

# Analisis minat masyarakat dalam menggunakan layanan keuangan yang disediakan oleh bank syariah atau perusahaan teknologi finansial = Analysis of public interest in using financial services provided by sharia banks or financial technology companies

Hidayat Wira Kusuma, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20494033&lokasi=lokal>

---

## Abstrak

Meskipun mencatatkan pertumbuhan yang cukup tinggi, pangsa pasar perbankan Islam di Indonesia sangat kecil dibandingkan aset seluruh industri keuangan. Fakta tersebut ironis mengingat religiusitas adalah faktor utama yang mendorong nasabah menggunakan jasa bank Islam, dan mayoritas penduduk Indonesia adalah penganut Islam. Penelitian ini ingin mengetahui minat dan faktor utama yang mempengaruhi keputusan untuk menggunakan layanan keuangan, baik yang disediakan oleh bank syariah atau perusahaan teknologi finansial. Penelitian ini melibatkan 404 responden, dan menggunakan model yang merupakan gabungan dari model SERVQUAL, UTAUT2, serta faktor religiusitas. Data yang diperoleh diuji dengan metode PLS-SEM. Hasil dari pengujian menunjukkan bahwa faktor keimanan tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah menggunakan layanan dari bank syariah. Adapun faktor yang terbukti mempengaruhi keputusan responden untuk menggunakan layanan bank syariah adalah praktik religiusitas, pengetahuan tentang prinsip syariah, dan harapan peningkatan kinerja sebagai dampak dari penggunaan teknologi. Faktor yang mempengaruhi keputusan responden untuk menggunakan layanan tekfin adalah pertimbangan manfaat-biaya dari penggunaan layanan keuangan berbasis teknologi, pengaruh sosial dari lingkungan sekitar, dan jaminan layanan. Kehadiran fisik outlet penyedia jasa keuangan tidak berpengaruh pada keputusan nasabah memilih layanan keuangan. Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu pelaku industri bank syariah dan tekfin, serta regulator, dalam mengambil kebijakan yang tepat bagi pengembangan industri keuangan syariah.

.....Despite recorded a remarkable growth, the Indonesian Islamic banking market share is very small compared to the total assets of entire industry. This fact is ironic considering that religiosity is the main factor that encourages customers to use Islamic banks services, and majority of Indonesias population are Muslims. This study wants to know the public interests and main factors that influence the decision to use financial services, provided by Islamic banks or financial technology companies. This study involved 404 respondents. The model is a combination of SERVQUAL, UTAUT2 models, and religiosity factors. The data were tested using PLS-SEM method. The results show that one`s belief doesnt affect customers decision to use Islamic banks services. Factors that influence respondents decision to use Islamic banks services are practice of religiosity, knowledge of sharia principles, and expectations of performance improvement by the use of technology. Meanwhile, factors that influence respondents decision to use fintech services are price-value considerations, social influence of the surrounding environment, and service assurance. The physical outlets of financial service provider do not seem really required by respondents. These results are expected to help Islamic banks, fintech, and regulators, in taking appropriate policies for the development of Islamic finance industry.