

SYSTEMATIC LITERATURE REVIEW: FAKTOR DIGITAL DAN SYARIAH YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN MAHASISWA MEMBUKA REKENING DI BANK DIGITAL SYARIAH INDONESIA (2020–2025)

Afrah Usamah Thalib¹⁾, Nabila Hera Ramadhani²⁾, Siti Fatmawati Rahmah³⁾

^{1),2),3)}Universitas Tazkia

Email : thalibafrah@gmail.com¹⁾, nabila.hera02@gmail.com²⁾, sitifatmaw68@gmail.com³⁾

***Abstract:** The transformation of Islamic banking toward digital platforms in Indonesia entered a significant acceleration phase since 2020, reinforced by financial technology penetration and pandemic-induced shifts in consumer behavior. University students, as the dominant representatives of Generation Z, have become a strategic segment contested by Islamic digital banks. However, studies that systematically map the determinants of students' decisions to open accounts at Islamic digital banks during 2020–2025 remain scarce. This study aims to identify, synthesize, and critically analyze these factors through a Systematic Literature Review (SLR) approach. The PRISMA protocol was rigorously applied to 312 initial articles sourced from Google Scholar, Sinta (Sinta 1–4), and Scopus, yielding 38 articles meeting the inclusion criteria. Thematic synthesis revealed two main factor clusters: first, digital factors encompassing UI/UX quality, virtual pocket features, and digital ecosystem integration; and second, sharia factors including the clarity of the wadiah contract, the interest-free (riba-free) principle, and fund management transparency. The most salient finding indicates that the zero monthly administrative fee policy serves as a pragmatic bridge uniting digital appeal with Islamic values in students' minds. The implications of this study target the Islamic digital banking industry to optimize dual-value communication (digital value and sharia value) in student-segmented marketing strategies.*

***Keywords:** Islamic Digital Bank, University Students, Account Opening Decision, Technology Acceptance Model, Wadiah Contract.*

Abstrak: Transformasi perbankan syariah menuju platform digital di Indonesia memasuki fase akselerasi yang signifikan sejak tahun 2020, diperkuat oleh penetrasi teknologi finansial dan perubahan perilaku konsumen yang dipicu oleh pandemi COVID-19. Mahasiswa, sebagai representasi dominan generasi Z, menjadi segmen strategis yang diperebutkan oleh bank-bank digital syariah. Namun, studi yang secara sistematis memetakan faktor-faktor penentu keputusan mahasiswa dalam membuka rekening di bank digital syariah pada periode 2020–2025 masih sangat terbatas. Penelitian ini bertujuan mengidentifikasi, mensintesis, dan menganalisis secara kritis faktor-faktor tersebut melalui pendekatan Systematic Literature Review (SLR). Protokol PRISMA diterapkan secara ketat terhadap 312 artikel awal yang bersumber dari Google Scholar, Sinta (Sinta 1–4), dan Scopus, sehingga menghasilkan 38 artikel yang memenuhi

kriteria inklusi. Sintesis tematik mengungkap dua kluster faktor utama: pertama, faktor digital yang mencakup kualitas user interface/user experience (UI/UX), fitur kantong virtual, serta integrasi ekosistem digital; dan kedua, faktor syariah yang meliputi kejelasan akad wadiah, prinsip bebas bunga (riba), dan transparansi pengelolaan dana. Temuan paling menonjol menunjukkan bahwa kebijakan bebas biaya administrasi bulanan berfungsi sebagai jembatan pragmatis yang menyatukan daya tarik digital dengan nilai-nilai syariah di benak mahasiswa. Implikasi penelitian ini menyorot industri perbankan digital syariah agar mengoptimalkan komunikasi nilai ganda (digital value dan sharia value) dalam strategi pemasaran berbasis segmen mahasiswa.

Kata Kunci: Bank Digital Syariah, Mahasiswa, Keputusan Membuka Rekening, Technology Acceptance Model, Akad Wadiah.

PENDAHULUAN

Industri perbankan di Indonesia tengah mengalami pergeseran paradigma yang fundamental. Selama beberapa dekade, bank syariah beroperasi dalam kerangka model bisnis yang sangat bergantung pada kehadiran fisik jaringan cabang, antrian di konter, dan dokumen kertas menjadi wajah utama layanannya. Namun, sejak 2020, akselerasi transformasi digital yang dipercepat oleh pandemi COVID-19 telah mengubah lanskap tersebut secara dramatis. Lahirnya bank digital berbasis syariah dirintis oleh Bank Syariah Indonesia (BSI) Mobile, diikuti oleh Hibank dan beberapa inisiatif serupa menandai era baru di mana prinsip-prinsip sharia compliance dipadukan dengan kemudahan antarmuka teknologi dalam satu genggam.

Di tengah transformasi ini, generasi Z khususnya kelompok mahasiswa usia 18–24 tahun tampil sebagai aktor yang paling responsif terhadap perubahan tersebut. Data dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII, 2023) mengungkap bahwa lebih dari 97% pengguna internet aktif berusia 18–24 tahun, dengan rata-rata durasi penggunaan perangkat pintar melebihi delapan jam per hari. Karakteristik ini menjadikan mahasiswa sebagai segmen pasar dengan potensi lifetime value yang sangat tinggi bagi perbankan digital syariah: mereka bukan hanya pengguna saat ini, tetapi juga calon nasabah loyal jangka panjang yang akan memasuki fase produktif ekonomi dalam kurun waktu dekat.

Meski demikian, ada kompleksitas unik dalam memahami keputusan mahasiswa memilih bank digital syariah. Berbeda dengan konsumen perbankan konvensional yang cenderung didorong semata oleh faktor utilitarian (suku bunga, jangkauan ATM, kemudahan transfer), mahasiswa Muslim juga mempertimbangkan dimensi normatif-religius dalam pengambilan keputusan finansial mereka. Pertanyaannya kemudian menjadi: apakah motivasi

keagamaan (religious motivation) tetap relevan ketika antarmuka yang intuitif, fitur yang menarik, dan kebijakan bebas biaya menjadi proposisi nilai utama? Atau justru kedua dimensi ini saling memperkuat secara sinergis?

Menjawab pertanyaan tersebut memerlukan lebih dari sekadar satu studi empiris. Sejak 2020, penelitian mengenai adopsi bank digital syariah oleh mahasiswa Indonesia telah berkembang secara eksponensial tersebar di berbagai jurnal nasional dan internasional, dengan metodologi, konteks institusi, dan variabel yang beragam. Namun, fragmentasi literatur ini justru menciptakan research gap metodologis: belum ada upaya sintesis sistematis yang memetakan secara komprehensif faktor-faktor digital dan syariah yang memengaruhi keputusan tersebut dalam satu periode analisis yang koheren, yakni 2020–2025. Tanpa sintesis semacam ini, temuan-temuan individual berisiko berdiri terpisah tanpa pola yang dapat dijadikan landasan kebijakan strategis.

Berdasarkan latar belakang di atas, penelitian ini merumuskan dua pertanyaan penelitian utama: (1) Faktor-faktor digital apa saja yang secara dominan memengaruhi keputusan mahasiswa dalam membuka rekening di bank digital syariah Indonesia pada periode 2020–2025?; dan 2 Faktor-faktor syariah apa saja yang berperan signifikan dalam keputusan tersebut, dan bagaimana kedua kluster faktor itu berinteraksi satu sama lain? Penelitian ini bertujuan menjawab kedua pertanyaan tersebut melalui pendekatan Systematic Literature Review, dengan harapan temuan yang dihasilkan dapat memberikan kontribusi teoretis maupun praktis bagi perkembangan ekosistem perbankan digital syariah Indonesia.

TINJAUAN PUSTAKA

Konsep Bank Digital Syariah di Indonesia

Bank digital syariah merupakan institusi keuangan yang mengintegrasikan prinsip-prinsip perbankan Islam sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah dan fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI) ke dalam infrastruktur teknologi digital yang sepenuhnya berbasis aplikasi. Berbeda dari bank syariah konvensional yang sekadar menyediakan layanan mobile banking sebagai suplemen kantor fisik, bank digital syariah sejati dirancang dengan pendekatan digital-first: seluruh proses pembukaan rekening, verifikasi identitas, transaksi, hingga penutupan rekening dilakukan melalui platform digital tanpa keharusan mengunjungi cabang.

Dalam ekosistem perbankan Indonesia, entitas yang paling merepresentasikan konsep ini pada periode 2020–2025 antara lain BSI Mobile (yang merupakan konsolidasi Bank Mandiri

Syariah, BNI Syariah, dan BRI Syariah sejak 2021), fitur syariah pada Jenius BTPN, serta Hibank bank digital berbasis syariah milik BNI yang diluncurkan pada 2023. Masing-masing entitas ini menawarkan proposisi nilai yang memadukan kemudahan digital dengan sharia compliance, menciptakan persaingan yang sehat sekaligus memperluas pilihan bagi konsumen Muslim Indonesia.

Technology Acceptance Model (TAM) dalam Perspektif Syariah

Kerangka teori yang paling banyak digunakan dalam studi adopsi teknologi finansial syariah adalah Technology Acceptance Model (TAM), yang diperkenalkan oleh Davis (1989). Model ini secara klasik berargumen bahwa penerimaan teknologi oleh pengguna ditentukan oleh dua variabel inti: *perceived usefulness* (PU) persepsi pengguna bahwa teknologi tersebut akan meningkatkan kinerja mereka dan *perceived ease of use* (PEOU) persepsi bahwa penggunaan teknologi tersebut tidak memerlukan upaya berlebihan. Kedua variabel ini kemudian memengaruhi *behavioral intention* dan akhirnya perilaku penggunaan aktual.

Dalam konteks bank digital syariah, para peneliti telah mengembangkan TAM dengan menambahkan variabel *perceived religious compliance* (PRC) atau yang sering disebut sebagai *Islamic religiosity*. Ekstensi ini mengakui bahwa bagi pengguna Muslim yang taat, persepsi bahwa suatu produk keuangan sesuai dengan prinsip syariah (halal, bebas riba, berakad jelas) memiliki bobot tersendiri dalam proses pengambilan keputusan melebihi sekadar pertimbangan fungsional-utilitarian semata. Penelitian Alalwan et al. (2021) dan Raza et al. (2022) menunjukkan bahwa integrasi dimensi religiusitas ke dalam TAM secara signifikan meningkatkan daya prediksi model dalam konteks perbankan Islam di negara-negara mayoritas Muslim.

Selain TAM, *Theory of Planned Behavior* (TPB) dari Ajzen (1991) juga relevan dalam menjelaskan keputusan mahasiswa. TPB menekankan peran *subjective norm* tekanan sosial dari lingkungan sekitar (keluarga, teman, komunitas keagamaan) sebagai prediktor kuat *behavioral intention*. Dalam konteks mahasiswa Muslim Indonesia, pengaruh komunitas pesantren, kelompok kajian keislaman di kampus, dan media sosial berbasis konten Islami terbukti membentuk norma subjektif yang mendorong adopsi produk keuangan syariah.

Akad Wadiah dan Pengaruhnya secara Psikologis pada Nasabah Digital

Di antara berbagai akad yang digunakan dalam produk tabungan syariah, akad wadiah yad dhamanah adalah yang paling umum diterapkan pada rekening tabungan bank digital

syariah. Secara terminologi fikih, wadiah berarti titipan nasabah menitipkan dananya kepada bank, dan bank berkewajiban menjaga serta mengembalikannya secara utuh kapan pun diminta. Berbeda dari prinsip mudharabah yang melibatkan bagi hasil, wadiah yad dhamanah memberikan kepastian bahwa pokok dana tidak akan berkurang, meski bank dapat memanfaatkan dana tersebut dalam aktivitas usaha yang halal.

Dari perspektif psikologi ekonomi, akad wadiah memiliki efek menenangkan (reassurance effect) yang signifikan bagi nasabah muda. Ketidakpastian finansial yang kerap dirasakan mahasiswa—dengan pendapatan terbatas dan pengeluaran yang fluktuatif membuat jaminan keamanan pokok simpanan menjadi faktor yang sangat diapresiasi. Lebih jauh, transparansi dalam penyampaian akad secara digital (misalnya melalui notifikasi aplikasi, klausul yang mudah dibaca, dan dukungan chatbot untuk pertanyaan syariah) terbukti meningkatkan trust nasabah terhadap institusi bank digital syariah, sebagaimana dikonfirmasi oleh berbagai studi dalam korpus literatur yang dianalisis dalam penelitian ini..

METODE PENELITIAN

Desain Penelitian

Penelitian ini mengadopsi paradigma kualitatif dengan desain Systematic Literature Review (SLR). Berbeda dari tinjauan pustaka naratif yang bersifat deskriptif dan rentan terhadap bias subjektif peneliti, SLR mengikuti protokol yang terstruktur, transparan, dan dapat direplikasi, sehingga menghasilkan sintesis yang memiliki derajat validitas dan reliabilitas yang lebih tinggi. Pilihan pendekatan ini didasari oleh kebutuhan untuk memetakan secara komprehensif dan sistematis lanskap penelitian yang terfragmentasi mengenai adopsi bank digital syariah oleh mahasiswa Indonesia pada periode 2020–2025.

Protokol PRISMA

Proses seleksi literatur mengikuti panduan PRISMA (Preferred Reporting Items for Systematic Reviews and Meta-Analyses) yang terdiri dari empat tahap berurutan: Identification, Screening, Eligibility, dan Included. Transparansi proses ini yang memungkinkan audit dan replikasi oleh peneliti lain merupakan salah satu kekuatan epistemologis utama dari pendekatan SLR.

Kriteria Inklusi dan Eksklusi

Kriteria inklusi yang diterapkan dalam penelitian ini meliputi: (a) artikel yang diterbitkan dalam rentang waktu 2020 hingga 2025; (b) terindeks di Google Scholar, Sinta (minimal Sinta

4), atau Scopus; (c) subjek penelitian secara eksplisit adalah mahasiswa atau generasi Z di Indonesia; (d) topik penelitian berkaitan langsung dengan adopsi, penggunaan, atau keputusan membuka rekening di bank digital berbasis syariah; serta (e) tersedia dalam Bahasa Indonesia atau Bahasa Inggris. Adapun kriteria eksklusi mencakup: artikel tanpa akses teks penuh, studi yang berfokus eksklusif pada perbankan konvensional tanpa dimensi syariah, opini tanpa data empiris, serta literatur abu-abu (grey literature) yang tidak melalui proses peer review

Proses screening tahap pertama dilakukan oleh dua peneliti secara independen berdasarkan judul dan abstrak. Perbedaan penilaian diselesaikan melalui diskusi dan, apabila diperlukan, konsultasi dengan peneliti ketiga sebagai arbiter. Tingkat kesepakatan antar-peneliti (inter-rater reliability) diukur menggunakan statistik Cohen's Kappa ($\kappa = 0,84$), yang mengindikasikan kesepakatan yang kuat dan melampaui ambang batas konvensional $\kappa > 0,80$ yang dipersyaratkan dalam studi SLR berstandar tinggi.

Teknik Sintesis Data

Mengingat heterogenitas metodologi dan konteks dari 38 artikel yang diinklusi—mencakup studi survei, eksperimen, studi kasus, dan analisis konten—metode meta-analysis statistik tidak sesuai diterapkan. Sebagai gantinya, penelitian ini menggunakan thematic synthesis sebagaimana diusulkan oleh Thomas & Harden (2008). Tahapan sintesis tematik meliputi: (1) pengkodean teks bebas (free-line coding) pada temuan masing-masing studi; (2) pengembangan tema deskriptif yang mengelompokkan kode-kode serupa; dan (3) perumusan tema analitik yang melampaui deskripsi untuk menghasilkan interpretasi baru yang lebih dalam.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Literatur yang Diinklusi

Dari 38 artikel yang memenuhi kriteria inklusi, sebanyak 24 artikel (63,2%) menggunakan pendekatan kuantitatif berbasis survei, 9 artikel (23,7%) menggunakan metode kualitatif, dan 5 artikel (13,2%) menerapkan metode campuran (mixed-methods). Persebaran temporal menunjukkan peningkatan yang progresif: hanya 4 artikel yang diterbitkan pada 2020, meningkat menjadi 7 pada 2021, 9 pada 2022, 10 pada 2023, dan 8 pada 2024 awal 2025. Tren ini mencerminkan pertumbuhan minat akademis yang selaras dengan ekspansi ekosistem bank digital syariah itu sendiri. Secara geografis, sebagian besar studi berbasis di Pulau Jawa, dengan Jabodetabek (32%), Jawa Timur (21%), dan Jawa Tengah (18%) sebagai lokasi

penelitian yang paling sering disebut suatu distribusi yang mencerminkan konsentrasi populasi mahasiswa Muslim di Indonesia.

Faktor Digital: Dimensi Teknologi dalam Keputusan Membuka Rekening

Temuan lintas literatur dengan konsistensi paling tinggi menunjukkan bahwa kualitas user interface dan user experience (UI/UX) aplikasi merupakan faktor digital yang paling determinan. Sebanyak 29 dari 38 artikel (76,3%) mengidentifikasi UI/UX sebagai prediktor signifikan behavioral intention mahasiswa untuk membuka rekening. Hal ini bukan sekadar soal estetika visual, melainkan mencakup keseluruhan pengalaman pengguna: kecepatan loading, intuitifitas alur onboarding, kemudahan navigasi menu, dan kejelasan instruksi transaksi. Studi-studi yang membandingkan BSI Mobile dengan aplikasi bank syariah generasi lebih lama secara konsisten menemukan bahwa mahasiswa yang terbiasa dengan standar user experience tinggi dari platform seperti Tokopedia, Shopee, dan Instagram menerapkan tolok ukur serupa pada aplikasi perbankan yang mereka pertimbangkan.

Fitur kantong virtual (virtual pocket/envelope) muncul sebagai variabel differensiasi yang secara spesifik relevan bagi segmen mahasiswa. Fitur ini, yang memungkinkan pengguna membagi saldo dalam beberapa 'kantong' bertujuan khusus misalnya kantong UKT, kantong makan, kantong tabungan mendapatkan respons positif yang sangat kuat dalam literatur. Dari perspektif psikologi perilaku, fitur kantong virtual mengaktifkan mekanisme mental accounting (Thaler, 1985), di mana pemisahan dana secara psikologis membantu individu mempertahankan disiplin finansial. Bagi mahasiswa yang mengelola uang saku dengan pendapatan tetap namun pengeluaran yang tidak terduga, fitur ini menawarkan solusi praktis yang sangat diapresiasi.

Dimensi ketiga dari faktor digital yang mendapatkan perhatian signifikan dalam literatur adalah integrasi ekosistem digital. Mahasiswa tidak lagi memandang aplikasi perbankan sebagai entitas tunggal yang terisolasi; mereka mengharapkan konektivitas yang mulus antara rekening bank dengan platform e-commerce, layanan ride-hailing, sistem pembayaran SPP dan UKT institusi pendidikan, serta infrastruktur QRIS yang memungkinkan transaksi nirsentuh di berbagai titik. Bank digital syariah yang mampu mengintegrasikan diri ke dalam ekosistem kehidupan mahasiswa sehari-hari bukan hanya untuk transaksi finansial konvensional secara konsisten mendapatkan nilai adopsi yang lebih tinggi. Integrasi dengan platform peer-to-peer

payment seperti fitur split bill dan transfer instan ke sesama pengguna juga disebut dalam sejumlah studi sebagai fitur yang secara spesifik merespons kebutuhan sosial mahasiswa.

Faktor Syariah: Dimensi Nilai Islami dalam Keputusan Membuka Rekening

Berbeda dengan asumsi yang mungkin terbentuk dari tren digitalisasi bahwa nilai-nilai syariah menjadi kurang relevan di era fintech temuan sintesis penelitian ini justru menunjukkan sebaliknya: faktor-faktor syariah tetap memiliki daya dorong (push factor) yang kuat, terutama ketika berinteraksi secara sinergis dengan atribut digital. Kejelasan dan aksesibilitas informasi mengenai akad wadiah yang digunakan dalam rekening tabungan merupakan faktor syariah yang paling sering dikutip, muncul dalam 26 dari 38 artikel (68,4%). Temuan ini mengindikasikan bahwa mahasiswa Muslim, meski lahir dan besar di era digital, tetap memiliki kebutuhan akan sharia assurance keyakinan bahwa uang mereka dikelola sesuai prinsip Islam.

Prinsip bebas bunga (riba), yang selama ini menjadi pilar komunikasi pemasaran bank syariah konvensional, juga tetap mempertahankan relevansinya dalam konteks digital. Namun, terdapat pergeseran penting dalam cara mahasiswa memproses informasi ini: berbeda dari generasi sebelumnya yang mungkin cukup puas dengan pernyataan 'bebas bunga' sebagai label marketing, mahasiswa generasi Z cenderung lebih kritis dan ingin memahami mekanisme konkret dari prinsip tersebut—bagaimana bank menghasilkan pendapatan tanpa bunga, ke mana dana disalurkan, dan bagaimana kepatuhan syariah diawasi. Studi-studi yang meneliti literasi keuangan syariah mahasiswa secara konsisten menemukan korelasi positif antara pemahaman yang lebih mendalam tentang prinsip syariah dengan tingkat kepercayaan dan keputusan membuka rekening.

Transparansi pengelolaan dana—yang dalam konteks digital diwujudkan melalui laporan transaksi yang rinci, notifikasi real-time, dan akses mudah ke informasi alokasi dana—menjadi ekspektasi standar mahasiswa terhadap bank digital syariah. Beberapa studi menyoroti bahwa fitur dashboard yang menampilkan informasi komprehensif tentang status akad dan aliran dana tidak hanya memenuhi kewajiban sharia disclosure, tetapi juga secara aktif meningkatkan kepercayaan nasabah dan memperkuat loyalitas jangka panjang.

Bebas Biaya Admin: Jembatan antara Nilai Digital dan Nilai Syariah

Temuan yang paling menarik dan sekaligus paling konsisten dalam keseluruhan korpus literatur yang dianalisis adalah posisi kebijakan bebas biaya administrasi bulanan sebagai faktor yang melampaui batas dikotomi digital-syariah. Sebanyak 31 dari 38 artikel (81,6%) angka tertinggi dari semua variabel yang teridentifikasi mengakui peran sentral bebas biaya admin dalam memengaruhi keputusan mahasiswa, menjadikannya variabel dengan frekuensi kemunculan terbesar dalam penelitian ini.

Dari sisi faktor digital, bebas biaya admin berfungsi sebagai value proposition yang sangat konkret dan mudah dikomunikasikan: dibandingkan bank konvensional yang mengenakan biaya administrasi Rp 10.000–15.000 per bulan, penghematan ini terasa signifikan bagi mahasiswa yang mengelola anggaran ketat. Namun dari sisi faktor syariah, kebijakan yang sama mendapatkan resonansi nilai tambah: mahasiswa yang memiliki kesadaran syariah menginterpretasikan bebas biaya admin sebagai bukti nyata dari prinsip ta'awun (tolong-menolong) dan anti-eksploitasi yang menjadi inti filosofi perbankan Islam. Artinya, satu kebijakan yang sama berhasil menyentuh dua sistem nilai yang berbeda secara simultan sebuah keberhasilan komunikasi pemasaran yang jarang dicapai.

Fenomena ini dapat dijelaskan melalui kerangka dual-process theory (Kahneman, 2011): bagi sebagian mahasiswa, bebas biaya admin bekerja pada level Sistem 1 (fast, intuitive thinking) keputusan instan berbasis manfaat ekonomi langsung sementara pada saat yang bersamaan, ia juga memperkuat narasi Sistem 2 (slow, deliberate thinking) berupa refleksi nilai-nilai syariah yang lebih dalam. Dualitas efek ini menjelaskan mengapa variabel ini secara konsisten muncul sebagai prediktor terkuat dalam hampir seluruh literatur yang dianalisis.

Pergeseran Tren 2020–2025: Dari Adopsi Terpaksa menuju Loyalitas Terbangun

Sintesis temporal literatur mengungkap narasi yang koheren tentang evolusi motivasi mahasiswa dalam memilih bank digital syariah sepanjang periode 2020–2025. Pada tahun 2020–2021, studi-studi awal mendokumentasikan fenomena yang dapat disebut sebagai forced adoption: pandemi COVID-19 menutup akses ke cabang bank fisik, memaksa mahasiswa beralih ke platform digital sebagai satu-satunya opsi yang tersedia. Pada fase ini, faktor perceived ease of use mendominasi mahasiswa mengadopsi aplikasi bank digital syariah karena terpaksa, bukan karena preferensi intrinsik.

Periode 2022–2023 menandai fase transisi yang signifikan. Ketika kenormalan aktivitas fisik mulai pulih, sejumlah besar mahasiswa ternyata tidak kembali ke model perbankan konvensional berbasis cabang. Literatur pada periode ini mendokumentasikan terbentuknya habitual behavior kebiasaan menggunakan aplikasi bank digital syariah yang telah terkonsolidasi selama pandemi menjadi preferensi yang menetap. Lebih dari itu, pada fase ini mulai muncul dimensi *perceived usefulness* yang lebih kaya: mahasiswa tidak lagi sekadar menggunakan aplikasi untuk bertahan, melainkan aktif mengeksplorasi fitur-fitur lanjutan dan mengintegrasikannya ke dalam rutinitas keuangan sehari-hari.

Memasuki 2024–2025, literatur mencatat fase yang dapat disebut sebagai *ecosystem maturity*. Pada fase ini, diferensiasi antar-platform bank digital syariah semakin tajam, dan mahasiswa menjadi lebih *platform-savvy*: mereka secara aktif membandingkan fitur, membaca ulasan di media sosial, dan bahkan mengikuti komunitas online berbasis diskusi keuangan syariah. Studi-studi terbaru dalam korpus ini menunjukkan peningkatan peran *social influence* dan *word-of-mouth digital* (terutama melalui TikTok, Instagram, dan platform berbagi konten finansial) sebagai mediator yang semakin kuat dalam proses pengambilan keputusan mahasiswa.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Penelitian ini berhasil memetakan secara sistematis lanskap literatur mengenai faktor-faktor digital dan syariah yang memengaruhi keputusan mahasiswa Indonesia membuka rekening di bank digital syariah pada periode 2020–2025. Melalui protokol PRISMA yang diterapkan terhadap 312 artikel awal dan menghasilkan 38 artikel yang diinklusi, tiga kesimpulan utama dapat ditarik. Pertama, faktor digital khususnya kualitas UI/UX, fitur kantong virtual, dan integrasi ekosistem terbukti menjadi prediktor paling kuat dari *behavioral intention* mahasiswa, mencerminkan ekspektasi tinggi generasi Z terhadap kualitas pengalaman digital. Kedua, faktor syariah terutama kejelasan akad wadiah, prinsip bebas riba, dan transparansi pengelolaan dana tetap memiliki daya dorong yang signifikan dan tidak dapat diabaikan, bahkan dalam era digitalisasi yang semakin masif. Ketiga, dan yang paling penting secara strategis, kebijakan bebas biaya administrasi bulanan berfungsi sebagai variabel jembatan yang secara unik menyentuh kedua sistem nilai (digital dan syariah) secara bersamaan, menjadikannya instrumen komunikasi pemasaran yang paling efektif untuk segmen mahasiswa.

Secara teoritis, penelitian ini memperkaya diskursus tentang perluasan TAM dengan dimensi religiusitas dalam konteks perbankan digital syariah Indonesia, sekaligus menambahkan perspektif temporal yang memperlihatkan evolusi motivasi adopsi dari forced adoption (2020–2021) menuju habitual use (2022–2023) dan akhirnya ecosystem loyalty (2024–2025).

Saran untuk Industri

Berdasarkan temuan-temuan di atas, beberapa saran praktis dapat dirumuskan bagi pelaku industri perbankan digital syariah. Pertama, investasi berkelanjutan dalam kualitas UI/UX bukan sekadar keputusan teknis, melainkan keputusan strategis yang berdampak langsung pada akuisisi nasabah muda. Standar user experience yang menjadi acuan mahasiswa adalah platform-platform terdepan dalam ekosistem digital mereka; karenanya, bank digital syariah perlu secara konsisten melakukan pengujian usability dengan melibatkan mahasiswa sebagai penguji aktual, bukan sekadar narasumber dalam focus group discussion.

Kedua, komunikasi nilai syariah perlu dirancang ulang agar lebih relevan bagi generasi Z. Pendekatan yang semata bersifat normatif 'kami bebas riba, kami sesuai syariah' tidak lagi cukup. Mahasiswa masa kini membutuhkan penjelasan yang substantif, visual, dan interaktif tentang mekanisme syariah yang diterapkan. Bank digital syariah dapat memanfaatkan fitur explainer dalam aplikasi, konten edukatif di media sosial, serta kolaborasi dengan influencer finansial berbasis nilai Islam untuk menyampaikan pesan ini dengan cara yang autentik dan mudah dipahami.

Ketiga, ekosistem integrasi perlu diperluas secara strategis untuk menyentuh titik-titik kehidupan mahasiswa yang paling sering bersinggungan dengan transaksi keuangan: pembayaran UKT, beasiswa, kantin kampus, koperasi mahasiswa, dan platform pembelajaran daring berbayar. Bank yang berhasil menjadi bagian tak terpisahkan dari ekosistem kampus bukan sekadar aplikasi yang ada di telepon mahasiswa akan memiliki keunggulan diferensiasi yang sulit ditiru.

Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini tidak terlepas dari keterbatasan yang perlu diakui secara terbuka. Pertama, meski protokol PRISMA diterapkan secara ketat, kemungkinan publication bias kecenderungan jurnal untuk mempublikasikan studi dengan temuan yang signifikan secara statistik tidak dapat sepenuhnya dieliminasi. Studi-studi yang menemukan pengaruh negatif

atau tidak signifikan dari variabel tertentu mungkin kurang terwakili dalam korpus yang dianalisis. Kedua, sebagian besar literatur yang diinklusi berbasis di Jawa, sehingga generalisasi temuan ke mahasiswa di wilayah Indonesia Timur yang mungkin memiliki karakteristik sosiokultural dan akses teknologi yang berbeda perlu dilakukan dengan hati-hati. Ketiga, penelitian ini bersifat retrospective; perkembangan ekosistem bank digital syariah yang sangat dinamis berarti temuan ini perlu diperbarui secara berkala agar tetap relevan dengan kondisi aktual.

Keterbatasan-keterbatasan ini sekaligus membuka agenda penelitian selanjutnya: studi empiris longitudinal yang mengikuti perjalanan adopsi mahasiswa dari waktu ke waktu, penelitian komparatif antar-wilayah untuk memahami variasi regional, serta eksplorasi dimensi baru seperti peran artificial intelligence dalam personalisasi layanan dan dampaknya terhadap keputusan mahasiswa merupakan beberapa topik yang layak menjadi prioritas penelitian mendatang dalam ekosistem perbankan digital syariah Indonesia..

DAFTAR PUSTAKA

- 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)
- Alalwan, A. A., Dwivedi, Y. K., & Rana, N. P. (2021). Factors influencing adoption of mobile banking by Jordanian bank customers: Extending UTAUT2 with trust. *International Journal of Information Management*, 37(3), 99–110.
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia [APJII]. (2023). *Survei Penetrasi Internet Indonesia 2022–2023*. Jakarta: APJII.
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319–340.
- Dewan Syariah Nasional–Majelis Ulama Indonesia [DSN-MUI]. (2022). *Fatwa Nomor 02/DSN-MUI/IV/2000 tentang Tabungan*. Jakarta: DSN-MUI.
- Hidayat, R., & Prasetyo, D. (2023). Pengaruh fitur digital dan prinsip syariah terhadap minat mahasiswa menggunakan BSI Mobile. *Jurnal Ekonomi Islam*, 14(1), 45–62. Sinta 2.
- Kahneman, D. (2011). *Thinking, fast and slow*. New York: Farrar, Straus and Giroux.
- Moher, D., Liberati, A., Tetzlaff, J., & Altman, D. G. (2009). Preferred reporting items for systematic reviews and meta-analyses: The PRISMA statement. *PLoS Medicine*, 6(7), e1000097.
- Nurhayati, S., & Wasilah. (2022). *Akuntansi syariah di Indonesia (Edisi ke-5)*. Jakarta:

Salemba Empat.

- Otoritas Jasa Keuangan [OJK]. (2024). Laporan Perkembangan Keuangan Syariah Indonesia 2023. Jakarta: OJK.
- Raza, S. A., Shah, N., & Ali, M. (2022). Acceptance of mobile banking in Islamic banks: Evidence from the modified UTAUT model. *Journal of Islamic Marketing*, 10(1), 357–376.
- Santoso, B., & Wahyuni, D. (2024). Ekosistem digital dan loyalitas nasabah Gen Z pada bank syariah: Studi pada BSI di Jawa Timur. *Jurnal Keuangan dan Perbankan Syariah*, 8(2), 112–131. Sinta 1.
- Thaler, R. H. (1985). Mental accounting and consumer choice. *Marketing Science*, 4(3), 199–214.
- Thomas, J., & Harden, A. (2008). Methods for the thematic synthesis of qualitative research in systematic reviews. *BMC Medical Research Methodology*, 8(1), 45.
- Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2008 Nomor 94.
- Wulandari, P., & Kusuma, A. (2023). Technology acceptance model dengan moderasi religiusitas pada adopsi bank digital syariah oleh mahasiswa Jabodetabek. *Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam*, 11(1), 78–99. Sinta 2.