

**PENGARUH LITERASI KEUANGAN SYARIAH, PRODUCT KNOWLEDGE,  
DAN RELIGIUSITAS TERHADAP MINAT MENABUNG MASYARAKAT**

**PERIODE 2019-2022**

**(Studi kasus pada BMT NU cabang Wringin, kab. Bondowoso)**

Hajjatul Maufiroh, Nur Diana, Irma Hidayati

Universitas Islam Malang

[hajjatulmauviroh@gmail.com](mailto:hajjatulmauviroh@gmail.com)

**ABSTRAK:**

Praktik menabung merupakan hal yang lazim dalam masyarakat, memberikan alternatif bagi individu untuk menyimpan dana mereka. Fenomena ini mendorong lembaga keuangan untuk mengembangkan usaha yang berhubungan dengan penyimpanan dana, khususnya dalam bentuk tabungan. Minat masyarakat terhadap menabung memiliki peran penting bagi lembaga keuangan, terutama dalam konteks penyediaan jasa atau produk tabungan. Studi ini memiliki rencana untuk mengidentifikasi dampak literasi keuangan syariah, product knowledge, dan religiusitas terhadap minat masyarakat dalam menabung, dengan studi kasus pada BMT NU cabang Wringin, kabupaten Bondowoso. Jenis penelitian ini adalah eksplanatori (penjelasan), dan melibatkan sampel sebanyak 100 responden dari masyarakat Wringin yang aktif menabung di BMT. Pendekatan survei dengan kuesioner, yang melibatkan serangkaian tahap seperti distribusi kuesioner, pengumpulan data, dan analisis data. Data yang diperoleh dianalisis melalui berbagai uji statistik seperti uji normalitas, uji validitas, uji reliabilitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, analisis regresi linier berganda, uji F, uji koefisien determinasi ( $R^2$ ), dan uji t. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa literasi keuangan syariah memiliki dampak positif dan signifikan terhadap minat masyarakat dalam menabung. Selain itu, pengetahuan produk juga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung masyarakat. Faktor religiusitas juga ditemukan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung masyarakat

**Kata Kunci:** Literasi Keuangan Syariah, Product Knowledge, Religiusitas.

**ABSTRACT:**

The practice of saving is common in society, providing an alternative for individuals to save their funds. This phenomenon encourages financial institutions to develop businesses related to saving funds, especially in the form of savings. Public interest in savings has an important role for financial institutions, especially in the context of providing services or savings products. This study has a plan to identify the impact of Islamic financial literacy, product knowledge, and religiosity on people's interest in saving, with a case study at the BMT NU Wringin branch, Bondowoso district. This type of research is explanatory (explanatory), and involves a sample of 100 respondents from the Wringin community who are active in saving at BMT. Survey approach with a questionnaire, which includes a series of stages such as questionnaire distribution, data collection, and data analysis. The data obtained were analyzed through various statistical tests such as normality test, validity test, reliability test, multicollinearity test, heteroscedasticity test, multiple linear regression analysis, F test, coefficient of determination test ( $R^2$ ), and t test. The results of this study indicate that Islamic financial literacy has a positive and significant impact on people's interest in saving. In addition, knowledge products also have a positive and significant impact on people's interest in saving. The religiosity factor was also found to have a positive and significant influence on people's interest in saving.

**Keywords:** Islamic Financial Literacy, Product Knowledge, Religiosity.

**PENDAHULUAN**

Lembaga keuangan bank memiliki peran yang sangat penting dalam kegiatan perekonomian negara. Salah satu fungsi utama dari perbankan adalah menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan, yang selanjutnya disalurkan kepada para pengusaha maupun peminjam yang membutuhkan guna bertransaksi bisnis maupun untuk konsumsi. Pertumbuhan Perbankan Syariah di Indonesia saat ini terus mengalami kemajuan yang diawali sejak tahun 1992 dengan didirikannya Bank Muamalat Indonesia (BMI). Meski perkembangannya sedikit lebih lambat apabila dibanding dengan negara-negara muslim yang lain. Pertumbuhan ini bukan hanya terjalin pada Lembaga Keuangan Syariah (LKS) berupa bank, yang notabenehnya mempunyai modal yang lumayan besar buat dikelola serta pula nasabahnya telah dipastikan oleh Lembaga Pinjaman Syariah (LPS). Persaingan ini juga terjadi pada Lembaga Keuangan Syariah non-bank yang saat ini telah mulai maju misalnya Lembaga Keuangan Mikro Syariah (LKMS) yang lebih dikenal luas oleh masyarakat dengan istilah Baitul Maal Wat Tamwil (BMT). Baitul Maal Wat Tamwil (BMT) adalah sesuatu lembaga keuangan yang menerapkan prinsip-prinsip syari'ah dengan sistem bagi hasil yang selaras dengan hukum Islam. Sejak awal kelahirannya sampai saat ini legalitas BMT belum ada, hanya saja banyak BMT memilih badan hukum koperasi. Oleh karena itu, BMT tunduk pada aturan perkoperasian, yaitu Undang-undang No. 25 tahun 1992 tentang koperasi yang telah diubah menjadi Undang-undang No. 17 tahun 2012 tentang koperasi. KEPMEN Nomor 91/KEP/M.KUKM/IX/2004 tentang petunjuk pelaksanaan kegiatan usaha Koperasi Jasa Keuangan Syariah (KJKS).

Minat dapat dikatakan suatu ketertarikan terhadap sesuatu dan kecenderungan memilih apa yang diinginkan. Salah satunya dengan ketertarikan dan kecenderungan terhadap minat menabung, seperti kecenderungan seseorang yang religius cenderung memilih bank syariah dari pada bank konvensional karena berdasarkan syariat agama konsep riba dalam bank konvensional itu tidak dibenarkan dalam Islam. Terdapat faktor yang dapat mempengaruhi minat masyarakat menabung di bank syariah yaitu pengetahuan dimana semakin tinggi tingkat pengetahuan, semakin besar minat menabung di bank syariah. Menurut Susanto (dalam Akmal, 2021), Pengetahuan atau pemahaman dapat disebut juga dengan literasi, dalam hal ini literasi yang dimaksud adalah literasi keuangan syariah.

Menurut Otoritas Jasa Keuangan, literasi keuangan merupakan serangkaian aktivitas dalam upaya meningkatkan pengetahuan dan keterampilan seseorang dalam mengelola keuangan. Selain itu, inklusi keuangan merupakan suatu proses yang menjamin akses terhadap produk dan jasa keuangan dengan biaya yang terjangkau bagi masyarakat yang berpendapatan rendah. Inklusi keuangan berperan dalam mendorong program pengentasan kemiskinan, pertumbuhan ekonomi, stabilitas sistem keuangan dan pengurangan ketimpangan antar individu dan daerah. Indeks Literasi dan Inklusi Keuangan Syariah pertama kali diukur dalam Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan OJK. Untuk lebih jelas terkait hal tersebut bisa dilihat pada Tabel berikut ini:

**Tabel 1 Indeks Literasi dan Inklusi Keuangan Nasional**

<b>Tahun</b>	<b>Literasi</b>	<b>Inklusi</b>
2013	21,84%	59,7%
2016	29,66%	67,8%
2019	38,03%	76,19%
2022	49,68%	85,10%

Sumber: Survei OJK mengenai Indeks Literasi dan Inklusi Keuangan Nasional

2022

Berdasarkan hasil survei Otoritas Jasa Keuangan tahun 2022 diatas menunjukkan bahwa indeks literasi keuangan syariah masyarakat Indonesia meningkat dari 8,93% di tahun 2019 menjadi 9,14% di tahun 2022. Sementara itu, tingkat inklusi keuangan syariah juga menunjukkan peningkatan menjadi 12,12% di tahun 2022 dari sebelumnya 9,10% pada periode survei tahun 2019. Survei OJK SNLK 2022 melibatkan 14.634 responden yang berusia antara 15-79 tahun di 34 provinsi dan 76 kota/kabupaten dengan mempertimbangkan gender dan wilayah perkotaan dan pedesaan (OJK, 2022). Tingkat literasi dan inklusi keuangan di wilayah perkotaan masing-masing sebesar 50,52% dan 86,73%, lebih tinggi dibandingkan di wilayah pedesaan yakni sebesar 48,43% dan 82,69%. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat yang berada di pedesaan masih jauh tertinggal dibandingkan masyarakat yang berada di perkotaan baik dalam pemahaman maupun penggunaan produk/jasa keuangan. Sehingga hal tersebut mengakibatkan berkurangnya minat menabung masyarakat pada perbankan syariah maupun Lembaga-lembaga keuangan syariah lainnya.

Penelitian yang menyangkut dengan literasi keuangan syariah sudah sangat banyak dilakukan oleh beberapa peneliti terdahulu, dimana para peneliti melakukan objek penelitiannya pada lembaga maupun pada pelaku usaha, sedangkan yang menjadi perbedaan dalam penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu, penelitian ini mengambil objek pada masyarakat desa Wringin yang berada di kabupaten Bondowoso untuk menilai pengaruh literasi keuangan syariah, product knowledge dan religiusitas terhadap minat menabung masyarakat.

Penelitian yang dilakukan oleh Mulyaningtyas et al., (2020), dengan jumlah sampel 62 siswa. Dari hasil penelitiannya mendapatkan bahwa literasi keuangan syariah berpengaruh terhadap minat menabung siswa pada bank syariah dan juga pengetahuan tentang bank syariah dan literasi keuangan syariah berpengaruh secara bersama-sama terhadap minat menabung siswa di bank syariah.

Pengetahuan yang dipahami masyarakat menjadi faktor yang mempengaruhi preferensi masyarakat dalam memilih layanan Lembaga keuangan syariah. *Product Knowledge* dalam Bahasa Indonesia dapat diartikan sebagai pengetahuan yang dimiliki oleh konsumen mengenai produk/jasa yang akan dikonsumsi. Pengetahuan masyarakat dalam hal ini terkait mengenai berbagai macam produk dan jasa serta informasi yang berhubungan dengan pengetahuan Lembaga keuangan syariah.

Penelitian yang dilakukan oleh Saraswati (2016), dengan judul pengaruh pengetahuan masyarakat terhadap minat menjadi nasabah bank muamalat KCP Magelang (studi kasus pada masyarakat kota Magelang). Dengan hasil penelitian bahwa pengaruh pengetahuan masyarakat kota Magelang terbukti secara individual berpengaruh terhadap minat menjadi nasabah di bank muamalat KCP Magelang.

Lembaga Keuangan Syariah khususnya koperasi syariah muncul karena ada dorongan dari religiusitas masyarakat baik secara tekstual maupun historis. Maka religiusitas bisa dikatakan memiliki peran yang besar untuk mempengaruhi masyarakat menabung di koperasi syariah. Menurut Sahlan (2012:39), mengartikan religiusitas merupakan suatu sikap atau kesadaran yang muncul yang didasarkan atas keyakinan atau kepercayaan seseorang terhadap suatu agama.

Menurut Lembaga Penjamin Simpanan (LPS), minat menabung masyarakat di Indonesia selama 2 tahun terakhir mengalami kenaikan yang cukup pesat, dana simpanan yang ada di sistem perbankan mengalami pertumbuhan yang baik. Pada bulan Juni 2022

simpanan masyarakat mampu tumbuh sebesar 9,1% secara tahunan. Hal ini disebabkan terjadinya pandemi covid-19 yang menjadi momentum bagi masyarakat untuk semakin sadar akan pentingnya memiliki dana darurat. Menabung merupakan hal yang sangat tak asing lagi dalam masyarakat. Minat merupakan kecenderungan jiwa seseorang terhadap sesuatu, biasanya disertai dengan perasaan senang, minat tidak timbul secara tiba-tiba melainkan timbul karena akibat prestasi, pengalaman dan kebiasaan. Minat menabung masyarakat sangatlah penting bagi perusahaan Lembaga keuangan yang menjadikan jasa/produk penyimpanan uang atau biasa disebut dengan Tabungan.

Berdasarkan dari latar belakang yang telah dikemukakan dan dengan adanya hasil penelitian terdahulu yang memiliki research gap sehingga peneliti tertarik untuk melakukan suatu penelitian dengan judul **“Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Product Knowledge dan Religiusitas terhadap Minat Menabung Masyarakat Periode 2019-2022 (Studi kasus pada BMT NU Cabang Wringin, Kab. Bondowoso)”**

## **LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS**

### **Literasi Keuangan Syariah**

Menurut peraturan Otoritas Jasa Keuangan No 76 (2016), literasi keuangan ialah pengetahuan, keterampilan serta keyakinan yang menentukan tentang kualitas pengambilan keputusan dan juga pengelolaan keuangan dalam rangka mencapai kesejahteraan. Tujuan literasi keuangan yaitu meningkatnya kualitas pengambilan keputusan keuangan pribadi dan perubahan sikap serta perilaku individu dalam pengelolaan keuangan menjadi lebih baik. Oleh karena itu literasi keuangan sangat penting dalam pengambilan keputusan di tengah semakin banyaknya layanan dan produk keuangan yang dengan mudah tersedia bagi konsumen. Ketidaktahuan individu terhadap keuangan dapat mendorong individu pada hutang dan biaya tinggi serta signifikan.

Literasi keuangan konvensional berbeda dengan literasi keuangan syariah yang merupakan pemahaman individu mengenai keuangan syariah. Pemahaman tersebut seperti prinsip dasar, akad transaksi lembaga serta produk keuangannya. Keuangan syariah dapat diartikan sebagai implementasi yang didasarkan ilmu hukum secara syariah, setiap individu harus bisa mengelola keuangan pribadinya dengan sesuai tuntutan secara syariah. Kesimpulan yang dapat diambil yaitu bahwa, literasi keuangan syariah merupakan pengetahuan, kemampuan serta perencanaan dalam mengelola keuangan dengan berlandaskan sesuai prinsip syariah.

### ***Product Knowledge***

*Product Knowledge* disebut juga dengan pengetahuan produk. Tingkat pengetahuan produk berbeda-beda dalam memicu konsumen yang dapat mengambil keputusan serta menafsirkan informasi baru hingga membandingkan pada saat membeli produk ataupun jasa. Maka dari itu pada kalangan masyarakat merupakan hal yang penting untuk mengenalkan produk-produk yang ada di lembaga keuangan syariah.

Dalam lembaga keuangan syariah harus berlandaskan dengan prinsip syariah. Persepsi masyarakat tentang kesyariahan lembaga keuangan syariah, riba, bunga, serta bagi hasil kebanyakan dari mereka masih belum mengerti istilah hal-hal tersebut. Maka dari itu pengetahuan akan suatu produk lembaga keuangan syariah berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan produk lembaga keuangan syariah atau tidak.

*Religiusitas*

*Religiusitas* berasal dari bahasa Inggris yang berarti keberagamaan. Keberagamaan merupakan adanya kesadaran diri seseorang dalam menjalankan ajaran dari suatu agama yang dianut. *Religiusitas* merupakan tingkat keyakinan serta sikap individu terhadap ajaran agama yang dianutnya sebagai upaya untuk mencari arti kebahagiaan dan juga kehidupan.

Arti *religiusitas* digambarkan dalam beberapa aspek yang harus dipenuhi sebagai petunjuk tentang bagaimana cara menjalankan hidup dengan benar agar mendapatkan kebahagiaan baik di dunia maupun di akhirat. Hal tersebut jika disatukan dengan teori riba dalam Islam maka dapat disimpulkan bahwa keyakinan serta keagamaan individu yang percaya akan bahwa bunga bank adalah hukumnya haram akan menjadikan nasabah bank memberikan pilihannya terhadap bank syariah.

**Minat Menabung**

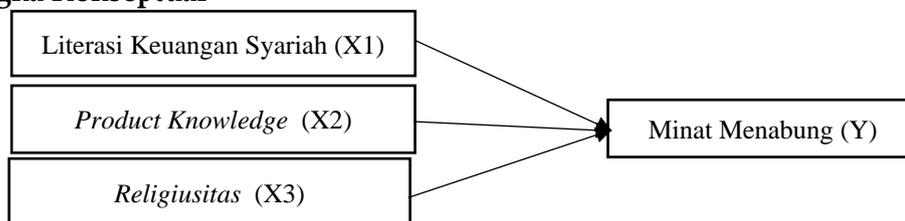
Minat merupakan suatu keinginan yang muncul dari dalam diri sendiri tanpa adanya paksaan dari orang lain untuk mencapai suatu tujuan. Seseorang yang mempunyai minat terhadap suatu keadaan akan cenderung memfokuskan perhatian terhadap suatu keadaan tersebut. Menabung merupakan tindakan yang diajarkan oleh Islam, dengan menabung berarti seorang muslim mempersiapkan diri untuk pelaksanaan masa yang akan datang. Menabung dapat menjadikan seseorang untuk bisa disiplin dalam mengatur keuangan, mengatur sebagai sifat hemat yang dapat dijadikan sifat positif apabila dengan konsisten akan meningkatkan hidup dengan lebih baik.

**Baitul Maal wat Tamwil (BMT)**

Lembaga Keuangan Mikro berkembang begitu pesat dengan didukung oleh pemerintah maupun perundang-undangan. Masyarakat telah mengembangkan sendiri Lembaga Keuangan Mikro yang berbentuk koperasi Syariah, *Baitul Maal wat Tamwil* (BMT) dan dalam bentuk yang lain. Kehadiran BMT sebagai lembaga keuangan syariah yang merupakan lembaga pelengkap dari beroperasinya sistem Perbankan Syariah.

Menurut Aziz dalam Ayuni (2022), Kemampuan BMT untuk memberikan pembiayaan kepada usaha kecil tidak mungkin digantikan oleh Bank Syariah, karena Bank syariah tidak mungkin beroperasi dalam pembiayaan skala kecil, sementara masyarakat membutuhkan permodalan yang kecil tersebut sehingga kehadiran BMT merupakan suatu kebutuhan dalam membangun hubungan vertikal dengan Bank Syariah maupun pemenuhan kebutuhan masyarakat.

**Kerangka Konseptual**



**Gambar 2.1 Kerangka Konseptual**

Berlandaskan kerangka konseptual diatas, persamaan yang dipakai dalam regresi linier berganda yakni:

$$Y = 1\,854 + 0,182X_1 + 0,321X_2 + 0,328X_3 + e$$

(0,008)            (0,001)            (0,000)

Artinya

Nilai konstanta sebesar 1,854, menunjukkan bahwa jika literasi keuangan syariah, *product knowledge*, dan *religiusitas* nilainya adalah 0, maka variabel minat menabung nilainya 1,854. Koefisien regresi literasi keuangan syariah sebesar 0,182, artinya jika variabel literasi keuangan syariah menunjukkan peningkatan senilai 1 maka variabel minat menabung akan menunjukkan peningkatan senilai sebesar 0,182. Koefisien regresi *product knowledge* sebesar 0,321, artinya jika variabel *product knowledge* menunjukkan peningkatan senilai 1 maka variabel minat menabung akan menunjukkan peningkatan senilai sebesar 0,321. Koefisien regresi *religiusitas* sebesar 0,328 artinya jika variabel *religiusitas* menunjukkan peningkatan senilai 1 maka variabel minat menabung akan menunjukkan peningkatan senilai sebesar 0,328. Adapun asumsi dari variabel lainnya di anggap konstan.

## **METODE PENELITIAN**

### **Jenis, Lokasi, dan Waktu Penelitian**

Dalam penelitian ini metode yang digunakan merupakan metode kuantitatif kausal yang merupakan pendekatan dalam penelitian untuk mengetahui hubungan antar satu variabel dengan variabel lain yang memiliki sebab akibat. Penelitian ini menguji hipotesis yang ditetapkan dan untuk mengetahui pengaruh antara literasi keuangan syariah, *product knowledge* dan *religiusitas* terhadap minat menabung masyarakat. Objek penelitian ini adalah masyarakat yang aktif menabung di BMT NU cabang Wringin kabupaten Bondowoso. Penelitian ini akan dilaksanakan mulai bulan Juni 2023 hingga bulan Agustus 2023, dengan tujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh literasi keuangan syariah, *product knowledge* dan *religiusitas* terhadap minat menabung masyarakat periode 2019-2022 (studi kasus pada BMT NU cabang Wringin, kab. Bondowoso).

### **Populasi dan Sampel**

Penelitian ini melibatkan masyarakat Wringin sebagai subjek penelitian. Responden yang terlibat dalam penelitian ini adalah masyarakat yang aktif menabung di BMT NU cabang Wringin kabupaten Bondowoso. Jumlah total masyarakat yang aktif menabung di BMT NU cabang Wringin kabupaten Bondowoso tersebut sebanyak 1.474 orang. Untuk pengambilan sampel, digunakan rumus Slovin yang menghasilkan jumlah responden sebanyak 94 responden. Sehingga jumlah sampel yang akan digunakan pada penelitian ini dibulatkan menjadi 100 responden.

### **Sumber Data dan Metode Pengumpulan Data**

Data primer dalam penelitian ini diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada populasi yang telah ditentukan, yaitu masyarakat yang aktif menabung di BMT NU cabang Wringin kabupaten Bondowoso.

### **Metode Analisis Data**

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan perangkat lunak analisis data SPSS untuk menganalisis data yang dikumpulkan melalui kuesioner. Proses analisis data melibatkan beberapa langkah yaitu menggunakan Uji Validitas dan Reliabilitas, Uji Normalitas lalu

menggunakan Uji Asumsi Klasik yang meliputi Multikolinearitas dan Heteroskedastisitas yang dilanjutkan dengan Analisis Regresi Linear Berganda, dan yang terakhir Uji Statistik yakni Uji F (kelayakan model), Uji t (pengaruh), dan Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Responden yang memenuhi kriteria dalam penelitian ini merupakan masyarakat yang aktif menabung di BMT NU cabang Wringin kabupaten Bondowoso. Pada penelitian ini tidak menggunakan seluruh populasi yang telah disebutkan, akan tetapi hanya mengambil sampel untuk responden penelitian, menggunakan rumus Slovin dengan hasil 94 responden. Sehingga jumlah sampel yang akan digunakan pada penelitian ini dibulatkan menjadi 100 responden.

Berdasarkan hasil penelitian, terdapat perbedaan dalam jenis kelamin responden. Laki-laki menyumbang sebanyak 40% dari total responden, sedangkan perempuan menyumbang sebanyak 60%. Dari data yang dikumpulkan dari responden pula, terdapat variasi dalam usia mereka. Responden dengan rentang usia 18-28 tahun berjumlah 24%, responden dengan rentang usia 29-39 tahun berjumlah 41%, dan responden dengan rentang usia 40 tahun keatas berjumlah 35%. Serta terdapat 1% responden yang bersumber dari pendapatan orang tua dan terdapat 99% sumber pendapatan yang bersumber dari gaji kerja.

No.	Keterangan	Jumlah
1	Kuesioner yang disebar	241
2	Kuesioner yang kembali	116
3	Kuesioner yang tidak kembali	125
4	Kuesioner yang diolah	100

Sumber: Data primer (Diolah 2023)

Serta berdasarkan masyarakat yang aktif menabung di BMT NU cabang Wringin kabupaten Bondowoso sebesar 100%. Dan juga terdapat masyarakat yang berdomisili di Wringin, Bondowoso yaitu sebesar 100%.

## Uji Instrumen Penelitian

### a. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengevaluasi sejauh mana instrumen pengukuran yang digunakan dalam penelitian dapat mengukur variabel yang diteliti dengan akurat.

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	r Hitung	r Tabel	Keterangan
Literasi Keuangan Syariah (X1)	X1.1	0,735	0,1966	Valid
	X1.2	0,791	0,1966	Valid
	X1.3	0,749	0,1966	Valid
	X1.4	0,638	0,1966	Valid
Product Knowledge (X2)	X2.1	0,620	0,1966	Valid
	X2.2	0,705	0,1966	Valid
	X2.3	0,717	0,1966	Valid
	X2.4	0,703	0,1966	Valid
Religiuitas (X3)	X3.1	0,614	0,1966	Valid
	X3.2	0,715	0,1966	Valid

	X3.3	0,603	0,1966	Valid
	X3.4	0,712	0,1966	Valid
	X3.5	0,586	0,1966	Valid
Minat Menabung (Y)	Y.1	0,581	0,1966	Valid
	Y.2	0,801	0,1966	Valid
	Y.3	0,669	0,1966	Valid
	Y.4	0,841	0,1966	Valid

Sumber: Data Primer yang diolah, 2023

Berdasarkan tabel 1 dapat diketahui bahwa variabel literasi keuangan syariah mendapatkan hasil r hitung tiap item yaitu 1=0,735, 2=0,791, 3=0,749, 4=0,638. Maka r hitung pada variabel literasi keuangan syariah bernilai lebih besar daripada r tabel yaitu sebesar 0,1966, sehingga dari data tersebut dapat disimpulkan variabel literasi keuangan syariah ialah valid. Variabel *product knowledge* hasil r hitung tiap item yaitu 1=0,620, 2=0,705, 3=0,717, 4=0,703. Maka r hitung pada variabel *product knowledge* bernilai lebih besar daripada r tabel yaitu sebesar 0,1966. Sehingga dari data tersebut dapat disimpulkan variabel *product knowledge* ialah valid. Variabel *religiusitas* hasil r hitung tiap item yaitu 1=0,614, 2=0,715, 3=0,603, 4=0,712, 5=0,586. Maka r hitung pada variabel *religiusitas* bernilai lebih besar daripada r tabel yaitu sebesar 0,1966. Maka dari data tersebut dapat disimpulkan variabel *religiusitas* ialah valid. Variabel minat menabung masyarakat hasil r hitung tiap item yaitu 1=0,581, 2=0,801, 3=0,669, 4=0,841. Maka r hitung pada variabel minat menabung masyarakat bernilai lebih besar daripada r tabel yaitu sebesar 0,1966. Sehingga dari data tersebut dapat disimpulkan variabel minat menabung masyarakat ialah valid.

**b. Uji Reliabilitas**

**Tabel 2 Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	Koefisien Cronbach's Alpha	Keterangan
Literasi Keuangan Syariah	0,705	Reliabel
<i>Product Knowledge</i>	0,628	Reliabel
<i>Religiusitas</i>	0,655	Reliabel
Minat Menabung	0,693	Reliabel

Sumber: Data Primer diolah, 2023

Tabel 2 bisa disimpulkan hasil koefisien *Cronbach's Alpha* atas variabel literasi keuangan syariah 0,705, variabel *product knowledge* 0,628, variabel *religiusitas* 0,655, dan variabel minat menabung masyarakat 0,693. Sebab itu bisa disimpulkan bahwa seluruh variabel punya nilai koefisien *Cronbach's Alpha* yang lebih besar dari 0,60, pertanyaan dalam kuesioner penelitian ini dapat dinyatakan sudah reliabel.

**Uji Normalitas**

**Tabel 3. Hasil Uji Normalitas**

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test					
		Literasi keuangan syariah	Product Knowledge	Religiusitas	Minat menabung
N		100	100	100	100
Normal Parameters <sup>a</sup>	Mean	17,27	17,61	22,06	17,89
	Std. Deviation <sup>b</sup>	1,953	1,808	2,122	1,746
Most Extreme Differences	Absolute	,165	,275	,299	,285
	Positive	,108	,175	,219	,212
	Negative	-,165	-,275	-,299	-,285
Test Statistic		,165	,275	,299	,285
Asymp. Sig. (2-tailed)		,056	,134	,216	,205
a. Test distribution is Normal.					
b. Calculated from data.					

Sumber : Data Primer (Diolah 2023)

Tabel 3. dapat dijelaskan bahwa hasil uji Normalitas pada variabel literasi keuangan syariah dengan nilai *Kolmogrov-smirnov* sebesar 0,165 dan signifikansinya yaitu 0,056 yang artinya nilai signifikansinya lebih besar dari tingkat signifikansi yang telah ditetapkan (0,05), yang berarti data pada variabel tersebut memiliki distribusi yang simetris dan sesuai dengan asumsi normalitas. Variabel *product knowledge* dengan nilai *Kolmogrov-smirnov* sebesar 0,275 dan signifikansinya yaitu 0,134 yang artinya nilai signifikansinya lebih besar dari tingkat signifikansi yang telah ditetapkan (0,05), yang berarti data pada variabel tersebut memiliki distribusi yang simetris dan sesuai dengan asumsi normalitas. Variabel *religiusitas* dengan nilai *Kolmogrov-smirnov* sebesar 0,299 dan signifikansinya yaitu 0,216 yang artinya nilai signifikansinya lebih besar dari tingkat signifikansi yang telah ditetapkan (0,05), yang berarti data pada variabel tersebut memiliki distribusi yang simetris dan sesuai dengan asumsi normalitas. Variabel minat menabung dengan nilai *Kolmogrov-smirnov* sebesar 0,285 dan signifikansinya yaitu 0,205 yang artinya nilai signifikansinya lebih besar dari tingkat signifikansi yang telah ditetapkan (0,05), yang berarti data pada variabel tersebut memiliki distribusi yang simetris dan sesuai dengan asumsi normalitas.

**Uji Asumsi Klasik**

**1. Uji Multikolinearitas**

**Tabel 4. Hasil Uji Multikolinearitas**

Coefficients <sup>a</sup>			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Literasi keuangan syariah	,471	2,125
	Product Knowledge	,275	3,630
	Religiusitas	,233	4,293

a. Dependent Variable: Minat menabung

Sumber : Data Primer (Diolah 2023)

Pada Tabel 4 dapat dijelaskan bahwa variabel independen menunjukkan nilai VIF dari literasi keuangan syariah (X1) sebesar 2,125, *product knowledge* (X2) sebesar 3,630, dan *religiusitas* (X3) sebesar 4,293 hasil tersebut menunjukkan bahwa nilai VIF lebih kecil dari 10. Kemudian nilai tolerance literasi keuangan syariah sebesar 0,471, *product knowledge* sebesar 0,275, dan *religiusitas* sebesar 0,233. Hasil ini menunjukkan bahwa nilai Tolerance lebih besar dari 0,10. Dari sini dapat disimpulkan bahwa data bebas dari multikolinearitas. Hal ini menunjukkan bahwa antara variabel literasi keuangan syariah, *product knowledge* dan *religiusitas* tidak berhubungan.

**2. Uji Heteroskedastisitas**

**Tabel 5 Hasil Uji Heteroskedastisitas**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,564	,327		1,722	,088
	Literasi Keuangan Syariah	,000	,023	-,002	-,012	,990
	Product Knowledge	-,012	,033	-,077	-,373	,710

Religiusitas	,004	,031	,031	,139	,890
Minat menabung	-,003	,034	-,017	-,085	,933

a. Dependent Variable: ABS

Sumber : Data Primer (Diolah 2023)

Tabel 5 dapat dijelaskan berdasarkan hasil uji menunjukkan bahwa variabel literasi keuangan syariah signifikansinya 0,990, *product knowledge* signifikansinya 0,710, *religiusitas* signifikansinya 0,890, dan minat menabung signifikansinya 0,933, maka dari hasil ke empat variabel tersebut menjelaskan bahwa nilai signifikansi lebih dari 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa data tersebut tidak terjadi heteroskedastisitas.

**Uji Hipotesis**

**1. Uji Statistik F**

**Tabel 6 Hasil Uji Statistik F**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	224,131	3	74,710	92,355	,000 <sup>b</sup>
	Residual	77,659	96	,809		
	Total	301,790	99			

a. Dependent Variable: Minat menabung

b. Predictors: (Constant), Religiusitas, Literasi keuangan syariah, Product Knowledge

Sumber : Data Primer (Diolah 2023)

Berdasarkan tabel 6 menunjukkan bahwa hasil uji statistik F sebesar 92,355 dengan tingkat signifikansi  $0,000 < 0,05$  sehingga  $H_1$  diterima dan  $H_0$  ditolak, yang dapat diartikan bahwa secara simultan variabel independen yang terdiri dari literasi keuangan syariah, *product knowledge* dan *religiusitas* berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen yaitu minat menabung masyarakat.

**2. Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)**

**Tabel 7 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)**

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,862 <sup>a</sup>	,743	,735	,899

a. Predictors: (Constant), Religiusitas, Literasi keuangan syariah, Product Knowledge

b. Dependent Variable: Minat menabung

Sumber : Data Primer (Diolah 2023)

Dari hasil tabel 7 dapat diketahui bahwa nilai adjusted R<sup>2</sup> sebesar 0,735. Demikian

tersebut mengindikasikan bahwa variasi variabel literasi keuangan syariah, *product knowledge* dan *religiusitas* dapat menjelaskan 73,5% variasi variabel minat menabung. Sedangkan sisanya sebesar 26,5% dijelaskan oleh faktor selainnya yang tidak dicantumkan dan tidak ada dalam model penelitian ini dan penelitian.

**3. Uji Statistik t**

**Tabel 8 Hasil Uji Statistik t**

Coefficients <sup>a</sup>					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1,854	,970		1,913	,059
Literasi keuangan syariah	,182	,067	,203	2,694	,008
Product Knowledge	,321	,095	,333	3,375	,001
Religiusitas	,328	,088	,399	3,716	,000

a. Dependent Variable: Minat menabung

Sumber : Data Primer (Diolah 2023)

Tabel 8 menunjukkan hasil uji-t yang dapat disimpulkan sebagai berikut:

- a. Pengaruh literasi keuangan syariah (X1) terhadap minat menabung  
 Variabel literasi keuangan syariah memiliki nilai t adalah 2,694 dan signifikansinya adalah 0,008 yang lebih kecil dari 0,05. Hal ini menentukan hipotesis alternatif (H1<sub>a</sub>) dan menolak hipotesis nol (H<sub>0</sub>). Hal ini menunjukkan bahwa literasi keuangan syariah berpengaruh positif signifikan terhadap minat menabung. Dengan kata lain, tingkat literasi keuangan syariah yang lebih tinggi secara signifikan meningkatkan kemungkinan minat seseorang terhadap menabung.
- b. Pengaruh *product knowledge* (X2) terhadap minat menabung  
 Variabel *product knowledge* memiliki nilai t adalah 3,375 dan signifikansinya adalah 0,001 yang lebih kecil dari 0,05. Hal ini menentukan hipotesis alternatif (H1<sub>a</sub>) dan menolak hipotesis nol (H<sub>0</sub>). Hal ini menunjukkan bahwa *product knowledge* berpengaruh positif signifikan terhadap minat menabung. Dengan kata lain, semakin tinggi tingkat *product knowledge*, maka semakin besar minat menabung masyarakat.
- c. Pengaruh *religiusitas* (X3) terhadap minat menabung  
 Variabel *religiusitas* memiliki nilai t adalah 3,716 dan signifikansinya adalah 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Hal ini menentukan hipotesis alternatif (H1<sub>a</sub>) dan menolak hipotesis nol (H<sub>0</sub>). Hal ini menunjukkan bahwa *religiusitas* berpengaruh positif signifikan terhadap minat menabung. Dengan kata lain, semakin tinggi tingkat *religiusitas*, maka semakin besar minat menabung masyarakat.

**Pembahasan**

**Pengaruh Literasi Keuangan Syariah terhadap Minat Menabung Masyarakat**

Berdasarkan hasil pengujian, ditemukan bahwa variabel literasi keuangan syariah memiliki pengaruh positif terhadap minat menabung masyarakat. Dengan kata lain, hasil

menunjukkan bahwa semakin tinggi variabel literasi keuangan syariah, maka semakin besar minat masyarakat untuk menabung. Dapat diartikan bahwa adanya pengaruh literasi keuangan syariah yang meningkatkan masyarakat terhadap menabung. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Lestari (2020), dan Miftahuddin (2022) yang menyatakan bahwa variabel literasi keuangan syariah berpengaruh terhadap minat menabung.

Tingkat literasi keuangan syariah menjadi sebuah pilar yang harus dimiliki oleh masyarakat dengan tujuan supaya bisa mengelola keuangan individual dengan baik. Begitu juga dengan minat menabung, minat menabung terhadap lembaga keuangan syariah harus dimiliki juga oleh masyarakat, agar keuangan yang diperoleh bisa lebih terjamin keamanannya dan juga menjadi suatu tindakan efektif terhadap keuangan yang dilakukan oleh masyarakat.

Dengan demikian pengaruh literasi keuangan syariah terhadap minat menabung sejalan dengan *Theory Planned Behavior* yang dimana teori tersebut disusun dengan menggunakan asumsi dasar bahwa manusia berperilaku dengan cara yang sadar dengan mempertimbangkan mengenai segala informasi yang tersedia. Yang mana sikap tersebut termasuk pada *Attitude toward behavior* (sikap terhadap perilaku) tanggapan setuju atau tidak setuju. Ketika seseorang memiliki minat tertentu maka orang tersebut akan berperilaku sesuai dengan sikapnya.

#### **Pengaruh *Product Knowledge* terhadap Minat Menabung Masyarakat**

Berdasarkan hasil pengujian, ditemukan bahwa variabel *product knowledge* memiliki pengaruh positif terhadap minat menabung masyarakat. Dengan kata lain, semakin tinggi tingkat *product knowledge*, maka semakin besar minat menabung masyarakat. Dapat diartikan bahwa adanya pengaruh *product knowledge* yang meningkatkan masyarakat terhadap menabung. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sodik *et al.*, (2022), dan Thohari & Hakim (2021) yang menyatakan bahwa variabel *product knowledge* berpengaruh terhadap minat menabung.

Maka dapat dijelaskan bahwa pengetahuan produk memiliki peran penting terhadap tindakan yang akan dipilih oleh masyarakat untuk meningkatkan minat menabung. Maka dari itu pengaruh *product knowledge* terhadap minat menabung sejalan dengan *Theory Planned Behavior* yang dimana teori tersebut disusun dengan menggunakan asumsi dasar bahwa manusia berperilaku dengan cara yang sadar dengan mempertimbangkan mengenai segala informasi yang tersedia. Yang mana sikap tersebut termasuk pada *Attitude toward behavior* (sikap terhadap perilaku) tanggapan setuju atau tidak setuju. Ketika seseorang memiliki minat tertentu maka orang tersebut akan berperilaku sesuai dengan sikapnya. Masyarakat yang memiliki tingkat *product knowledge* yang baik cenderung akan lebih mudah dan efisien dalam memutuskan produk tabungan mana yang sesuai dengan kebutuhannya.

#### **Pengaruh *Religiusitas* terhadap Minat Menabung Masyarakat**

Berdasarkan dari hasil pengujian ditemukan bahwa terdapat pengaruh positif dari variabel *Religiusitas* terhadap minat menabung masyarakat. Dengan kata lain, semakin tinggi *religiusitas* maka semakin tinggi minat masyarakat untuk menabung. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Mardiana *et al.*, (2021) dan Hakim FW (2020) yang menyatakan bahwa variabel *religiusitas* berpengaruh terhadap minat menabung.

Nilai dari religiusitas lainnya adalah kepribadian atau dalam Islam lebih dikenal dengan istilah akhlak. Kepribadian ini lebih cenderung kepada hubungan pribadi responden

secara horizontal, bisa hubungan manusia dengan manusia ataupun manusia dengan alam. Kepribadian lebih cenderung mengenal hukuman seperti hukum alam, seperti jika kita melakukan perbuatan baik maka akan dibalas dengan kebaikan pula oleh orang lain.

Dengan demikian pengaruh *religiusitas* terhadap minat menabung sejalan dengan *Theory Planned Behavior* yang dimana teori tersebut disusun dengan menggunakan asumsi dasar bahwa manusia berperilaku dengan cara yang sadar dengan mempertimbangkan mengenai segala informasi yang tersedia. Yang mana sikap tersebut termasuk pada *Attitude toward behavior* (sikap terhadap perilaku) tanggapan setuju atau tidak setuju. Ketika seseorang memiliki minat tertentu maka orang tersebut akan berperilaku sesuai dengan sikapnya. Berbeda dengan komitmen yang berharap langsung kepada tuhan bahwa suatu perbuatan akan dibalas dengan pahala, yang tentu hal tersebut baru kita dapatkan kelak di akhirat. Namun untuk kepribadian, harapan balasan atas perbuatan kita biasanya dapat dirasakan langsung di dunia. Hasil pengujian statistik di atas menunjukkan bahwa kepribadian seseorang dapat mempengaruhi minatnya untuk menabung. Sehingga dapat diartikan bahwa semakin baik kepribadian masyarakat maka cenderung berkeinginan untuk menabung.

## **SIMPULAN**

- a. Secara simultan variabel independen yang terdiri dari literasi keuangan syariah, *product knowledge* dan *religiusitas* berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen yaitu minat menabung masyarakat.
- b. Variabel literasi keuangan syariah secara parsial berpengaruh signifikan dan positif terhadap minat menabung masyarakat.
- c. Variabel *product knowledge* secara parsial berpengaruh signifikan dan positif terhadap minat menabung masyarakat.
- d. Variabel *religiusitas* secara parsial berpengaruh signifikan dan positif terhadap minat menabung masyarakat.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Adiwarman A. Karim, *Bank Islam Analisis Fiqih dan Keuangan* (Jakarta: PT RAJA GRAFINDO PERSADA, Edisi Kelima, Cet Ke- 10, 2014), 25.
- Assegaf. (2021). *Pengaruh pengetahuan produk dan kepercayaan masyarakat jakarta terhadap minat menabung pada bank syariah Indonesia*. Skripsi program studi keuangan dan perbankan syariah Politeknik Negeri Jakarta 2021.
- Akmal, R. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Menabung Masyarakat di Bank Syariah (Studi Kasus Masyarakat Kota Bandung Kelurahan Tamansari). *Jurnal Ilmiah*, 2(2), 1-16.
- Bismihayati. (2020). *Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Desa Gobah Menabung di BMT Marwah Danau Bingkuang*. <http://repository.uin-suska.ac.id/30683/>
- Dahlia, M. (2020). *Pengaruh Tingkat Literasi Keuangan Syariah Terhadap Keputusan Menggunakan Lembaga Keuangan Syariah (Studi Pada Dosen Universitas Islam Negeri Ar-Raniry)*. Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam negeri Ar-Raniry Banda Aceh 2020.
- Elsye Rumondang Damnik, Bagaimana Product Knowledge dan Product Involment Memotivasi Konsumen, *Jurnal Humaniora*, 4 (Oktober,2013), 1336.
- Emzir. (2012). *Metodelogi pendidikan kuantitatif dan kualitatif*. Bandung: Raja Grafindo Persada
- Hakim FW. (2020). Pengaruh pengetahuan dan religiusitas terhadap minat nasabah menggunakan produk bank syariah (studi kasus bank syariah mandiri

- kantor cabang Bandar Lampung tahun 2019). Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.
- Hasibuan, F. U., & Wahyuni, R. (2020). Pengaruh Pengetahuan Masyarakat dan Minat Penerapan Nilai Islam Terhadap Keputusan Menggunakan Tabungan Perbankan Syariah (Studi kasus masyarakat Kota Langsa). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(1). <https://doi.org/10.29040/jiei.v6i1.790>
- Jalaluddin. (2004). "Psikologi Agama". Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Lestari, N. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Mahasiswa terhadap Minat Menabung di Bank Syariah dalam perspektif Ekonomi Islam). Vol. 87, Issue 1,2).
- Lucky Nugroho, *Bank Syariah Dan Dinamika Financial Technology (Fintek) pada era revolusi industri 4.0* (Bandung: Widina Bhakti Persada, 2020).
- Mardiana *et al.*, (2021). Analisis Religiusitas terhadap minat menabung di bank syariah kota Pekanbaru. Vol. 4 No. 2.
- Masyithoh, *Analisis Normatif Undang-undang No.1 Tahun 2013 Tentang Lembaga Keuangan Mikro (LKM) atas Status Badan Hukum dan Pengawasan Baitul Maal Wat Tamwil (BMT)*. Diakses pada 20 Maret 2023 dari <https://journal.walisongo.ac.id/index.php/economica/article/view/768>
- Merdeka.com. 2022. LPS: Minat Menabung dan Investasi Masyarakat Meningkatkan dalam 2 Tahun. <https://www.merdeka.com/uang/lps-minat-menabung-dan-investasi-masyarakat-meningkat-dalam-2-tahun.html> diakses pada tanggal 23 Maret 2023.
- Miftahuddin. (2022). Pengaruh Tingkat Literasi Keuangan Syariah terhadap Minat Menabung pada Perbankan Syariah (Studi pada Masyarakat Pesisir di kabupaten Pidie). In *Braz Dent J.* (Vol. 33, Issue 1).
- Muhammad Ridwan, *Manajemen Baitul Maal Wa Tamwil* (Yogyakarta: UII Press, 2004), 126.
- Muhammad Zubair Mughal, CEO Al Huda Center of Islamic Banking and Economics, internasional Conference "Empowering SMEs for Financial Inclusion and Growth", (Jakarta: 2014).
- Ningrum, Indah Asrowati. (2018). *Analisis Faktor Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Pelaku UMKM Kota Makasar*. Skripsi Fakultas Ekonomi Yogyakarta 2018.
- Nurlaeli, I. (2017). Pengaruh Faktor Budaya, Psikologi, Pelayanan, Promosi dan Pengetahuan tentang Produk terhadap Keputusan nasabah memilih BPRS di Banyumas. *ISLAMADINA*, 18(2), 75. <https://doi.org/10.30595/islamadina.v18i2.1922>
- Otoritas Jasa Keuangan, *Siaran Pers, OJK : Indeks Literasi dan Keuangan Inklusi Keuangan dalam* <http://www.ojk.go.id> diakses pada tanggal 20 Maret 2023.
- Otoritas Jasa Keuangan "Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan 2019" Jakarta: Indeks Literasi dan Inklusi Keuangan Nasional.
- Otoritas Jasa Keuangan "Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan 2022" Jakarta: Indeks Literasi dan Inklusi Keuangan Nasional.
- Sahlan, Asmaun. 2012. "Religiusitas Perguruan Tinggi: Potret Tradisi Kragaman di Perguruan Tinggi Islam". Malang: UIN Maliki Press.
- Samsul, & Ismawati. (2020). Tingkat pemahaman mahasiswa terhadap produk-produk perbankan syariah. *Al-Mashrafiyah: Jurnal Ekonomi, Keuangan dan Perbankan Syariah*, 4, 67-78.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta, 2015.
- Wahyu. (2019). *Analisis Tingkat Literasi Keuangan Syariah Masyarakat Kota Banda Aceh*. Skripsi

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam negeri Ar-Raniry Banda Aceh  
2019.

Yustika, S. (2020). *Pengaruh Tingkat Literasi Keuangan Syariah Terhadap Pemahaman Masyarakat Dalam Bertransaksi Di Bank Syariah (Studi di Kecamatan Pulau Banyak Barat)*. Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh 2020