

## Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepercayaan Masyarakat Terhadap Produk Investasi Syariah: Sebuah Tinjauan Literatur

Imam Mabrur<sup>1)</sup>, Ahadiyah Agustina<sup>2)</sup>

<sup>1,2</sup> Program Studi Ekonomi Syariah, Universitas Muhammadiyah Mataram, Indonesia.  
Email: imabrur.idn@gmail.com, ahadiyah.agustina92@gmail.com

Article	Abstract
<p><b>Keywords:</b> Public Trust; Sharia Investment; Islamic Financial.</p> <p><b>Article History</b> Received: 18-02-2025; Reviewed: 03-03-2025; Accepted: 17 03, 2025; Published: 28-03-2025;</p>	<p><i>This study identifies and analyses factors influencing public trust in Islamic investment products using a qualitative approach and systematic literature review. It reviews scientific literature from reputable databases. The data was analysed qualitatively in order to organise the information and evaluate the key findings in relation to the main variables, namely financial literacy, psychological factors and religiosity, product performance and service quality and Shariah screening and governance. The results show that Islamic financial literacy is a fundamental element in increasing understanding and confidence in Islamic investment products. In addition, psychological factors and religiosity contribute significantly to the formation of Islamic investment intentions and behaviour. significant contribution to the formation of Islamic investment intentions and behaviour. Competitive products and quality services also play an important role in strengthening customer loyalty. strengthening customer loyalty. In addition, transparent Shariah governance and role of the Shariah supervisory board provide assurance of the integrity of Islamic products.</i></p>
<p><b>Kata Kunci</b> Kepercayaan Masyarakat; Investasi Syariah; Keuangan Islam.</p>	<p><b>Abstrak</b> Penelitian ini mengidentifikasi dan menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi kepercayaan masyarakat terhadap produk investasi syariah dengan menggunakan pendekatan kualitatif dan tinjauan literatur sistematis. Studi ini mengkaji literatur ilmiah dari database yang memiliki reputasi baik. Data dianalisis secara kualitatif untuk mengorganisir informasi dan mengevaluasi temuan-temuan utama dalam kaitannya dengan variabel-variabel utama, yaitu literasi keuangan, faktor psikologis dan religiusitas, kinerja produk dan kualitas layanan, serta penyaringan dan tata kelola syariah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan syariah merupakan elemen fundamental dalam meningkatkan pemahaman dan kepercayaan terhadap produk investasi syariah, selain itu faktor psikologis dan religiusitas memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pembentukan niat dan perilaku investasi syariah. Produk yang kompetitif dan layanan yang berkualitas juga berperan penting dalam memperkuat loyalitas nasabah. Selain itu, tata kelola syariah yang transparan serta peran dewan pengawas syariah memberikan jaminan integritas produk syariah. Penelitian ini menyimpulkan bahwa integrasi elemen-elemen tersebut berkontribusi pada pengembangan industri keuangan syariah yang lebih inklusif dan berkelanjutan.</p>
	<p>Copyright ©2025 by Imam Mabrur, et.al; This work is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License. All writings published in this journal are personal views of the authors and do not represent the views of this journal and the author's affiliated institutions.</p>

## PENDAHULUAN

Investasi syariah telah menunjukkan pertumbuhan yang signifikan baik di tingkat global maupun nasional, mencerminkan peningkatan minat terhadap sistem keuangan yang berbasis nilai-nilai Islam. Sektor ini berkembang seiring dengan meningkatnya kesadaran masyarakat akan pentingnya investasi yang etis, transparan, dan berkontribusi terhadap kesejahteraan sosial (Tubagus, 2024; Yunus et al., 2024). Di Indonesia, sebagai negara dengan populasi Muslim terbesar di dunia, investasi syariah memiliki potensi yang luar biasa untuk menjadi pilar utama dalam mendukung ekonomi berkelanjutan dan inklusif (Suman et al., 2024). Konsep keuangan syariah yang mengutamakan keadilan, transparansi, dan larangan terhadap spekulasi dan riba menjadikannya relevan tidak hanya bagi komunitas Muslim, tetapi juga bagi masyarakat umum yang mencari alternatif investasi yang etis (Alfiansyah & Nisa, 2024; Anami, 2024; Damanik, 2024). Meskipun demikian, tingkat penetrasi produk investasi syariah masih relatif rendah dibandingkan dengan produk konvensional (Kaharuddin et al., 2024).

Kepercayaan merupakan elemen fundamental dalam konteks ekonomi, khususnya dalam sektor investasi, karena menentukan sejauh mana individu atau masyarakat bersedia menempatkan dana mereka pada suatu instrumen keuangan. Dalam literatur ekonomi, kepercayaan didefinisikan sebagai keyakinan terhadap integritas, kompetensi, dan transparansi pihak yang menyediakan produk atau layanan investasi (Hasnain, 2019). Dalam konteks investasi syariah, kepercayaan menjadi lebih kompleks karena terkait dengan pemenuhan prinsip-prinsip syariah, seperti kehalalan, keadilan, dan larangan terhadap riba serta gharar (ketidakpastian) (Safitri et al., 2023; Yunus et al., 2024). Produk investasi syariah dirancang tidak hanya untuk memberikan keuntungan finansial, tetapi juga untuk mencerminkan nilai-nilai etis dan keberlanjutan yang sesuai dengan ajaran Islam. Namun, tantangan yang dihadapi cukup signifikan, termasuk rendahnya literasi keuangan syariah di masyarakat, persepsi yang sering kali memandang produk syariah sebagai kompleks dan kurang kompetitif, serta keterbatasan informasi yang tersedia mengenai manfaat dan mekanisme produk tersebut (Fitriani et al., 2024). Faktor-faktor ini secara langsung memengaruhi tingkat kepercayaan masyarakat, sehingga perlu ada upaya sistematis untuk meningkatkan pemahaman, aksesibilitas, dan kredibilitas investasi syariah dalam mendorong partisipasi yang lebih luas.

Studi terdahulu telah menganalisis beberapa faktor yang mempengaruhi kepercayaan investor terhadap produk investasi Syariah. Seperti penelitian Agustin & Hakim (2022) yang menekankan bahwa faktor-faktor seperti pengetahuan, persepsi terhadap produk bank syariah, dan literasi keuangan secara signifikan memengaruhi kepercayaan masyarakat terhadap produk investasi syariah, dengan religiusitas berperan sebagai variabel moderasi yang memperkuat hubungan antara faktor-faktor tersebut dan minat investasi syariah. Sementara itu, Fauzi & Rafik (2024) mengidentifikasi literasi keuangan syariah, kualitas yang dirasakan, dan religiusitas sebagai determinan utama dalam keputusan investasi syariah, di mana literasi keuangan meningkatkan kepercayaan diri, sedangkan kualitas dan religiusitas yang dirasakan memiliki dampak langsung pada keputusan investasi tanpa fungsi moderasi.

Dalam konteks yang berbeda, Makruf et al. (2021) menunjukkan bahwa kesiapan psikologis dan religiusitas memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku investor pada saham syariah, sedangkan pengetahuan investasi tidak memberikan pengaruh

yang signifikan, menyoroti pentingnya dimensi psikologis dan spiritual dalam membangun kepercayaan individu terhadap investasi syariah. Selain itu, Natalina (2015) berfokus pada kriteria spesifik sektor dan perusahaan, manfaat investasi yang dirasakan, serta kinerja historis sebagai faktor utama yang memengaruhi kepercayaan masyarakat terhadap produk investasi syariah, yang ditunjukkan oleh fluktuasi tingkat kepercayaan pada beberapa tahun terakhir. Disisi lain, Azhar et al. (2022) menambahkan bahwa tata kelola yang efektif dan penyaringan syariah yang dilakukan oleh Dewan Pengawas Syariah (DPS) secara langsung meningkatkan kepercayaan publik terhadap produk perbankan syariah, sehingga memperkuat posisi lembaga keuangan syariah dalam mendukung pertumbuhan ekonomi Islam di Indonesia.

Meskipun berbagai studi telah menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi kepercayaan masyarakat terhadap produk investasi syariah, terdapat beberapa kesenjangan yang belum terjawab secara komprehensif dalam literatur. Studi sebelumnya cenderung memisahkan pembahasan tentang literasi keuangan, religiusitas, kesiapan psikologis, kinerja produk, dan tata kelola syariah tanpa menyajikan pemahaman holistik mengenai sinergi antar-faktor tersebut. Sebagai contoh, penelitian Agustin & Hakim (2022) dan Fauzi & Rafik (2024) berfokus pada literasi keuangan dan religiusitas, namun kurang mengeksplorasi bagaimana faktor tersebut berinteraksi dengan elemen lain seperti kualitas layanan dan tata kelola syariah. Di sisi lain, studi Makruf et al. (2021) menggarisbawahi dimensi psikologis dan spiritual tetapi mengesampingkan variabel kinerja produk sebagai penentu penting dalam membangun kepercayaan. Kebanyakan penelitian yang ada terbatas pada konteks parsial atau spesifik, seperti fokus pada sektor tertentu atau lingkup perbankan Syariah tanpa menyajikan analisis yang lebih luas terhadap ekosistem investasi syariah secara keseluruhan. Pendekatan ini meninggalkan ruang untuk eksplorasi lebih lanjut mengenai bagaimana berbagai elemen saling berinteraksi dalam membangun kepercayaan masyarakat secara menyeluruh.

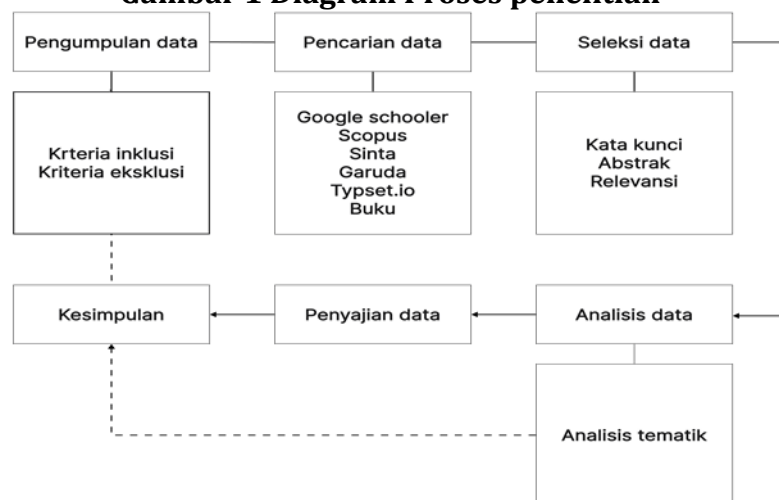
Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis secara komprehensif faktor-faktor yang memengaruhi kepercayaan masyarakat terhadap produk investasi Syariah dengan mengintegrasikan dan mengevaluasi berbagai faktor yang telah diidentifikasi oleh studi sebelumnya dalam satu kerangka kerja yang koheren. Selain itu, penelitian ini bertujuan untuk mengungkap sinergi antar-faktor tersebut dalam menciptakan ekosistem investasi syariah yang inklusif, berkelanjutan, dan sesuai dengan prinsip syariah. Hasil penelitian ini memiliki implikasi strategis bagi berbagai pemangku kepentingan dalam ekosistem investasi syariah. Untuk kepentingan akademik, penelitian ini bisa bermanfaat sebagai penyediaan landasan teoritis yang kuat untuk studi lanjutan, khususnya yang berfokus pada sinergi antar-faktor dalam membangun kepercayaan masyarakat terhadap investasi syariah

### **Metode Penelitian**

Penelitian ini menggunakan desain penelitian kualitatif dengan pendekatan Systematic Literature Review (SLR) untuk mengidentifikasi dan menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi kepercayaan masyarakat terhadap produk investasi syariah. Populasi penelitian meliputi studi-studi ilmiah yang relevan, baik berupa artikel jurnal, prosiding konferensi, maupun dokumen akademik lainnya, yang membahas isu kepercayaan dalam konteks investasi syariah secara global dan di Indonesia. Sampel penelitian dipilih secara purposif menggunakan kriteria inklusi seperti tahun publikasi

minimal 10 tahun terakhir, relevansi topik, dan kredibilitas sumber. Sedangkan kriteria eksklusi adalah literatur yang tidak memiliki relevansi dan tidak sesuai dengan fokus topik penelitian.

**Gambar 1 Diagram Proses penelitian**



Sumber: Data diolah (2025)

Pencarian literatur menggunakan database akademik seperti Scopus, Sinta, dan Google Scholar. Pengumpulan data dilakukan dengan mengorganisasi dan mengekstraksi informasi kunci dari artikel-artikel yang terpilih termasuk variabel penelitian dan temuan. Analisis data dilakukan menggunakan analisis kualitatif. Setelah dianalisis, data disajikan dalam bentuk tabel yang memuat fokus utama penelitian seperti: Literasi Keuangan, Psikologis dan Religiusitas, Kinerja Produk dan Kualitas Layanan, dan terakhir Penyaringan dan Tata Kelola Syariah.

## Hasil dan Pembahasan

### Hasil

Pencarian literatur dilakukan setelah identifikasi fokus penelitian. Kemudian literatur-literatur yang ada diekstraksi dan diorganisir berdasarkan variabel dan temuannya. Data diorganisir berdasarkan fokus yang ada seperti; Literasi Keuangan, Psikologis dan Religiusitas, Kinerja Produk dan Kualitas Layanan, dan Penyaringan dan Tata Kelola Syariah, yang terangkum pada tabel 1.

**Tabel 1 Gambaran umum penelitian**

No	Fokus	Penulis	Variabel	Temuan
1	Literasi Keuangan	Fauzi & Rafik (2024)	Literasi Keuangan Syariah, Keputusan Investasi, Religiusitas	Literasi keuangan Syariah secara positif mempengaruhi keputusan investasi. Kualitas dan religiusitas yang dirasakan memiliki efek langsung pada keputusan investasi.
2		Agustin & Hakim (2022)	Pengetahuan, Persepsi, Literasi Keuangan, Minat	Pengetahuan mempengaruhi minat investasi syariah, tetapi kurang signifikan. Persepsi dan literasi

		Investasi Syariah	keuangan secara positif mempengaruhi minat investasi syariah.
3	Desky & Mubarrak (2022)	Pengetahuan, Motivasi, Persepsi, Keputusan Investasi Syariah	Pengetahuan secara positif mempengaruhi persepsi investasi syariah. Motivasi secara positif mempengaruhi keputusan untuk berinvestasi dalam produk investasi syariah.
4	Wartoyo et al. (2023)	Literasi Keuangan Syariah, Minat Investasi, Kepercayaan Investor	literasi keuangan Syariah secara positif dan signifikan mempengaruhi minat investasi mahasiswa Ekonomi Syariah. Peningkatan pemahaman tentang produk keuangan Syariah meningkatkan kepercayaan investor dalam terlibat dengan peluang investasi.
5	Erika & Mujiatun (2024)	Literasi Keuangan Syariah, Keputusan Siswa, Produk Perbankan Syariah, Prinsip Syariah, Manfaat Syariah, Kepercayaan Mahasiswa	Literasi keuangan Syariah secara signifikan mempengaruhi keputusan siswa untuk menggunakan produk perbankan Syariah, karena mencakup pemahaman prinsip-prinsip dan manfaat Syariah, sehingga meningkatkan kepercayaan pada produk-produk ini.
6	Azri et al. (2024)	Literasi Keuangan Syariah, Pilihan Asuransi Syariah, Kepercayaan Pengguna Produk Keuangan Syariah	Literasi keuangan Syariah mempengaruhi pilihan asuransi syariah. pemahaman yang baik tentang keuangan syariah menumbuhkan kepercayaan dalam menggunakan produk keuangan syariah
7	Kaharuddin et al. (2024)	Literasi Keuangan Syariah, Keputusan Keuangan, Produk Perbankan Syariah,	Literasi keuangan Islam secara signifikan mempengaruhi keputusan keuangan untuk menggunakan produk perbankan Syariah, meningkatkan keterlibatan masyarakat dan kepercayaan investor.

		Keterlibatan Masyarakat, Kepercayaan Investor	
8	Ekanagara et al. (2023)	Literasi Keuangan Syariah, Kepercayaan Investor, Produk Investasi Syariah	Literasi keuangan secara signifikan berdampak pada kepercayaan investor terhadap produk investasi Syariah, terutama bagi siswa.
9	Alimi (2023)	Pengetahuan, Keterampilan, Keyakinan, Penggunaan Produk Bank Syariah, Literasi Keuangan Islam	Pengetahuan, keterampilan, dan keyakinan mempengaruhi penggunaan produk bank syariah. Literasi keuangan Islam mempengaruhi keputusan sebesar 95,3%.
10	Makruf et al. (2021)	Kesiapan Psikologis, Religiusitas, Perilaku Investor, Pengetahuan Investasi	Kesiapan psikologis dan religiusitas secara positif mempengaruhi perilaku investor. Pengetahuan investasi tidak memiliki efek signifikan pada perilaku investor.
11	Hassandi (2024)	Sifat Kemarahan, Terlalu Percaya Diri, Pemantauan Diri, Keputusan Investasi	Faktor signifikan: sifat kemarahan, terlalu percaya diri, pemantauan diri mempengaruhi keputusan investasi. Keputusan investasi milenial dipengaruhi oleh faktor psikologis.
12	Psikologis dan Religiusitas Sudirmana et al. (2024)	Bias Terlalu Percaya Diri, Keputusan Investasi, Pertimbangan Syariah	Bias terlalu percaya diri mengarah pada keputusan investasi yang tidak rasional. Pertimbangan Syariah memoderasi hubungan keputusan-kepercayaan investasi yang berlebihan.
13	Ragil et al. (2024)	Psikologis, Keyakinan Agama, Persepsi, Pengetahuan Masyarakat, Keputusan Investasi Syariah	Faktor psikologis, bersama dengan keyakinan agama, secara signifikan mempengaruhi persepsi dan pengetahuan masyarakat Muhammadiyah tentang produk investasi Syariah, mempengaruhi kepercayaan mereka dalam membuat keputusan investasi berdasarkan informasi yang selaras dengan prinsip-prinsip Syariah.
14	Priantinah	Psikologis,	Faktor psikologis, termasuk sikap

	et al. (2023)	Keyakinan Agama, Religiusitas, Pengaruh Agama, Kepercayaan Investor, Niat Investasi Saham Islam	dan pengendalian perilaku, di samping pengaruh agama seperti religiusitas dan peristiwa keagamaan, secara signifikan mempengaruhi kepercayaan investor terhadap produk investasi Syariah, membentuk niat dan perilaku mereka terhadap investasi saham Islam di Bursa Efek Indonesia.
15	Lestari & Arumi (2024)	Religiusitas, Keputusan Investasi Syariah, Toleransi Risiko, Pertimbangan Etis, Kecenderungan Risiko, Sikap Risiko, Kapasitas Risiko	religiusitas secara signifikan mempengaruhi keputusan investasi Syariah, karena keyakinan agama mempengaruhi toleransi risiko dan pertimbangan etis. Faktor psikologis, termasuk kecenderungan risiko, sikap risiko, dan kapasitas risiko, juga memainkan peran penting dalam membentuk perilaku investasi di kalangan investor Muslim.
16	Hussain et al. (2023)	Religiusitas, Niat Investasi, Motivasi Investasi, Kepercayaan Investor, Investasi Pasar Modal Islam	religiusitas secara signifikan mempengaruhi niat investasi di Pasar Modal Islam, sementara literasi keuangan Islam tidak. Motivasi investasi juga memainkan peran penting, menyoroti aspek psikologis yang mempengaruhi kepercayaan investor terhadap produk investasi Syariah.
17	Newaz et al. (2016)	Religiusitas, Sikap terhadap Produk Investasi Syariah, Niat Pembelian, Keyakinan Individu, Komitmen terhadap Prinsip Agama	religiusitas secara signifikan mempengaruhi sikap terhadap produk investasi yang sesuai dengan Syariah, mempengaruhi niat pembelian. Faktor-faktor psikologis, seperti keyakinan individu dan komitmen terhadap prinsip-prinsip agama, selanjutnya membentuk perilaku konsumen dalam memilih produk keuangan Islam.
18	Kinerja Produk dan Kualitas Layanan Natalina (2015)	Kinerja Reksa Dana Syariah, Kepercayaan Investor, Nilai Aset Bersih (NAV) Mingguan	Reksa dana syariah menunjukkan pertumbuhan kepercayaan investor yang konsisten. Kinerja diukur dengan nilai aset bersih (NAV) mingguan.
19	Muthoharo	Kinerja Saham	Saham Islam mengungguli saham

	h & Sutapa (2014)	Islam, Saham Konvensional, Pengembalian, Risiko	konvensional dalam kinerja. Perbedaan signifikan dalam pengembalian dan risiko yang diamati.
20	Hidayat & Diana (2024)	Kualitas Layanan, Kepuasan Pelanggan, Perbankan Syariah	Kualitas layanan secara signifikan mempengaruhi kepuasan pelanggan di perbankan Syariah. Produk perbankan syariah juga berdampak signifikan terhadap kepuasan nasabah.
21	Dewi et al. (2018)	Kualitas Layanan, Produk, Citra Merek, Loyalitas Pelanggan	Kualitas layanan dan produk secara positif mempengaruhi citra merek. Citra merek secara positif mempengaruhi loyalitas pelanggan di perbankan syariah.
22	Dinaratu & Muttaqin (2017)	Kualitas Produk, Minat Nasabah, Bank Islam, Kualitas Layanan, Nilai Syariah	Kualitas produk secara signifikan mempengaruhi minat nasabah Bank Islam. Kualitas layanan dan nilai syariah juga secara positif mempengaruhi minat pelanggan.
23	Sofhian & Suleman (2017)	Kualitas Produk, Keputusan Asuransi Syariah, Kepercayaan Nasabah	Kualitas produk secara signifikan mempengaruhi keputusan asuransi Syariah dan kepercayaan nasabah.
24	Yuningrum et al. (2020)	Kualitas Layanan, Kepuasan Pelanggan, Kepercayaan, Kualitas Produk	Kualitas layanan secara positif mempengaruhi kepuasan pelanggan secara signifikan. Kepercayaan dan kualitas produk juga secara signifikan meningkatkan kepuasan pelanggan.
25	Azhar et al. (2022)	Pengawasan Efektif, Produk Syariah, Dewan Pengawas Syariah, Kepatuhan terhadap Prinsip Syariah	Bank Islam membutuhkan pengawasan yang efektif terhadap produk syariah. Dewan Pengawas Syariah memastikan kepatuhan terhadap prinsip-prinsip syariah.
26	Setiawati et al. (2023)	Tata Kelola Syariah, Kualitas Layanan, Loyalitas Pelanggan, Reputasi Bank	Tata kelola Syariah dan kualitas layanan meningkatkan loyalitas pelanggan. Reputasi bank meningkatkan efek pada loyalitas secara signifikan.

27	Kalau et al. (2022)	Tata Kelola Syariah, Kepercayaan Pelanggan, Transparansi, Akuntabilitas, Keadilan	Tata kelola syariah secara signifikan mempengaruhi kepercayaan pelanggan. Transparansi, akuntabilitas, dan keadilan meningkatkan kepercayaan pelanggan.
28	Wijayani (2017)	Dewan Pengawas Syariah, Kepercayaan Publik, Bank Islam, Profitabilitas	Dewan Pengawas Syariah mempengaruhi kepercayaan publik terhadap bank-bank Islam. Profitabilitas tidak mempengaruhi kepercayaan publik terhadap bank-bank Islam.
29	Susilawati et al. (2022)	Badan Pengawas Syariah, Kepentingan Publik, Pengetahuan Publik tentang Perbankan Syariah, Kehadiran DPS	Badan Pengawas Syariah meningkatkan kepentingan publik terhadap bank-bank syariah. Kehadiran DPS yang lebih tinggi meningkatkan pengetahuan publik tentang syariah perbankan

Sumber: Data diolah (2025)

## Pembahasan Literasi Keuangan

Literasi keuangan syariah merupakan elemen kunci dalam pengambilan keputusan investasi, terutama dalam konteks produk berbasis syariah. Literasi ini mencakup pemahaman tentang prinsip-prinsip syariah, manfaat, serta mekanisme produk keuangan syariah yang mampu membangun kepercayaan masyarakat terhadap produk tersebut (Erika & Mujiatun, 2024). Studi menunjukkan bahwa literasi keuangan meningkatkan pemahaman terhadap nilai-nilai syariah, memperkuat persepsi positif terhadap transparansi dan keunggulan produk, serta menumbuhkan keyakinan dalam memanfaatkan layanan keuangan berbasis Syariah (Azri et al., 2024; Ekanagara et al., 2023). Selain itu, literasi keuangan bertindak sebagai mediator yang menjembatani pengetahuan dan motivasi dengan kepercayaan masyarakat terhadap investasi syariah, menjadikannya instrumen penting dalam mendorong keterlibatan masyarakat dalam sektor keuangan syariah (Desky & Mubarrak, 2022).

Relevansi literasi keuangan syariah tidak hanya terbatas pada peningkatan pemahaman, tetapi juga dalam membangun kepercayaan melalui penguatan hubungan antara religiusitas, kualitas produk, dan kredibilitas lembaga syariah. Literasi keuangan memfasilitasi edukasi masyarakat tentang manfaat dan kinerja produk, sehingga memperkuat keyakinan terhadap keandalan lembaga Syariah (Alimi, 2023; Fauzi & Rafik, 2024). Lebih jauh, literasi keuangan syariah berperan sebagai katalis dalam meningkatkan keterlibatan masyarakat dengan investasi syariah, memberikan kepercayaan diri kepada investor untuk mengambil keputusan yang didasarkan pada

pengetahuan yang baik tentang prinsip dan nilai Syariah (Kaharuddin et al., 2024). Dengan demikian, literasi keuangan tidak hanya mendukung keputusan investasi, tetapi juga menciptakan basis kepercayaan yang kokoh terhadap sistem keuangan syariah secara keseluruhan.

### **Kesiapan Psikologis dan Religiusitas**

Faktor psikologis dan religiusitas memainkan peran krusial dalam membentuk keputusan investasi syariah. Faktor psikologis, seperti kesiapan psikologis, sikap risiko, dan pengendalian perilaku, memengaruhi niat dan perilaku investor dalam memilih produk investasi berbasis syariah. Sifat-sifat seperti kemarahan, kepercayaan diri berlebih, dan kemampuan pengendalian diri menjadi determinan penting yang memengaruhi tingkat kepercayaan terhadap investasi Syariah (Hassandi, 2024; Makruf et al., 2021). Bias kepercayaan diri yang berlebihan sering mengarah pada keputusan yang tidak rasional, namun pertimbangan syariah dapat memoderasi hubungan ini dengan memperkuat kepercayaan pada kredibilitas produk investasi Syariah (Sudirmana et al., 2024). Jika diarahkan dengan baik, Dimensi psikologis ini dapat memberikan fondasi yang lebih kuat bagi masyarakat untuk berinvestasi secara etis sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.

Religiusitas secara signifikan memengaruhi niat dan perilaku investasi syariah dengan mengarahkan keputusan berdasarkan nilai-nilai etis dan prinsip syariah. Keyakinan agama membantu mengurangi toleransi terhadap risiko yang tidak sesuai dengan syariah dan mendorong preferensi terhadap investasi berbasis nilai (Hussain et al., 2023; Priantinah et al., 2023). Selain itu, faktor spiritual, seperti peristiwa keagamaan dan keyakinan terhadap nilai-nilai syariah, meningkatkan persepsi masyarakat terhadap keandalan produk investasi syariah, sehingga memperkuat kepercayaan mereka dalam berinvestasi (Newaz et al., 2016; Ragil et al., 2024). Keterkaitan antara faktor psikologis dan religiusitas membentuk dasar kepercayaan yang kokoh terhadap kredibilitas dan manfaat produk syariah, sekaligus memberikan implikasi penting bagi strategi pemasaran berbasis edukasi agama untuk meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap investasi syariah (Lestari et al., 2021).

### **Kinerja Produk dan Kualitas Layanan**

Kinerja produk dan kualitas layanan merupakan elemen krusial dalam membangun kepercayaan masyarakat terhadap investasi syariah. Kinerja produk, seperti yang diukur melalui pertumbuhan Net Asset Value (NAV) mingguan pada reksa dana syariah, menunjukkan konsistensi yang mampu memperkuat kepercayaan investor (Natalina, 2015). Selain itu, saham syariah yang mengungguli saham konvensional dalam pengembalian dan risiko memberikan daya tarik tambahan bagi investor yang mengutamakan kinerja berbasis nilai (Muthoharoh & Sutapa, 2014). Keunggulan ini mencerminkan prinsip-prinsip etis yang mendasari produk syariah, menciptakan daya saing yang signifikan di pasar investasi. Dalam konteks kualitas layanan, konsistensi dalam memberikan pelayanan berkualitas tinggi secara langsung memengaruhi tingkat kepuasan pelanggan, yang pada gilirannya memperkuat kepercayaan terhadap lembaga keuangan Syariah (Yuningrum et al., 2020).

Sinergi antara kinerja produk dan kualitas layanan menciptakan reputasi positif bagi lembaga keuangan Syariah yang berkontribusi pada peningkatan loyalitas

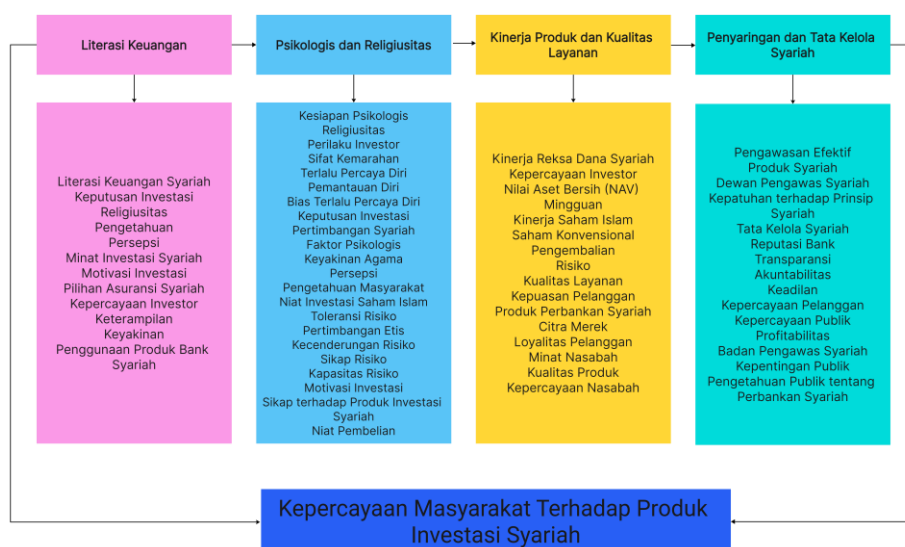
pelanggan. Kualitas layanan yang unggul, dikombinasikan dengan performa produk yang sesuai dengan prinsip syariah, membangun citra merek yang kuat, yang secara signifikan mendorong kepercayaan dan loyalitas nasabah (Dewi et al., 2018; Dinaratu & Muttaqin, 2017). Pada sektor asuransi syariah, kualitas produk yang unggul terbukti meningkatkan kepuasan pelanggan dan kepercayaan terhadap produk (Sofhian & Suleman, 2017). Dalam strategi pengembangan, penting untuk memadukan inovasi produk dengan diferensiasi layanan guna memperluas daya saing produk syariah di pasar global, sekaligus memastikan bahwa prinsip-prinsip syariah tetap menjadi landasan utama dalam membangun kredibilitas investasi syariah.

### **Penyaringan dan Tata Kelola**

Penyaringan syariah dan tata kelola syariah merupakan dua elemen utama dalam menjaga integritas dan kepercayaan terhadap produk investasi syariah. Penyaringan syariah bertujuan untuk memastikan bahwa produk investasi mematuhi prinsip-prinsip syariah, yang tidak hanya melibatkan penghindaran aktivitas yang dilarang, tetapi juga menjamin transparansi dan etika dalam operasional produk tersebut (Wijayani, 2017). Peran Dewan Pengawas Syariah (DPS) sangat signifikan dalam memastikan kepatuhan terhadap prinsip-prinsip ini, sehingga meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap lembaga keuangan syariah. Kehadiran DPS yang lebih kuat berperan dalam peningkatan pemahaman publik mengenai layanan perbankan syariah, yang berkontribusi pada peningkatan kepercayaan (Azhar et al., 2022; Susilawati et al., 2022). Dengan adanya pengawasan ini, masyarakat memperoleh keyakinan terhadap integritas produk dan layanan yang ditawarkan, memperkuat fondasi kepercayaan yang dibangun melalui penyaringan syariah yang efektif.

Tata kelola syariah yang baik sangat penting untuk menciptakan dan mempertahankan kepercayaan publik terhadap lembaga keuangan syariah. Prinsip transparansi, akuntabilitas, dan keadilan yang diterapkan dalam tata kelola syariah secara langsung memperkuat integritas lembaga dan meningkatkan loyalitas pelanggan (Kalau et al., 2022). Proses tata kelola yang efektif tidak hanya memperkuat reputasi bank syariah, tetapi juga membedakan lembaga syariah dari lembaga keuangan konvensional dengan mengutamakan nilai-nilai etika Islam (Hernawati et al., 2024). Oleh karena itu, pengawasan yang independen melalui DPS dan upaya peningkatan standar tata kelola melalui pelatihan serta audit yang konsisten menjadi kunci untuk menjaga dan meningkatkan kredibilitas produk syariah di mata masyarakat.

### **Gambar 2 Ringkasan variabel penelitian**



Sumber: Data diolah (2025)

Gambar 2 menunjukkan keseluruhan variabel yang dikaji, integrasi dari seluruh dimensi penelitian ini memberikan wawasan yang mendalam mengenai faktor-faktor yang memengaruhi minat masyarakat untuk berinvestasi pada sukuk, meliputi aspek Literasi Keuangan, psikologi dan Religiusitas, Kinerja Produk dan Kualitas Layanan serta Penyaringan dan Tata Kelola. Keterlibatan serta dukungan yang terarah pada berbagai dimensi tersebut menjadi elemen kunci dalam membangun generasi mendatang yang berdaya saing dan mampu memberikan kontribusi signifikan terhadap perkembangan investasi syariah serta terciptanya ekonomi Islam yang berkelanjutan.

## Simpulan

Penelitian ini menegaskan pentingnya literasi keuangan, faktor psikologis dan religiusitas, kinerja produk dan kualitas layanan, serta penyaringan dan tata kelola syariah dalam membangun kepercayaan masyarakat terhadap produk investasi syariah. Literasi keuangan syariah berperan sebagai katalis dalam meningkatkan pemahaman, memperkuat persepsi positif, dan membangun keyakinan terhadap investasi syariah. Faktor psikologis dan religiusitas menunjukkan relevansi yang signifikan dalam membentuk niat dan perilaku investasi, di mana nilai-nilai spiritual dan sikap risiko memberikan dasar etis bagi pengambilan keputusan. Selanjutnya, kinerja produk yang kompetitif dan kualitas layanan yang konsisten secara langsung memengaruhi tingkat kepuasan dan loyalitas pelanggan, yang pada gilirannya memperkuat kepercayaan terhadap lembaga keuangan syariah.

Penyaringan syariah dan tata kelola yang transparan dan akuntabel memainkan peran fundamental dalam menjaga integritas dan kredibilitas produk syariah. Keberadaan Dewan Pengawas Syariah sebagai pengawas independen terbukti meningkatkan kepercayaan masyarakat melalui jaminan pemenuhan prinsip-prinsip syariah. Secara keseluruhan, sinergi antara elemen-elemen ini tidak hanya meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap produk investasi syariah tetapi juga menciptakan fondasi yang kokoh untuk mendorong partisipasi yang lebih luas dalam sektor keuangan syariah. Penelitian ini memberikan implikasi strategis bagi

pengembangan kebijakan dan inovasi di sektor keuangan syariah, khususnya dalam meningkatkan literasi, memperkuat tata kelola, dan memperluas aksesibilitas produk syariah untuk menciptakan ekosistem investasi yang inklusif dan berkelanjutan.

## Daftar Pustaka

- Agustin, D. N., & Hakim, L. (2022). Peran Religiusitas Sebagai Variabel Moderating Pengetahuan, Persepsi Produk Bank Syariah dan Literasi Keuangan Terhadap Minat Investasi Syariah. *Jurnal Pendidikan Akuntansi (JPAK)*, 10(2), 106–116. <https://doi.org/https://doi.org/10.26740/jpak.v10n2.p106-116>
- Alfiansyah, C., & Nisa, F. L. (2024). Analisis Tantangan dan Peluang Perbankan Syariah dalam Mewujudkan Pembangunan Ekonomi Berkelanjutan. *JURNAL EKONOMI BISNIS DAN MANAJEMEN*, 2(3), 199–210. <https://doi.org/10.59024/jise.v2i3.814>
- Alimi, M. El. (2023). Literasi Keuangan Syariah pada UMKM dan Dampaknya terhadap Penggunaan Produk Bank Syariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(2), 2080. <https://doi.org/10.29040/jiei.v9i2.7602>
- Anami, A. K. (2024). Ethical entrepreneurship: Islamic financial principles for Small and Medium Enterprises (SMEs). *GSC Advanced Research and Reviews*, 18(2), 059–066. <https://doi.org/10.30574/gscarr.2024.18.2.0035>
- Azhar, M. E., Yudha, S. F., Sugianto, & Muda, I. (2022). Supervision Effectiveness DPS Deep Sharia Governance and Guarantee in Sharia Banking in Indonesia. *Best Journal of Administration and Management (BEJAM)*, 1(1), 36–39. <https://doi.org/https://doi.org/10.56403/bejam.v1i1.22>
- Azri, A. D., Rezki, M., & Purwanto, M. A. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Terhadap Keputusan Memilih Asuransi Syariah. *Dalwa Islamic Economic Studies*, 3(1), 153–169. <https://doi.org/10.38073/dies.v3i1.1514>
- Damanik, A. Z. (2024). Peran Hukum Ekonomi Syariah Dalam Mengatur Transaksi Bisnis Syariah. *Eksekusi : Jurnal Ilmu Hukum Dan Administrasi Negara*, 2(3), 434–441. <https://doi.org/10.55606/eksekusi.v2i3.1335>
- Desky, H., & Mubarrak, H. (2022). The Decision Of The Aceh Community To Invest In Sharia. *International Journal of Management and Business Economics (IJMEBE)*, 1(1), 46–58. <https://doi.org/https://doi.org/10.58540/ijmebe.v1i1.57>
- Dewi, A., Najib, M., & Beik, I. S. (2018). Effect of Qualities of Service and Funding Product on Brand Image And Loyalty of Sharia Bank Customers in Bogor. *Indonesian Journal of Business and Entrepreneurship*, 4(3), 308–319. <https://doi.org/10.17358/ijbe.4.3.308>
- Dinaratu, D. A., & Muttaqin, A. (2017). Kualitas Produk, Pelayanan dan Nilai Syariah terhadap Persepsi Mahasiswa Ekonomi Islam untuk Menjadi Nasabah Bank Syariah. *FALAH: Jurnal Ekonomi Syariah*, 2(2), 196–210. <https://doi.org/https://doi.org/10.22219/jes.v2i2.5106>
- Ekanagara, G. K., Puspitasari, N., & Munir, A. (2023). The Influence of Financial Literacy and Income on the Decision to Invest in Islamic Stocks. *Journal Of Managemen*

- Research and Studies*, 1(1), 115–125.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.61665/jmrs.v1i2.32>
- Erika, D., & Mujiatun, S. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah dan Islamic Branding Terhadap Keputusan Mahasiswa dalam Menggunakan Produk Perbankan Syariah: Studi Kasus pada Mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah Umsu. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(7), 5205–5219.  
<https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i7.2196>
- Fauzi, A., & Rafik, A. (2024). The Impact of Sharia Financial Literacy, Religiosity, and Perceived Quality on Investment Decisions on Sharia-Compliant Products. *International Journal of Economics and Management Sciences*, 2(2), 156–173.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.61132/ijems.v1i2.56>
- Fitriani, Sugianto, E., Andriani, S., Ernayani, R., & Setyawati, D. M. (2024). Inklusi Keuangan dan Pemberdayaan Ekonomi: Evaluasi Efektivitas Produk Keuangan Syariah dalam Meningkatkan Akses Keuangan bagi Masyarakat Marginal. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(7), 5195–5206.  
<https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i7.2406>
- Hasnain, S. S. (2019). Trust-Significance, Definitions and Dimensions: A Literature Search. *Archives of Business Research*, 7(2), 26–32.  
<https://doi.org/10.14738/abr.72.5241>
- Hassandi, I. (2024). Millennials Investment Decision on Indonesia Government Sukuk: An Analysis Using Behavioural Factors. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen (JBM)*, 20(1), 40–49. <https://doi.org/10.23960/jbm.v11i2.442>
- Hernawati, N., Maemunah, M., & Mafruhah, A. Y. (2024). Fraud Prevention: Effectiveness of Sharia Governance in Sharia Banks. *KnE Social Sciences*, 9(24), 412–424.  
<https://doi.org/10.18502/kss.v9i24.16859>
- Hidayat, A. N., & Diana, D. (2024). Navigating Islamic Investments: The Role of Islamic Financial Literacy, Religiosity, and Motivation using PLS-SEM. *Airlangga Journal of Innovation Management*, 5(2), 278–290.  
<https://doi.org/10.20473/ajim.v5i2.57707>
- Hussain, F., Ali, A., Malik, N., & Javed, S. (2023). Investment Behaviour of Individual Investors Regarding Sharia Stock Investment: A Systematic Review. *Journal of Southwest Jiaotong University*, 58(3), 411–428.  
<https://doi.org/10.35741/issn.0258-2724.58.3.35>
- Kaharuddin, K., Amrin, A., Nurdin, M. R., Sugiyarto, S., Su'ud, S., & Supriyanto, S. (2024). The Role of Islamic Financial Literacy and Local Wisdom in Decisions to Use Sharia Banking Products: A Systematic Literature Review. *Mimbar Agama Budaya*, 41(1), 61–79. <https://doi.org/10.15408/mimbar.v41i1.38602>
- Kalau, A. A., Sososutiksno, C., & Gainau, P. C. (2022). Peran Syariah Governance Dalam Meningkatkan Kepercayaan Nasabah (Studi Pada Bank Muamalat Cabang Ambon). *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi*, 9(1), 154–170. <https://doi.org/https://doi.org/10.35794/jmbi.v9i1.39551>
- Lestari, D., & Arumi, N. A. (2024). Factors that influence the Islamic Perspective Human

- Development Index as Evidence of the Development of the Muslim Community. *Journal of Islamic Economics and Business Ethics*, 1(2), 75–93. <https://doi.org/10.24235/jiesbi.v1i2.133>
- Lestari, I. P., Ginanjar, W., & Warokka, A. (2021). Multidimensional Risk and Religiosity Towards Indonesian Muslims' Sharia Investment Decision. *Journal of Islamic Monetary Economics and Finance*, 7(2), 369–400. <https://doi.org/10.21098/jimf.v7i2.1321>
- Makruf, I. B., Supriyanto, T., & Priyatno, P. D. (2021). Analysis of Factors Affecting Investor Behavior in Investing in Sharia Stock in Jakarta. *ISLAMICONOMIC: Jurnal Ekonomi Islam*, 12(2), 109–136. <https://doi.org/https://doi.org/10.32678/ije.v12i2.293>
- Muthoharoh, M., & Sutapa, S. (2014). Perbandingan Saham Berbasis Syariah Dengan Saham Konvensional Sebagai Analisa Kelayakan Investasi Bagi Investor Muslim. *Jurnal Akuntansi Indonesia*, 3(2). <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.30659/jai.3.2.101-112>
- Natalina, S. A. (2015). Analisa Manajemen Portofolio Investasi Reksadana Syari'ah Ditinjau Dari Strategi Investasi Berdasarkan Resiko Investasi Dan Pengukuran Kinerja. *Realita: Jurnal Penelitian Dan Kebudayaan Islam*, 13(2), 187–199. <https://doi.org/https://doi.org/10.30762/realita.v13i2.62>
- Newaz, F. T., Fam, K. S., & Sharma, R. R. (2016). Muslim religiosity and purchase intention of different categories of Islamic financial products. *Journal of Financial Services Marketing*, 21(2), 141–152. <https://doi.org/10.1057/fsm.2016.7>
- Priantinah, D., Wahyu Dewanti, P., Tiara Novitasari, B., & Candra Sari, R. (2023). Factors of Investor Behavior in Sharia Stock: A Theory of Planned Behavior Perspective. *Jurnal Keuangan Dan Perbankan Syariah*, 11(2), 136–157. <https://doi.org/https://doi.org/10.18860/ed.v11i2.17332>
- Ragil, B., Hadiyati, E., Suswati, E., & Sadayi, D. P. (2024). Perceptions and Knowledge of Sharia Principles in Islamic Investment: Perspective of Muhammadiyah Community. *Shirkah: Journal of Economics and Business*, 9(1), 122–137. <https://doi.org/10.22515/shirkah.v9i1.675>
- Safitri, A. A., Salastia, K., Atiqah, N., & Ruquayah, S. (2023). Application Of Principles Of Justice In Mudharabah Agreements In Sharia Financial Institutions. *JURNAL EMBA REVIEW*, 3(2), 353–357. <https://doi.org/10.53697/emba.v3i2>
- Setiawati, Z., Majid, M. S. A., Zulkifli, Z., Agustina, M., Jalaluddin, & Riyaldi, M. H. (2023). The Effects of Service Quality and Sharia Governance on Islamic Banking Customer Loyalty: Does Bank Reputation Play a Role? *2023 International Conference on Sustainable Islamic Business and Finance (SIBF)*, 291–295. <https://doi.org/10.1109/SIBF60067.2023.10379899>
- Sofhian, & Suleman, S. N. A. (2017). Pengaruh Kualitas Produk dan Religiusitas Terhadap Keputusan Nasabah dalam Memilih Asuransi Syariah di PT. Prudential Life Anssurance Cabang Kota Gorontalo. *Li-Falah: Jurnal Studi Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 2(1), 155–182. <https://doi.org/https://dx.doi.org/10.31332/lifalah.v2i1.608>

- Sudirmana, W. F. R., Nurnasrina, Syaipudin, M., & Priyatno, A. M. (2024). The Effect of Overconfidence Bias on Investment Decision: Sharia Stock Considerations. *JUTIN: Jurnal Teknik Industri Terintegrasi*, 1(4), 867–876. <https://doi.org/10.31004/jutin.v7i2.16091>
- Suman, A., Supriani, I., & Rio Nurrachman, Y. (2024). Peningkatan Literasi Keuangan Syariah Masyarakat Desa dalam Mencapai Ekonomi Inklusif Menuju Kesejahteraan Masyarakat. *J-ABDIMAS*, 11(1), 112–117. <https://doi.org/https://doi.org/10.33795/abdimas.v11i1.4285>
- Susilawati, I., Madani, L., Sutrisno, S., Nasim, A., & Ningsih, C. (2022). The Role of Sharia Supervisory Board in Implementing Public Trust on Sharia Banks. *Jurnal Kajian Peradaban Islam*, 6(1), 15–19. <https://doi.org/10.47076/jkps.v6i1.177>
- Tubagus, S. O. (2024). Transformation of Sharia Investment at IAIN Manado: Analysis of Student Interest and Impact. *ECo-Fin*, 6(2), 387–395. <https://doi.org/10.32877/ef.v6i2>
- Wartoyo, Bakhri, S., Ulfa, M., Wildan Firdau, R., Nuraeni, S., & Amelia, S. (2023). Measuring the Influence of Financial Literation and Inclusion on Investment Interest with Social Background as Moderating Variables. *Proceeding of International Conference on Islamic Economics, Islamic Banking, Zakah and Waqf*, 1, 567–582. <https://doi.org/https://doi.org/10.24090/ieibzawa.v1i1.781>
- Wijayani, D. R. (2017). Kepercayaan Masyarakat Menabung pada Bank Umum Syariah. *MUQTASID: Journal of Islamic Economics and Banking*, 8(1), 1–12. <https://doi.org/https://doi.org/10.18326/muqtasid.v8i1.1-12>
- Yuningrum, H., Muyassarrah, M., & Astuti, R. D. (2020). Effect of Service Quality, Product Quality, and Trust In Customer Satisfaction (Case Study at Bank BRI Syariah KCP Kendal). *AL-ARBAH: Journal of Islamic Finance and Banking*, 2(2), 139–156. <https://doi.org/10.21580/al-arbah.2020.2.2.7425>
- Yunus, K., Setyanoor, E., & Mansyur, A. (2024). Sustainability in Sharia Invesment. *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 6(1), 37–53. <https://doi.org/10.24239/jiebi.v6i1.279.37-53>