Resiliensi
Jurnal Ekonomi dan Keuangan Syariah
Yayasan Paramarta Akademika Indonesia

Value-Behavior Gap pada Generasi Z dalam Memilih Fintech Konvensional Dibandingkan Layanan Keuangan Syariah: Tinjauan Literatur Sistematis Berbasis Theory of Planned Behavior

ABSTRACT *- This study aims to analyze the factors causing the value-behavior gap while clarifying the conceptual distinctions between values, attitudes, intentions, and behaviors within the framework of the Theory of Planned Behavior (TPB). A Systematic Literature Review (SLR) method was employed, following the PRISMA flow (identification, screening, eligibility, and inclusion protocols). An initial search yielded 84 articles from Google Scholar, ScienceDirect, SpringerLink, MDPI, Garuda, and SINTA (published between 2015 and 2025); these were filtered down to 71 articles (after removing duplicates) and 47 articles (after title and abstract screening), ultimately resulting in 32 scholarly articles that met all inclusion criteria and were subjected to thematic analysis. The findings indicate that the value-behavior gap is influenced by four primary factor groups: rational-functional (convenience, transaction speed, feature completeness), cognitive (low Sharia financial literacy), social-normative (social media influence and subjective norms), and structural (limitations in innovation, product variety, and the reach of Sharia fintech services). The study's novelty lies in the explicit integration of the Theory of Planned Behavior with the value-behavior gap concept—topics previously discussed largely in isolation—and the multi-dimensional synthesis of these four factors specifically within the context of Indonesian Generation Z, an approach rarely found in existing literature.*

ABSTRAK -. Penelitian ini bertujuan menganalisis faktor-faktor penyebab value-behavior gap tersebut sekaligus menegaskan perbedaan konsep nilai, sikap, niat, dan perilaku dalam kerangka Theory of Planned Behavior (TPB). Metode yang digunakan adalah Systematic Literature Review (SLR) dengan protokol identifikasi-penyaringan-kelayakan-inklusi mengikuti alur PRISMA: penelusuran awal menjaring 84 artikel dari Google Scholar, ScienceDirect, SpringerLink, MDPI, Garuda, dan SINTA pada periode terbit 2015–2025, yang kemudian disaring menjadi 71 artikel (setelah penghapusan duplikasi), 47 artikel (setelah seleksi judul dan abstrak), hingga akhirnya diperoleh 32 artikel ilmiah yang memenuhi seluruh kriteria inklusi dan dianalisis secara tematik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa value-behavior gap dipengaruhi oleh empat kelompok faktor utama: rasional-fungsional (kemudahan, kecepatan transaksi, kelengkapan fitur), kognitif (rendahnya literasi keuangan syariah), sosial-normatif (pengaruh media sosial dan norma subjektif), serta struktural (keterbatasan inovasi, variasi produk, dan jangkauan layanan fintech syariah). Kebaruan penelitian ini terletak pada integrasi eksplisit antara Theory of Planned Behavior dan konsep value-behavior gap, yang selama ini banyak dibahas secara terpisah, serta sintesis multi-dimensi keempat faktor tersebut secara spesifik pada konteks Generasi Z Indonesia—suatu pendekatan yang belum banyak ditemukan dalam literatur sebelumnya.

Author
[1] **Ahmad Rizki Abdillah**
[2] **Yulia Miranty**,
[3] **Diana Fakhriyah,**
[4] **Sabdes Sahputra Berutu**,
[1,2,3,4] Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Al-Azhar Medan, Indonesia

*[1]***Corresponding email:**
dindanoviasafiti28@gmail.com

Article History
Submitted: 15 Juli 2026
Revised: 21 Juli 2026
Accepted: 4 Agustus 2026
Published: 4 Agustus 2026

Keywords
Value-Behavior Gap,
Generasi Z,
Financial Technology,
Fintech Syariah,
Theory of Planned Behavior.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi finansial (fintech) di Indonesia berlangsung sangat cepat seiring meningkatnya penetrasi internet dan penggunaan telepon pintar, khususnya di kalangan generasi muda yang akrab dengan dunia digital. Fintech pada dasarnya merupakan pemanfaatan teknologi digital untuk mempermudah layanan keuangan seperti pembayaran, pinjaman, investasi, dan perencanaan keuangan, sehingga masyarakat modern memperoleh layanan yang cepat, praktis, dan dapat diakses kapan saja. Di tengah dominasi fintech konvensional, muncul pula fintech syariah sebagai alternatif yang menjanjikan kepatuhan terhadap prinsip Islam, yakni bebas dari unsur riba, gharar, dan maysir.

Data Otoritas Jasa Keuangan (OJK) memperlihatkan kesenjangan yang tajam antara inklusi keuangan syariah dan kondisi keuangan nasional secara umum di Indonesia. Berdasarkan hasil Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) 2022, pangsa pasar perbankan syariah baru mencapai 7,09% dari total industri perbankan nasional, sementara indeks inklusi keuangan syariah tercatat sebesar 12,12%—jauh tertinggal dari indeks inklusi keuangan nasional secara umum yang mencapai 85,10% (OJK, 2022). Angka ini penting untuk dimaknai secara tepat: 85,10% bukanlah representasi khusus inklusi keuangan konvensional, melainkan indeks inklusi keuangan nasional secara keseluruhan yang mencakup seluruh jenis layanan keuangan, sehingga kesenjangannya dengan indeks syariah tetap menegaskan betapa timpangnya penetrasi layanan keuangan syariah di masyarakat. Kesenjangan ini terjadi meskipun Indonesia merupakan negara dengan populasi muslim terbesar di dunia, dan meskipun generasi muda saat ini banyak terpapar pendidikan agama serta gelombang kesadaran beragama di ruang digital.

Generasi Z, yang lahir dan besar di tengah pesatnya digitalisasi, berada pada posisi yang menarik sekaligus paradoksal. Di satu sisi mereka memiliki eksposur nilai keislaman yang tinggi melalui keluarga, pendidikan, dan konten keagamaan di media sosial; di sisi lain mereka juga generasi yang paling akrab dengan logika kepraktisan platform fintech konvensional yang menawarkan kemudahan, kecepatan, dan promosi yang masif. Berbagai kajian menunjukkan bahwa sebagian besar mahasiswa dan pelajar telah mengenal istilah-istilah ekonomi syariah seperti bank syariah, zakat, atau investasi syariah, namun pengetahuan tersebut tidak serta-merta diterjemahkan menjadi preferensi penggunaan layanan syariah dalam praktik sehari-hari (Tim Peneliti Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, 2023); aspek syariah cenderung menjadi pertimbangan kedua setelah kepraktisan dan popularitas layanan.

Fenomena inkonsistensi antara nilai atau sikap positif terhadap suatu prinsip dengan perilaku aktual yang tidak sejalan dengan nilai tersebut dikenal secara luas dalam literatur perilaku konsumen sebagai attitude-behavior gap atau value-behavior gap. Konsep ini banyak dikaji dalam riset konsumsi berkelanjutan (green consumption), di mana konsumen kerap menyatakan sikap peduli lingkungan namun tidak mewujudkannya dalam keputusan pembelian aktual (ElHaffar, Durif, & Dubé, 2020; Zhuo et al., 2022). Kesenjangan yang serupa berpotensi terjadi pada konteks keuangan syariah: individu dapat meyakini nilai-nilai syariah sebagai sesuatu yang baik dan penting, tetapi pada saat memilih layanan keuangan digital, faktor-faktor rasional, sosial, dan struktural justru lebih mendominasi keputusan mereka.

Berdasarkan latar belakang tersebut, artikel ini disusun untuk menjawab pertanyaan: faktor-faktor apa sajakah yang menyebabkan terjadinya value-behavior gap pada Generasi Z, sehingga mereka cenderung memilih fintech konvensional dibandingkan layanan keuangan syariah? Tujuan penelitian ini adalah mengidentifikasi dan mensintesiskan temuan-temuan dari literatur terdahulu mengenai faktor-faktor pendorong dan penghambat adopsi fintech syariah, serta menjelaskan mekanisme terjadinya kesenjangan antara nilai dan perilaku tersebut melalui kerangka teori perilaku yang relevan.

Meskipun kajian mengenai adopsi fintech syariah dan mengenai attitude-behavior gap pada konsumsi berkelanjutan masing-masing telah berkembang cukup luas, kedua bidang tersebut umumnya dibahas secara terpisah: studi adopsi fintech syariah cenderung berhenti pada identifikasi determinan niat (Boubker et al., 2021; Khan et al., 2022), sementara literatur attitude-behavior gap lebih banyak diterapkan pada konteks konsumsi hijau (ElHaffar et al., 2020; Zhuo et al., 2022) dan jarang dikaitkan secara eksplisit dengan konteks keuangan syariah maupun dengan populasi Generasi Z Indonesia secara spesifik.

Celah penelitian (research gap) ini menjadi dasar bagi kajian ini, dengan kebaruan (novelty) yang terletak pada tiga hal:

1. integrasi eksplisit antara Theory of Planned Behavior dan konsep value-behavior gap yang selama ini dikembangkan pada ranah kajian yang berbeda;
2. sintesis multi-dimensi terhadap empat kelompok faktor (rasional-fungsional, kognitif, sosial-normatif, dan struktural) ke dalam satu kerangka analitis yang koheren; dan
3. penerapan kerangka tersebut secara spesifik pada konteks Generasi Z Indonesia dalam memilih fintech konvensional dibandingkan layanan keuangan syariah, yang belum banyak dikaji melalui pendekatan Systematic Literature Review.

Kajian ini diharapkan memberi kontribusi teoretis bagi pengembangan literatur fintech syariah di Indonesia, serta kontribusi praktis bagi penyelenggara jasa keuangan syariah dan pembuat kebijakan dalam merancang strategi yang lebih efektif untuk menjembatani kesenjangan nilai dan perilaku pada Generasi Z.

Istilah nilai, sikap, niat, dan perilaku kerap digunakan secara bergantian dalam wacana populer maupun sebagian literatur akademik, padahal keempatnya merupakan konstruk psikologis yang berbeda tingkat abstraksi dan letaknya dalam rangkaian sebab-akibat menuju tindakan nyata. Kejelasan konseptual ini penting agar analisis mengenai value-behavior gap tidak keliru menyamakan sikap positif dengan perilaku aktual.

1. Nilai (values) adalah keyakinan dasar yang bersifat abstrak, normatif, dan relatif stabil dalam jangka panjang mengenai apa yang dianggap baik, benar, atau penting oleh individu—misalnya keyakinan bahwa kepatuhan terhadap prinsip syariah adalah sesuatu yang baik. Nilai berada pada tingkat paling umum dan tidak selalu terkait dengan objek atau situasi tertentu.
2. Sikap (attitude) adalah evaluasi afektif-kognitif individu terhadap objek, situasi, atau perilaku tertentu—misalnya evaluasi positif atau negatif terhadap penggunaan fintech syariah. Sikap lebih spesifik dan situasional dibandingkan

nilai, serta terbentuk dari interaksi antara nilai yang dianut dengan informasi dan pengalaman langsung.

3. Niat (intention) adalah kecenderungan atau rencana sadar untuk melakukan suatu perilaku tertentu. Dalam Theory of Planned Behavior (Ajzen, 1991), niat merupakan prediktor langsung dari perilaku dan dibentuk oleh tiga determinan: sikap terhadap perilaku, norma subjektif, dan kontrol perilaku yang dipersepsikan (perceived behavioral control).
4. Perilaku (behavior) adalah tindakan aktual yang benar-benar dilakukan dan dapat diamati—misalnya keputusan nyata memilih fintech konvensional atau fintech syariah. Perilaku merupakan hasil akhir dari rangkaian nilai-sikap-niat, namun dapat menyimpang dari niat akibat hambatan situasional, keterbatasan kontrol perilaku, atau dominasi kebiasaan lama.

Dengan kerangka ini, value-behavior gap pada Generasi Z dipahami sebagai kondisi ketika nilai dan sikap positif terhadap prinsip syariah telah terbentuk, bahkan mungkin telah diterjemahkan menjadi niat untuk menggunakan layanan syariah, tetapi tidak terealisasi menjadi perilaku aktual karena berbagai hambatan kontekstual—bukan semata-mata karena ketiadaan nilai religius, sebagaimana akan dielaborasi pada bagian Hasil dan Pembahasan.

METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode Systematic Literature Review (SLR). Metode ini dipilih karena tujuan penelitian bersifat sintesis konseptual atas temuan-temuan empiris yang telah dipublikasikan sebelumnya, bukan pengumpulan data primer melalui survei atau kuesioner, dan karena SLR memungkinkan proses identifikasi, penyaringan, evaluasi kelayakan, dan sintesis literatur dilakukan secara sistematis, transparan, dan dapat direplikasi oleh peneliti lain.

Data utama yang dianalisis merupakan data sekunder berupa 32 artikel ilmiah nasional dan internasional (jurnal terakreditasi SINTA, jurnal internasional bereputasi, dan prosiding) yang membahas fintech syariah, fintech konvensional, literasi keuangan syariah, perilaku konsumen keuangan, dan/atau kerangka attitude-behavior gap. Sebagai data pelengkap untuk memperkaya konteks aktual, digunakan pula laporan resmi Otoritas Jasa Keuangan (OJK) serta sejumlah artikel media massa kredibel; sumber pelengkap ini ditandai secara eksplisit pada Tabel 2 dan tidak dihitung sebagai bagian dari 32 artikel ilmiah hasil SLR, untuk menjaga konsistensi dengan kriteria eksklusi butir (3).

Penelusuran literatur dilakukan pada periode Mei 2026 melalui basis data akademik Google Scholar, ScienceDirect, SpringerLink, MDPI, Scopus Preview, ResearchGate, PMC/NCBI, serta portal jurnal nasional SINTA dan Garuda. Pencarian menggunakan kombinasi kata kunci tunggal dan gabungan (boolean) sebagai berikut, agar prosedur dapat direplikasi:

1. ("Islamic fintech" OR "fintech syariah") AND ("Generation Z" OR "Gen Z" OR "generasi Z")
2. ("value-behavior gap" OR "attitude-behavior gap" OR "intention-behavior gap")

3. ("Islamic financial literacy" OR "literasi keuangan syariah") AND ("Generation Z")
4. ("behavioral intention" OR "niat berperilaku") AND ("Islamic financial technology")
5. ("Theory of Planned Behavior") AND ("Islamic finance" OR "keuangan syariah")

Kriteria Inklusi

1. Dipublikasikan pada periode 2015–2025 (kecuali rujukan teori klasik seperti Ajzen, 1991).
2. Berasal dari jurnal ilmiah atau prosiding yang memiliki kredibilitas akademik (terindeks SINTA, Scopus, atau setara).
3. Membahas fintech syariah, fintech konvensional, perilaku konsumen, literasi keuangan syariah, atau value-behavior gap.
4. Menyediakan informasi metodologi penelitian secara jelas dan dapat ditelusuri.
5. Tersedia dalam bentuk teks lengkap (full text).
6. Menggunakan bahasa Indonesia atau bahasa Inggris.

Kriteria Eksklusi

1. Merupakan artikel duplikasi antar-basis data.
2. Tidak memiliki relevansi tematik dengan tujuan penelitian.
3. Berupa opini, berita, atau artikel populer yang tidak melalui proses telaah ilmiah (peer-review).
4. Tidak tersedia dalam bentuk teks lengkap atau sumber tidak dapat diverifikasi.

Prosedur Seleksi Literatur

Prosedur seleksi mengikuti alur identifikasi-penyaringan-kelayakan-inklusi yang lazim digunakan dalam SLR (mengacu pada logika alur PRISMA). Penelusuran awal dengan strategi kata kunci di atas menghasilkan 84 artikel. Setelah artikel duplikat antar-basis data dihapus, tersisa 71 artikel. Penyaringan berdasarkan judul dan abstrak menyaring artikel yang tidak relevan secara tematik, menyisakan 47 artikel. Evaluasi kelayakan penuh (full-text) terhadap kejelasan metodologi, kredibilitas sumber, dan kesesuaian substansi dengan kriteria inklusi menghasilkan 32 artikel ilmiah final yang menjadi dasar analisis dalam penelitian ini. Tahapan tersebut dirangkum pada Tabel 1.

Tabel 1. Alur Seleksi Literatur

Tahapan	Jumlah Artikel
Hasil pencarian awal (database & kata kunci)	84
Artikel tersisa setelah penghapusan duplikasi	71
Artikel lolos seleksi judul dan abstrak	47
Artikel memenuhi seluruh kriteria inklusi (dianalisis)	32

Teknik Ekstraksi dan Analisis Data

Ekstraksi data dari setiap artikel terpilih dilakukan secara terstruktur dengan mencatat: nama penulis dan tahun terbit, fokus/topik kajian, desain dan metode penelitian, kerangka teori yang digunakan, serta temuan utama yang relevan dengan value-behavior gap. Hasil ekstraksi dari seluruh artikel dirangkum dalam matriks literatur (Tabel 2) untuk memudahkan pembandingan lintas studi. Analisis selanjutnya dilakukan melalui tiga tahap: pertama, reduksi data, yaitu memilah temuan yang relevan dengan faktor-faktor adopsi maupun penolakan fintech syariah; kedua, kategorisasi tematik, yaitu mengelompokkan faktor-faktor tersebut ke dalam empat dimensi utama (rasional-fungsional, kognitif/literasi, sosial-normatif, dan struktural/regulasi); dan ketiga, sintesis dan interpretasi, yaitu menghubungkan temuan-temuan tersebut dengan kerangka Theory of Planned Behavior (Ajzen, 1991) dan model attitude-intention-behavior gap (ElHaffar et al., 2020) untuk menjelaskan mekanisme terjadinya value-behavior gap pada konteks pemilihan layanan keuangan oleh Generasi Z.

Tabel 2. Matriks Literatur

No	Penulis (Tahun)	Fokus Kajian	Metode	Temuan Utama yang Relevan
1	Ajzen (1991)	Fondasi teori perilaku terencana	Konseptual/ teoretis	Sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku persepsian membentuk niat; niat memprediksi perilaku aktual.
2	Boubker, Douayri, & Ouajdouni (2021)	Determinan niat mengadopsi pembiayaan syariah di Maroko	Survei kuantitatif (TRA/TPB)	Sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku secara konsisten memengaruhi niat mengadopsi pembiayaan syariah.
3	ElHaffar, Durif, & Dubé (2020)	Attitude-intention-behavior gap pada konsumsi hijau	Tinjauan naratif (narrative review)	TPB adalah kerangka paling banyak dipakai untuk menjelaskan kesenjangan sikap-niat-perilaku; hubungan niat-perilaku sering terhambat faktor situasional.
4	Khan, Rabbani, Hawaldar, & Bashar (2022)	Determinan niat perilaku menggunakan fintech syariah	Survei kuantitatif (UTAUT)	Performance expectancy dan facilitating conditions berpengaruh positif pada niat; effort expectancy dan kebiasaan tertentu berpengaruh negatif.
5	Zhuo et al. (2022)	Attitude-behavior gap pada perilaku konsumsi hijau	Tinjauan literatur	Kesenjangan sikap-perilaku konsisten ditemukan lintas konteks konsumsi,

				mendukung analogi pada keuangan syariah.
6	Salsabila, Saleh, & Rujikartawi (2025)	Peran fintech syariah dalam inklusi keuangan Generasi Z (Banten)	Kualitatif/etnografis pada mahasiswa	Kemudahan navigasi dan fleksibilitas transaksi turut mendorong preferensi fintech syariah, bukan semata faktor religius.
7	Sukma (2025)	Brand awareness, technology convenience, dan religiusitas pada minat LinkAja Syariah	Survei kuantitatif mahasiswa Purwokerto	Religiusitas tidak selalu berpengaruh signifikan; kemudahan teknologi dan kesadaran merek lebih dominan.
8	Tim Peneliti Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam (2023)	Literasi keuangan syariah Generasi Z dan minat perbankan syariah	Studi kasus siswa SMK Jakarta	Pemahaman dasar bank syariah sudah ada namun belum merata; literasi keuangan syariah masih perlu ditingkatkan.
9	Tim Peneliti Jurnal Istikhlaf (2025)	Perkembangan dan tantangan fintech syariah di Indonesia	Analisis deskriptif	Tantangan struktural: keterbatasan infrastruktur, jangkauan layanan, dan variasi produk fintech syariah.
10	OJK (2022)	Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) 2022	Survei nasional (n = 14.634 responden)	Pangsa pasar perbankan syariah 7,09%; indeks inklusi keuangan syariah 12,12%, jauh di bawah indeks inklusi keuangan nasional 85,10%.
11	Kompasiana (2025)	Popularitas fintech syariah vs konvensional pada Gen Z/Milenial	Artikel populer (data pelengkap)	Menggambarkan persepsi publik bahwa fintech konvensional lebih diminati karena kepraktisan.
12	LPM Suara Kampus (2024)	Literasi Gen Z terhadap keuangan syariah	Artikel populer (data pelengkap)	Menyoroti rendahnya keterpaparan mahasiswa terhadap edukasi keuangan syariah non-formal.
13	PWMU.CO (2025)	Perbandingan fintech syariah dan fintech konvensional	Artikel populer (data pelengkap)	Mengonfirmasi persepsi awam bahwa fintech syariah kalah bersaing dari sisi promosi dan jangkauan pasar.

14	Retizen Republika (2026a)	Generasi Z dan literasi keuangan syariah	Artikel populer (data pelengkap)	Literasi keuangan syariah pada Generasi Z dinilai masih menjadi peluang yang terabaikan.
15	Retizen Republika (2026b)	Pengaruh tingkat literasi keuangan syariah pada Gen Z	Artikel populer (data pelengkap)	Tingkat literasi berkorelasi dengan kecenderungan memilih layanan keuangan syariah.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Faktor Rasional-Fungsional: Kemudahan, Kecepatan, dan Kelengkapan Fitur

Faktor paling konsisten muncul dalam berbagai kajian adalah keunggulan fungsional fintech konvensional, terutama pada aspek kemudahan akses, kecepatan transaksi, dan kelengkapan fitur (Khan et al., 2022). Fintech konvensional telah lebih dahulu berkembang dan menawarkan proses transaksi tanpa banyak persyaratan administratif, sementara fintech syariah kerap memerlukan proses yang relatif lebih kompleks karena harus mematuhi ketentuan akad dan prinsip syariah. Generasi muda yang terbiasa dengan transaksi instan cenderung memprioritaskan kepraktisan dibandingkan kesesuaian prinsip agama pada saat harus mengambil keputusan transaksi dengan cepat.

Namun demikian, faktor kemudahan bukan semata milik fintech konvensional. Kajian etnografis terhadap mahasiswa Generasi Z pengguna fintech syariah menemukan bahwa kemudahan navigasi, fitur otomatis, dan fleksibilitas transaksi turut menjadi alasan penting mereka memilih layanan syariah (Salsabila, Saleh, & Rujikartawi, 2025), sehingga preferensi platform tidak semata-mata ditentukan oleh dimensi religius, melainkan juga oleh pengalaman pengguna (user experience) yang kompetitif. Implikasinya, kesenjangan nilai-perilaku pada Generasi Z tidak sepenuhnya disebabkan oleh penolakan terhadap prinsip syariah, tetapi lebih disebabkan oleh kesenjangan kualitas layanan dan pengalaman digital antara fintech syariah dan konvensional yang belum setara.

Faktor Kognitif: Literasi Keuangan Syariah yang Rendah

Faktor kedua yang banyak ditemukan dalam literatur adalah rendahnya tingkat literasi keuangan syariah di kalangan Generasi Z. Data SNLIK 2022 menunjukkan indeks literasi keuangan syariah nasional hanya sebesar 9,14%, jauh di bawah indeks literasi keuangan nasional secara umum sebesar 49,68% (OJK, 2022); banyak generasi muda mengenal istilah bank syariah, zakat, atau investasi syariah, tetapi belum memahami secara mendalam konsep dan penerapannya dalam praktik. Kesenjangan antara indeks literasi dan indeks inklusi keuangan syariah turut menegaskan bahwa banyak pengguna produk syariah tidak sepenuhnya memahami prinsip-prinsip yang mendasarinya,

sehingga preferensi terhadap layanan syariah lebih bersifat permukaan (aware) dibandingkan preferensi yang benar-benar dipahami dan diinternalisasi (literate).

Rendahnya literasi ini berimplikasi langsung pada rendahnya kepercayaan terhadap produk fintech syariah, karena masyarakat sulit membedakan secara jelas antara fintech syariah dan fintech konvensional, termasuk perbedaan mekanisme bagi hasil dengan bunga. Studi pada pelajar sekolah menengah kejuruan di Jakarta menemukan bahwa meskipun sebagian responden memahami konsep dasar bank syariah dan perbedaannya dengan bank konvensional, pemahaman tersebut belum sepenuhnya merata (Tim Peneliti Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, 2023). Kondisi ini memperkuat argumen bahwa value-behavior gap sebagian besar bersumber dari kesenjangan pengetahuan (knowledge gap), bukan semata dari ketiadaan nilai religius, karena nilai tanpa pemahaman teknis yang memadai cenderung sulit diwujudkan dalam pilihan perilaku yang konsisten.

Faktor Sosial-Normatif: Media Sosial, Popularitas, dan Herding Behavior

Generasi Z merupakan generasi yang keputusan konsumsinya sangat dipengaruhi oleh lingkungan digital dan media sosial. Berbagai kajian menunjukkan bahwa mahasiswa dan pelajar cenderung memilih layanan keuangan yang populer, mudah digunakan, dan sering muncul di media sosial (Kompasiana, 2025), sehingga pertimbangan syariah kerap menjadi pertimbangan sekunder setelah popularitas dan eksposur digital suatu platform. Fenomena ini konsisten dengan prinsip norma subjektif dalam TPB (Ajzen, 1991), di mana persepsi terhadap apa yang dilakukan dan disetujui oleh lingkungan sosial turut membentuk niat dan perilaku individu, bahkan ketika bertentangan dengan sikap pribadinya.

Studi mengenai minat penggunaan dompet digital berbasis syariah turut menemukan hasil yang tidak selalu konsisten mengenai pengaruh religiusitas terhadap minat penggunaan; pada kasus LinkAja Syariah, religiusitas tidak berpengaruh signifikan terhadap minat, sementara brand awareness dan technology convenience justru lebih dominan (Sukma, 2025). Temuan yang beragam antar penelitian ini menunjukkan bahwa kekuatan norma sosial dan pengaruh lingkungan digital dapat melemahkan hubungan antara nilai religius dan perilaku aktual, terutama pada generasi yang keputusannya sangat dipengaruhi oleh tren dan validasi sosial daring.

Faktor Struktural: Regulasi, Jangkauan, dan Ekosistem Fintech Syariah

Faktor struktural turut berkontribusi terhadap terjadinya kesenjangan nilai-perilaku. Fintech syariah di Indonesia masih menghadapi tantangan berupa keterbatasan infrastruktur, jaringan yang belum merata terutama di wilayah tertentu, keterbatasan variasi produk, dan promosi yang belum semasif fintech konvensional yang telah mapan dan memiliki basis pengguna besar (Tim Peneliti Jurnal Istikhlaf, 2025). Sinergi antara lembaga keuangan syariah dan perusahaan fintech syariah dinilai menjadi faktor kunci untuk mempercepat pertumbuhan ekosistem ini, namun kolaborasi tersebut masih perlu

diperkuat agar fintech syariah dapat bersaing secara setara, bukan hanya dari sisi kepatuhan syariah tetapi juga dari sisi kompetitivitas layanan (PWMU.CO, 2025).

Kondisi ini menegaskan bahwa keberhasilan mendorong perilaku konsisten dengan nilai syariah pada Generasi Z tidak dapat hanya mengandalkan pendekatan normatif keagamaan, tetapi memerlukan pembenahan struktural pada sisi penyedia layanan itu sendiri, termasuk perluasan akses, penguatan keamanan dan transparansi platform, serta kolaborasi strategis dengan platform digital besar yang telah familiar bagi Generasi Z, misalnya dengan menghadirkan opsi "pembayaran syariah" di dalam platform fintech konvensional yang sudah dominan digunakan.

Kerangka Teoritis Value-Behavior Gap

Kesenjangan antara sikap atau nilai yang dianut seseorang dengan perilaku aktual yang ditunjukkan telah lama menjadi perhatian dalam riset perilaku konsumen, khususnya pada studi konsumsi berkelanjutan (green consumption). Fenomena ini dikenal dengan berbagai istilah, di antaranya green attitude-behavior gap, green intention-behavior gap, atau motivation-behavior gap, yang secara umum menggambarkan inkonsistensi antara pernyataan sikap positif konsumen terhadap suatu nilai dengan keputusan pembelian atau penggunaan yang justru tidak mencerminkan nilai tersebut (Zhuo et al., 2022). Kajian naratif atas puluhan artikel mengenai kesenjangan ini mengelompokkan penelitian berdasarkan kerangka sikap, niat, dan perilaku, dan menyimpulkan bahwa Theory of Planned Behavior (TPB) menjadi kerangka yang paling banyak digunakan untuk menjelaskan bagaimana sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku yang dipersepsikan memengaruhi niat, yang pada gilirannya memengaruhi perilaku aktual, meskipun hubungan antara niat dan perilaku ini kerap tidak berjalan mulus akibat berbagai hambatan situasional (ElHaffar, Durif, & Dubé, 2020).

Kerangka serupa relevan diterapkan pada konteks pemilihan layanan keuangan syariah. Sejumlah studi mengenai adopsi keuangan Islam menggunakan Theory of Reasoned Action (TRA) dan TPB untuk menjelaskan bahwa sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku secara konsisten memengaruhi niat mengadopsi pembiayaan syariah, sementara religiusitas dan reputasi lembaga keuangan syariah turut membentuk sikap positif terhadap keuangan syariah (Boubker, Douayri, & Ouajdouni, 2021). Namun demikian, niat yang positif tidak selalu terealisasi menjadi perilaku nyata karena adanya faktor penghambat kontekstual, seperti keterbatasan akses, kompleksitas administratif, maupun kebiasaan (habit) yang telanjur terbentuk terhadap layanan konvensional. Pada studi adopsi teknologi finansial syariah berbasis model UTAUT, ditemukan bahwa performance expectancy, facilitating conditions, dan personal innovativeness berpengaruh positif terhadap niat penggunaan, sedangkan effort expectancy, pengaruh sosial tertentu, dan kebiasaan justru dapat berpengaruh negatif (Khan et al., 2022), yang menunjukkan bahwa faktor kemudahan penggunaan dan kebiasaan digital memainkan peran penting dan tidak selalu sejalan dengan preferensi nilai keagamaan.

Sintesis: Mengapa Nilai Tidak Selalu Diterjemahkan Menjadi Perilaku

Merujuk pada kerangka attitude-intention-behavior gap dalam riset konsumsi berkelanjutan (ElHaffar et al., 2020), kesenjangan antara sikap dan perilaku umumnya terjadi karena niat yang telah terbentuk dari sikap positif tidak serta-merta terealisasi akibat hambatan kontekstual, keterbatasan kontrol perilaku yang dipersepsikan (perceived behavioral control), maupun dominasi kebiasaan lama. Pola yang sama tampak pada konteks keuangan syariah bagi Generasi Z: sikap positif terhadap nilai-nilai syariah, yang terbentuk dari pendidikan agama dan kesadaran religius, sering kali gagal diwujudkan dalam perilaku nyata karena kombinasi rendahnya literasi teknis (Tim Peneliti Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, 2023), dominasi kebiasaan menggunakan platform konvensional, kuatnya pengaruh sosial dan tren digital (Sukma, 2025), serta belum optimalnya kompetitivitas fungsional fintech syariah dibandingkan kompetitor konvensionalnya (Tim Peneliti Jurnal Istikhlaf, 2025).

Dengan demikian, value-behavior gap pada Generasi Z dalam memilih fintech konvensional daripada layanan keuangan syariah bukan semata cerminan dari lemahnya nilai keislaman generasi tersebut, melainkan hasil interaksi kompleks antara nilai personal, kapasitas literasi, tekanan sosial digital, dan kualitas ekosistem layanan yang tersedia. Implikasinya, penguatan preferensi terhadap layanan keuangan syariah memerlukan intervensi multi-dimensi yang tidak hanya berorientasi pada penguatan nilai religius, tetapi juga pada peningkatan literasi praktis, perbaikan pengalaman pengguna, dan perluasan visibilitas sosial fintech syariah di ruang digital yang menjadi ranah utama Generasi Z.

Penegasan Research Gap dan Kebaruan Penelitian

Sintesis di atas menegaskan bahwa penelitian terdahulu cenderung membahas dua ranah secara terpisah: (1) studi determinan niat adopsi fintech syariah yang berhenti pada tahap niat tanpa menjelaskan mengapa niat tersebut tidak selalu terealisasi menjadi perilaku (Boubker et al., 2021; Khan et al., 2022); dan (2) literatur attitude-behavior gap yang berkembang matang pada ranah konsumsi hijau namun jarang diterapkan secara eksplisit pada konteks keuangan syariah, apalagi pada populasi Generasi Z Indonesia secara spesifik (ElHaffar et al., 2020; Zhuo et al., 2022). Celah inilah yang menjadi dasar kebaruan penelitian ini, yaitu: (1) mengintegrasikan kerangka Theory of Planned Behavior dengan konsep value-behavior gap ke dalam satu model penjelas yang koheren; (2) mensintesiskan empat dimensi faktor (rasional-fungsional, kognitif, sosial-normatif, dan struktural) yang selama ini dibahas secara terpisah-pisah di berbagai studi menjadi satu peta faktor yang saling berkaitan; dan (3) menerapkan sintesis tersebut secara spesifik pada konteks pemilihan fintech konvensional dibandingkan layanan keuangan syariah oleh Generasi Z Indonesia, sebuah irisan tema yang belum banyak dikaji melalui pendekatan Systematic Literature Review.

KESIMPULAN

Berdasarkan sintesis kajian pustaka terhadap 32 artikel ilmiah yang dianalisis, dapat disimpulkan bahwa value-behavior gap pada Generasi Z dalam memilih fintech konvensional daripada layanan keuangan syariah dipengaruhi oleh empat kelompok faktor utama, yaitu faktor rasional-fungsional berupa keunggulan kemudahan, kecepatan, dan minimnya persyaratan administratif pada fintech konvensional; faktor kognitif berupa rendahnya literasi keuangan syariah yang menyebabkan pemahaman prinsip syariah masih bersifat permukaan; faktor sosial-normatif berupa besarnya pengaruh media sosial, popularitas platform, dan tekanan norma sosial digital; serta faktor struktural berupa keterbatasan jangkauan, variasi produk, dan intensitas promosi fintech syariah dibandingkan fintech konvensional. Sikap positif Generasi Z terhadap nilai-nilai syariah tidak secara otomatis diterjemahkan menjadi niat, dan niat tidak selalu terealisasi menjadi perilaku penggunaan layanan syariah, karena adanya hambatan kontekstual sebagaimana dijelaskan dalam kerangka Theory of Planned Behavior (Ajzen, 1991) dan literatur attitude-behavior gap (ElHaffar et al., 2020).

Bagi penyelenggara jasa keuangan syariah, disarankan untuk memperkuat pengalaman pengguna (user experience) fintech syariah agar setara secara fungsional dengan fintech konvensional, tanpa mengurangi kepatuhan terhadap prinsip syariah. Bagi lembaga pendidikan dan otoritas terkait, diperlukan penguatan edukasi literasi keuangan syariah yang bersifat praktis dan kontekstual, tidak sekadar normatif, dengan memanfaatkan kanal digital yang akrab bagi Generasi Z seperti media sosial dan konten kreatif. Bagi regulator dan pelaku industri, kolaborasi strategis antara platform fintech besar dengan skema syariah perlu diperluas, misalnya melalui penyediaan opsi transaksi berbasis syariah di dalam platform fintech konvensional yang sudah populer. Adapun bagi penelitian selanjutnya, disarankan untuk melakukan verifikasi empiris melalui data primer guna menguji secara kuantitatif kekuatan hubungan antar faktor yang telah diidentifikasi dalam kajian pustaka ini, termasuk menguji peran moderasi religiusitas dan literasi digital terhadap kesenjangan nilai-perilaku pada konteks keuangan syariah.

REFERENSI

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

Auda, J. (2008). Maqasid al-Shariah as philosophy of Islamic law: A systems approach. International Institute of Islamic Thought. https://iiit.org/wp-content/uploads/Maqasid-Al-Shariah-as-a-Philosophy-of-Islamic-Law-Combined.pdf

Chapra, M. U. (2000). The future of economics: An Islamic perspective. Leicester, UK: The Islamic Foundation.

Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. MIS Quarterly, 13(3), 319–340. https://doi.org/10.2307/249008

Garbo, A., & Ichsan, M. N. (2024). Evaluasi literasi keuangan syariah dan pengaruhnya terhadap minat penggunaan layanan e-banking syariah. Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah, 9(5), 3247–3263. https://doi.org/10.30651/jms.v9i5.24122

Khafifa, B. A., & Aminy, M. M. (2025). Pengaruh literasi keuangan syariah dan kepercayaan nasabah terhadap minat penggunaan mobile banking syariah di Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Bertais Mandalika. Jurnal Perbankan Syariah, 4(1), 146–162. https://doi.org/10.20414/jps.v4i1.12940

Nurafifah, N., Santika, G., & Nopianti, N. (2025). Pengaruh literasi keuangan syariah dan literasi digital terhadap keputusan bertransaksi menggunakan mobile banking bank syariah. RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business, 4(2), 6620–6627. https://doi.org/10.31004/riggs.v4i2.1680 [Catatan: judul dan nama jurnal berbeda dari draf sebelumnya — dikoreksi berdasarkan penelusuran penulis yang sama; mohon dikonfirmasi kesesuaiannya dengan sumber yang dimaksud]

Otoritas Jasa Keuangan. (2025). Snapshot perbankan syariah Indonesia Desember 2025. Jakarta: Departemen Perbankan Syariah OJK. https://ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/publikasi/Pages/Snapshot-Perbankan-Syariah-Indonesia-Des-2025.aspx

Otoritas Jasa Keuangan & Badan Pusat Statistik. (2025). Survei nasional literasi dan inklusi keuangan (SNLIK) 2025. Jakarta: OJK. https://ojk.go.id/id/Fungsi-Utama/Perilaku-Pelaku-Usaha-Jasa-Keuangan/SNLIK/Pages/SNLIK-2025.aspx

Snyder, H. (2019). Literature review as a research methodology: An overview and guidelines. Journal of Business Research, 104, 333–339. https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.07.039