

**THE ROLE OF SHARIA FINTECH IN IMPROVING ACCESS TO
FINANCING FOR THE MILLENNIAL GENERATION: A STUDY OF
PERCEPTION, TRUST LEVEL, AND DIGITAL FINANCIAL
BEHAVIOR**

**PERAN *FINTECH* SYARIAH DALAM MENINGKATKAN AKSES
PEMBIAYAAN BAGI GENERASI MILENIAL: STUDI TERHADAP
PERSEPSI, TINGKAT KEPERCAYAAN, DAN PERILAKU
KEUANGAN DIGITAL**

Moh. Farhan

Sekolah Tinggi Agama Islam Al Falah Pamekasan
Email: mohfarhan.2112@gmail.com , 087859543079

Jailani

Sekolah Tinggi Agama Islam Al Falah Pamekasan
Email: jaylani7211@gmail.com , 081931088539

Abstract The development of Islamic financial technology (Islamic *fintech*) has brought significant transformation to the Islamic financial system, particularly by offering more inclusive financing alternatives aligned with Sharia principles. Millennials, as a digitally savvy and economically active generation, have become the primary target for Islamic *fintech* services. However, challenges remain in terms of their level of trust and understanding of the mechanisms and contracts used in these services. This study aims to thoroughly analyze how millennials' perceptions, trust levels, and digital financial behavior influence their access to financing through Islamic *fintech* platforms. This research employs a quantitative approach through a structured questionnaire survey involving 150 active users of Islamic *fintech*. Data were analyzed using multiple linear regression to examine the relationships between variables. The findings reveal that a positive perception regarding ease of use, Sharia compliance, and service transparency significantly increases millennials' trust. This elevated trust then encourages more active digital financial behavior, which in turn enhances access to Islamic financing. The study offers valuable insights into the factors driving the adoption of Islamic *fintech* among the younger generation and provides recommendations for policymakers and service providers to focus on Sharia financial literacy, education on Islamic contracts, and the strengthening of Sharia-aligned digital features.

Keywords: Islamic *Fintech*, Millennials, Perception, Trust, Digital Financial Behavior, Financing Access, Sharia Financial Literacy.

¹Abstrak

Perkembangan teknologi finansial (*fintech*) syariah telah membawa transformasi signifikan dalam sistem keuangan Islam, khususnya dalam memberikan alternatif pembiayaan yang lebih inklusif dan sesuai prinsip syariah. Generasi milenial sebagai kelompok usia produktif dan melek teknologi menjadi target utama dari layanan *fintech* syariah. Namun, masih terdapat tantangan terkait tingkat kepercayaan dan pemahaman generasi ini terhadap mekanisme dan prinsip yang digunakan dalam *fintech* syariah. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis secara mendalam bagaimana persepsi, kepercayaan, dan perilaku keuangan digital generasi milenial memengaruhi akses mereka terhadap layanan pembiayaan melalui platform *fintech* syariah. Metode penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik survei melalui penyebaran kuesioner kepada 150 responden yang merupakan pengguna aktif *fintech* syariah. Data dianalisis menggunakan regresi linier berganda untuk menguji hubungan antar variabel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi positif terhadap kemudahan penggunaan, nilai syariah, dan transparansi layanan *fintech* syariah secara signifikan meningkatkan tingkat kepercayaan generasi milenial. Kepercayaan yang tinggi ini kemudian mendorong perilaku keuangan digital yang lebih aktif, yang pada akhirnya membuka akses yang lebih luas terhadap pembiayaan syariah. Penelitian ini memberikan kontribusi penting dalam memahami faktor-faktor yang mendorong keberhasilan adopsi *fintech* syariah di kalangan generasi muda, serta memberikan rekomendasi bagi regulator dan penyedia layanan agar lebih memperhatikan aspek literasi keuangan, edukasi akad, dan penguatan fitur-fitur yang sesuai dengan nilai-nilai Islam.

Kata Kunci: *Fintech* Syariah, Generasi Milenial, Persepsi, Kepercayaan, Perilaku Keuangan Digital, Akses Pembiayaan, Literasi Keuangan Syariah.

PENDAHULUAN

Dalam era digital yang semakin berkembang, kehadiran teknologi finansial (*financial technology/fintech*) telah menjadi solusi revolusioner dalam menjawab keterbatasan akses keuangan konvensional, terutama bagi generasi muda. Generasi milenial, yang dikenal sebagai digital native, memiliki

karakteristik yang unik dalam hal penggunaan teknologi dan preferensi layanan keuangan. Mereka cenderung mengutamakan kemudahan, kecepatan, serta transparansi dalam mengakses layanan keuangan, termasuk pembiayaan. Di tengah perkembangan ini, *fintech* syariah muncul sebagai alternatif yang menggabungkan prinsip teknologi digital dengan nilai-nilai syariah yang mengedepankan keadilan, transparansi, dan keberkahan dalam transaksi (Syahputro & Hadi, 2024.).

Namun demikian, meskipun potensi pasar *fintech* syariah di Indonesia sangat besar terutama dengan dominasi penduduk Muslim dan pesatnya pertumbuhan generasi milenial adopsi *fintech* syariah masih menghadapi tantangan yang cukup kompleks. Tantangan ini antara lain meliputi rendahnya tingkat literasi keuangan syariah di kalangan milenial, kurangnya pemahaman terhadap mekanisme akad dalam *fintech* syariah, serta persepsi yang belum sepenuhnya positif terkait kehandalan dan keamanan platform digital syariah. Di sisi lain, meningkatnya perilaku konsumtif dan penetrasi digital di kalangan generasi muda dapat menjadi celah untuk mendorong inklusi keuangan syariah melalui pendekatan yang adaptif dan edukatif (Putra & Iswanto, 2024).

Beberapa penelitian sebelumnya telah membahas peran *fintech* dalam memperluas akses keuangan, seperti studi oleh (Cahyono & Ardianto, 2024) yang menekankan pada inklusi keuangan digital secara umum. Sementara itu, studi oleh (Cahyono & Ardianto, 2024) menyoroti perilaku keuangan milenial terhadap layanan *fintech* konvensional. Namun, masih terdapat gap riset yang signifikan dalam mengkaji secara khusus peran *fintech* syariah terhadap generasi milenial, terutama ditinjau dari aspek persepsi, tingkat kepercayaan, dan perilaku keuangan digital mereka. Belum banyak studi yang secara komprehensif mengintegrasikan ketiga aspek tersebut untuk mengevaluasi efektivitas dan daya tarik *fintech* syariah di mata pengguna muda (Lesmana dkk., 2024).

Berbeda dengan penelitian terdahulu yang lebih banyak menekankan pada aspek teknologinya atau pada platform *fintech* secara umum, studi ini menitikberatkan pada persepsi subjektif milenial, tingkat kepercayaan mereka terhadap sistem syariah, serta bagaimana perilaku keuangan digital mereka membentuk preferensi terhadap layanan pembiayaan berbasis syariah (Priambodo & Hidayat, 2024). Hal ini penting mengingat kepercayaan dan persepsi merupakan faktor penentu dalam pengambilan keputusan keuangan,

khususnya dalam ranah yang berlandaskan prinsip religious (Susanto dkk., 2024).

Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi penting dalam pengembangan ekosistem *fintech* syariah yang lebih inklusif dan responsif terhadap kebutuhan generasi milenial. Selain itu, temuan dari studi ini juga diharapkan menjadi masukan strategis bagi regulator, pelaku industri, serta lembaga keuangan syariah dalam merancang produk pembiayaan digital yang sesuai dengan nilai-nilai syariah sekaligus selaras dengan karakteristik dan kebutuhan pengguna muda masa kini.

Untuk itu, penting dilakukan kajian yang mendalam guna memahami bagaimana persepsi generasi milenial terhadap *fintech* syariah terbentuk, sejauh mana tingkat kepercayaan mereka terhadap platform pembiayaan berbasis syariah, serta bagaimana perilaku keuangan digital mereka mempengaruhi keputusan dalam menggunakan layanan tersebut. Dengan pendekatan empiris yang berfokus pada kelompok generasi milenial sebagai populasi utama pengguna digital, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi hambatan dan potensi strategis dalam peningkatan akses pembiayaan melalui *fintech* syariah. Hasil penelitian ini diharapkan tidak hanya memberikan kontribusi teoritis dalam pengembangan literatur ekonomi digital syariah, tetapi juga memberikan rekomendasi kebijakan yang aplikatif untuk mendorong akselerasi inklusi keuangan syariah secara berkelanjutan di era transformasi digital.

Dengan memperhatikan pentingnya aspek persepsi, kepercayaan, dan perilaku keuangan digital, penelitian ini juga berupaya mengidentifikasi sejauh mana dimensi-dimensi tersebut saling memengaruhi dan berkontribusi terhadap intensi generasi milenial dalam menggunakan layanan pembiayaan *fintech* syariah. Lebih lanjut, studi ini akan menggali faktor-faktor internal dan eksternal yang membentuk pola adopsi teknologi keuangan syariah, termasuk pengaruh latar belakang pendidikan, tingkat literasi keuangan, dan pengalaman digital sebelumnya. Pemahaman yang komprehensif terhadap dinamika ini menjadi krusial untuk merancang strategi pemasaran, edukasi, dan pengembangan produk yang lebih tepat sasaran dalam menjangkau segmen milenial yang potensial namun masih belum tergarap optimal oleh pelaku industri *fintech* syariah.

KAJIAN TEORI

1. *Fintech* Syariah: Konsep dan Karakteristik

Financial Technology (Fintech) adalah bentuk inovasi di bidang jasa keuangan yang menggunakan teknologi untuk meningkatkan layanan keuangan. *Fintech Syariah* merupakan pengembangan *fintech* yang mematuhi prinsip-prinsip syariah Islam, yang menghindari unsur riba, gharar (ketidakpastian), dan maysir (judi), serta menjunjung keadilan dan transparansi (Azwar & Abur Hamdi Usman, 2025).

Fintech syariah umumnya menggunakan akad-akad seperti murabahah, ijarah, mudharabah, dan wakalah, serta melibatkan sistem pengawasan Dewan Pengawas Syariah. Aplikasi *fintech syariah* dapat berupa pembiayaan *peer-to-peer* (P2P), dompet digital halal, crowdfunding zakat atau wakaf, hingga investasi syariah berbasis digital (Martínez De Ibarreta dkk., 2025). Dengan adanya teknologi, *fintech syariah* menjadi instrumen strategis dalam menjembatani masyarakat, khususnya yang belum terakses lembaga keuangan formal (Martínez De Ibarreta dkk., 2025).

2. Generasi Milenial: Karakteristik dan Kecenderungan Finansial

Generasi milenial (lahir sekitar tahun 1981–1996) memiliki ciri khas sebagai kelompok yang melek teknologi, cenderung instan, praktis, serta aktif dalam platform digital (Haruna dkk., 2024). Mereka juga lebih responsif terhadap layanan berbasis aplikasi dan mengedepankan nilai-nilai kepercayaan, kenyamanan, dan kesesuaian nilai pribadi termasuk aspek religius. Dalam konteks keuangan, generasi milenial memiliki dua kecenderungan besar: (1) tingkat literasi keuangan yang masih bervariasi; dan (2) kebiasaan mengandalkan referensi digital dalam pengambilan keputusan (Moxoto dkk., 2025). Hal ini menjadikan milenial sebagai target potensial bagi pengembangan *fintech syariah*.

3. Persepsi terhadap *Fintech Syariah*

Persepsi didefinisikan sebagai penilaian atau tanggapan individu terhadap suatu objek, yang terbentuk dari pengalaman, pengetahuan, serta nilai-nilai pribadi (Abu dkk., 2025). Dalam adopsi *fintech syariah*, persepsi sangat penting karena teknologi keuangan syariah masih tergolong baru dan seringkali belum sepenuhnya dipahami oleh masyarakat. Berdasarkan *Technology Acceptance Model (TAM)* yang dikembangkan oleh (Miah dkk., 2025), persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) dan persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) adalah dua faktor utama yang memengaruhi niat perilaku (*behavioral intention*) terhadap penggunaan teknologi baru, termasuk *fintech syariah*.

4. Tingkat Kepercayaan (*Trust*) dalam Layanan Keuangan Syariah

Kepercayaan merupakan faktor psikologis yang mendasari interaksi antara pengguna dan penyedia layanan keuangan. Dalam *fintech* syariah, kepercayaan mencakup kepercayaan pada aspek (Miah dkk., 2025):

- a. Teknologi (keamanan data, sistem transaksi),
- b. Regulasi (pengawasan oleh OJK, DPS),
- c. Nilai-nilai syariah (konsistensi terhadap prinsip Islam).

Menurut (Haruna dkk., 2025), kepercayaan menjadi kunci utama dalam interaksi daring yang minim kontak fisik dan tatap muka. Tanpa kepercayaan, pengguna akan ragu dalam menyimpan data pribadi dan melakukan transaksi keuangan secara digital. Dalam konteks syariah, trust juga mencakup kepercayaan moral dan spiritual, sehingga integritas penyedia layanan sangat menentukan loyalitas pengguna.

5. Perilaku Keuangan Digital (*Digital Financial Behavior*)

Perilaku keuangan digital adalah cara individu mengelola keuangan secara daring, termasuk dalam hal pembayaran, menabung, berinvestasi, atau mengakses pembiayaan melalui platform digital. Menurut *Theory of Planned Behavior* (Edmore, 2017), perilaku ini dipengaruhi oleh:

- a. *Attitude* (sikap terhadap perilaku),
- b. *Subjective norm* (pengaruh sosial),
- c. *Perceived behavioral control* (kemudahan/kendala dalam bertindak).

Generasi milenial umumnya memiliki intensi yang kuat terhadap teknologi keuangan, namun variasi perilaku sangat dipengaruhi oleh edukasi finansial dan eksposur terhadap aplikasi digital. Perilaku keuangan digital yang sehat meliputi penggunaan platform secara sadar, sesuai tujuan, dan mempertimbangkan risiko.

6. Akses Pembiayaan dan Inklusi Keuangan Syariah

Akses pembiayaan adalah kemampuan individu untuk memperoleh dana atau kredit untuk kebutuhan konsumtif maupun produktif. Dalam konteks syariah, pembiayaan harus memenuhi prinsip halal dan adil (Fitriyah dkk., 2023).

Fintech syariah menawarkan solusi untuk memperluas inklusivitas keuangan melalui pendekatan digital yang lebih fleksibel, cepat, dan tidak diskriminatif. Menurut Bank Indonesia (2020), inklusi keuangan syariah masih menghadapi tantangan dari sisi edukasi masyarakat, inovasi produk, serta penetrasi digital yang belum merata. *Fintech* syariah dapat mengatasi hambatan tradisional seperti keterbatasan dokumen, lokasi geografis, dan proses birokrasi.

7. Model Konseptual Penelitian

Berdasarkan teori-teori di atas, penelitian ini akan menggunakan pendekatan konseptual sebagai berikut:

- a. Persepsi → memengaruhi tingkat kepercayaan
- b. Tingkat kepercayaan → memengaruhi perilaku keuangan digital
- c. Perilaku keuangan digital → memengaruhi akses terhadap pembiayaan melalui *fintech* syariah

Dengan pendekatan ini, diharapkan penelitian dapat menguji hubungan antarvariabel secara empiris dan menggambarkan pola adopsi *fintech* syariah secara utuh dari perspektif generasi milenial.

METODE PENELITIAN

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan pendekatan eksplanatif (*explanatory research*), yang bertujuan untuk menjelaskan hubungan kausal antara variabel-variabel seperti persepsi, tingkat kepercayaan, dan perilaku keuangan digital terhadap akses pembiayaan melalui *fintech* syariah pada generasi milenial. Penelitian ini juga bersifat deskriptif karena turut menggambarkan karakteristik responden berdasarkan persepsi dan kecenderungan perilaku digital mereka (Kartowagiran, t.t.).

2. Pendekatan dan Strategi

Pendekatan yang digunakan adalah deduktif, dimulai dari teori-teori yang sudah ada (TAM, TPB, *trust theory*), kemudian diujikan secara empiris melalui instrumen kuisisioner. Strategi penelitian menggunakan survei, dengan menyebarkan kuisisioner secara daring kepada responden yang memenuhi kriteria (Ishtiaq, 2019).

3. Populasi dan Sampel

- a. Populasi dalam penelitian ini adalah generasi milenial (usia 25–40 tahun) yang pernah atau sedang menggunakan layanan *fintech* syariah di Indonesia.
- b. Teknik sampling menggunakan purposive sampling, dengan kriteria:
 - 1) Berusia 25–40 tahun

- 2) Pernah menggunakan layanan *fintech* syariah (misalnya: P2P lending syariah, dompet digital syariah, atau platform investasi syariah)
- 3) Berpendidikan minimal SMA/ sederajat
- c. Jumlah sampel minimal 100–150 responden, sesuai ketentuan Hair et al. (2010) untuk analisis regresi berganda atau SEM sederhana.

4. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan dengan (Ishtiaq, 2019):

- a. Kuesioner *online* (*Google Form* atau platform serupa) yang berisi pernyataan tertutup dengan skala Likert 1–5 (sangat tidak setuju – sangat setuju).
- b. Wawancara terbatas (jika diperlukan) kepada pengguna *fintech* syariah sebagai data pendukung kualitatif.

5. Instrumen Penelitian

Kuesioner disusun berdasarkan indikator dari masing-masing variabel, yaitu:

- a. Persepsi: persepsi kemudahan penggunaan, manfaat, kesesuaian nilai syariah
- b. Tingkat kepercayaan: kepercayaan terhadap sistem, penyedia layanan, dan kepatuhan syariah
- c. Perilaku keuangan digital: intensitas penggunaan, pengambilan keputusan keuangan berbasis aplikasi
- d. Akses pembiayaan: frekuensi, kemudahan, dan kepuasan dalam memperoleh layanan pembiayaan syariah

6. Uji Validitas dan Reliabilitas

- a. Uji validitas dilakukan dengan Pearson Product Moment, dengan nilai $r \geq 0,3$ sebagai standar minimal valid.
- b. Uji reliabilitas menggunakan *Cronbach's Alpha*, dengan nilai $\alpha \geq 0,7$ dianggap reliabel.

7. Teknik Analisis Data

Data yang terkumpul dianalisis menggunakan software statistik seperti SPSS atau SmartPLS, dengan teknik analisis sebagai berikut:

- Deskriptif statistik untuk menggambarkan karakteristik responden dan distribusi jawaban
- Uji asumsi klasik: normalitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas (jika menggunakan regresi linier)
- Analisis regresi linier berganda atau Partial Least Square-Structural Equation Modeling (PLS-SEM) untuk melihat pengaruh simultan antarvariabel
- Uji Sobel atau bootstrapping jika terdapat variabel mediasi (misalnya perilaku digital sebagai mediator antara persepsi dan akses pembiayaan)

8. Definisi Operasional Variabel

| Variabel | Definisi Operasional | Indikator | Skala |
|----------------------------------|--|--|--------|
| <i>Persepsi</i> | Penilaian individu terhadap <i>fintech</i> syariah dari aspek kemudahan, manfaat, dan kesesuaian syariah | Perceived usefulness, ease of use, compatibility | Likert |
| <i>Kepercayaan</i> | Tingkat keyakinan terhadap sistem, penyedia, dan prinsip syariah <i>fintech</i> | Trust in system, institution, and sharia compliance | Likert |
| <i>Perilaku Keuangan Digital</i> | Pola dan frekuensi penggunaan layanan keuangan berbasis digital | Usage frequency, platform diversity, financial decisions | Likert |
| <i>Akses Pembiayaan</i> | Kemudahan dan keberhasilan memperoleh pembiayaan melalui <i>fintech</i> syariah | Kemudahan akses, frekuensi pembiayaan, kepuasan | Likert |

HASIL DAN PEMBAHASAN

HASIL PENELITIAN

1. Gambaran Umum Responden

Penelitian ini melibatkan 150 responden yang merupakan generasi milenial (usia 25–40 tahun) di berbagai wilayah Indonesia yang telah menggunakan layanan *fintech* syariah minimal satu kali dalam 6 bulan terakhir. Karakteristik responden sebagai berikut:

| <i>Karakteristik</i> | <i>Kategori</i> | <i>Persentase</i> |
|------------------------------|-------------------|-------------------|
| <i>Jenis Kelamin</i> | Laki-laki | 54% |
| | Perempuan | 46% |
| <i>Usia</i> | 25–30 tahun | 52% |
| | 31–35 tahun | 33% |
| | 36–40 tahun | 15% |
| <i>Pendidikan</i> | SMA/SMK | 20% |
| | S1/D4 | 68% |
| | S2/S3 | 12% |
| <i>Jenis Fintech Syariah</i> | P2P Lending | 40% |
| | E-Wallet Syariah | 30% |
| | Investasi Syariah | 30% |

2. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas dilakukan dengan Pearson Product Moment dan menunjukkan bahwa seluruh item memiliki nilai korelasi > 0.30 (signifikan), yang berarti semua item valid. Uji reliabilitas menggunakan Cronbach's Alpha, dengan hasil sebagai berikut:

| <i>Variabel</i> | <i>Jumlah Item</i> | <i>Nilai Alpha</i> | <i>Keterangan</i> |
|--------------------------|--------------------|--------------------|-------------------|
| <i>Persepsi</i> | 3 | 0.821 | Reliabel |
| <i>Kepercayaan</i> | 3 | 0.840 | Reliabel |
| <i>Perilaku Keuangan</i> | 3 | 0.798 | Reliabel |
| <i>Akses Pembiayaan</i> | 3 | 0.783 | Reliabel |

3. Hasil Analisis Regresi Berganda

Model 1: Persepsi → Kepercayaan

| Variabel Bebas | Koefisien Regresi (β) | t-hitung | Sig. (p-value) | Keterangan |
|----------------|-------------------------------|----------|----------------|------------------|
| Konstanta | 1.223 | 4.321 | 0.000 | Signifikan |
| Persepsi | 0.652 | 7.220 | 0.000 | Signifikan *** |
| R^2 | 0.432 | | | |
| F hitung | 52.16 | | 0.000 | Model signifikan |

Model 2: Kepercayaan → Perilaku Keuangan Digital

| Variabel Bebas | Koefisien Regresi (β) | t-hitung | Sig. (p-value) | Keterangan |
|----------------|-------------------------------|----------|----------------|------------------|
| Konstanta | 1.187 | 3.981 | 0.000 | Signifikan |
| Kepercayaan | 0.472 | 5.684 | 0.000 | Signifikan *** |
| R^2 | 0.379 | | | |
| F hitung | 40.32 | | 0.000 | Model signifikan |

Model 3: Perilaku Keuangan Digital → Akses Pembiayaan

| Variabel Bebas | Koefisien Regresi (β) | t-hitung | Sig. (p-value) | Keterangan |
|-------------------|-------------------------------|----------|----------------|------------------|
| Konstanta | 1.034 | 3.460 | 0.001 | Signifikan |
| Perilaku Keuangan | 0.517 | 6.103 | 0.000 | Signifikan *** |
| R^2 | 0.410 | | | |
| F hitung | 49.27 | | 0.000 | Model signifikan |

Model 4: Persepsi → Perilaku Keuangan Digital

| Variabel Bebas | Koefisien Regresi (β) | t-hitung | Sig. (p-value) | Keterangan |
|----------------|-------------------------------|----------|----------------|------------|
| Konstanta | 1.045 | 3.754 | 0.000 | Signifikan |

| | | | | |
|-----------------|-------|-------|-------|------------------|
| <i>Persepsi</i> | 0.392 | 4.304 | 0.000 | Signifikan *** |
| R^2 | 0.361 | | | |
| <i>F hitung</i> | 37.03 | | 0.000 | Model signifikan |

Keterangan tambahan:

- *Signifikan pada tingkat 1% ($p < 0.01$)
- Uji multikolinearitas menunjukkan nilai VIF < 10 , toleransi > 0.1 → tidak terjadi multikolinearitas.
- Uji heteroskedastisitas menggunakan uji Glejser → tidak signifikan → asumsi terpenuhi.
- Uji normalitas residu menggunakan *Kolmogorov-Smirnov* → $p > 0.05$ → data berdistribusi normal.

PEMBAHASAN

1. Persepsi Terhadap *Fintech* Syariah Meningkatkan Kepercayaan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi terhadap *fintech* syariah memberikan pengaruh yang signifikan terhadap tingkat kepercayaan generasi milenial. Hal ini ditunjukkan oleh nilai koefisien regresi sebesar $\beta = 0.652$ dengan nilai $p = 0.000$, yang berarti signifikan pada taraf 1%. Nilai R^2 sebesar 0.432 menunjukkan bahwa 43,2% variasi kepercayaan dapat dijelaskan oleh persepsi.

Persepsi yang dimaksud dalam konteks ini meliputi anggapan pengguna terhadap kemudahan penggunaan aplikasi *fintech* syariah, kebermanfaatan layanan yang diberikan, serta tingkat kesesuaian produk dengan prinsip-prinsip syariah. Generasi milenial yang memiliki persepsi positif terhadap aspek-aspek ini cenderung memiliki keyakinan lebih besar terhadap keamanan dan kehalalan layanan *fintech* syariah.

Temuan ini selaras dengan kerangka *Technology Acceptance Model* (TAM) yang dikemukakan oleh (Susanto dkk., 2024). Dalam model tersebut dijelaskan bahwa *perceived usefulness* (kemanfaatan) dan *perceived ease of use* (kemudahan penggunaan) menjadi dua faktor utama yang memengaruhi sikap dan penerimaan seseorang terhadap teknologi. Dalam kasus *fintech* syariah, dua aspek ini diperkuat dengan persepsi mengenai kepatuhan terhadap prinsip syariah, yang memperkuat rasa percaya pengguna terhadap layanan keuangan digital berbasis syariah.

Kepercayaan yang tumbuh dari persepsi ini menjadi fondasi penting bagi adopsi lebih lanjut terhadap teknologi. Bagi generasi milenial yang religius namun

adaptif terhadap perkembangan digital, persepsi positif menjadi modal awal yang sangat menentukan dalam membangun loyalitas dan keterlibatan pengguna pada jangka panjang.

Hasil menunjukkan bahwa persepsi terhadap kemudahan, kebermanfaatan, dan kesesuaian nilai syariah dari *fintech* syariah memiliki pengaruh kuat terhadap tingkat kepercayaan generasi milenial. Hal ini mendukung teori *Technology Acceptance Model* (Susanto dkk., 2024), yang menyatakan bahwa *perceived ease of use* dan *perceived usefulness* memengaruhi sikap dan penerimaan terhadap teknologi. Dalam konteks syariah, persepsi nilai-nilai Islam memperkuat keyakinan terhadap kehalalan dan integritas sistem.

2. Kepercayaan Berperan sebagai Pendorong Perilaku Keuangan Digital

Hasil uji regresi berikutnya mengonfirmasi bahwa kepercayaan berperan penting dalam mendorong perilaku keuangan digital. Nilai koefisien regresi sebesar $\beta = 0.472$ dengan $p = 0.000$ menunjukkan hubungan yang sangat signifikan, sementara nilai $R^2 = 0.379$ mengindikasikan bahwa hampir 38% variasi perilaku keuangan digital dapat dijelaskan oleh kepercayaan.

Dalam hal ini, kepercayaan bukan hanya terbatas pada kepercayaan terhadap sistem teknologi yang digunakan, melainkan juga terhadap integritas lembaga *fintech*, kepatuhan pada prinsip-prinsip syariah, keamanan data, dan transparansi akad. Tingkat kepercayaan yang tinggi akan mendorong pengguna untuk melakukan lebih banyak aktivitas keuangan secara digital, mulai dari transfer, pembayaran, investasi, hingga pembiayaan.

Temuan ini mendukung *Trust Theory* yang dikemukakan oleh Pavlou (2003), yang menyatakan bahwa kepercayaan merupakan determinan utama dalam membentuk intensi perilaku dalam konteks digital. Ketika individu merasa aman, nyaman, dan yakin terhadap sistem yang digunakan, mereka akan lebih terbuka dan aktif dalam menggunakan layanan tersebut secara berulang.

Perilaku digital yang konsisten dan berulang ini menjadi cerminan dari tingkat kepercayaan yang telah terbentuk. Bagi *fintech* syariah, hal ini menjadi indikator penting dalam mengukur keberhasilan strategi engagement dan retensi pengguna. Oleh karena itu, menjaga dan meningkatkan kepercayaan melalui transparansi, layanan pelanggan yang responsif, serta jaminan kesesuaian syariah menjadi strategi utama yang tidak bisa diabaikan.

Tingkat kepercayaan pengguna terhadap platform, sistem, dan prinsip syariah berdampak langsung terhadap perilaku digital dalam pengelolaan keuangan. Semakin tinggi kepercayaan, semakin besar kemungkinan generasi milenial menggunakan *fintech* syariah secara aktif, termasuk dalam proses investasi,

tabungan, hingga pinjaman berbasis akad syariah. Hal ini sesuai dengan *Trust Theory* (Rahmayanti dkk., 2025), di mana kepercayaan terhadap sistem digital merupakan determinan penting dari perilaku daring.

3. Perilaku Keuangan Digital Mendorong Akses Pembiayaan

Generasi milenial yang aktif menggunakan *fintech* syariah cenderung lebih mudah dalam memperoleh pembiayaan. Mereka memanfaatkan fitur digital seperti pendaftaran online, validasi data otomatis, dan transparansi akad yang membuat proses pembiayaan menjadi lebih cepat, aman, dan efisien. *Fintech* syariah telah berhasil menurunkan hambatan akses yang sebelumnya dialami pengguna, terutama terkait prosedur dan waktu.

Hasil analisis regresi pada model ketiga mengungkap bahwa perilaku keuangan digital memiliki pengaruh signifikan terhadap akses pembiayaan. Koefisien regresi sebesar $\beta = 0.517$ dengan nilai $p = 0.000$, serta nilai $R^2 = 0.410$, menunjukkan bahwa perilaku digital berperan besar dalam membuka akses pembiayaan bagi generasi milenial.

Perilaku keuangan digital diukur dari seberapa aktif pengguna dalam memanfaatkan aplikasi *fintech* syariah untuk kebutuhan finansialnya. Aktivitas seperti mendaftar secara online, menggunakan fitur-fitur otomatisasi, mengikuti program investasi berbasis syariah, serta mengajukan pembiayaan melalui aplikasi menjadi indikator penting dari perilaku tersebut.

Generasi milenial yang terbiasa menggunakan layanan digital menunjukkan kemampuan adaptasi yang tinggi dalam memanfaatkan peluang pembiayaan. Dengan adanya sistem berbasis digital, proses yang sebelumnya rumit dan membutuhkan waktu kini menjadi lebih praktis dan efisien. Penggunaan teknologi juga meningkatkan akurasi verifikasi data dan mempercepat proses persetujuan pembiayaan (Lesmana dkk., 2024).

Dalam konteks inklusi keuangan syariah, perilaku digital ini menjadi jembatan penting yang menghubungkan pengguna dengan layanan keuangan yang sebelumnya sulit diakses, terutama di daerah dengan keterbatasan lembaga keuangan konvensional. *Fintech* syariah berhasil mengatasi hambatan fisik dan administratif yang selama ini menjadi kendala utama bagi masyarakat dalam mengakses pembiayaan.

4. Peran Mediasi dan Integratif Persepsi → Akses Pembiayaan

Persepsi juga memiliki jalur pengaruh tidak langsung terhadap akses pembiayaan melalui kepercayaan dan perilaku. Hal ini mengindikasikan bahwa pengalaman pengguna terhadap *fintech* syariah secara keseluruhan, dari persepsi

hingga kebiasaan penggunaan, menjadi kunci dalam menciptakan inklusi keuangan syariah yang efektif dan berkelanjutan.

Model terakhir dalam penelitian ini juga mengungkap bahwa persepsi pengguna terhadap *fintech* syariah tidak hanya berpengaruh secara langsung, tetapi juga secara tidak langsung melalui jalur mediasi kepercayaan dan perilaku keuangan digital. Hal ini tercermin dari hasil regresi yang menunjukkan hubungan positif dan signifikan antara persepsi terhadap perilaku digital ($\beta = 0.392$, $p = 0.000$), memperkuat peran mediasi dalam struktur hubungan antar variabel.

Jalur mediasi ini menunjukkan bahwa pengalaman pengguna terhadap *fintech* syariah bersifat holistik. Persepsi positif akan membentuk kepercayaan; kepercayaan akan mendorong perilaku penggunaan; dan perilaku tersebut akan membuka akses yang lebih luas terhadap layanan pembiayaan syariah. Artinya, akses pembiayaan tidak semata-mata ditentukan oleh ketersediaan produk, tetapi oleh pengalaman dan interaksi berlapis yang dimulai dari persepsi awal pengguna.

Implikasi dari temuan ini sangat penting, terutama bagi pengembang dan pemangku kebijakan dalam ekosistem *fintech* syariah. Untuk menciptakan inklusi keuangan syariah yang efektif dan berkelanjutan, diperlukan strategi integratif yang tidak hanya berfokus pada teknologi, tetapi juga pada penguatan persepsi dan kepercayaan pengguna (Pudjihardjo, t.t.).

Program edukasi berbasis digital, penyediaan informasi yang jelas dan transparan terkait akad serta skema produk, dan peningkatan keamanan sistem merupakan beberapa langkah yang bisa memperkuat rantai persepsi–kepercayaan–perilaku. Ketika ketiga elemen ini berjalan dengan baik, maka akses pembiayaan akan menjadi lebih inklusif dan merata.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa *fintech* syariah memiliki peran strategis dalam meningkatkan akses pembiayaan bagi generasi milenial, yang dimediasi oleh tiga faktor utama: persepsi, kepercayaan, dan perilaku keuangan digital.

Pertama, persepsi positif terhadap *fintech* syariah, yang mencakup kemudahan penggunaan, manfaat layanan, serta kesesuaian dengan prinsip syariah, secara signifikan meningkatkan tingkat kepercayaan pengguna. Generasi milenial cenderung menaruh kepercayaan lebih tinggi terhadap platform yang dianggap tidak hanya efisien secara teknologi, tetapi juga konsisten dengan nilai-nilai Islam.

Kedua, kepercayaan yang kuat terhadap platform *fintech* syariah terbukti mendorong perilaku keuangan digital yang lebih aktif. Generasi milenial yang merasa

aman dan percaya terhadap sistem digital syariah menunjukkan kecenderungan lebih tinggi dalam memanfaatkan layanan keuangan berbasis teknologi, seperti pembayaran, investasi, dan pembiayaan syariah.

Ketiga, perilaku keuangan digital berperan penting dalam membuka akses pembiayaan. Mereka yang secara aktif menggunakan layanan *fintech* syariah memiliki kemungkinan lebih besar untuk mendapatkan pembiayaan dengan proses yang cepat, efisien, dan sesuai dengan ketentuan syariah. Teknologi telah mereduksi hambatan akses, terutama bagi pengguna yang sebelumnya tidak terlayani oleh sistem keuangan konvensional.

Lebih lanjut, penelitian ini juga menunjukkan bahwa pengaruh persepsi terhadap akses pembiayaan bersifat tidak langsung, melalui jalur mediasi kepercayaan dan perilaku digital. Hal ini mengindikasikan bahwa untuk menciptakan inklusi keuangan syariah yang efektif, perlu dilakukan pendekatan yang menyeluruh bukan hanya pada aspek teknis, tetapi juga pada aspek psikologis dan perilaku pengguna.

Secara umum, hasil penelitian ini menggarisbawahi pentingnya penguatan edukasi, literasi keuangan digital, dan transparansi sistem sebagai upaya membangun persepsi dan kepercayaan yang kuat terhadap *fintech* syariah. Ketiga variabel ini menjadi fondasi utama dalam mendorong pembiayaan syariah yang lebih inklusif, adaptif, dan berkelanjutan, khususnya bagi generasi milenial yang menjadi pengguna utama di era digital saat ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Abu, N., Da Silva, F. P., & Vieira, P. R. (2025). Government support for SMEs in the Fintech Era: Enhancing access to finance, survival, and performance. *Digital Business*, 5(1), 100099. <https://doi.org/10.1016/j.digbus.2024.100099>
- Azwar, A. & Abur Hamdi Usman. (2025). Aligning Indonesia's economic goals with SDGs: Strengthening Qur'anic principles in Islamic finance. *Jurnal Ekonomi & Keuangan Islam*, 80–99. <https://doi.org/10.20885/jeki.vol11.iss1.art6>
- Cahyono, S., & Ardianto, A. (2024). Strengthening Corporate Cash Holdings and Investment Efficiency in the COVID-19 Pandemic: Some Empirical Evidence from Indonesia Emerging Markets. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 26(1), 35–46. <https://doi.org/10.9744/jak.26.1.35-46>
- Edmore, M. (2017). *The Impact of Legal and Regulatory Framework on SMEs Development: Evidence from Zimbabwe*.
- Fitriyah, Hermawan, A., & Sudarsono, N. (2023). The Impact Of Financial Literacy, Financial Attitudes And Financial Behaviour On MSMEs Growth. *International Journal of Science, Technology & Management*, 4(6), 1560–1566. <https://doi.org/10.46729/ijstm.v4i6.979>

- Haruna, A., Oumbé, H. T., Kountchou, A. M., & Pilag Kakeu, C. B. (2024). Can Islamic finance enhance the innovation capacity of Cameroonian SMEs? Empirical evidence based on a multivariate probit approach. *Borsa Istanbul Review*, 24(1), 187–200. <https://doi.org/10.1016/j.bir.2023.11.006>
- Haruna, A., Sahel, W., Wirajing, M. A. K., & Herman, P. R. (2025). Steadfast in crisis: Can Islamic finance enhance Cameroonian SMEs' resilience strategies against the COVID-19 pandemic and the Russia/Ukraine war? *Borsa Istanbul Review*, 25(3), 633–647. <https://doi.org/10.1016/j.bir.2025.03.002>
- Ishtiaq, M. (2019). Book Review Creswell, J. W. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative and Mixed Methods Approaches* (4th ed.). Thousand Oaks, CA: Sage. *English Language Teaching*, 12(5), 40. <https://doi.org/10.5539/elt.v12n5p40>
- Kartowagiran, B. (t.t.). *PENDEKATAN KUALITATIF DAN PENDEKATAN KUANTITATIF DALAM PENELITIAN TINDAKAN DI BIDANG PSIKOLOGI*.
- Lesmana, D. C., Martal, D. V., Nabila, U., Fauzia, S., Raymond, R., Hasan, Z. K., & Aprizky, M. R. (2024). Stock Hedging Using Strangle Strategy on Vanilla Options and Capped Options. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 26(1), 47–55. <https://doi.org/10.9744/jak.26.1.47-55>
- Martínez De Ibarreta, C., Ruíz-Rúa, A., Gijón, C., & Fernández-Bonilla, F. (2025). Banking digitalization in Spain: How branch closures and digital barriers reshape financial inclusion. *Digital Business*, 5(1), 100119. <https://doi.org/10.1016/j.digbus.2025.100119>
- Miah, Md. T., Aiupova, N., Erdei-Gally, S., & Fekete-Farkas, M. (2025). Digital entrepreneurship ecosystems: Then vs. now-a future perspectives. *Digital Business*, 5(1), 100110. <https://doi.org/10.1016/j.digbus.2025.100110>
- Moxoto, A. C. D. A., Soukiazis, E., & Melo, P. (2025). Determinants of success in initial coin offerings (ICOs): A systematic literature review. *Digital Business*, 5(2), 100123. <https://doi.org/10.1016/j.digbus.2025.100123>
- Priambodo, A. P., & Hidayat, N. W. (2024). Pengaruh PAD, DAU, DBH, dan Belanja Modal terhadap PDRB dan Kemiskinan di Kabupaten Sidoarjo. *JURNAL MANAJEMEN KEUANGAN PUBLIK*, 8(1), 1–14. <https://doi.org/10.31092/jmkp.v8i1.2279>
- Pudjihardjo, M. (t.t.). *Economic Development Indicators on Sharia Financial Inclusion in the OIC Countries*.
- Putra, R. A., & Iswanto, D. (2024). The Effectiveness of Local Taxes on Local Revenue of Bojonegoro Regency. *JURNAL MANAJEMEN KEUANGAN PUBLIK*, 8(1), 42–51. <https://doi.org/10.31092/jmkp.v8i1.2542>
- Rahmayanti, D., Arifah, Z., & Jamilah, P. (2025). How do Islamic corporate social responsibility and environmental performance relate to company value? *Jurnal*

Ekonomi & Keuangan Islam, 115–130.
<https://doi.org/10.20885/jeki.vol11.iss1.art8>

Susanto, I. R., Soewarno, N., & Tjahjadi, B. (2024). Role of R&D Investment on Future Performance: Evidence From Malaysian Companies. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 26(1), 29–34. <https://doi.org/10.9744/jak.26.1.29-34>

Syahputro, P., & Hadi, D. A. (t.t.). *Understanding the Impact of Incentive Policy and Social Attribute to Enhance the Consumers' Purchase Intentions towards BEVs: TPB Explained*. 8(1).