

ABSTRAK

Studi ini mengkaji perilaku konsumen dalam keuangan Islam, dengan fokus pada faktor sosial-ekonomi dan regulasi yang memengaruhi adopsi di Inggris, serta wawasan komparatif yang diambil dari Malaysia dan Indonesia. Keuangan Islam, yang berlandaskan prinsip-prinsip Syariah yang melarang riba dan mendorong praktik keuangan yang etis, telah mengalami pertumbuhan global yang pesat. Namun, dinamika adopsi konsumen masih kurang dieksplorasi, terutama dalam konteks negara non-Muslim seperti Inggris. Dengan menggunakan metodologi tinjauan pustaka sistematis, penelitian ini menganalisis studi-studi yang ada untuk mengidentifikasi determinan psikologis, sosial-ekonomi, dan regulasi utama yang membentuk kepercayaan konsumen serta tingkat adopsi. Temuan menunjukkan bahwa kerangka regulasi secara signifikan memengaruhi kepercayaan konsumen, sementara keterikatan budaya dan agama memotivasi secara berbeda di Inggris, Malaysia, dan Indonesia. Studi ini memberikan kontribusi secara teoretis dengan memperluas pemahaman perilaku konsumen dalam keuangan Islam di berbagai pasar dan menawarkan rekomendasi praktis bagi pembuat kebijakan serta institusi keuangan untuk meningkatkan pengembangan pasar dan aksesibilitas. Pendekatan komparatif ini menyoroti pentingnya strategi yang disesuaikan untuk mendorong adopsi keuangan Islam secara global, menjembatani kesenjangan antara negara mayoritas Muslim dan non-Muslim.

Kata Kunci: *Keuangan Islam, Perilaku Konsumen Islam, Kerangka Regulasi, Faktor Sosio-ekonomi*

ABSTRACT

This study examines consumer behavior in Islamic finance, focusing on socio-economic and regulatory factors that influence adoption in the United Kingdom, with comparative insights drawn from Malaysia and Indonesia. Islamic finance, grounded in Sharia principles that prohibit interest (riba) and promote ethical financial practices, has experienced rapid global growth. Yet, consumer adoption dynamics remain underexplored, especially in non-Muslim majority contexts like the UK. Using a systematic literature review methodology, this research analyses existing studies to identify the key psychological, socio-economic, and regulatory determinants that shape consumer trust and adoption rates. Findings reveal that regulatory frameworks significantly impact consumer confidence, while cultural and religious adherence influence motivations differently across the UK, Malaysia, and Indonesia. The study contributes theoretically by expanding consumer behavior understanding in Islamic finance across diverse markets and offers practical recommendations for policymakers and financial institutions to enhance market development and accessibility. This comparative approach highlights the necessity of tailored strategies to foster Islamic finance adoption globally, bridging gaps between Muslim-majority and non-Muslim countries.

Keywords: Islamic Finance, Islamic Consumer Behavior, Regulatory Framework, Socio-economic Factors