

Pengaruh Transparansi, Literasi Keuangan Syariah dan Religiusitas Gen Z Terhadap Minat Menjadi Nasabah di Bank Syariah (Studi kasus pada Mahasiswa Universitas Islam Malang)

Galang Ramadhan Novayansyah, M. Cholid Mawardi, Siti Aminah Anwar

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Islam Malang

Email: langtubebae@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk melihat bagaimana transparansi, literasi keuangan syariah, dan religiusitas Generasi Z berdampak pada keinginan mereka untuk menjadi nasabah bank syariah. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, dan sampel diambil menggunakan metode non-probabilitas, dengan delapan puluh responden. Mahasiswa FEB Universitas Islam Malang angkatan 2020 yang telah menjadi nasabah Bank Syariah menerima kuesioner melalui link Google Form. Uji reliabilitas dan validitas, normalitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas, analisis regresi linier berganda, uji F (simultan), koefisien determinasi (R^2), dan uji t (parsial) digunakan untuk menganalisis data 26.. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) Transparansi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah untuk bergabung dengan Bank Syariah; (2) Literasi keuangan syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah untuk bergabung dengan Bank Syariah; dan (3) Religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah untuk bergabung dengan Bank Syariah.

Kata Kunci: Transparansi, literasi keuangan syariah, religiusitas, minat menjadi nasabah.

ABSTRACT

The purpose of this study was to see how transparency, Islamic financial literacy, and religiosity of Generation Z impact their desire to become Islamic bank customers. This study used a quantitative approach, and the sample was taken using a non-probability method, with eighty respondents. FEB students of the Islamic University of Malang class of 2020 who had become Islamic Bank customers received a questionnaire via the Google Form link. Reliability and validity tests, normality, multicollinearity, heteroscedasticity, multiple linear regression analysis, F test (simultaneous), coefficient of determination (R^2), and t test (partial) were used to analyze the data 26. The results of the study showed that: (1) Transparency has a positive and significant effect on customer interest in joining Islamic Banks; (2) Islamic financial literacy has a positive and significant effect on customer interest in joining Islamic Banks; and (3) Religiosity has a positive and significant effect on customer interest in joining Islamic Banks

Keywords: Transparency, sharia financial literacy, religiosity, interest in becoming a customer.

PENDAHULUAN

Indonesia memiliki dua sistem perbankan: konvensional dan syariah. UU No. 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah menjelaskan definisi bank syariah dan perbankan syariah. Perbankan Syariah mencakup semua hal yang berkaitan dengan bank syariah dan unit usaha syariah, termasuk kelembagaan, bisnis, dan prosedur dan proses untuk menjalankan bisnis mereka. Salah satu bentuk bank syariah adalah Bank Umum Syariah (BUS), Unit Usaha Syariah (UUS), dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS).

Dengan populasi Muslim terbesar di Indonesia, seharusnya sebagian besar masyarakat lebih tertarik untuk menggunakan lembaga perbankan syariah dan memahami keuangan syariah. Namun, banyak masyarakat Muslim di Indonesia masih menggunakan bank konvensional yang mengandung riba, yang dilarang dalam Al-Qur'an.

Berdasarkan nilai Islam, transparansi dalam memberikan informasi keuangan merupakan dasar penting untuk menjamin integritas dan keadilan dalam praktik keuangan sesuai dengan ajaran Islam. Prinsip ini menekankan bahwa informasi harus jelas, akurat, dan mudah dipahami oleh semua pihak yang berkepentingan, seperti investor, pemegang saham, dan masyarakat umum. Dalam nilai Islam, transparansi mengacu pada keterbukaan yang menyeluruh mengenai semua aspek transaksi keuangan, termasuk pendapatan, pengeluaran, dan alokasi dana. Transparansi juga melibatkan pengungkapan yang jujur tentang seberapa baik entitas mematuhi prinsip-prinsip syariah, seperti larangan riba dan praktik keuangan lain yang bertentangan dengan ajaran Islam. Oleh karena itu, transparansi keuangan yang didasarkan pada nilai Islam bukan hanya merupakan kewajiban tetapi juga komponen yang sangat penting untuk membangun kepercayaan, menjaga integritas, dan mempromosikan keadilan ekonomi.

Pada tahun 2016, survei yang dilakukan terhadap 9.680 orang di 34 provinsi di Indonesia menunjukkan bahwa indeks literasi keuangan syariah hanya sebesar 8,11%, menunjukkan bahwa masyarakat masih sangat kurang memahami keuangan syariah, baik produk maupun layanan. Sementara itu, indeks inklusi keuangan syariah sebesar 11,06% menunjukkan bahwa banyak orang yang menggunakan jasa keuangan syariah, baik pro maupun kontra. Karena mayoritas orang Indonesia masih menggunakan bank konvensional untuk transaksi sehari-hari, dapat disimpulkan bahwa minat untuk menggunakan layanan lembaga keuangan syariah juga masih rendah.

Banyak faktor yang berkontribusi pada tingkat literasi keuangan syariah yang rendah di Indonesia. Yang pertama adalah pemahaman masyarakat yang sangat rendah tentang keuangan syariah. Yang kedua adalah kurangnya gerakan besar yang direncanakan dan terkoordinasi untuk mempromosikan keuangan syariah secara berkelanjutan. Yang ketiga adalah jumlah ulama, ustaz, dan da'i dalam bidang keuangan syariah yang terbatas. Yang keempat adalah peran yang dimainkan oleh ahli dan sumber daya manusia (SDM) dalam bidang keuangan.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, peneliti merumuskan beberapa pertanyaan penelitian:

1. Bagaimana transparansi, literasi keuangan syariah, dan religiusitas Gen Z mempengaruhi keinginan untuk menjadi nasabah Bank Syariah?
2. Bagaimana transparansi mempengaruhi keinginan untuk menjadi nasabah Bank Syariah?
3. Bagaimana pengetahuan tentang keuangan syariah berdampak pada keinginan untuk menjadi klien Bank Syariah?
4. Bagaimana agama Gen Z mempengaruhi keinginan untuk menjadi nasabah Bank Syariah?

Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh transparansi, literasi keuangan syariah, dan religiusitas Gen Z terhadap minat menjadi nasabah di Bank Syariah.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh transparansi terhadap minat menjadi nasabah di Bank Syariah.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh literasi keuangan syariah terhadap minat menjadi nasabah di Bank Syariah.
4. Untuk menemukan dan mempelajari bagaimana religiusitas Generasi Z memengaruhi keinginan untuk menjadi nasabah Bank Syariah.

LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah

Berdasarkan Peraturan Pemerintah No. 7/7/PBI/2005, nasabah didefinisikan sebagai individu yang memanfaatkan layanan bank, termasuk mereka yang tidak memiliki rekening

tetapi tetap menggunakan jasa bank untuk melakukan transaksi keuangan. Nasabah terbagi menjadi dua jenis: nasabah debitur dan nasabah penyimpan. Debitur Nasabah adalah pihak yang menerima fasilitas kredit atau pembiayaan berdasarkan perjanjian syariah atau perjanjian serupa antara bank dan nasabah tersebut. Sebaliknya, nasabah penyimpan adalah pihak yang menyimpan dana di bank berdasarkan kesepakatan antara keduanya (Yusran, 2023).

Bank syariah sendiri merupakan lembaga keuangan yang beroperasi sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Salah satu perbedaan mendasar antara bank syariah dan bank konvensional adalah penerapan prinsip syariah. Prinsip ini didasarkan pada hukum Islam yang bersumber dari Al-Qur'an dan Hadis.

Transparansi

Menurut Peraturan Bank Indonesia No. 11/33/PBI/2009, transparansi berarti keterbukaan dalam menyampaikan informasi yang material dan relevan serta keterbukaan dalam proses pengambilan keputusan. Istilah "transparansi" berasal dari kata "transparency", yang berarti sifat suatu benda yang dapat dilihat atau tembus pandang, sehingga objek yang ada di balik benda tersebut dapat dilihat dengan jelas (Lisnawati, 2021).

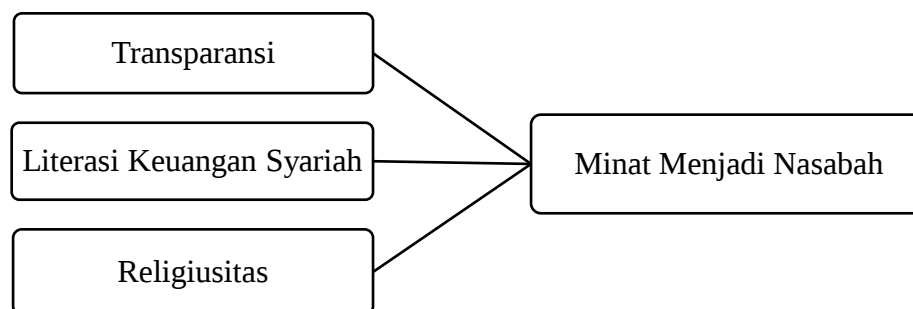
Literasi Keuangan Syariah

Shobah (2017) mendefinisikan literasi keuangan syariah sebagai kesadaran masyarakat tentang cara mereka mengelola dana mereka dengan cara yang sesuai dengan syariat Islam, yang dapat mengubah sikap dan perilaku mereka serta meningkatkan kesejahteraan hidup mereka.

Religiusitas

Penelitian lain menunjukkan bahwa religiusitas dapat memperkuat pengetahuan keuangan mahasiswa tentang pengelolaan keuangan, yang mungkin berdampak pada pilihan mereka untuk menabung di bank syariah. Selain itu, penelitian lain menunjukkan bahwa religiusitas dapat mempengaruhi pemahaman konsumen tentang produk dan mempengaruhi pilihan mereka untuk menabung di bank syariah.

Kerangka Konseptual



Gambar 1. Kerangka Konseptual

Keterangan :

-----> Pengaruh Simultan
—————> Pengaruh Parsial

Hipotesis Penelitian

Hipotesis riset ini ialah sebagai berikut :

- H1 : Pengaruh Gen Z terhadap minat pelanggan untuk Bank Syariah pada transparansi, literasi keuangan syariah, dan religiusitas
- H2 : Transparansi mempengaruhi minat pelanggan untuk Bank Syariah
- H3 : Literasi keuangan syariah mempengaruhi minat pelanggan untuk Bank Syariah
- H4 : Faktor-faktor yang memengaruhi keinginan Gen Z untuk menjadi klien Bank Syariah

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif, penelitian kuantitatif adalah penelitian yang berupa angka-angka dan analisis yang menggunakan statistik (Sugiono, 2019:16). Lokasi yang digunakan ini yaitu berada di Universitas Islam Malang angkatan tahun 2020. Dengan waktu penelitian mulai bulan September 2024 sampai dengan selesai.

Penelitian ini melibatkan mahasiswa FEB Universitas Islam Malang (UNISMA) angkatan tahun 2020. Rumus Malholtra digunakan untuk menganalisis faktor ukuran sampel yang diambil dapat ditentukan dengan cara mengalikan jumlah indikator dengan 5, atau 5×16 indikator maka hasilnya adalah 80 responden minimal.

Untuk tujuan penelitian ini, sumber data primer berupa kuesioner yang dibuat melalui formulir Google (*Google form*) yang memiliki skala likert 1-5. Setiap jawaban menerima nilai yang kuat tidak setuju (STS) memiliki nilai 1, tidak setuju (TS) dengan nilai 2, netral (N) bernilai 3, setuju (S) nilainya 4, dan sangat setuju (SS) mendapat nilai 5.

Dalam penelitian ini, metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda, uji instrumen, uji normalitas, uji asumsi klasik dan uji hipotesis digunakan.

Definisi Operasional Variabel

1. Variabel Dependen (Y)

Dalam penelitian ini yang termasuk dalam variabel dependen adalah minat menjadi nasabah. Adapun indikator variabel minat menjadi nasabah yang bersumber dari penelitian (Widiyanti, 2011):

1. Kognisi (Gejala pengenalan)
2. Konasi (Kemauan)
3. Emosi

2. Variabel Independen (X)

Dalam penelitian ini variable independen yaitu Transparansi (X_1), Literasi Keuangan Syariah (X_2), dan Transparansi (X_3). Adapun indikator pervariabel ialah

Indikator transparansi (X_1) adalah sebagai berikut:

1. Dokumen tersedia dan dapat diakses;
2. Kejelasan dan kelengkapan informasi;
3. Transparansi proses
4. Kerangka regulasi yang memastikan transparansi

Literasi Keuangan Syariah (X_2), berdasarkan penelitian (Shobah, 2017), terdiri dari dua indikator:

1. Pengetahuan
2. Kemampuan
3. Pandangan
4. Keyakinan

Transparansi (X_3), adapun indikator transparansi yang bersumber dari penelitian (Azzahra, 2016) sebagai berikut:

1. Keyakinan
2. Praktik agama
3. Pengalaman
4. Pengetahuan agama
5. Konsekuensi

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Sampel Penelitian

Populasi penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Universitas Islam Malang yang memiliki rekening tabungan di bank syariah. Sampel penelitian yang digunakan adalah 80 responden, dengan spesifikasi sampel mahasiswa FEB Universitas Islam Malang angkatan 2020 yang merupakan nasabah bank syariah.

Tabel 1. Sampel Penelitian

Keterangan	Jumlah	Presentase (%)
Total kuesioner yang disebar	83	100%
Total kuesioner yang tidak diisi	0	0%
Total kuesioner yang tidak sesuai	3	4%
Total kuesioner yang dapat diolah	80	96%

Sumber: Data diolah 2024

Dalam penelitian ini, kuesioner dibagikan kepada 83 responden, dengan 80 kuesioner yang dapat diolah, menghasilkan tingkat respon sebesar 96%.

Karakteristik Sampel

a. Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Laki-laki	39	48%
2.	Perempuan	41	52%
Total		80	100%

Sumber: Data diolah 2024

Dari tabel ini, terlihat bahwa responden perempuan lebih banyak (52%) dibandingkan responden laki-laki (48%).

b. Karakteristik Berdasarkan Jurusan

Tabel 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Jurusan

No.	Program Studi	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Manajemen	25	31%
2.	Akuntansi	34	42%
3.	Perbankan Syariah	21	27%
Total		80	100%

Sumber: Data diolah 2024

Responden dari jurusan Akuntansi mendominasi dengan 42%, diikuti oleh Manajemen (31%) dan Perbankan Syariah (27%).

Statistik Deskriptif

Tabel 4. Hasil Statistik Deskriptif

Variabel	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Transparansi (X1)	80	1	5	4,35	0,792
Literasi Keuangan Syariah (X2)	80	1	5	4,33	0,780
Religiusitas (X3)	80	1	5	3,63	0,933
Minat Menjadi Nasabah (Y)	80	1	5	4,21	0,885

Sumber: Data diolah menggunakan SPSS26

Uji Instrumen

a. Uji Validitas

Berdasarkan hasil uji validitas, menunjukkan bahwa keseluruhan item pernyataan masing-masing variabel baik variabel independen meliputi transparansi, literasi keuangan syariah dan religiusitas. Variabel dependen adalah minat menjadi nasabah di bank syariah, bersifat valid seluruh indeks nilai r hitung lebih besar dari r tabel dengan nilai r tabel sebesar 0,22. Total keseluruhan pernyataan sebanyak 16.

b. Uji Reliabilitas

Variabel independen yaitu transparansi, literasi keuangan syariah dan religiusitas dinyatakan reliabel karena memiliki nilai *Cronbach Alpha* di atas atau $>$ sebesar 0,60. Sehingga transparansi, literasi keuangan syariah dan religiusitas terhadap minat menjadi nasabah di bank syariah dapat dinyatakan reliabel.

c. Uji Normalitas

Uji normalitas menunjukkan untuk tiap-tiap variabel. Transparansi (X1) memiliki nilai *asympt.sig (2-tailed)* sebesar $0.058 > 0,05$ maka variabel ini dinyatakan terdistribusi normal. Variabel literasi keuangan syariah (X2) diperoleh nilai *kolmogorov smirnov* 0.052 dan nilai *asympt.sig (2-tailed)* sebesar $0,198 > 0,05$ maka variabel ini dinyatakan terdistribusi normal. Variabel religiusitas (X3) diperoleh nilai *asympt.sig (2-tailed)* sebesar $0,088 > 0,05$ maka variabel ini dinyatakan terdistribusi normal. Dan variabel minat menjadi nasabah (Y) diperoleh nilai *asympt.sig (2-tailed)* sebesar $0,087 > 0,05$ maka variabel ini dinyatakan berdistribusi normal.

Hasil Uji Asumsi Klasik

a. Uji Multikolineritas

Hasil uji multikolineritas tidak terjadi multikolineritas. Ini disebabkan oleh fakta bahwa hasilnya berasal dari variabel tersebut. Transparansi (X1) 0,554 dan VIF 1,794. Literasi keuangan syariah (X2) 0,426 dan VIF 2,332. Religiusitas (X3) 0,960 dan VIF 1,040. Dengan nilai toleransi untuk setiap variabel $> 0,10$ dan $VIF < 10$, maka mendapatkan Kesimpulan bahwa tidak adanya masalah multikolineritas.

b. Uji Heteroskedastisitas

Hasil pada perhitungan uji *glejser* bahwa nilai signifikansi untuk setiap variabel, yaitu Transparansi (X1) sebesar $0,390 > 0,05$. Literasi Keuangan Syariah (X2) sebesar $0,273 > 0,05$. Religiusitas (X3) sebesar $0,327 > 0,05$. Dengan demikian, kesimpulannya yaitu tidak terjadi heteroskedastisitas.

Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 9. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t	Sig.
(Constant)	0,945		0,746	0,458
X1	0,023	0,027	0,673	0,003
X2	0,018	0,016	0,385	0,001
X3	0,314	0,575	18,661	0,000

Sumber: Data diolah menggunakan SPSS26

Persamaan regresi:

$$Y = 0,945 + 0,023X_1 + 0,018X_2 + 0,314X_3$$

Pengujian Hipotesis

a. Uji Simultan (Uji F)

Nilai F hitung (243,971) dan signifikansi (0,000) menunjukkan bahwa variabel transparansi, literasi keuangan syariah, dan religiusitas berpengaruh secara simultan terhadap minat menjadi nasabah bank syariah.

b. Koefisien Determinasi (R^2)

Nilai Adjusted R^2 sebesar 0,931 menunjukkan bahwa 93% variabel minat menjadi nasabah bank syariah dijelaskan oleh variabel transparansi, literasi keuangan syariah, dan religiusitas.

c. Uji Hipotesis (Uji t)

Hasil uji t menunjukkan bahwa semua variabel (transparansi, literasi keuangan syariah, dan religiusitas) berpengaruh signifikan terhadap minat menjadi nasabah bank syariah.

Pembahasan Hasil Penelitian

Pengaruh Transparansi terhadap Minat Menjadi Nasabah di Bank Syariah
 Transparansi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menjadi nasabah bank syariah. Semakin tinggi transparansi bank, semakin besar minat nasabah untuk bergabung.

Pengaruh Literasi Keuangan Syariah terhadap Minat Menjadi Nasabah di Bank Syariah
 Literasi keuangan syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menjadi nasabah bank syariah. Semakin baik literasi keuangan syariah seseorang, semakin tinggi

minatnya untuk menjadi nasabah.

Pengaruh Religiusitas terhadap Minat Menjadi Nasabah di Bank Syariah Religiusitas juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menjadi nasabah bank syariah. Semakin tinggi religiusitas seseorang, semakin besar kemungkinan dia untuk menjadi nasabah bank syariah.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dibahas, beberapa kesimpulan dapat ditarik sebagai berikut:

1. Transparansi, literasi keuangan syariah, dan religiusitas Gen Z secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat untuk menjadi nasabah di Bank Syariah.
2. Transparansi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat untuk menjadi nasabah di Bank Syariah.
3. Literasi keuangan syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat untuk menjadi nasabah di Bank Syariah.
4. Religiusitas Gen Z berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat untuk menjadi nasabah di Bank Syariah.

DAFTAR PUSTAKA

- Azzahra, M. (2016). Pengaruh Pengetahuan dan *Disposable Income* Terhadap Preferensi Menabung di Bank Syariah dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderasi (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga).
- Bank Peraturan Pemerintah No.7/7/PBI/2005 . Jakarta: Bank
- Bank Indonesia. (2009). Peraturan Bank Indonesia No.11/33/PBI/2009. J
- Fauzi, A., & Murniawaty, I. (2020). Pengaruh Religiusitas dan Literasi Keuangan Syariah Mahasiswa terhadap Minat Menjadi Nasabah di Bank Syariah. *EEAJ Economic Education Analysis Journal*, 9(2), 473–486. <https://doi.org/10.15294/eeaj.v9i2.39541>
- Fauzi, M. C., Hasan, A., & Lutfi, M. (2024). Peran Literasi keuangan, Promosi, dan Religiusitas terhadap minat generasi Z pada Bank Syariah di Kabupaten Kudus.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26 Edisi 10*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Indonesia. (2008). Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah . L
- Lisnawati, D. (2021). Analisis Prinsip Transparansi di PT. BPRS Metro Madani Kota Metro.
- Machali, I. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Panduan Praktis Merencanakan, Melaksanakan dan Analisis Dalam Penelitian Kuantitatif.
- Maholtra, N . (2020). *Marketing Research An appliance Orientation Seventh Edition*. UK: Pearson.
- Shobah & Nurus. (2017). Analisis Literasi Keuangan Syariah Terhadap Penggunaan Jasa Perbankan Syariah Sebagai Upaya Meningkatkan Sharia *Financial Inclusion* (Studi Pada Mahasiswa Ekonomi Syariah UIN Sunan Ampel Surabaya), Skripsi tidak dipublikasikan, Surabaya: UIN Sunan Ampel Surabaya.
- Sugiono, (2019). *Metedeologi Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif Dan R&D*. Bandung: ALFABETA.
- Wahyudi, A., & Rosyidah, E. (2024). Prinsip Dasar Akuntansi Syariah: Landasan Integritas dan Transparansi dalam Keuangan Berbasis Nilai Islam (Vol. 7, Issue 5). <http://jiip.stkipyapisdampu.ac.id>
- Widiyanti, N. (2011). "Faktor-Faktor yang Berpengaruh terhadap Minat untuk Berinvestasi pada Bank Syariah (Studi Empiris pada Mahasiswa Akutansi Perguruan Tinggi Islam di D.I.Y)". Yogyakarta: *Skripsi FE Universitas Muhammdiyah Yogyakarta*
- Yuliawati, L. D. (2022). Pengaruh Religiusitas, Literasi Keuangan Syariah Dan Pengetahuan Terhadap Minat Menabung Mahasiswa Di Bank Syariah Indonesia (Studi Pada

Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta dan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta).

Yusran, M. (2023). Pengaruh Literasi Masyarakat dan Lokasi Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah (Studi Kasus Desa Mata Wolasi, Kabupaten Konawe Selatan, IAIN Kendari).