

Analisis Tingkat Pengetahuan, Lokasi dan Literasi Keuangan Syariah terhadap Minat Masyarakat Menggunakan Produk Bank Syariah Indonesia Cabang Kabupaten Belitung

Dessy Damayanthi, Efrita Norman, Desy Kurnia Ramadhanti

Institut Agama Islam Nasional Laa Roiba Bogor
dessydamayanthi@gmail.com

ABSTRACT

This research aims to find out whether the level of knowledge, location and sharia financial literacy influence people's decisions to use Bank Syariah Indonesia products at the Belitung Regency branch. This research uses a descriptive quantitative approach. The techniques used in sampling are non-probability sampling and convenience sampling. The data collection technique used is a questionnaire and the data analysis technique used is multiple linear regression. Based on the t test table, it is known that the level of knowledge has a t value of 4.461 and is greater than t table 1.991 with a significant value of $0.00 < 0.05$, meaning that the level of knowledge influences people's interest. Location does not have an influence on people's interest in using Bank Syariah Indonesia products. This is based on the t test table that location has a t_{count} of 1.014 which is smaller than t_{table} 1.991 with a significance of $0.314 < 0.05$. Meanwhile, sharia financial literacy has a t value of 6.797 which is greater than t table 1.991 with a significance of $0.000 < 0.05$, meaning that sharia financial literacy influences people's interest in using Bank Syariah Indonesia products. Meanwhile, the influence of the three variables, namely the level of knowledge, location and sharia financial literacy on community decisions based on multiple linear regression testing shows a coefficient of determination R^2 of 0.641 or 64.1%, which means that the variables of level of knowledge, location and sharia financial literacy influence 64.1% People's interest in using Bank Syariah Indonesia products and the remaining 35.9% is explained by other variables outside the variables studied in this research.

Keywords: sharia financial literacy, sharia banking, level of knowledge

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah tingkat pengetahuan, lokasi dan literasi keuangan syariah berpengaruh terhadap keputusan masyarakat menggunakan produk Bank Syariah Indonesia di cabang Kabupaten Belitung. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif. Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel yaitu *non-probability sampling* dan *convenience sampling*. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner dan teknik analisis data yang digunakan yaitu regresi linear berganda. Berdasarkan Tabel Uji t diketahui bahwa tingkat pengetahuan memiliki nilai t_{hitung} sebesar 4,461 dan lebih besar dari t_{tabel} 1,991 dengan nilai signifikan $0,00 < 0,05$ artinya tingkat pengetahuan berpengaruh terhadap minat masyarakat. Untuk lokasi tidak memberikan pengaruh terhadap minat masyarakat untuk menggunakan produk Bank Syariah Indonesia hal ini berdasarkan Tabel uji t bahwa lokasi memiliki t_{hitung} 1,014 lebih kecil dari t_{tabel} 1,991 dengan signifikan $0,314 < 0,05$. Sedangkan literasi keuangan syariah

memiliki nilai t_{hitung} 6,797 lebih besar dari t_{tabel} 1,991 dengan signifikan $0,000 < 0,05$ artinya literasi keuangan syariah berpengaruh terhadap minat masyarakat untuk menggunakan produk Bank Syariah Indonesia. Sedangkan pengaruh ketiga variabel yaitu tingkat pengetahuan, lokasi dan literasi keuangan syariah terhadap keputusan Masyarakat berdasarkan pengujian regresi linier berganda menunjukkan koefisien determinasi R^2 sebesar 0,641 atau 64,1%, yang artinya bahwa variabel tingkat pengetahuan, lokasi dan literasi keuangan syariah mempengaruhi 64,1% minat masyarakat menggunakan produk Bank Syariah Indonesia dan sisanya 35,9% dijelaskan oleh variabel lain di luar variabel yang diteliti dalam penelitian ini.

Kata kunci: literasi keuangan syariah, bank syariah, tingkat pengetahuan

PENDAHULUAN

Bank Syariah merupakan salah satu alternatif bank yang dianggap aman oleh masyarakat untuk menyimpan dana. Hal ini ditunjang karena Bank Syariah merupakan bank yang beroperasi dengan prinsip syariah, yaitu aturan perjanjian berdasarkan hukum Islam antara bank dan pihak lain dalam penyimpanan dana atau pembiayaan kegiatan usaha. Bank Syariah sudah beroperasi di Indonesia sejak tahun 1992, yang dimulai dengan beroperasinya Bank Muamalat Indonesia. Bank Syariah merupakan lembaga keuangan yang berfungsi untuk memperlancar mekanisme perekonomian terutama disektor riil (Yudiana, 2014).

Meskipun bukan termasuk dalam negara Islam, Indonesia merupakan negara dengan mayoritas penduduk beragama Islam terbanyak di dunia. Berdasarkan data *Global religious future*, penduduk Indonesia yang beragama Islam pada 2010 mencapai 209,12 juta jiwa atau sekitar 87% dari total populasi. Tahun 2020, penduduk muslim Indonesia diperkirakan akan mencapai 229,62 juta jiwa (Kusnandar, 2019). Jumlah penduduk Indonesia yang banyak belum mampu menjadikan Indonesia menjadi negara dengan perekonomian yang maju. Untuk meningkatkan taraf hidup masyarakatnya, negara Indonesia masih berupaya untuk mengembangkan perekonomian yang salah satunya melalui industri perbankan syariah di Indonesia (Nastiti et al., 2018).

Menurut Bank Indonesia perkembangan perbankan syariah diarahkan untuk memberikan kemaslahatan atau manfaat terbesar bagi masyarakat yang mayoritas muslim dan berkontribusi secara optimal bagi perekonomian nasional. Perbankan syariah mengalami perkembangan yang cukup pesat jika dilihat sejak awal mulai masuknya sistem ekonomi Islam ke Indonesia.

Pada 2018, aset bank syariah tumbuh 12,5% (YoY) menjadi Rp 477 triliun, dibandingkan 2017 sebesar Rp 424 triliun. Dari awal terbentuk hingga saat ini perbankan syariah terus mengalami perkembangan yang cukup baik jika dilihat dari total aset pertumbuhan rata-rata aset bank syariah secara umum sebesar 18,81% pada 2012-2018, kemudian penetrasi bank syariah sejak 2014 terus meningkat, pada tahun 2014, penetrasi bank syariah baru mencapai 4,85% dari total industri perbankan, pada 2018, angka tersebut telah meningkat menjadi 5,91% (Jayani, 2019). Kenaikan-kenaikan tersebut tidak terlepas dari semakin meningkatnya minat

masyarakat untuk mengambil produk bank syariah karena mayoritas masyarakat Indonesia adalah muslim.

Munculnya Undang-undang Perbankan (1998) dan Undang-undang BI menjadi era baru bagi perbankan syariah di Indonesia. Jumlah bank syariah tumbuh dari hanya satu bank umum syariah dan 78 Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS) pada tahun 1998 menjadi 12 bank umum syariah dan 22 unit usaha syariah pada tahun 2015. Sementara itu jumlah BPRS bertambah menjadi 162 BPRS pada tahun 2015 (Desiana et al., 2018).

Tidak semua umat muslim bisa memahami pentingnya ekonomi Islam. Hal ini disebabkan karena kurangnya sosialisasi dari lembaga keuangan syariah tersebut dalam memberikan pemahaman tentang bahaya bunga (riba) bagi kehidupan kita dan kurangnya sosialisasi dalam memperkenalkan berbagai produk dan layanan yang ditawarkan pada nasabah, sehingga pengetahuan nasabah mengenai lembaga keuangan syariah masih kurang dan masyarakat pada umumnya masih menganggap bahwa sistem lembaga keuangan yang dijalankan oleh lembaga keuangan syariah tidak jauh berbeda dengan yang dijalankan oleh lembaga keuangan non syariah (Romdhoni & Sari, 2018).

Sudah seharusnya umat muslim memiliki ilmu pengetahuan yang beragam, karena umat muslim yang memiliki pengetahuan akan ditinggikan derajatnya dibandingkan dengan umat muslim yang lainnya. Allah telah memberikan jaminan kepada umat muslim yang memiliki pengetahuan akan mendapatkan beberapa kedudukan yang lebih tinggi. Secara umum dalam menentukan keputusan dalam memilih sebuah produk, nasabah memiliki kualifikasi sendiri. Terutama pada keputusan dalam memilih produk perbankan biasanya calon nasabah tertarik pada produk yang memberikan banyak keuntungan dan manfaat bagi dirinya.

Masyarakat yang memiliki banyak informasi mengenai bank syariah dan produk yang di ikuti akan cenderung lebih mudah dalam menentukan pilihan calon nasabah (Handida & Sholeh 2019). Saat konsumen mempunyai pengetahuan yang banyak maka calon nasabah tersebut akan lebih baik dalam mengambil keputusan. Hal ini menyebabkan masyarakat akan lebih efektif dalam pengolahan dan penyaringan informasi dengan lebih baik lagi. Semakin banyak pengetahuan tentang bank syariah semakin tinggi kemungkinan berhubungan dengan bank syariah. Jadi faktor dasar dalam pengembangan perbankan syariah adalah pengetahuan. Selain pengetahuan sebagai faktor dasar pengambilan keputusan menggunakan produk layanan bank syariah terdapat juga lokasi yang mempengaruhi calon nasabah untuk menentukan pilihannya terhadap penggunaan produk bank syariah (Ulfa & Tri, 2018). Selain itu lokasi juga dapat membantu pihak perbankan untuk memperluas cakupan area kerjanya.

Selain dari pengetahuan konsumen, literasi keuangan juga penting dalam mempengaruhi keputusan masyarakat untuk menggunakan produk bank syariah (Handida & Sholeh, 2019). Literasi keuangan terhadap lembaga dan produk keuangan syariah sangat penting dilakukan dalam beberapa riset dunia yang mengatakan, dengan tingginya indeks literasi keuangan akan dongkrak perkembangan perekonomian suatu negara. Literasi keuangan juga sangat penting

dalam meningkatkan Financial *well-being* (kesejahteraan keuangan) individu maupun kelompok. Literasi keuangan berperan penting bagi warga guna memilih dan menggunakan produk jasa keuangan sesuai dengan kebutuhannya. Peningkatan literasi keuangan sebagai upaya untuk meningkatkan kesejahteraan. Apabila masyarakat telah mempunyai tingkat literasi keuangan yang tinggi diharapkan mampu mendorong percepatan pembangunan ekonomi suatu bangsa.

Kabupaten Belitung adalah salah satu Daerah Tingkat II di provinsi Kepulauan Bangka Belitung. Kabupaten ini memiliki luas 2.293,69 Km² dan berpenduduk 173.717 jiwa pada tahun 2019 (Kabupaten Belitung Dalam Angka, 2019). Ibukota kabupaten ini terletak di kota Tanjung Pandan, dimana 56,55% (98.233 jiwa pada tahun 2019) penduduk provinsi ini bermukim di Tanjung Pandan. Perkembangan bank syariah di kabupaten Belitung dipengaruhi oleh perkembangan perekonomian masyarakat yang berasal dari sektor tambang timah dan sektor perkebunan serta perdagangan. Berdasarkan data dari Kantor Perwakilan Bank Indonesia Provinsi Kepulauan Bangka Belitung setidaknya ada lima bank besar nasional yang memiliki basis sistem syariah yang beroperasi di Bangka Belitung di antaranya adalah Bank Syariah Indonesia.

Berdasarkan latar belakang tersebut penulis tertarik untuk mengetahui pengaruh tingkat pengetahuan, lokasi dan literasi keuangan terhadap minat masyarakat untuk menggunakan produk Bank Syariah Indonesia dalam kegiatan ekonomi dan finansialnya khususnya untuk masyarakat di Kabupaten Belitung.

METODE PENELITIAN

Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif, yang diartikan sebagai pendekatan penelitian yang banyak dituntut menggunakan angka, mulai dari pengumpulan data, penafsiran terhadap data tersebut, serta penampilan hasilnya. Metode statistik deskriptif kuantitatif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku umum atau generalisasi. *Time horizon* yang dilakukan penulis adalah *Cross Sectional* yaitu pengumpulan data dalam suatu periode dan pada beberapa objek yang memiliki tujuan untuk menggambarkan keadaan.

Variabel Penelitian

Variabel penelitian harus diidentifikasi dengan jelas yang bertujuan untuk menjadikan batasan bagaimana peneliti dapat memahami variabel penelitian dengan jelas. Dengan adanya variabel, penelitian ini dapat diolah sehingga diketahui permasalahan yang ada sehingga dapat diselesaikan permasalahan tersebut. Variabel dari penelitian ini dibagi menjadi dua bagian yaitu variabel independen (X) dan variabel dependen (Y). Terdapat dua variabel independen dalam penelitian ini yaitu Tingkat Pengetahuan (X1), lokasi (X2) dan literasi keuangan syariah (X3),

Sedangkan variabel dependen dalam penelitian ini adalah Minat/keputusan Masyarakat menggunakan produk keuangan syariah yang diberi simbol Y.

Populasi dan Sample

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2015). Populasi dari penelitian ini adalah nasabah Bank Syariah Indonesia pada Cabang Kabupaten Belitung. Peneliti mengambil sampel masyarakat di Kabupaten Belitung yang menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia pada Cabang Kabupaten Belitung setidaknya dalam kurun waktu 3 bulan terakhir atau sejak berdirinya Bank Syariah Indonesia.

Nonprobability sampling digunakan sebagai teknik dalam penentuan sampel, karena populasi tidak diketahui pasti (Sugiyono, 2018), dengan pendekatan *convenience sampling*. *Nonprobability sampling* merupakan teknik atau metode dalam penentuan sampel dengan ketentuan tidak memberikan kesempatan yang sama pada anggota populasi untuk dipilih sebagai sampel penelitian (Sugiyono, 2018). Kemudian *convenience sampling* merupakan teknik menentukan sampel berdasarkan kebetulan, berdasarkan kepada anggota dari populasi yang bisa ditemui oleh peneliti dan bersedia menjadi responden akan dijadikan sampel. Jumlah sampel menggunakan teori Hair et al., (2018) yaitu $n \times 5$, dengan total jumlah responden $16 \times 5 = 80$.

Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian merupakan sebuah nilai dari aktivitas yang ditetapkan oleh peneliti dalam tujuannya untuk memahami dan menarik sebuah kesimpulan. Sehingga variabel merupakan konsep yang memiliki berbagai macam nilai secara kuantitatif maupun kualitatif dengan nilai yang dapat berubah. Untuk penelitian ini ada 3 variabel yang akan dijabarkan instrumen penelitian dengan indikator-indikatornya yaitu:

1. Variabel Tingkat Pengetahuan (X1)

Pengetahuan konsumen adalah semua informasi yang dimiliki konsumen mengenai berbagai macam produk dan jasa, serta pengetahuan lainnya yang terkait dengan produk dan jasa tersebut dan informasi yang berhubungan dengan fungsinya sebagai konsumen (Jalaludin, 2015). Indikator dalam variabel ini antara lain (1) pengetahuan tentang produk, (2) pengetahuan tentang sistem yang digunakan dalam produk, (3) pengetahuan tentang jenis dan ragam produk serta (4) pengetahuan akan manfaat dari suatu produk.

2. Variabel Lokasi (X2)

Lokasi perbankan adalah suatu jaringan (*networking*) dimana nasabah mampu memanfaatkan produk dan jasa perbankan (Putribasutami & Paramita, 2018). Indikator dalam variabel ini antara lain (1) faktor primer (kedekatan dengan tempat tinggal nasabah dan kemudahan transportasi) serta (2) faktor sekunder (kedekatan dengan pusat perbelanjaan dan keramaian kota)

3. Variabel Literasi keuangan Syariah (X3)

Literasi keuangan adalah rangkaian proses atau aktivitas untuk meningkatkan pengetahuan (*knowledge*), keyakinan (*competence*), dan keterampilan (*skill*) konsumen dan masyarakat luas sehingga mereka mampu mengelola keuangan dengan lebih baik (Munardi et al., 2020). Indikator untuk variabel ini antara lain (1) dasar keuangan atau manajemen kekayaan, (2) perencanaan keuangan serta (3) sumbangan amal, wakaf dan sedekah, Zakat dan hukum waris.

4. Variabel Minat Masyarakat menggunakan produk keuangan syariah (Y)

Minat masyarakat menggunakan produk keuangan syariah adalah keinginan atau dorongan setelah melihat, mengamati dan membandingkan serta mempertimbangkan kebutuhan yang diinginkan. Indikator variabel tersebut dipengaruhi oleh (1) faktor pribadi, (2) faktor sosial, (3) faktor psikologi dan (4) faktor budaya

Hipotesis

Hipotesis yang timbul sebagai dugaan yang bersifat sementara yang harus diteliti keabsahannya dijelaskan sebagai berikut:

Hipotesis 1:

Ho : Tidak terdapat pengaruh tingkat pengetahuan (X1) terhadap minat masyarakat (Y) menggunakan produk Bank Syariah Indonesia

H1 : Terdapat pengaruh tingkat pengetahuan (X1) terhadap minat masyarakat (Y) menggunakan produk Bank Syariah Indonesia

Hipotesis 2:

Ho : Tidak terdapat pengaruh lokasi (X2) terhadap minat masyarakat (Y) menggunakan produk Bank Syariah Indonesia

H2 : Terdapat pengaruh lokasi (X2) terhadap minat masyarakat (Y) menggunakan produk Bank Syariah Indonesia

Hipotesis 3:

Ho : Tidak terdapat pengaruh literasi keuangan (X3) terhadap minat masyarakat (Y) menggunakan produk Bank Syariah Indonesia

H3 : Terdapat pengaruh literasi keuangan syariah (X3) terhadap minat masyarakat (Y) menggunakan produk Bank Syariah Indonesia

Hipotesis 4:

Ho : Tidak terdapat pengaruh tingkat pengetahuan (X1), lokasi (X2) dan literasi keuangan syariah (X3) terhadap minat masyarakat (Y) menggunakan produk Bank Syariah Indonesia

H4 : Terdapat pengaruh tingkat pengetahuan (X1), lokasi (X2) dan literasi keuangan syariah (X3) terhadap minat masyarakat (Y) menggunakan produk Bank Syariah Indonesia

Teknik Pengumpulan Data

Teknik yang dipakai dalam penelitian ini berupa angket atau kuesioner. Angket atau kuesioner penelitian ini diukur dengan menggunakan skala Likert. Dalam penelitian ini peneliti menyediakan alternatif jawaban untuk variabel gaya

hidup, literasi keuangan syariah dan minat menggunakan produk keuangan syariah mulai dari sangat tidak setuju (nilai 1), tidak setuju (nilai 2), setuju (nilai 3) dan sangat setuju (nilai 4)

Teknik Analisis Data

Dalam melakukan analisis data terdapat serangkaian uji yaitu untuk menguji keandalan dari instrumen penelitian dilakukan uji validitas dan reabilitas. Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner sedangkan Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk.

Selanjutnya dilakukan serangkaian uji asumsi klasik antara lain Uji normalitas yaitu pengujian untuk melihat data dapat distribusi normal dilakukan pengujian normalitas agar terlihat model regresi dari variabel independen dan variabel dependen (Sekaran & Bougie, 2016). Uji multikolinieritas dilakukan untuk melihat model regresi saling berkorelasi pada variabel independennya dan uji heterokedastiasitas untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya, jika berbeda maka disebut heteroskedastisitas. (Ghozali, 2016).

Uji selanjutnya adalah Analisis dalam pengujian regresi berganda dipakai oleh peneliti untuk dapat melihat pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat atau variabel dependen, analisis ini digunakan apabila terdapat lebih dari dua variabel bebas atau independen (Sugiyono, 2018). Bentuk rumus analisis regresi berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Y = Keputusan Masyarakat

a = Konstanta

β = Koefisien

X1 = Tingkat Pengetahuan

X2 = Literasi Keuangan Syariah

Analisis data selanjutnya yang dilakukan adalah uji hipotesis antara lain uji parsial (Uji t) dilakukan untuk mengetahui adakah perbedaan signifikan dalam dua kelompok yang diukur pada skala interval atau rasio, selanjutnya uji simultan (Uji F) atau *analysis of variance* (ANOVA) digunakan untuk mengetahui perbedaan rata-rata yang signifikan dalam variabel dependen antara dua kelompok. Selanjutnya adalah uji koefisien determinasi (R^2) yaitu alat uji yang digunakan dalam mengukur besaran pengaruh dari kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2016).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah tingkat pengetahuan dan literasi keuangan berpengaruh terhadap minat masyarakat menggunakan produk Bank Syariah Indonesia pada Cabang Kabupaten Belitung baik secara parsial (sendiri-sendiri) maupun secara simultan (bersama-sama). Maka populasi dari

penelitian ini adalah nasabah Bank Syariah Indonesia pada Cabang Kabupaten Belitung.

Deskripsi responden

Jumlah responden yang terlibat dalam penelitian ini berjumlah 80 nasabah Bank Syariah Indonesia pada Cabang Kabupaten Belitung. Responden ini memberikan informasi mengenai jenis kelamin, usia dan pekerjaan. Berdasarkan jenis kelaminnya responden yang berjenis kelamin laki-laki berjumlah 36 (45%) responden dan yang berjenis kelamin perempuan berjumlah 44 (55%) responden. Maka responden dengan jenis kelamin perempuan menjadi responden terbanyak dalam penelitian ini.

Berdasarkan usia, responden dengan usia 19-25 Tahun berjumlah 43 (54%) responden, yang berusia 26-30 Tahun berjumlah 15 (19%) responden, 37 yang berusia 31-35 Tahun berjumlah 4 (5%) responden dan yang berusia 36-39 Tahun berjumlah 18 (23%) responden. Maka responden dengan usia 19-25 Tahun menjadi responden terbanyak dalam penelitian ini.

Sedangkan berdasarkan pekerjaan, Wirausaha berjumlah 13 (16%), responden yang bekerja sebagai Pekerja Swasta berjumlah 27 (34%), responden yang bekerja sebagai Pelajar/Mahasiswa berjumlah 20 (25%), responden yang bekerja sebagai PNS berjumlah 11 (14%), dan responden yang bekerja dalam bidang lainnya berjumlah 9 (11%) responden. Maka responden yang bekerja sebagai pekerja swasta menjadi responden terbanyak dalam penelitian ini.

Pengaruh tingkat pengetahuan terhadap minat masyarakat menggunakan produk Bank Syariah Indonesia

Pengaruh Tingkat Pengetahuan terhadap minat masyarakat Berdasarkan hasil pengujian yang dilakukan, Tingkat Pengetahuan (X1) berpengaruh terhadap minat masyarakat (Y) dengan nilai t_{hitung} Tingkat Pengetahuan (X1) $4,461 > 1,991$ dengan nilai sig $0,00 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Nilai koefisien Tingkat Pengetahuan (X1), berarah positif dengan nilai 0,401. Jalaludin (2015) menjelaskan bahwa pengetahuan konsumen adalah semua informasi yang dimiliki konsumen mengenai berbagai macam produk dan jasa, serta pengetahuan lainnya yang terkait dengan produk dan jasa tersebut dan informasi yang berhubungan dengan fungsinya sebagai konsumen. Pengetahuan konsumen adalah semua informasi yang dimiliki konsumen mengenai berbagai macam produk dan jasa, serta pengetahuan lainnya yang terkait dengan produk dan jasa tersebut dan informasi yang berhubungan dengan fungsinya sebagai konsumen.

Pengetahuan berasal dari informasi yang ditangkap oleh alat indra manusia. Manfaat dari pengetahuan yang diketahui berupa informasi, maka seseorang akan lebih selektif dalam memutuskan sesuatu. Begitu juga dalam hal memutuskan untuk menabung di suatu perbankan. Pengetahuan nasabah mengenai tugas dan fungsi lembaga keuangan perbankan. Seorang nasabah yang paham dengan tugas dan fungsi bank akan lebih sering berhubungan dengan bank. Nasabah yang paham dengan tugas dan fungsi bank tentu akan lebih mampu merasakan keuntungan yang akan mereka dapatkan jika berhubungan dengan bank daripada nasabah yang tidak

mengetahuinya. Tidak hanya nasabah yang paham mengenai keuntungan jika berhubungan dengan bank saja, nasabah yang memiliki pengetahuan produk pada bank tersebut dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan dalam memutuskan menabung di bank syariah. Setelah nasabah belajar dan mengetahui tentang pelayanan, merek serta produk yang dapat memberikan kepuasan, nasabah menjadi lebih mudah untuk melakukan tindakan dan mengambil keputusan dalam melakukan pembelian. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Putribasutami & Paramita (2018), Wahyukarimah (2018) yang menyatakan bahwa pengetahuan berpengaruh terhadap minat masyarakat menggunakan produk bank syariah.

Pengaruh Lokasi terhadap minat masyarakat menggunakan produk Bank Syariah Indonesia

Berdasarkan hasil pengujian yang dilakukan, Lokasi (X2) tidak berpengaruh terhadap Keputusan Masyarakat (Y) dengan nilai t_{hitung} untuk Lokasi (X2) $1,014 < 1,991$ dengan nilai sig $0,314 > 0,05$ maka H_0 diterima dan H_2 ditolak. Nilai Koefisien Lokasi (X2), berarah positif dengan nilai 0,084. Lokasi perbankan adalah suatu jaringan (*networking*) dimana nasabah mampu memanfaatkan produk dan jasa perbankan (Putribasutami & Paramita, 2018). Hasil penelitian menunjukkan bahwa lokasi tidak berpengaruh atau tidak diperhatikan oleh nasabah jika ingin memutuskan untuk menabung. Didukung dengan adanya layanan ATM dan digitalisasi seperti *mobile banking* sehingga lokasi tidak menjadikan alasan nasabah memutuskan untuk menabung di bank syariah

Pengaruh Literasi Keuangan Syariah terhadap minat masyarakat menggunakan produk Bank Syariah Indonesia

Literasi Keuangan Syariah (X2) berpengaruh terhadap minat masyarakat (Y), dengan nilai t_{hitung} untuk Literasi Keuangan Syariah (X2) $6,797 > 1,991$ dengan sig $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_3 diterima. Nilai koefisien Literasi Keuangan Syariah (X2) berarah positif dengan nilai 0,783. Literasi keuangan adalah rangkaian proses atau aktivitas untuk meningkatkan pengetahuan (*knowledge*), keyakinan (*competence*), dan keterampilan (*skill*) konsumen dan masyarakat luas sehingga mereka mampu mengelola keuangan dengan lebih baik (Munardi et al., 2020). Menurut Munardi et al., (2020) menerangkan bahwa literasi keuangan syariah dapat menghasilkan banyak *benefit* besar teruntuk jasa keuangan syariah pada khususnya dan jasa keuangan pada umumnya. Kedua belah pihak yaitu masyarakat atau dalam hal ini nasabah dan lembaga jasa keuangan syariah memiliki hubungan yang saling membutuhkan satu sama lain sehingga semakin tinggi tingkat literasi keuangan syariah masyarakat, maka semakin banyak masyarakat yang akan memanfaatkan produk dan jasa dari lembaga keuangan syariah. Kemungkinan profit yang akan diperoleh lembaga jasa keuangan syariah juga otomatis menjadi semakin besar dan lebar peluangnya

Selain hal tersebut, semakin tinggi tingkat literasi keuangan syariah masyarakat dapat mendorong pertumbuhan industri lembaga keuangan syariah untuk terus memperbaharui dan menciptakan produk baru yang lebih inovatif,

kreatif, dan merakyat tentunya, selaras dengan keadaan masyarakat yang ada di Indonesia. Begitu pun juga dengan masyarakat agar dapat terhindar dari investasi bodong. Selain itu untuk menjadi tolak ukur majunya perekonomian suatu negara adalah tingginya tingkat melek keuangan warga negaranya. Peran dari Pemerintah serta tokoh-tokoh terkait sangat dibutuhkan dalam pemberian sosialisasi ke setiap wilayah yang ada di Indonesia. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ruwaidah (2018), Handida & Sholeh (2019) dan Abdullah et al., (2017) yang menyatakan bahwa literasi keuangan syariah berpengaruh terhadap minat Masyarakat menggunakan produk bank syariah.

Tingkat Pengetahuan, Lokasi dan Literasi Keuangan Syariah berpengaruh terhadap minat masyarakat menggunakan produk Bank Syariah Indonesia

Tingkat pengetahuan, lokasi dan Literasi Keuangan Syariah menunjukkan pengaruh yang positif terhadap minat masyarakat menggunakan produk Bank Syariah Indonesia. Hal tersebut dibuktikan dengan pengujian regresi linier berganda bahwa koefisien determinasi R^2 sebesar 0,641 atau 64,1%, maka dapat diartikan bahwa variabel tingkat pengetahuan, lokasi dan literasi keuangan syariah mempengaruhi 64,1% pengambilan keputusan masyarakat menggunakan produk Bank Syariah Indonesia dan sisanya 35,9% dijelaskan oleh variabel lain di luar variabel yang diteliti dalam penelitian ini.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang telah dilakukan mengenai pengaruh tingkat pengetahuan, lokasi dan literasi keuangan syariah terhadap minat masyarakat menggunakan produk Bank Syariah Indonesia, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Tingkat pengetahuan berpengaruh terhadap minat masyarakat menggunakan produk Bank Syariah Indonesia, hal tersebut dibuktikan dengan nilai t_{hitung} 4,461 lebih besar dibandingkan t_{tabel} 1,991, dan nilai signifikan sebesar 0,00 lebih kecil 0,05, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.
2. Lokasi tidak berpengaruh terhadap minat masyarakat menggunakan produk Bank Syariah Indonesia, hal tersebut ditunjukkan dengan nilai t_{hitung} 1,014 lebih kecil dari t_{tabel} 1,991, dan nilai signifikan 0,314 lebih besar 0,05. Maka H_0 diterima dan H_2 . Nilai koefisien lokasi berarah positif dengan nilai 0,084
3. Literasi keuangan Syariah berpengaruh terhadap minat masyarakat menggunakan produk Bank Syariah Indonesia, hal tersebut dibuktikan dengan t_{hitung} 6,797 lebih besar dari t_{tabel} 1,991, dan nilai signifikan $0,000 < 0,05$. Maka H_0 ditolak dan H_3 diterima.
4. Tingkat pengetahuan, dan Literasi Keuangan Syariah secara bersama sama memberikan pengaruh positif 64,1% terhadap minat masyarakat menggunakan produk Bank Syariah Indonesia berdasarkan hasil pengujian regresi linier berganda yang menunjukkan koefisien determinasi R^2 sebesar

0,641 atau 64,1%, dan sisanya 35,9% dijelaskan oleh variabel lain di luar variabel yang diteliti dalam penelitian ini.

SARAN

1. Untuk meningkatkan pengetahuan masyarakat tentang produk syariah perlu dilakukan sosialisasi secara menyeluruh dan jelas kepada masyarakat terkait produk yang ditawarkan serta prosedur penggunaannya atau iklan yang menarik yang dapat dipublikasikan melalui media cetak, media elektronik, serta web Perusahaan sehingga hal tersebut agar mempermudah nasabah mendapatkan informasi tanpa harus mendatangi kantor cabang Bank Syariah Indonesia.
2. Pemerintah perlu melakukan dukungan penuh terkait kegiatan pemberian literasi keuangan syariah kepada Masyarakat dengan cara kolaborasi antara pemerintah dan perbankan syariah untuk kegiatan peningkatan kesadaran masyarakat terkait literasi keuangan syariah agar terhindar dari jeratan rentenir serta investasi bodong yang marak terjadi
3. Bagi penelitian selanjutnya dapat menganalisis atau menggunakan variabel lain dalam meneliti faktor apa saja yang dapat mempengaruhi keputusan masyarakat menggunakan produk Bank Syariah Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, M. A., Wahab, S. N. A. A., Sabar, S., & Abu, F. 2017. Factors determining Islamic financial literacy among undergraduates. *Journal of Emerging Economies and Islamic Research*, 5(2), 67. <https://doi.org/10.24191/jeeir.v5i2.8805>
- Albaity, M., & Rahman, M. 2019. The intention to use Islamic banking: an exploratory study to measure Islamic financial literacy. *International Journal of Emerging Markets*, 14(5), 988–1012. <https://doi.org/10.1108/IJOEM-05-2018-0218>
- Desiana, D., Susilowati, D., & Putri, N. K. 2018. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Untuk Menggunakan Jasa Perbankan Syariah Di Kota Tasikmalaya. *Akuntabilitas*, 11(1), 23–34. <https://doi.org/10.15408/akt.v11i1.8135>
- Diana Ulfa, & Tri, U. 2018. Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Lokasi, Dan Promosi Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Kembali (Studi Pada PT BPD Jawa Tengah Kantor Cabang Pembantu Syariah UNISSULA). *Jurnal Sains Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 8(1), 62–72.
- Ghozali, I. 2016. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23. (Edisi 8). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, J., Black, W., Babin, B., & Anderson, R. 2018. Multivariate Data Analysis: A Global Perspective. In *Multivariate Data Analysis: A Global Perspective*.

- Handida, R. D., & Sholeh, M. 2019. Pengaruh Tingkat Pengetahuan, Kualitas Layanan, Dan Tingkat Literasi Keuangan Syariah Terhadap Pengambilan Keputusan Masyarakat Muslim Menggunakan Produk Perbankan Syariah Di Daerah Istimewa Yogyakarta. *Jurnal Ekonomi Dan Pendidikan*, 15(2), 84–90. <https://doi.org/10.21831/jep.v15i2.23743>
- Iqbal, M., Hamid, A., & Mastura. 2019. Pengaruh Motivasi, Perilaku dan Pemahaman terhadap Keputusan Masyarakat dalam Memilih Bank Syariah di Aceh Tamiang. *Jurnal Investasi Islam*, 4(2), 153–165. Jalaludin, A. (2015). Pengaruh Pengetahuan Konsumen Mengenai Perbankan Syariah Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Tabungan Wadiah. *Jurnal Ekonologi*, 2(April), 95–100.
- Jayani, D. H. 2019. Berapa Aset Perbankan Syariah dan Konvensional?: Aset Bank Syariah dan Bank Konvensional. Databoks. Katadata. Co. Id. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/09/20/berapa-aset-perbankan-syariah-dan-konvensional>
- Kasmir. 2017. *Dasar-Dasar Perbankan* (Edisi 13). Rajawali Pers.
- Kotler, P., & Keller, L. 2018. *Manajemen Pemasaran* (Kedua bela). Indeks.
- Kusnandar, V. B. 2019. Indonesia, Negara dengan Penduduk Muslim Terbesar Dunia. Databoks.Katadata.Co.Id.<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/09/25/indonesia-negara-dengan-penduduk-muslim-terbesar-dunia#:~:text=Kemudian pada 2020%2C penduduk muslim,sebanyak 167%2C41 juta jiwa.>
- Munardi, Hasibuan, A. F. H., & Ichsan. 2020. Analisis Dampak Tingkat Literasi Keuangan Syariah , Produk Keuangan Syariah. *J-EBIS (Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam)*, 5(2), 109–126.
- Nastiti, N., Hartono, A., & Farida, I. 2018. Pengaruh Religiusitas, Pengetahuan Perbankan, Pengetahuan Produk Perbankan, Pengetahuan Pelayanan Perbankan, Dan Pengetahuan Bagi Hasil Terhadap Preferensi Menggunakan Jasa Perbankan Syariah. *Jurnal Ilmiah Bidang Manajemen*, 1(1), 15–25.
- Prihanto, H. 2017. Analisis Terhadap Faktor -Faktor Yang Memengaruhi Masyarakat Untuk Menabung Di Bank Syariah. *Provita*, 10(1), 1–26.
- Putra, E. R. H., & Mulazid, A. S. 2018. Pengaruh Lokasi, Bagi Hasil dan Promosi terhadap Proses Keputusan Nasabah Menabung di PT. Panin Dubai Syariah Bank. *Jurnal Studi Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 3(1), 17.
- Putribasutami, C. A., & Paramita, R. A. S. 2018. Pengaruh Pelayanan, Lokasi, Pengetahuan, Dan Sosial Terhadap Keputusan Menabung Di Ponorogo. *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*, 6(3), 157–172.

- Rachmawati, A. 2020. Pengaruh Religiusitas , Consumer Knowledge dan Brand Image terhadap Keputusan Menjadi Nasabah pada Bank Syariah. Tasyri': Jurnal Mu'amalah Dan Ekonomi Syari'ah, Vol. 2(1), 52-70.
- Reber, A. S. 2008. Implicit Learning and Tacit Knowledge: An Essay on the 54 Cognitive Unconscious. In *Implicit Learning and Tacit Knowledge: An Essay on the Cognitive Unconscious*.
<https://doi.org/10.1093/acprof:oso/9780195106589.001.0001>
- Romdhoni, A. H., & Sari, D. R. 2018. Pengaruh Pengetahuan, Kualitas Pelayanan, Produk, dan Religiusitas terhadap Minat Nasabah untuk Menggunakan Produk Simpanan pada Lembaga Keuangan Mikro Syariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 4(02), 136. <https://doi.org/10.29040/jiei.v4i02.307>
- Ruwaidah, S. H. 2018. Pengaruh literasi keuangan syariah dan syariah governance terhadap keputusan mahasiswa dalam menggunakan jasa perbankan syariah: studi kasus pada *Muhasabatuna: Jurnal Akuntansi Dan Keuangan Islam*, 1(1), 79-106. <http://eprints.walisongo.ac.id/8966/> Saunders, M., Lewis, P., & Thornhill, A. (2019). *Research Methods Me For Business Students Eighth Edition*. In *Research Methods for Business Students*.
- Sekaran, U., & Bougie, R. 2016. *Reserach Methods for Bussiness A Skill-Bulding Approach*. Printer Trento Srl.
- Siregar, S. 2017. *Statistika Terapan Untuk Perguruan Tinggi: Edisi Pertama*. In *Statistika Terapan Untuk Perguruan Tinggi*.
- Sugiyono. 2018. *Metode Peneiltian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Syahriyal, S. 2019. Pengaruh Persepsi Nilai Dan Pengetahuan Masyarakat Terhadap Minat Menabung Serta Dampakannya Kepada Keputusan Menabung Pada Perbankan Syariah Di Banda Aceh. *Jurnal Perspektif Ekonomi Darussalam*, 4(1), 139-156. <https://doi.org/10.24815/jped.v4i1.10930>
- Wahyulkarima, A. 2018. Pengaruh Budaya, Psikologis, Pelayanan, Promosi, dan Pengetahuan tentang Produk Terhadap Keputusan Nasabah dalam Memilih Bank Syariah. *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 1(1), 51-79. <https://doi.org/10.30595/jhes.v1i1.3712>
- Wijaya, A., Wulandari, J., & Nugeraha, P. 2020. Kajian Tentang Keputusan Pembelian Produk Ramah Lingkungan Dalam Perspektif Theory Of Planned Behavior. *Jurnal Sosial Humaniora*, 11(2), 141-151.
- Yudiana, F. E. 2014. *Manajemen Pembiayaan Bank Syariah*. Stain Salatiga Press