

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia merupakan negara dengan populasi Muslim terbesar di dunia, yakni sekitar 237 juta jiwa atau 86,7% dari total populasi, namun sistem kenegaraannya tidak didasarkan secara langsung pada prinsip-prinsip Islam¹. Hal ini berarti bahwa meskipun Islam adalah agama mayoritas, namun prinsip-prinsip Islam tidak menjadi landasan utama dalam tata kelola negara Indonesia². Sebagian besar populasi Indonesia, sekitar 87,2% dari total populasi sebesar 269,6 juta jiwa, adalah Muslim yang berjumlah sekitar 229,62 juta jiwa. Jumlah ini menempatkan Indonesia sebagai salah satu negara dengan populasi Muslim terbesar di dunia. Jika dilihat dari total populasi Muslim dunia yang diperkirakan akan mencapai 2,2 miliar jiwa pada tahun 2030, penduduk Muslim di Indonesia diperkirakan akan menyumbang sekitar 13,1% dari jumlah keseluruhan umat Muslim di seluruh dunia.

Indonesia sendiri merupakan pasar yang sangat strategis bagi pengembangan ekonomi dan keuangan syariah. Dalam beberapa tahun terakhir, sektor keuangan syariah di Indonesia menunjukkan perkembangan yang cukup pesat. Hal ini dapat dilihat dari meningkatnya jumlah lembaga keuangan syariah serta inovasi produk yang beragam, mulai dari perbankan,

¹ Badan Pusat Statistik (BPS), *"Statistik Indonesia 2022"*, Jakarta: BPS, 2022.

² Dewi Nur Cahyani, *"Analisis Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen dalam Keputusan Pembelian Jilbab Instan Merek Rabbani (Studi Pada Siswi SMA Negeri 1 Karangjati Ngawi)"*. Universitas Trunojoyo Madura, Skripsi, Program Studi Ekonomi Syariah, 2023.

pembiayaan, hingga asuransi berbasis syariah. Dalam dekade terakhir, pemerintah Indonesia secara aktif mendorong pertumbuhan sektor ini, yang tercermin dari meningkatnya aset, produk, dan lembaga keuangan berbasis syariah. Pemerintah melalui OJK dan Dewan Syariah Nasional–Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI) juga telah menetapkan berbagai regulasi dan pedoman operasional untuk menjamin bahwa praktik asuransi syariah berjalan sesuai dengan prinsip syariah³. Kebijakan tersebut mencakup ketentuan mengenai pemisahan dana perusahaan dan dana peserta, pengelolaan risiko, serta mekanisme *surplus underwriting* yang adil dan transparan⁴. Salah satu pilar penting dalam ekosistem ini adalah industri asuransi syariah. Data Otoritas Jasa Keuangan (OJK) menunjukkan bahwa industri asuransi syariah di Indonesia mengalami perkembangan yang positif. Total aset industri asuransi syariah meningkat dari sekitar Rp543,59 triliun pada tahun 2022 menjadi Rp578,37 triliun pada tahun 2025. Peningkatan tersebut mencerminkan pertumbuhan dan semakin kuatnya kapasitas industri asuransi syariah dalam memberikan perlindungan keuangan kepada masyarakat⁵.

Perkembangan lembaga keuangan syariah di Indonesia mengalami pertumbuhan yang cukup pesat dalam dua dekade terakhir. Berbagai instrumen keuangan berbasis syariah bermunculan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat muslim, mulai dari perbankan syariah, koperasi

³ Dewan Syariah Nasional–Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI), Fatwa DSN-MUI No. 21/DSN-MUI/X/2001 tentang Pedoman Umum Asuransi Syariah.

⁴ OJK, "Roadmap Pengembangan Keuangan Syariah Indonesia 2020–2025". (Jakarta: OJK, 2020), hlm. 52.

⁵ Otoritas Jasa Keuangan (OJK), Portal Data OJK, Statistik Asuransi Syariah – Total Aset, diakses tahun 2026.

syariah, hingga asuransi syariah⁶. Asuransi syariah hadir sebagai alternatif perlindungan finansial yang berlandaskan prinsip islam, seperti tolong-menolong (*ta'awun*) dan saling menanggung risiko (*takaful*), serta menghindari unsur gharar, maysir, dan riba⁷. Sistem operasional yang berbasis prinsip tersebut memberikan solusi perlindungan finansial yang sejalan dengan nilai-nilai Islam⁸.

Dana ini dikelola secara amanah dan transparan oleh perusahaan asuransi syariah untuk membayar klaim peserta yang mengalami musibah⁹. Manajemen risiko menjadi aspek penting untuk memastikan keberlanjutan dana *tabarru'* serta menjaga stabilitas keuangan perusahaan¹⁰. Selain itu, regulasi industri yang diterbitkan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) juga berperan penting dalam mengawasi praktik dan kepatuhan industri asuransi syariah agar tetap sesuai dengan prinsip-prinsip syariah dan melindungi kepentingan peserta¹¹.

Potensi perkembangan asuransi syariah di Indonesia sangat besar karena didukung oleh jumlah penduduk muslim yang dominan serta meningkatnya masyarakat terhadap keuangan syariah¹². Potensi pasar yang demikian luas seharusnya menjadi peluang emas bagi pertumbuhan industri asuransi syariah. Kesadaran masyarakat terhadap pentingnya pengelolaan

⁶ M. Syakir Sula, *"Asuransi Syariah: Life and General"*, (Jakarta: Gema Insani, 2004), hlm. 45.

⁷ A. Karim Adiwarman, *"Ekonomi Mikro Islam"*, (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2018), hlm. 233.

⁸ Ascarya, *"Akad dan Produk Bank Syariah"*, (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2015), hlm. 115.

⁹ Muhammad Syafii Antonio, *"Bank Syariah: Dari Teori ke Praktik"*, (Jakarta: Gema Insani, 2019), hlm. 245.

¹⁰ Otoritas Jasa Keuangan (OJK), *"Statistik Asuransi Syariah Indonesia 2022"*, diakses 15 Mei 2024, <https://www.ojk.go.id>.

¹¹ OJK, *"Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 72/POJK.05/2016 tentang Kesehatan Keuangan Perusahaan Asuransi dan Reasuransi dengan Prinsip Syariah"*.

¹² Nurhayati, *"Asuransi Syariah di Indonesia: Teori dan Praktik"*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2020).

risiko dan perlindungan finansial juga semakin meningkat seiring dengan perubahan gaya hidup modern, potensi besar tersebut belum sepenuhnya sejalan dengan realita di lapangan. Berdasarkan statistik asuransi syariah OJK tahun 2024, tingkat penetrasi asuransi syariah di Indonesia masih berada pada angka sekitar 0,14% dari total industri nasional atau jauh lebih kecil dibandingkan dengan penetrasi total industri asuransi konvensional yang mencapai 2,84%¹³. Angka ini menunjukkan bahwa asuransi syariah belum sepenuhnya mampu menarik minat masyarakat, bahkan di kalangan muslim sendiri. Kondisi ini menimbulkan pertanyaan mengenai faktor-faktor yang menyebabkan rendahnya partisipasi masyarakat terhadap produk asuransi syariah.

Fenomena ini menjadi semakin menarik ketika dilihat dari konteks lokal yang unik, khususnya di Madura. Wilayah Madura, khususnya Kabupaten Bangkalan, dikenal luas sebagai salah satu basis masyarakat santri dengan kultur religius yang sangat kental dan mengakar kuat dalam kehidupan sehari-hari¹⁴. Logikanya, produk keuangan yang menyandang label "syariah" seharusnya memiliki daya tarik intrinsik dan lebih mudah diterima oleh masyarakat terutama Generasi Z dengan karakteristik demografis seperti ini. Asuransi syariah, yang menawarkan konsep *takaful* (tolong-menolong) dan pengelolaan dana yang bebas dari *gharar* (ketidakpastian), *maysir* (perjudian), dan *riba*, secara teoretis sangat selaras

¹³ Otoritas Jasa Keuangan (OJK), "Statistik Asuransi Syariah 2024", Jakarta: OJK, 2024.

¹⁴ Abdur Rozaki, "Menabur Kharisma Menuai Kuasa: Kiprah Kiai dan Blater sebagai Rezim Kembar di Madura", (Yogyakarta: Pustaka Marwa, 2017), hlm. 45.

dengan nilai-nilai yang dipegang teguh oleh masyarakat terutama generasi Z di Madura¹⁵.

Fenomena ini semakin kompleks apabila dikaitkan dengan kelompok generasi muda, khususnya generasi Z (Gen Z). Generasi Z merupakan generasi yang lahir di era digital, lebih akrab dengan teknologi, dan kritis dalam memilih produk keuangan¹⁶. Meskipun masyarakat Madura dikenal memiliki kehidupan keagamaan yang kuat, tingkat partisipasi masyarakat terhadap produk asuransi syariah masih belum optimal. Kondisi ini terlihat dari rendahnya tingkat penetrasi asuransi syariah di Indonesia dibandingkan potensi pasar yang tersedia. Hal ini mengindikasikan adanya faktor-faktor khusus yang memengaruhi perilaku mereka, mulai dari literasi digital, pemahaman terhadap produk keuangan syariah, hingga pengaruh lingkungan sosial dan tokoh masyarakat setempat¹⁷.

Beberapa penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa generasi Z memiliki tingkat literasi keuangan yang cukup rendah, terutama dalam konteks keuangan syariah. Faktor-faktor seperti kurangnya pengetahuan mengenai prinsip asuransi syariah, persepsi bahwa asuransi tidak terlalu penting pada usia muda, serta kurangnya kepercayaan terhadap lembaga keuangan syariah turut berkontribusi terhadap rendahnya minat mereka. Selain itu, strategi promosi yang belum menyesuaikan dengan karakteristik

¹⁵ Ascarya, *"Akad & Produk Bank Syariah"*, Buku ini menjelaskan konsep dasar takaful yang menjadi landasan asuransi syariah, (Jakarta: Rajawali Pers, 2011), hlm. 215.

¹⁶ Budiarto, R., *"Perilaku Keuangan Gen Z dalam Mengelola Keuangan Pribadi"*, Jurnal Manajemen dan Bisnis, 2021.

¹⁷ Putri, A., *"Pengaruh Literasi Digital terhadap Preferensi Produk Keuangan Syariah Generasi Z"*, Jurnal Ekonomi Islam, 2022.

generasi Z yang lebih responsif terhadap pendekatan digital dan visual juga menjadi salah satu penyebab ketidaktertarikan tersebut¹⁸.

Beberapa penelitian terdahulu yang lain juga telah menunjukkan bahwa literasi keuangan, promosi, dan persepsi manfaat berpengaruh terhadap minat berasuransi syariah¹⁹. Namun, sebagian besar penelitian tersebut berfokus pada masyarakat perkotaan, bukan pada masyarakat pedesaan yang memiliki struktur sosial dan budaya khas seperti di Madura. Dengan demikian, terdapat celah penelitian yang perlu diisi. Penelitian oleh Clara Agustina (2021) menemukan bahwa literasi keuangan dan promosi berpengaruh signifikan terhadap minat berasuransi syariah di kalangan milenial²⁰. Serupa dengan itu, studi oleh Hidayat dan Sari (2022) menyimpulkan bahwa persepsi manfaat menjadi pendorong utama di kalangan pekerja urban²¹. Namun, penelitian-penelitian tersebut belum menyentuh konteks generasi Z dengan struktur sosial dan budaya yang khas seperti di Madura, di mana peran informal dari tokoh agama (kyai) sering kali lebih berpengaruh daripada kampanye pemasaran formal²². Dengan demikian, penelitian ini difokuskan pada Generasi Z di Bangkalan, karena kelompok ini merepresentasikan generasi muda muslim yang potensial

¹⁸ Nurhadi, "Analisis Faktor yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa terhadap Produk Keuangan Syariah", *Jurnal Ekonomi dan Keuangan Islam*, Vol. 9, No. 1 (2023): 45–57.

¹⁹ Nurhayati, S., *"Asuransi Syariah di Indonesia: Teori dan Praktik"*, Jakarta: Rajawali Pers, 2020.

²⁰ Clara Agustina, "Pengaruh Literasi Keuangan dan Pemasaran Digital Terhadap Minat Generasi Milenial pada Asuransi Syariah," *Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan* 8, no. 5 (2021): hlm. 612–625.

²¹ Rahmat Hidayat dan Lisa P. Sari, "Persepsi Manfaat, Dukungan Religius, dan Kepercayaan: Analisis Minat Karyawan terhadap Asuransi Jiwa Syariah", *Al-Iqtishad: Jurnal Ilmu Ekonomi Syariah* 14, no. 1 (2022): hlm. 88–102.

²² Huub de Jonge, *"Madura dalam Empat Zaman: Pedagang, Perkembangan Ekonomi, dan Islam"*, Buku ini membahas secara mendalam tentang struktur sosial dan peran sentral kiai dalam pengambilan keputusan masyarakat Madura. (Jakarta: PT Gramedia, 1989), hlm. 121.

namun justru menunjukkan tingkat ketidaktertarikan yang signifikan terhadap asuransi syariah.

Penelitian ini berfokus pada upaya memahami faktor-faktor yang membentuk ketidaktertarikan Generasi Z di Bangkalan terhadap produk asuransi syariah. Fokus utama penelitian diarahkan pada sesuatu yang akan di uji dan di kaji untuk menemukan manfaat dalam membentuk ketidaktertarikan generasi Z terhadap asuransi syariah. Selain itu, penelitian ini juga memperhatikan kondisi sosial dan budaya masyarakat Madura, di mana pandangan tokoh agama memiliki pengaruh penting dalam pengambilan keputusan ekonomi.

Melalui fokus yang akan di uji tersebut, penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang lebih nyata mengenai alasan ketidaktertarikan Generasi Z terhadap asuransi syariah, khususnya di wilayah Bangkalan, yang selama ini belum banyak dikaji dalam penelitian sebelumnya.

Berdasarkan latar belakang tersebut, peneliti tertarik untuk mengkaji lebih dalam dengan judul: **"Faktor-Faktor yang Membentuk Ketidaktertarikan Generasi Z di Bangkalan terhadap Produk Asuransi Syariah"**.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan penjelasan latar belakang masalah di atas, penulis mengidentifikasi masalah-masalah yang terdapat didalamnya sebagai berikut:

1. Tingkat penetrasi asuransi syariah di Indonesia masih relatif rendah meskipun mayoritas penduduk Indonesia beragama Islam.
2. Pertumbuhan aset industri asuransi syariah terus mengalami peningkatan, namun belum diikuti oleh peningkatan partisipasi masyarakat, khususnya generasi muda.
3. Generasi Z memiliki karakteristik yang berbeda dalam mengambil keputusan keuangan sehingga terdapat berbagai faktor yang dapat membentuk ketidaktertarikan mereka terhadap produk asuransi syariah.
4. Penelitian terdahulu umumnya berfokus pada faktor-faktor yang membentuk minat menggunakan asuransi syariah, sedangkan penelitian mengenai faktor-faktor yang membentuk ketidaktertarikan generasi Z terhadap asuransi syariah, khususnya di Kabupaten Bangkalan, masih terbatas.

C. Pembatasan Masalah

Agar penelitian lebih terarah dan fokus, maka ruang lingkup penelitian dibatasi pada:

1. Subjek penelitian hanya difokuskan pada generasi Z (usia 18–27 tahun) yang berdomisili di Kabupaten Bangkalan, Madura.
2. Objek penelitian difokuskan pada produk asuransi syariah, bukan jenis keuangan syariah lainnya seperti perbankan, pembiayaan, atau investasi syariah.
3. Penelitian ini juga difokuskan pada identifikasi faktor-faktor yang membentuk ketidaktertarikan generasi Z terhadap produk asuransi syariah.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi dan pembatasan masalah di atas, maka rumusan masalah yang dikaji dalam penelitian ini adalah faktor-faktor apa saja yang membentuk ketidaktertarikan generasi Z di Bangkalan terhadap produk asuransi syariah?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui dan meneliti faktor-faktor apa saja yang membentuk ketidaktertarikan generasi Z di Bangkalan terhadap produk asuransi syariah?

F. Kegunaan Penelitian

1. Secara Teoritis

Menambah khazanah keilmuan di bidang ekonomi Islam, khususnya mengenai perilaku keuangan generasi Z terhadap produk asuransi syariah serta memberikan kontribusi literatur terkait faktor-faktor yang membentuk ketidaktertarikan generasi Z terhadap produk asuransi syariah. Penelitian ini dapat menjadi referensi tambahan bagi peneliti lain yang meneliti tema serupa di wilayah berbeda.

2. Secara Praktis

- a. Diharapkan dapat memberikan masukan bagi perusahaan asuransi syariah dalam merancang strategi pemasaran dan edukasi yang lebih efektif untuk segmen gen-Z.

- b. Diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi regulator (OJK, DSN-MUI, dan pemerintah) dalam meningkatkan literasi, sosialisasi, serta pengawasan industri asuransi syariah.
- c. Diharapkan dapat memberikan wawasan kepada masyarakat atau mahasiswa khususnya gen-Z, mengenai pentingnya proteksi finansial berbasis prinsip syariah.
- d. Diharapkan kajian ini dapat lebih mengembangkan mutu berbagai kajian yang berada di lingkungan Universitas Trunodjoyo Madura dan menjadi sebuah tambahan referensi kajian bagi peneliti berikutnya.

G. Kajian Pustaka

1. Penelitian Terdahulu

Penelitian mengenai asuransi syariah telah banyak dilakukan oleh peneliti sebelumnya dengan berbagai fokus kajian. Beberapa penelitian membahas faktor-faktor yang memengaruhi minat masyarakat maupun generasi Z dalam menggunakan produk asuransi syariah, seperti literasi keuangan syariah, persepsi, kepercayaan, religiusitas, nilai-nilai Islam, serta pemanfaatan teknologi dan media digital. Selain itu, terdapat pula penelitian yang mengkaji perilaku generasi Z terhadap berbagai produk keuangan syariah, seperti reksadana syariah, saham syariah, dan sukuk.

Adapun ringkasan penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini disajikan pada Tabel 1.1 berikut:

Tabel 1.1 Penelitian Terdahulu

No	Penulis	Judul Penelitian	Hasil	Perbedaan Penelitian
1	Agus Puji Susanto, (2007) ²³ .	Hubungan Antara Persepsi Tentang Asuransi Pendidikan, Tingkat Pendidikan, Tingkat Pendapatan, dan Jenis Pekerjaan Terhadap Minat Mengikuti Asuransi Pendidikan.	Dalam penelitiannya menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara persepsi tentang asuransi Pendidikan terhadap minat mengikuti asuransi Pendidikan.	1. Fokus pada penelitian ini yaitu hanya pada satu produk asuransi syariah, yaitu asuransi pendidikan dan penelitian ini lebih fokus ke minat bukan ketidaktertarikan. 2. Tahun penelitian yang dilakukan penulis pada tahun 2025, sedangkan penelitian terdahulu 2007.
2	Rahmi, Supriyanto, dan Nugrahaeni, (2022) ²⁴ .	Analisis Faktor Pengaruh Minat Berinvestasi Generasi Z Pada	Literasi keuangan sangat memengaruhi minat Generasi Z terhadap produk syariah dan Hanya membahas	1. Penelitian ini membahas <i>minat investasi</i> pada reksadana syariah dengan metode

²³ Agus Puji Susanto, "Hubungan Antara Persepsi Tentang Asuransi Pendidikan, Tingkat Pendidikan, Tingkat Pendapatan, dan Jenis Pekerjaan Terhadap Minat Mengikuti Asuransi Pendidikan". Fakultas dan Ilmu Pendidikan, Universitas Dharma Yogyakarta, 2007.

²⁴ Rahmi, R. A., Supriyanto, T., & Nugrahaeni, S., "Analisis Faktor Pengaruh Minat Berinvestasi Generasi Z Pada Reksadana Syariah", Al-Intaj: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah, 8(1), 2022, hlm. 1–14.

		Reksadana Syariah.	investasi, belum menyinggung asuransi syariah.	kuantitatif survey dan regresi linier, sedangkan penelitian sekarang ini menyoroti ketidaktertarikan generasi Z di Bangkalan terhadap produk asuransi syariah. Hal ini juga menjelaskan bahwa kurangnya literasi keuangan dapat menjadi faktor ketidaktertarikan generasi Z terhadap produk asuransi syariah dengan pendekatan kuantitatif. 2. Objek yang diteliti oleh penelitian terdahulu adalah reksadana syariah
--	--	--------------------	--	---

				sedangkan pada penelitian penulis adalah produk asuransi syariah.
3	Susmita dan Aslami, (2021) ²⁵ .	Potensi Teknologi dan Media Sosial dalam Pemasaran Produk Asuransi Syariah.	Media sosial dan teknologi digital berpengaruh positif dalam memperluas jangkauan pemasaran asuransi syariah.	1. Penelitian ini menekankan potensi teknologi dengan metode kualitatif studi literatur dan analisis deskriptif, berbeda dengan penelitian terdahulu, penelitian ini mengkaji kurangnya pemanfaatan teknologi sebagai faktor ketidaktertarikan Generasi Z dengan pendekatan kuantitatif.

²⁵ Susmita, D. A., & Aslami, N., "Potensi Teknologi dan Media Sosial Dalam Meningkatkan Pemasaran Produk Asuransi Syariah", VISA: Journal of Vision and Ideas, 1(3), 2021, hlm. 274–287.

				2. Tahun penelitian yang dilakukan penelitian terdahulu pada tahun 2021, sedangkan penelitian penulis pada tahun 2025.
4	Prabowo, (2022) ²⁶ .	Analisis Persepsi Generasi Z terhadap Sukuk, Saham Syariah, dan Reksadana Syariah Sebagai Pilihan Instrumen.	Persepsi positif dan tingkat kepercayaan tinggi mendorong Generasi Z untuk berinvestasi pada instrumen keuangan syariah.	1. Fokus pada instrumen investasi syariah (sukuk, saham, reksadana), bukan pada asuransi syariah. Penelitian ini melihat faktor yang mendorong minat dengan pendekatan kuantitatif survei, analisis deskriptif dan regresi, sedangkan penelitian sekarang ini menekankan faktor yang menyebabkan ketidaktertarikan

²⁶ Prabowo, D. I., "Analisis Persepsi Generasi Z Terhadap Sukuk, Saham Syariah, Dan Reksadana Syariah Sebagai Pilihan Instrumen", Jurnal Indonesia Sosial Sains, 3(08), 2022, hlm. 1205–1214.

				Generasi Z terhadap asuransi syariah di Bangkalan. 2. Tahun penelitian yang dilakukan penelitian terdahulu pada tahun 2022, sedangkan penelitian penulis pada tahun 2025.
5	Dwi Annisa Ramadhani, Supaino, dan Marlya Fatira, (2020) ²⁷ .	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Literasi Asuransi Syariah pada Masyarakat di Kota Medan.	Literasi asuransi syariah masyarakat masih rendah, dipengaruhi pendidikan & akses informasi.	1. Fokus pada literasi masyarakat umum dengan metode kuantitatif, bukan ketidaktertarikan generasi Z. 2. Objek yang diteliti pada penelitian terdahulu bertempat di Kota Medan sedangkan pada penelitian penulis berada di Kota

²⁷ Dwi Annisa Ramadhani, Supaino, & Marlya Fatira, "*Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Literasi Asuransi Syariah pada Masyarakat di Kota Medan*", 2020.

				Bangkalan Jawa Timur.
6	Jumriani Siregar dkk, (2024) ²⁸ .	Analisis Minat Generasi Z dalam Pembelian Produk Asuransi Syariah.	Faktor utama minat: nilai Islam, kepercayaan, teknologi digital, dan persepsi risiko.	1. Meneliti faktor pendorong minat dengan mixed method survey dan wawancara, adapun penelitian ini menyoroti penyebab ketidaktertarikan. 2. Tahun penelitian yang dilakukan penelitian terdahulu pada tahun 2024, sedangkan penelitian penulis pada tahun 2025.
7	Annisa Ayu Kusuma dan Zainarti, (2025) ²⁹ .	Analisis Gaya Hidup dan Nilai-Nilai Islam Terhadap Pembelian	Gaya hidup digital, nilai-nilai Islam (keadilan, transparansi, tanggung jawab sosial), serta literasi keuangan	1. Penelitian ini membahas faktor pendorong minat Gen Z terhadap asuransi syariah dengan

²⁸ Jumriani Siregar, Siska Permata Sari Harahap, Thasya Virdinia, & Nurhayati Harahap, "Analisis Minat Terhadap Generasi Z Dalam Pembelian Produk Asuransi Syariah", EKOMA: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi, Vol. 4, No. 1, 2024, hlm. 2680–2686.

²⁹ Annisa Ayu Kusuma & Zainarti, "Analisis Gaya Hidup dan Nilai-Nilai Islam Terhadap Pembelian Asuransi Syariah di Kalangan Gen Z", Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Manajemen (JIEM), Vol. 3, No. 1, Januari 2025, hlm. 238–244.

		Asuransi Syariah di Kalangan Gen Z.	memengaruhi keputusan Gen Z membeli asuransi syariah.	metode kuantitatif dan melakukan survei 300 responden Gen Z, analisis regresi linier dan deskriptif, sedangkan penelitian sekarang ini fokus pada faktor-faktor ketidaktertarikan gen Z di Bangkalan terhadap produk asuransi syariah. 2. Pada penelitian terdahulu terdapat pengaruh positif dari literasi keuangan keputusan Gen Z membeli asuransi syariah. Sedangkan pada penelitian penulis terdapat ketidaktertarikan.
8	Juli Darma Yanti, Denta	Pengaruh Literasi	Literasi keuangan syariah berpengaruh	1. Fokus penelitian pada faktor pendorong

	Safitri, Rozalinda, dan Ahmad Wira, (2024) ³⁰ .	Keuangan Syari'ah, Religiusitas Terhadap Minat Generasi Z Menggunakan Asuransi Syari'ah.	positif terhadap minat Generasi Z menggunakan asuransi syariah, sedangkan religiusitas tidak berpengaruh signifikan. Mayoritas responden tidak memiliki asuransi syariah meski tingkat religiusitas tinggi.	minat Generasi Z dengan metode kuantitatif 130 responden Gen Z di Padang, kuesioner, analisis regresi dengan SPSS. Sedangkan penelitian sekarang ini lebih menekankan pada faktor-faktor ketidaktertarikan generasi Z di Bangkalan terhadap produk asuransi syariah. 2. Tahun penelitian yang dilakukan penelitian terdahulu pada tahun 2024, sedangkan penelitian penulis pada tahun 2025.
--	--	---	--	---

³⁰ Juli Darma Yanti, Denta Safitri, Rozalinda, & Ahmad Wira, "Pengaruh Literasi Keuangan Syari'ah, Religiusitas Terhadap Minat Generasi Z Menggunakan Asuransi Syari'ah", Maro: Jurnal Ekonomi Syariah dan Bisnis, Vol. 7, No. 2, November 2024, hlm. 257–268. <https://doi.org/10.31949/maro.v7i2.11519>.

9	Buchori, Nurhayati dan Wijaya, (2022) ³¹ .	Literasi Keuangan dan Minat Beli Asuransi di Kalangan Mahasiswa.	Literasi keuangan berpengaruh positif terhadap minat beli asuransi pada mahasiswa.	1. Fokus pada mahasiswa secara umum dan minat beli, sementara penelitian penulis fokus pada Generasi Z di Bangkalan dan ketidaktertarikannya.
10	Muhammad Zamachsyari, (2023) ³² .	Determinan Generasi Milenial dan Generasi Z dalam Memilih Asuransi Jiwa Syariah	Sikap, perceived behavioral control, religiusitas, dan digitalisasi berpengaruh signifikan terhadap niat berasuransi jiwa syariah. Norma subjektif tidak berpengaruh signifikan.	1. Penelitian ini membahas faktor pendorong niat memilih asuransi syariah, sedangkan penelitian penulis fokus pada faktor penyebab ketidaktertarikan Generasi Z di Bangkalan terhadap produk asuransi syariah.

³¹ Buchori, Nurhayati, & Wijaya, "Literasi Keuangan dan Minat Beli Asuransi di Kalangan Mahasiswa", 2022.

³² Muhammad Zamachsyari, "Determinants of Millennials and Generation Z in Choosing Sharia Life Insurance", Skripsi, Program Studi Ekonomi Syariah, 2023.

				2. Tahun penelitian yang dilakukan penelitian terdahulu pada tahun 2023, sedangkan penelitian penulis pada tahun 2025.
--	--	--	--	--

Berdasarkan penelitian terdahulu, terdapat persamaan dengan penelitian ini, yaitu sama-sama membahas perilaku generasi Z dan faktor-faktor yang berkaitan dengan penggunaan produk keuangan syariah. Hasil penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa literasi keuangan, persepsi positif terhadap produk, tingkat kepercayaan, religiusitas, serta dukungan teknologi digital memiliki peran penting dalam memengaruhi keputusan dan minat terhadap produk keuangan syariah, termasuk asuransi syariah.

Namun demikian, terdapat kesenjangan penelitian (*research gap*) yang masih perlu dikaji lebih lanjut. Sebagian besar penelitian terdahulu berfokus pada faktor-faktor yang mendorong minat, keputusan pembelian, atau penggunaan produk asuransi syariah. Sementara itu, penelitian yang secara khusus mengkaji faktor-faktor yang membentuk ketidaktertarikan generasi Z terhadap produk asuransi syariah masih sangat terbatas. Selain itu, penelitian terdahulu umumnya menggunakan analisis pengaruh antarvariabel, sedangkan penelitian

saat ini yang mengidentifikasi faktor-faktor dominan pembentuk ketidaktertarikan melalui analisis faktor masih jarang dilakukan, khususnya pada generasi Z di Kabupaten Bangkalan.

Berdasarkan kesenjangan tersebut, kebaruan (*novelty*) penelitian ini terletak pada fokus kajian yang mengidentifikasi faktor-faktor yang membentuk ketidaktertarikan generasi Z terhadap produk asuransi syariah, bukan faktor-faktor yang mendorong minat. Selain itu, penelitian ini menggunakan pendekatan analisis faktor eksploratori (*Exploratory Factor Analysis/EFA*) untuk menemukan faktor-faktor dominan yang membentuk ketidaktertarikan tersebut. Penelitian ini juga dilakukan pada generasi Z di Kabupaten Bangkalan yang memiliki karakteristik sosial dan budaya religius yang khas, sehingga diharapkan dapat memberikan kontribusi empiris yang berbeda dari penelitian sebelumnya.

H. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan pada penelitian ini dibagi menjadi lima bab sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini, dibagi menjadi beberapa subbab untuk menunjang penelitian. Diantaranya adalah latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penulis dalam melakukan penelitian ini, dan diakhiri dengan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bagian bab ini akan menguraikan kajian teori yang mendukung penelitian, seperti teori perilaku konsumen, literasi keuangan syariah, persepsi, kepercayaan, serta teori yang berkaitan dengan asuransi syariah. Pada bab ini juga dipaparkan penelitian terdahulu, kerangka berpikir, dan kajian teori.

BAB III METODE PENELITIAN

Dalam bab ini menjelaskan tentang rancangan penelitian yang meliputi pendekatan dan jenis penelitian, populasi dan sampel penelitian, jenis dan sumber data, metode dalam pengumpulan data beserta indikator dan cara melakukan analisis.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini diuraikan terkait gambaran secara umum terkait apa yang dikaji beserta analisis dan hasil analisis yang diperoleh. Pada pembahasan ini mengandung jawaban dari rumusan masalah yang dibuat dengan hasil analisis yang didapat sebagai hasil proses memecahkan masalah pada kajian yang dilakukan ini.

BAB V PENUTUP

Bagian ini adalah bagian uraian yang paling akhir, yang berisikan dua hal yaitu kesimpulan dan saran. Kesimpulan yang dimaksudkan adalah uraian mulai bab terdahulu dan hasil atas yang diperoleh dalam penelitian. Serta saran yang dapat menunjang peningkatan dari permasalahan yang dilakukan oleh peneliti.