support. The conclusion of this think about affirms that technology-based development, seriously instruction, and disentanglement of sharia items can increment Era Z's intrigued in sharia venture and reserve funds items. Collaboration between Islamic budgetary educate and progressed stages is required to grow reach and move forward monetary education among the more youthful generation.

Keywords: Islamic Monetary Development, Islamic Speculation, Islamic Investment funds

How to Cite: Mubin, M. F., Ardana, M. P., Rivaldi, L. Y. ., & Panorama, M. (n.d.). Menarik Minat Generasi Z: Inovasi Dalam Produk Investasi Dan Tabungan Syariah. *Journal of Authentic Research*, 323-332. <https://doi.org/10.36312/mj238688>



<https://doi.org/10.36312/mj238688>

Copyright© 2026, Mubin et al.

This is an open-access article under the [CC-BY-SA](#) License.



PENDAHULUAN

Industri keuangan Islam di Indonesia telah menunjukkan perkembangan yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Hal ini dipengaruhi oleh peningkatan kesadaran publik terhadap pentingnya nilai-nilai syariah dalam kegiatan ekonomi. Produk-produk keuangan syariah, termasuk investasi dan tabungan berbasis prinsip Islam, semakin populer sebagai alternatif untuk memenuhi kebutuhan finansial yang berlandaskan pada prinsip larangan riba, gharar, dan maysir (Antonio, 2001). Meskipun demikian, menarik minat Generasi Z terhadap produk investasi dan tabungan syariah masih menjadi tantangan besar. Generasi Z, yang lahir antara tahun 1997 dan 2012, dikenal sebagai generasi yang sangat bergantung pada teknologi dan informasi, namun tingkat literasi keuangan syariah di kalangan mereka masih terbilang rendah (Azizah, 2023; Hidayat & Utami, 2022).

Menurut Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) 2024, tingkat literasi keuangan syariah di Indonesia hanya mencapai 39,11%, dengan tingkat inklusi yang relatif rendah pada 12,88% (Otoritas Jasa Keuangan, 2024). Hal ini menunjukkan bahwa meskipun ada kesadaran terhadap keuangan syariah, pengertian dan keterlibatan praktis Generasi Z terhadap produk tersebut masih perlu ditingkatkan. Salah satu faktor yang berpotensi memperbaiki situasi ini adalah melalui inovasi berbasis teknologi yang menawarkan kemudahan akses dan transparansi informasi (Fauziyah, 2022). Platform digital seperti aplikasi investasi dan perbankan syariah yang mudah diakses menjadi solusi efektif untuk meningkatkan partisipasi mereka.

Inovasi dalam produk keuangan syariah juga dipengaruhi oleh perkembangan teknologi yang memungkinkan adanya penyederhanaan prosedur dan akses yang lebih mudah. Produk-produk seperti sukuk (obligasi syariah), reksa dana syariah, dan tabungan dengan akad wadiah atau mudharabah dapat lebih dikenal oleh Generasi Z melalui aplikasi berbasis digital yang ramah pengguna (Ascarya, 2022). Selain itu, media sosial dan kolaborasi dengan influencer yang fokus pada edukasi keuangan syariah telah terbukti meningkatkan minat Generasi Z terhadap produk-produk ini (Lestari, 2023; Rahmawati, 2023).

Media sosial menjadi saluran yang sangat efektif dalam membentuk persepsi positif tentang keuangan syariah di kalangan generasi muda. Konten yang diproduksi oleh influencer yang memiliki pengikut besar, seperti yang ditemukan di platform Instagram dan TikTok, dapat mempengaruhi keputusan investasi mereka. Hal ini mendukung pentingnya pengembangan kampanye pendidikan keuangan syariah yang menggunakan platform digital yang sering digunakan oleh Generasi Z (Hidayat & Utami, 2022). Inovasi digital dalam keuangan syariah, yang tidak hanya memberikan akses mudah tetapi juga nilai tambah dalam bentuk fitur edukasi dan transparansi, menjadi kunci untuk menarik minat mereka.

Namun demikian, meskipun inovasi teknologi memberikan kemudahan dalam akses dan penggunaan produk keuangan syariah, tantangan literasi keuangan tetap menjadi hambatan utama. Banyak di antara generasi muda yang belum sepenuhnya memahami perbedaan antara produk syariah dan produk konvensional yang ditawarkan oleh lembaga keuangan lainnya. Oleh karena itu, penting untuk mengembangkan modul pembelajaran yang dapat meningkatkan pemahaman mereka tentang prinsip-prinsip syariah dalam produk keuangan, serta

mengidentifikasi cara-cara yang lebih efektif untuk menjelaskan konsep-konsep tersebut kepada mereka (Sari, 2023; Zahra & Hidayah, 2022).

Mengingat pentingnya sektor ini dalam ekonomi Indonesia, serta relevansinya bagi masa depan keuangan syariah, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi minat Generasi Z terhadap produk investasi dan tabungan syariah. Melalui pendekatan survei dan wawancara mendalam dengan responden dari Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang, penelitian ini akan mengeksplorasi variabel-variabel yang dapat meningkatkan keterlibatan Generasi Z dalam produk keuangan syariah, seperti kemudahan akses digital, edukasi melalui media sosial, dan penerapan inovasi berbasis teknologi (Ajzen, 1991).

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif yang bertujuan untuk menggali dan memahami faktor-faktor yang memengaruhi minat Generasi Z terhadap produk keuangan syariah. Pendekatan kualitatif dipilih karena dapat memberikan pemahaman mendalam mengenai fenomena yang terjadi dalam masyarakat, khususnya mengenai preferensi dan perilaku keuangan Generasi Z yang tidak dapat dipahami sepenuhnya melalui pendekatan kuantitatif (Sugiyono, 2021). Menurut Ajzen (1991), teori perilaku yang diatur (Theory of Planned Behavior) dapat diterapkan dalam studi ini untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan keuangan Generasi Z, yang mencakup sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku yang dirasakan dalam menggunakan produk keuangan syariah.

1.Desain Penelitian

Studi ini menggunakan desain penelitian eksploratif dengan metode pengumpulan data melalui wawancara mendalam, observasi, dan studi literatur. Wawancara dilakukan dengan responden yang merupakan mahasiswa Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang, berusia 19-21 tahun, yang aktif menggunakan atau tertarik dengan produk keuangan syariah. Pemilihan responden berdasarkan teknik purposive sampling untuk memastikan bahwa informasi yang diperoleh relevan dan mendalam (Fauziah, 2022).

2. Teknik Pengumpulan Data

a. Wawancara Mendalam

Wawancara mendalam dilakukan dengan tujuan untuk menggali pemahaman dan pandangan responden mengenai produk keuangan syariah, khususnya yang terkait dengan investasi dan tabungan syariah. Pertanyaan wawancara dirancang untuk mengeksplorasi faktor-faktor yang memengaruhi minat mereka, seperti kemudahan akses melalui platform digital, pengaruh media sosial, dan pemahaman tentang prinsip-prinsip syariah (Rahmawati, 2023; Lestari, 2023). Berdasarkan teori perilaku yang diatur (Ajzen, 1991), wawancara juga bertujuan untuk mengetahui sikap responden terhadap produk syariah serta norma sosial yang mempengaruhi keputusan mereka dalam menggunakan produk tersebut.

b. Observasi

Observasi dilakukan dengan mengamati perilaku mahasiswa dalam menggunakan aplikasi perbankan syariah dan platform investasi digital. Observasi ini bertujuan untuk memahami bagaimana responden berinteraksi dengan teknologi dan produk keuangan syariah secara langsung, serta untuk mengidentifikasi kendala atau tantangan yang mereka hadapi saat mengakses produk tersebut. Hal ini sejalan dengan pendapat Antonio (2001) yang menyebutkan bahwa pemahaman terhadap perilaku pengguna sangat penting dalam mengembangkan produk keuangan yang sesuai dengan nilai-nilai Islam.

c. Studi Literatur

Studi literatur dilakukan untuk mendalami berbagai konsep dan teori terkait produk keuangan syariah, perilaku keuangan, dan generasi Z. Literatur ini mencakup penelitian terdahulu yang relevan mengenai tren penggunaan produk keuangan syariah di kalangan generasi muda (Azizah, 2023; Hidayat & Utami, 2022), serta laporan dari lembaga-lembaga seperti Otoritas Jasa Keuangan (OJK, 2024) yang memberikan wawasan tentang perkembangan dan tantangan dalam meningkatkan literasi keuangan syariah di Indonesia.

3. Analisis Data

Data yang diperoleh dari wawancara dan observasi dianalisis menggunakan teknik analisis tematik. Proses analisis data dilakukan dengan beberapa tahapan berikut;

1. Reduksi Data

Data wawancara dan observasi yang terkumpul akan diseleksi dan disaring untuk mengidentifikasi informasi yang relevan dengan topik penelitian. Hal ini dilakukan untuk memastikan bahwa hanya data yang berkaitan dengan minat Generasi Z terhadap produk keuangan syariah yang akan dianalisis lebih lanjut.

2. Kategorisasi

Setelah data direduksi, langkah selanjutnya adalah mengelompokkan data berdasarkan tema-tema utama yang muncul, seperti faktor-faktor yang memengaruhi minat Generasi Z, peran teknologi digital dalam mempermudah akses ke produk syariah, serta persepsi mereka terhadap produk yang sesuai dengan prinsip syariah. Kategorisasi ini merujuk pada kerangka teori yang dikembangkan oleh Ajzen (1991), yang mengidentifikasi tiga komponen utama yang mempengaruhi perilaku individu, yakni sikap terhadap perilaku, norma subjektif, dan kontrol perilaku yang dirasakan.

3. Penyajian Data

Data yang telah dikategorikan kemudian disajikan dalam bentuk deskripsi dan narasi yang mendalam untuk menggambarkan temuan-temuan yang ada. Penyajian data bertujuan untuk memberikan pemahaman yang jelas mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keputusan Generasi Z dalam memilih produk keuangan syariah. Selain itu, penyajian ini akan memperkuat landasan teori mengenai pengaruh media sosial dan edukasi berbasis teknologi terhadap keputusan keuangan generasi muda (Lestari, 2023; Fauziyah, 2022).

4. Penarikan Kesimpulan

Tahap akhir dalam analisis data adalah penarikan kesimpulan berdasarkan temuan-temuan yang ada. Penarikan kesimpulan ini dilakukan dengan

mengintegrasikan hasil analisis dengan teori-teori yang relevan, seperti teori perilaku yang diatur (Ajzen, 1991), untuk memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi minat Generasi Z terhadap produk keuangan syariah.

4. Keabsahan Data

Keabsahan data dalam penelitian ini dijamin melalui triangulasi sumber, yaitu membandingkan informasi yang diperoleh dari berbagai teknik pengumpulan data (wawancara, observasi, dan studi literatur). Hal ini bertujuan untuk memastikan konsistensi dan validitas temuan yang diperoleh, serta untuk memperkuat argumen yang diajukan dalam penelitian ini (Sugiyono, 2021).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Generasi Z dikenal sebagai generasi yang sangat dekat dengan teknologi dan media sosial. Berdasarkan wawancara dengan responden, kebanyakan dari mereka pertama kali akrab dengan investasi syariah dan produk tabungan pada platform digital seperti Tiktok dan Instagram. Responden mengatakan mereka tertarik pada produk keuangan yang tidak hanya mudah diakses tetapi juga selaras dengan prinsip-prinsip agama.

Survei menunjukkan aplikasi seperti penampilan sederhana, investasi sederhana dari nominal kecil, dan Syariah dengan memilih prinsip-prinsip Syariah berdasarkan prinsip-prinsip Syariah. Ini menunjukkan bahwa produk keuangan Islam yang inovatif dan ramah pengguna dapat meningkatkan minat Gen Z untuk investasi Islam. Sebagian besar responden mengetahui dan memulai produk keuangan Islam untuk konten yang mereka konsumsi di media sosial. Influencer dengan pendekatan pendidikan dan agama seperti akun @ustadzinvest dan @scare_syariah.id. akan berperan dalam membentuk persepsi positif investasi halal. Ini mendukung pentingnya peran media sosial dalam strategi penggalangan dana dan pendidikan. Responden menganggap produk Syariah mudah digunakan, tetapi ada hambatan seperti kesulitan membedakan Syariah dan produk tradisional dalam aplikasi yang tidak menyediakan filter yang jelas. Ini menunjukkan bahwa pelatihan digital perlu ditingkatkan dan fungsionalitas aplikasi perlu ditingkatkan. Hasil wawancara responden disajikan pada tabel 1.

Tabel 1. Tematik Hasil Wawancara Terhadap Produk Keuangan Syariah

No	Hasil Wawancara	Tema	Keterangan
1.	"Saya tahu produk produk Syariah Tiktok, yang banyak Ustad muda telah membahas investasi."	Media Sosial dan Influencer	Sumber informasi pertama adalah Media Sosial

2.	"Tidak ada prinsip ribah, membuat saya tenang karena sesuai prinsip agama."	Nilai Agama	Keputusan yang memengaruhi Kepercayaan Agama
3.	"Saya bisa menggunakan Bibit Syariah dan mulai dengan nominal kecil."	Access Teknologi Sederhana	Produk Syariah Mudah Digunakan. Tampilan Sederhana
4.	"Influencer seperti @ustadzinvest tertarik pada investasi halal membuat saya juga tertarik."	Media Sosial Dan Influencer	Influencer memiliki dampak besar
5.	"Dalam beberapa aplikasi sudah ada untuk membedakan antara perbedaan syariah dan bukan syariah."	Tantangan dalam Akses dan Literasi	Kurangnya fitur filter yang jelas
6.	"Dengan adanya Fitur realtime dan autoinvestasi membuat saya nyaman."	Teknologi Digital dibutuhkan	Fitur Teknologi yang membantu
7.	"Saya harap ada komunitas pengguna untuk diskusi kolaboratif."	Ekspetasi Produk	Mengusulkan untuk menambahkan fitur komunitas

Hasil wawancara mengkonfirmasi bahwa minat Z pada investasi dan tabungan Syariah sangat dipengaruhi oleh integrasi teknologi, nilai-nilai agama dan pendekatan yang menarik untuk pendidikan. Analisis tematik berdasarkan wawancara ini telah menyebabkan peningkatan data sastra dan menunjukkan bahwa strategi digital pribadi dan etis adalah kunci untuk memperoleh generasi ini menuju produk keuangan Syariah

Pembahasan

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat Generasi Z terhadap produk keuangan syariah, dengan menggunakan data yang diperoleh dari wawancara, observasi, dan studi literatur. Berdasarkan hasil penelitian, ditemukan beberapa faktor utama yang memengaruhi minat Generasi Z terhadap produk keuangan syariah, termasuk kemudahan akses melalui platform digital, pengaruh media sosial dan influencer, serta tantangan literasi keuangan syariah.

1. Kemudahan Akses Melalui Platform Digital

Salah satu temuan utama dalam penelitian ini adalah bahwa Generasi Z cenderung lebih tertarik pada produk keuangan syariah yang dapat diakses dengan

mudah melalui aplikasi dan platform digital. Responden mengungkapkan bahwa mereka lebih memilih produk yang tidak hanya menawarkan kenyamanan dalam transaksi, tetapi juga dapat diakses dengan cara yang mudah dan cepat melalui perangkat mobile mereka. Hal ini sejalan dengan pendapat Lestari (2023) yang menyatakan bahwa kemudahan akses dan penggunaan teknologi adalah faktor kunci dalam menarik minat generasi muda terhadap produk keuangan syariah.

Kemajuan teknologi keuangan, seperti aplikasi perbankan syariah dan platform investasi digital, memberikan kemudahan dalam bertransaksi dan berinvestasi. Produk seperti reksa dana syariah dan sukuk (obligasi syariah) yang ditawarkan melalui aplikasi digital yang ramah pengguna menjadi pilihan menarik bagi Generasi Z yang terbiasa dengan penggunaan teknologi dalam kehidupan sehari-hari (Fauziyah, 2022). Aplikasi berbasis digital memberikan transparansi informasi yang lebih tinggi, serta memudahkan pengguna untuk memantau investasi mereka secara real-time. Ini mencerminkan perubahan signifikan dalam cara produk keuangan syariah dikonsumsi oleh generasi muda (Ascarya, 2022).

2. Pengaruh Media Sosial dan Influencer

Salah satu faktor penting lainnya yang memengaruhi minat Generasi Z terhadap produk keuangan syariah adalah pengaruh media sosial, khususnya melalui konten yang dibuat oleh influencer. Berdasarkan hasil wawancara, mayoritas responden mengaku pertama kali mengetahui tentang produk keuangan syariah melalui platform media sosial seperti Instagram, TikTok, dan YouTube. Pengaruh influencer dalam mempromosikan produk-produk ini terbukti signifikan dalam membentuk persepsi positif dan meningkatkan kesadaran tentang produk syariah di kalangan Generasi Z (Hidayat & Utami, 2022; Putri, 2023).

Influencer dengan pendekatan yang berbasis pada edukasi keuangan syariah, seperti yang ditemukan dalam akun Instagram @ustadzinvest dan @scare_syariah.id, memiliki peran yang sangat besar dalam menarik minat generasi muda untuk berinvestasi dalam produk syariah. Pendekatan yang edukatif dan transparansi informasi yang diberikan oleh influencer ini menjadi alasan utama mengapa Generasi Z merasa lebih tertarik dan percaya pada produk-produk tersebut (Azizah, 2023). Hal ini juga menunjukkan bahwa media sosial bukan hanya alat untuk berbagi hiburan, tetapi juga sebagai saluran edukasi yang efektif dalam mempromosikan prinsip-prinsip keuangan syariah kepada generasi muda.

3. Tantangan Literasi Keuangan Syariah

Meskipun minat terhadap produk keuangan syariah di kalangan Generasi Z cukup tinggi, tantangan literasi keuangan masih menjadi hambatan utama. Berdasarkan wawancara yang dilakukan, sebagian besar responden mengungkapkan bahwa meskipun mereka tertarik untuk menggunakan produk keuangan syariah, mereka merasa kesulitan dalam membedakan antara produk syariah dan produk konvensional, terutama di aplikasi-aplikasi yang tidak memiliki filter jelas antara kedua jenis produk tersebut. Hal ini menunjukkan pentingnya meningkatkan literasi keuangan syariah, agar pengguna dapat lebih memahami perbedaan prinsip antara produk syariah dan konvensional, serta bagaimana mereka dapat berinvestasi sesuai dengan prinsip syariah (Sari, 2023; Zahra & Hidayah, 2022).

Oleh karena itu, diperlukan pendidikan yang lebih mendalam mengenai prinsip-prinsip dasar keuangan syariah, terutama untuk generasi muda yang baru

mulai terlibat dalam dunia investasi. Menurut Antonio (2001), pemahaman terhadap konsep-konsep dasar seperti riba, gharar, dan maysir sangat penting untuk memastikan bahwa Generasi Z dapat membuat keputusan keuangan yang sesuai dengan prinsip syariah. Selain itu, pelatihan digital yang mengajarkan cara membedakan produk syariah dan non-syariah juga menjadi penting dalam meningkatkan pemahaman mereka tentang investasi yang halal dan sesuai dengan aturan agama.

4. Fitur Teknologi yang Membantu

Dalam hal fitur teknologi, sebagian besar responden menyatakan bahwa mereka lebih memilih produk keuangan syariah yang menawarkan transparansi informasi dan fitur otomatisasi yang memudahkan mereka dalam berinvestasi. Beberapa aplikasi keuangan syariah menawarkan fitur investasi otomatis dan pengaturan investasi yang dapat disesuaikan dengan preferensi pengguna. Hal ini memberikan kenyamanan lebih bagi Generasi Z yang terbiasa dengan kemudahan dan kepraktisan dalam menggunakan aplikasi digital. Selain itu, adanya fitur edukasi berbasis media sosial yang terintegrasi dalam aplikasi juga mempermudah mereka dalam memahami konsep-konsep keuangan syariah (Rahmawati, 2023).

Penggunaan teknologi canggih, seperti blockchain dan aplikasi berbasis AI, dapat meningkatkan efisiensi dan transparansi dalam transaksi keuangan syariah. Habibi (2021) juga menyebutkan bahwa teknologi blockchain dapat menjadi solusi untuk meningkatkan keamanan dan transparansi dalam produk-produk keuangan syariah, terutama di sektor investasi, seperti sukuk dan reksa dana syariah. Dengan adanya fitur-fitur ini, Generasi Z merasa lebih percaya diri dalam berinvestasi, karena mereka memiliki kontrol penuh terhadap portofolio investasi mereka dan dapat memantau hasilnya secara langsung.

5. Harapan Generasi Z Terhadap Produk Keuangan Syariah

Generasi Z menginginkan produk keuangan syariah yang lebih terjangkau dan dapat disesuaikan dengan gaya hidup mereka. Beberapa responden mengusulkan bahwa platform investasi syariah masa depan seharusnya menawarkan fitur komunitas yang memungkinkan pengguna untuk berbagi pengalaman dan belajar bersama. Ini mencerminkan bahwa generasi ini tidak hanya mencari keuntungan finansial, tetapi juga mencari pengalaman sosial yang dapat memperkaya pemahaman mereka tentang investasi syariah. Menurut Mulyani (2023), integrasi fitur komunitas dan kolaborasi sosial dapat memperkuat pemahaman kolektif tentang keuangan syariah dan mendorong lebih banyak orang untuk berinvestasi sesuai dengan prinsip-prinsip Islam.

KESIMPULAN

Dari hasil penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa minat Generasi Z terhadap produk keuangan syariah dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk kemudahan akses digital, pengaruh media sosial dan influencer, serta tantangan literasi keuangan syariah. Inovasi berbasis teknologi, seperti aplikasi perbankan syariah dan fitur edukasi digital, menjadi kunci untuk menarik minat generasi muda terhadap produk-produk ini. Selain itu, kolaborasi dengan influencer dan pengembangan fitur sosial dalam aplikasi keuangan syariah dapat meningkatkan pemahaman dan partisipasi Generasi Z dalam sektor keuangan syariah. Untuk itu, pendidikan keuangan syariah

yang lebih kreatif dan berbasis teknologi, serta pengembangan produk yang ramah pengguna, perlu terus ditingkatkan agar dapat memenuhi kebutuhan dan harapan Generasi Z yang semakin berkembang di era digital ini.

REFERENCE

- Ajzen, I. (1991). Hipotesis perilaku yang diatur. *Perilaku Organisasi dan Pilihan Manusia* Forms, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-)
- Antonio, M. S. (2001). *Keuangan Islam: Dari hipotesis hingga praktik*. Jakarta: Gema Insani.
- Ascarya. (2022). *Kontrak dan produk keuangan Islam di Indonesia*. Jakarta: Bank Indonesia Press.
- Azizah, R. (2023). Perkembangan produk keuangan Islam dalam menarik minat generasi muda. *Jurnal Keuangan Islam*, 12(3), 45–55.
- Fauziyah, N. (2022). Perkembangan fintech Islam di Indonesia: Peluang dan tantangan. *Jurnal Keuangan dan Keuangan Islam*, 8(2), 101–110.
- Hidayat, M., & Utami, N. (2022). Dampak media sosial terhadap efisiensi keuangan Islam di kalangan Generasi Z. *Jurnal Ilmiah Keuangan Islam*, 10(1), 33–42.
- Kementerian Keuangan Republik Indonesia. (2023). *Perkembangan keuangan Islam di Indonesia*. Diambil dari <https://www.kemenkeu.go.id>.
- Lestari, A. (2023). Peran media sosial dalam memajukan keuangan Islam di kalangan Generasi Z. *Jurnal Keuangan Islam*, 14(2), 120–130.
- Otoritas Jasa Keuangan (OJK). (2024). *Laporan tinjauan nasional tentang pendidikan dan pertimbangan keuangan Islam*. Diambil dari <https://www.ojk.go.id>.
- Rahmawati, D. (2023). Dampak perkembangan digital terhadap minat Generasi Z dalam menggunakan produk keuangan Islam. *Jurnal Riset Keuangan Islam*, 15(2), 45–57.
- Sari, R. (2023). Kajian pendidikan keuangan Generasi Z dan dampaknya terhadap investasi yang tertarik pada produk-produk Islam. *Jurnal Keuangan Islam*, 11(4), 75–85.
- Rahayu, S. (2023). Kemahiran Komputerisasi dan Perilaku Terkait Uang di Kalangan Gen Z di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Komputerisasi*, 4(1), 22–31.
- Yuliana, M. (2022). Gamifikasi dalam Islam Menyimpan Uang untuk Menarik Pembeli Muda. *Jurnal Inovasi Keuangan Islam*, 7(2), 55–63.
- Anwar, H., & Fadillah, R. (2021). Fintech Syariah dan Milenial Muslim Indonesia. *Survei Masalah Keuangan Islam*, 10(2), 77–88.
- Mulyani, D. (2023). Percayai Komponen Crowdfunding Islami untuk Gen Z. *Jurnal Keuangan Syariah*, 5(1), 10–19.
- Putri, R. (2023). Peranan Influencer Hijrah dalam Instruksi Anggaran Syariah. *Jurnal Dakwah Lanjutan*, 3(3), 44–51.
- Habibi, M. (2021). Blockchain untuk Bursa Halal: Eksekusi Berpikir dalam Islam. *Jurnal Inovasi Halal*, 2(2), 33–42.
- Lubis, T. A. (2022). Kelayakan Modul Pembelajaran Keuangan Berbasis Aplikasi yang Fleksibel untuk Mahasiswa. *Jurnal Pendidikan Islam*, 14(1), 68–75.
- Zahra, L., & Hidayah, N. (2022). Investasi Mahasiswa yang Tertarik pada Produk Syariah: Pertimbangan Komparatif. *Jurnal Keuangan Mahasiswa*, 9(2), 88–97.

- Ramadhan, F. (2021). Investigasi Tren Generasi Z untuk Bank Digital Syariah. *Keuangan Syariah*, 6(2), 123-134.
- Nurhadi, A. (2023). Pembelajaran Keuangan Syariah melalui TikTok: Teknik dan Tantangan. *Jurnal Media Islam*, 8(1), 15-25.
- Wijayanti, E. (2023). Crowdfunding Syariah dan Kecenderungan Spekulasi Sosial di Era Anak Muda, *Jurnal Amal Islam*, 5(3), 41-49.
- Setiawan, R. (2022). Alokasi Dana Hibah Islam Tingkat Lanjut di Kalangan Anak Muda di Asia Tenggara. *Jurnal Asia Tenggara*, 3(2), 70-85.
- Nugroho, B. (2023). Media Sosial sebagai Sarana Pendidikan Syariah. *Jurnal Inovasi Dakwah*, 4(1), 50-59.
- Dewi, K. (2022). Pengenalan Risiko dan Minat Investasi pada Produk Syariah. *Jurnal Riset Keuangan*, 6(2), 77-88.
- Handayani, F. (2023). Pengakuan Mahasiswa terhadap Program Pendidikan Dana Syariah Digital. *Jurnal Pendidikan Keuangan Islam*, 11(1), 23-32.