

Pengaruh Literasi Keuangan Syariah dan Persepsi terhadap Minat Menggunakan Produk Bank Syariah

Dicky Fauzi Firdaus^{1*}, O Rahmat Hidayat²

^{1,2}Universitas Islam Al-Ihya Kuningan, Indonesia

*Corresponding Author: df.firdaus.20@gmail.com

ARTICLE INFO

Article history:

Received: Agustus 2026

Revised: Agustus 2026

Accepted: September 2026

Available online

September 2026

Kata Kunci:

Literasi Keuangan
Syariah, Persepsi,
Minat Menggunakan,
Bank Syariah,
Masyarakat Kabupaten
Ciamis

Keywords:

Sharia Financial
Literacy, Perception,
Intention to Use,
Sharia Bank, Ciamis
Regency Community

DOI:

[https://doi.org/10.xxxx/
joifin.xxxx](https://doi.org/10.xxxx/joifin.xxxx)

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh pentingnya pemahaman dan penilaian positif masyarakat terhadap perbankan syariah sebagai pendorong utama dalam meningkatkan inklusi keuangan syariah di daerah. Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh Literasi Keuangan Syariah dan Persepsi secara parsial maupun simultan terhadap Minat Menggunakan Produk Bank Syariah pada masyarakat di Kabupaten Ciamis. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan desain eksplanatori melalui analisis regresi linear berganda, yang didasarkan pada data primer melalui wawancara terstruktur dengan teknik *saturated sampling* (sampel jenuh) sebanyak 100 responden masyarakat usia produktif di Kabupaten Ciamis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial, literasi keuangan syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan produk bank syariah, dan persepsi juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan produk bank syariah. Selain itu, kedua variabel tersebut secara bersama-sama (simultan) mampu menjelaskan variasi tingkat minat masyarakat sebesar 72,7%. Simpulan dari penelitian ini menegaskan bahwa peningkatan literasi keuangan syariah yang didukung oleh persepsi yang positif dan transparan akan secara signifikan mendorong minat masyarakat dalam memilih dan memanfaatkan produk perbankan syariah.

ABSTRACT

This study is motivated by the importance of public understanding and positive perception of Islamic banking as a primary driver in enhancing regional Islamic financial inclusion. This study aims to examine and analyze the influence of Sharia Financial Literacy and Perception both individually and simultaneously on the Intention to Use Sharia Bank Products among the community in Ciamis Regency. A quantitative research method was employed using an explanatory design through multiple linear regression analysis, based on primary data collected via structured interviews using a saturated sampling technique involving 100 productive-age respondents in Ciamis Regency. The results indicate that, partially, sharia financial literacy has a positive and significant effect on the intention to use sharia bank products, and perception also has a positive and significant effect on the intention to use sharia bank products. Furthermore, these two variables collectively (simultaneously) explain 72.7% of the variation in public intention levels. The study concludes that enhancing sharia financial literacy supported by positive and transparent perceptions will significantly boost public interest in choosing and utilizing Islamic banking products.

PENDAHULUAN

Perekonomian global dalam beberapa tahun terakhir dihadapkan pada ketidakpastian makroekonomi yang menuntut ketahanan sektor keuangan di berbagai negara (Mustari, 2026). Dalam struktur ekonomi modern, industri keuangan syariah diakui sebagai salah satu pilar alternatif yang strategis, yang tidak hanya menawarkan stabilitas sistemik tetapi juga berkontribusi signifikan terhadap inklusi keuangan serta pertumbuhan ekonomi secara luas (Julianti, 2025). Dinamika bisnis dan perbankan yang semakin kompetitif memaksa lembaga keuangan untuk terus memperluas jangkauan pasar agar mampu bertahan dan berkembang di tengah fluktuasi ekonomi nasional maupun global (Qolbiyah, 2026).

Peran strategis tersebut juga tercermin jelas di tingkat nasional. Di Indonesia, pengembangan industri keuangan syariah menjadi fondasi penting dalam memperkuat arsitektur keuangan nasional karena mampu menjangkau berbagai lapisan masyarakat serta mendorong pemerataan ekonomi (Nurazizah, 2025). Berdasarkan Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah, sektor ini mendapat perhatian khusus agar tumbuh secara berkesinambungan. Namun, dalam implementasinya, tingkat pemanfaatan atau penetrasi produk bank syariah di tengah masyarakat secara umum sering kali dihadapkan pada kompleksitas perilaku, seperti tingkat pemahaman yang belum merata serta berbagai persepsi masyarakat terhadap operasional perbankan syariah (Pangestuti, 2026).

Fenomena di lapangan menunjukkan bahwa minat masyarakat dalam memilih dan menggunakan produk bank syariah sangat ditentukan oleh sejauh mana pemahaman literasi keuangan serta bagaimana persepsi mereka terhadap layanan tersebut. Sebagaimana dikemukakan oleh Fatmawati (2026), minat menggunakan produk keuangan merupakan wujud dari kecenderungan perilaku konsumen yang didorong oleh pengetahuan dan evaluasi kognitif terhadap suatu produk. Pendapat ini diperkuat oleh Franola (2026) yang menyatakan bahwa tingkat literasi keuangan syariah yang memadai mampu meningkatkan kepercayaan nasabah untuk beralih menggunakan layanan keuangan berbasis prinsip syariah. Lebih lanjut, Rachmadanti (2025) menegaskan bahwa keputusan finansial masyarakat menuntut keseimbangan proporsional antara pemahaman yang benar (*financial literacy*) dan persepsi positif terhadap keunggulan layanan.

Selain aspek literasi dan persepsi, tantangan klasik yang sering dihadapi oleh lembaga perbankan syariah dalam skala nasional maupun daerah adalah masih adanya kesenjangan informasi (*information asymmetry*) di kalangan masyarakat awam. Oleh karena itu, penguatan edukasi keuangan syariah menjadi alternatif solusi yang krusial. Menurut Habibullah (2026), pemahaman mendalam tentang prinsip bagi hasil terbukti mampu memberikan rasa keadilan yang lebih tinggi dibandingkan sistem konvensional. Pendapat senada disampaikan oleh Anggella (2026) yang menyatakan bahwa persepsi positif terhadap transparansi dan akuntabilitas tata kelola bank syariah merupakan pendorong utama minat nasabah. Dalam konteks ekonomi lokal, Guntari (2025) mendefinisikan literasi syariah sebagai instrumen pencerdasan finansial yang dirancang

untuk mendongkrak inklusi keuangan sektor riil. Diperkuat oleh Tauhid (2025), pemahaman yang baik mengenai akad syariah mampu mereduksi keraguan dan stigma negatif yang kerap melemahkan minat masyarakat. Dina (2026) menambahkan bahwa inklusi keuangan yang didasari literasi memadai mempercepat akselerasi penetrasi pasar syariah, sementara Junaedi (2023) menyatakan bahwa persepsi terhadap fleksibilitas layanan memberikan rasa aman psikologis bagi nasabah dalam memilih produk perbankan.

Permasalahan dan teori tersebut kemudian terimplementasi secara nyata dalam lingkup yang lebih spesifik, yakni pada kondisi empiris di Kabupaten Ciamis. Pertumbuhan jumlah penduduk dan aktivitas ekonomi yang masif di wilayah ini ternyata dibarengi dengan tantangan masih terbatasnya tingkat literasi keuangan syariah dan variasi persepsi masyarakat terhadap layanan perbankan syariah, sehingga berdampak langsung pada tingkat minat menggunakan produk bank syariah. Berdasarkan Data Kantor Perwakilan Bank Indonesia dan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) serta Dinas Terkait Kabupaten Ciamis Tahun 2025, jumlah penduduk usia produktif yang potensial menjadi nasabah tercatat sebanyak 1.450 jiwa/unit sampel, yang terdistribusi ke dalam beberapa wilayah kecamatan dan tingkat pemanfaatan produk bank syariah, sebagaimana disajikan pada Tabel 1 berikut.

Tabel 1. Jumlah Sampel Penduduk/Nasabah, Tingkat Literasi Keuangan Syariah, Persepsi, dan Penggunaan Produk Bank Syariah di Kabupaten Ciamis Berdasarkan Wilayah/Sektor (Tahun 2025)

Wilayah / Sektor Pengamatan	Jumlah Populasi / Sampel (Unit/Orang)	Rata-rata Skor Literasi Keuangan Syariah (Skala 1-100)	Rata-rata Skor Persepsi Positif (Skala 1-100)	Menggunakan Produk Bank Syariah (Orang/Unit)
Kecamatan Ciamis Kota	620	78,5	80,2	240
Kecamatan Kawali & Panumbangan	450	65,0	68,4	190
Kecamatan Banjarsari & Padaherang	230	54,2	57,6	85
Kecamatan Rancah & Cisaga	150	48,0	51,0	55
Jumlah / Total	1.450	245,7 (Rata ² : 61,4)	257,2 (Rata ² : 64,3)	570

Sumber: Data Olahan Penelitian dan Instansi Terkait Kabupaten Ciamis, 2025

Berdasarkan Tabel 1, sebaran tingkat literasi dan persepsi di Kabupaten Ciamis menunjukkan variasi yang cukup signifikan, di mana wilayah perkotaan (Ciamis Kota) memiliki skor literasi dan persepsi yang lebih tinggi dibandingkan wilayah perdesaan. Dari total 1.450 sampel, baru sekitar 570 orang (39,31%) yang menunjukkan minat nyata dan menggunakan produk bank syariah, sementara sisanya belum memanfaatkan layanan perbankan syariah. Data tersebut mengindikasikan perlunya analisis mendalam mengenai sejauh mana pengaruh literasi keuangan syariah dan persepsi masyarakat terhadap minat menggunakan produk bank syariah di daerah tersebut.

Kesenjangan antara potensi perbankan syariah dengan realisasi minat masyarakat memunculkan urgensi untuk menguji keterkaitan antarvariabel secara statistik. Penelitian kuantitatif ini difokuskan untuk menguji hubungan kausal dan signifikansi pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat melalui judul: "Pengaruh Literasi Keuangan Syariah dan Persepsi terhadap Minat Menggunakan Produk Bank Syariah pada Masyarakat di Kabupaten Ciamis".

Berdasarkan latar belakang di atas, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: 1) Seberapa besar pengaruh literasi keuangan syariah terhadap minat menggunakan produk bank syariah pada masyarakat di Kabupaten Ciamis? 2) Seberapa besar pengaruh persepsi terhadap minat menggunakan produk bank syariah pada masyarakat di Kabupaten Ciamis? 3) Seberapa besar pengaruh literasi keuangan syariah dan persepsi secara simultan terhadap minat menggunakan produk bank syariah pada masyarakat di Kabupaten Ciamis?.

METODE PENELITIAN

Pendekatan dan Rancangan Penelitian

Studi ini mengadopsi pendekatan kuantitatif dengan desain eksplanatori (*explanatory research*) yang diarahkan untuk menguji pola hubungan serta menganalisis pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Rancangan analisis utama yang diterapkan adalah Analisis Regresi Linier Berganda melalui perangkat lunak statistik IBM SPSS. Desain ini memungkinkan peneliti untuk mengukur seberapa besar pengaruh langsung maupun tidak langsung antara Literasi Keuangan Syariah dan Persepsi terhadap Minat Menggunakan Produk Bank Syariah pada Masyarakat di Kabupaten Ciamis berdasarkan data hasil wawancara terstruktur periode 2025/2026.

Populasi dan Sampel

- 1. Populasi
Seluruh masyarakat usia produktif di Kabupaten Ciamis yang memiliki karakteristik atau potensi sebagai pengguna layanan perbankan syariah.
- 2. Sampel dan Teknik Sampling
Jumlah sampel ditetapkan pada kelompok masyarakat usia produktif di Kabupaten Ciamis yang memenuhi kriteria penelitian. Pendekatan penarikan sampel menggunakan metode *Saturated Sampling* (sampel jenuh), di mana seluruh elemen populasi yang memenuhi kriteria pengamatan digunakan sebagai responden penelitian untuk dimintai keterangan melalui sesi wawancara.

Definisi Operasional Variabel

Variabel-variabel yang diteliti diukur berdasarkan indikator penelitian yang dijabarkan ke dalam instrumen wawancara berstruktur dan dikuantifikasikan ke dalam bentuk skor angka.

Tabel 2. Definisi Operasional Variabel

No.	Variabel	Konsep Operasional	Indikator	Skala Ukur
1.	Literasi Keuangan Syariah (X1)	Tingkat pemahaman, pengetahuan, keyakinan, serta	1. Pemahaman prinsip bagi hasil.	Likert

		keterampilan masyarakat terhadap prinsip dasar, produk, dan mekanisme operasional perbankan syariah.	2. Pengetahuan produk bank syariah. 3. Kesadaran manfaat layanan keuangan syariah.	
2.	Persepsi (X2)	Penilaian kognitif, pandangan, dan sikap masyarakat terhadap keunggulan, transparansi, serta kualitas layanan produk bank syariah.	1. Pandangan terhadap kemudahan layanan. 2. Penilaian transparansi operasional. 3. Keyakinan terhadap keamanan dan kehalalan produk.	Likert
3.	Minat Menggunakan Produk Bank Syariah (Y)	Kecenderungan perilaku, keinginan, dan kesiapan masyarakat untuk memilih serta memanfaatkan produk dan layanan perbankan syariah.	1. Keinginan untuk membuka rekening/produk. 2. Ketertarikan memanfaatkan layanan secara rutin. 3. Niat merekomendasikan produk bank syariah kepada orang lain.	Likert

Jenis dan Sumber Data

1. Jenis Data

Menggunakan data kuantitatif yang bersumber dari hasil konversi jawaban wawancara terstruktur (skala numerik) mengenai literasi keuangan syariah, persepsi, serta minat menggunakan produk bank syariah di Kabupaten Ciamis.

2. Sumber Data

- Data Primer: Diperoleh secara langsung dari responden (masyarakat usia produktif di Kabupaten Ciamis) melalui proses wawancara langsung menggunakan pedoman wawancara/kuesioner terstruktur.
- Data Sekunder: Diperoleh dari literatur, jurnal terdahulu, publikasi instansi terkait, atau laporan lembaga keuangan sebagai data pendukung penelitian.

Teknik Pengumpulan Data

Prosedur perolehan data ditempuh melalui beberapa tahapan sistematis:

- Studi Kepustakaan: Menelaah literatur, buku referensi, dan artikel jurnal terdahulu untuk merumuskan landasan teoretis serta menyusun instrumen atau pedoman wawancara.
- Wawancara (*Interview*): Melakukan pengumpulan data primer dengan cara tanya jawab langsung kepada responden (masyarakat usia produktif di Kabupaten Ciamis) berdasarkan daftar pertanyaan/indikator yang telah disiapkan. Jawaban dari responden kemudian diberi skor/nilai kuantitatif.
- Tabulasi Data: Melakukan penyusunan, pengkodean (*coding*), dan memasukkan data hasil wawancara yang telah diangkakan ke dalam lembar kerja (*Data View*) perangkat lunak statistik IBM SPSS.

Rancangan dan Teknik Analisis Data

Pengolahan data empiris dilakukan menggunakan program bantu statistik IBM SPSS melalui tahapan pengujian sebagai berikut:

- Uji Instrumen Penelitian (Validitas dan Reliabilitas):
 - Uji Validitas: Digunakan untuk menguji apakah daftar pertanyaan dalam pedoman wawancara mampu mengukur variabel dengan benar (menggunakan

- korelasi *Pearson Product Moment*, syarat $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$ atau signifikansi $< 0,05$).
- b. Uji Reliabilitas: Digunakan untuk menguji tingkat konsistensi dan keandalan instrumen wawancara (dilihat dari nilai *Cronbach's Alpha* $> 0,60$ atau $> 0,70$).
2. Analisis Deskriptif:
 Digunakan untuk mendeskripsikan karakteristik data responden serta melihat nilai minimum, maksimum, rata-rata (*mean*), dan standar deviasi dari masing-masing variabel penelitian (X1, X2, dan Y).
 3. Uji Asumsi Klasik:
 Sebelum melakukan uji regresi berganda, dilakukan pengujian asumsi klasik yang mencakup:
 - a. Uji Normalitas: Menguji apakah nilai residual berdistribusi normal (menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov* dengan nilai signifikansi $> 0,05$).
 - b. Uji Multikolinearitas: Memastikan tidak ada korelasi antarvariabel independen (dilihat dari nilai *Tolerance* $> 0,10$ dan *VIF* < 10).
 - c. Uji Heteroskedastisitas: Menguji apakah terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain (diuji menggunakan *Uji Glejser* dengan nilai signifikansi $> 0,05$).
 4. Analisis Regresi Linier Berganda:
 Digunakan untuk menguji pengaruh variabel Literasi Keuangan Syariah (X1) dan Persepsi (X2) terhadap Minat Menggunakan Produk Bank Syariah (Y).
 5. Uji Hipotesis dan Koefisien Determinasi:
 - a. Uji Koefisien Determinasi (R^2): Mengukur seberapa besar kemampuan model regresi dalam menjelaskan variasi variabel dependen.
 - b. Uji Simultan (Uji F): Menguji apakah variabel Literasi Keuangan Syariah (X1) dan Persepsi (X2) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Minat Menggunakan Produk Bank Syariah (Y) dengan kriteria nilai signifikansi $F < 0,05$.
 - c. Uji Parsial (Uji t): Menguji pengaruh masing-masing variabel independen secara individual terhadap variabel dependen berdasarkan nilai signifikansi $t < 0,05$.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk mengetahui karakteristik penyebaran data responden pada variabel Literasi Keuangan Syariah, Persepsi, dan Minat Menggunakan Produk Bank Syariah. Rincian hasil olah data statistik deskriptif disajikan pada Tabel 1 di bawah ini

Tabel 3. Hasil Analisis Deskriptif Variabel Penelitian

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X1	100	4	15	10.60	2.995
X2	100	4	15	10.42	3.254
Y	100	4	15	10.07	3.023

Valid N (listwise)	100			
--------------------	-----	--	--	--

Sumber: Data primer diolah menggunakan SPSS (2026).

Berdasarkan Tabel 3, analisis deskriptif mendeskripsikan karakteristik data responden dengan rincian nilai minimum, maksimum, rata-rata (*mean*), dan standar deviasi dari masing-masing variabel penelitian (X₁, X₂, dan Y) untuk jumlah sampel N = 100.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Tabel 4. Hasil Uji Normalitas (Kolmogorov-Smirnov)

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			Unstandardized Residual
N			100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean		.0000000
	Std. Deviation		1.57826111
Most Extreme Differences	Absolute		.062
	Positive		.053
	Negative		-.062
Test Statistic			.062
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c			.200 ^d
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^e	Sig.		.455
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.442
		Upper Bound	.468

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

e. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 2000000.

Sumber: Data primer diolah menggunakan SPSS (2026).

Berdasarkan Tabel 4, uji normalitas menggunakan Kolmogorov-Smirnov menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,200 (karena > 0,05), yang berarti nilai residual terbukti berdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Tabel 5. Hasil Uji Multikolinearitas

		Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients				
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	2.075	.341		6.079	.000		
	X1	-.013	.042	-.041	-.299	.765	.511	1.957
	X2	-.063	.038	-.226	-1.649	.102	.511	1.957

a. Dependent Variable: ABS_RES

Sumber: Data primer diolah menggunakan SPSS (2026).

Berdasarkan Tabel 5, nilai *Tolerance* untuk variabel X₁ dan X₂ adalah 0,511 (> 0,10) dan nilai VIF sebesar 1,957 (< 10), yang memastikan tidak ada korelasi antarvariabel independen (bebas multikolinearitas).

Uji Heteroskedastisitas

Tabel 6. Hasil Uji Heteroskedastisitas (Uji Glejser)

		Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics
		B	Std. Error	Beta			Tolerance VIF
1	(Constant)	2.075	.341		6.079	.000	
	X1	-.013	.042	-.041	-.299	.765	.511 1.957
	X2	-.063	.038	-.226	-1.649	.102	.511 1.957

a. Dependent Variable: ABS_RES

Sumber: Data primer diolah menggunakan SPSS (2026).

Deskripsi: Berdasarkan Tabel 6, hasil uji Glejser menunjukkan nilai signifikansi untuk X1 sebesar 0,765 dan X2 sebesar 0,102 (keduanya > 0,05), sehingga tidak terjadi ketidaksamaan varian residual (tidak terjadi heteroskedastisitas).

Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 7. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

		Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics
		B	Std. Error	Beta			Tolerance VIF
1	(Constant)	.731	.611		1.196	.234	
	X1	.397	.075	.393	5.304	.000	.511 1.957
	X2	.492	.069	.530	7.146	.000	.511 1.957

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data primer diolah menggunakan SPSS (2026).

Berdasarkan Tabel 7, analisis regresi linier berganda digunakan untuk menguji pengaruh Literasi Keuangan Syariah (X1) dan Persepsi (X2) terhadap Minat Menggunakan Produk Bank Syariah (Y). Persamaan regresinya dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = 0,731 + 0,397X_1 + 0,492X_2$$

Keterangan: Y adalah Minat Menggunakan Produk Bank Syariah, 0,731 adalah Konstanta, 0,397 dan 0,492 adalah koefisien regresi masing-masing variabel independen, serta X1 (Literasi Keuangan Syariah) dan X2 (Persepsi).

5. Uji Hipotesis dan Koefisien Determinasi

Tabel 8. Hasil Uji Hipotesis (Uji F, Uji t, dan Koefisien Determinasi R²)

ANOVA ^a					
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F Sig.
1	Regression	657.910	2	328.955	129.394 .000 ^b
	Residual	246.600	97	2.542	
	Total	904.510	99		

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X2, X1

Sumber: Data primer diolah menggunakan SPSS (2026).

Berdasarkan Tabel 8:

- Uji Koefisien Determinasi (R²): Memperoleh nilai *R Square* sebesar 0,727, yang berarti kemampuan model regresi dalam menjelaskan variasi variabel dependen adalah sebesar 72,7%.

- b. Uji Simultan (Uji F): Menghasilkan nilai *F hitung* 129,394 dengan signifikansi 0,000 ($< 0,05$), membuktikan bahwa variabel Literasi Keuangan Syariah (X1) dan Persepsi (X2) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Minat Menggunakan Produk Bank Syariah (Y).
- c. Uji Parsial (Uji t): Variabel X₁ memperoleh *t hitung* 5,304 (Sig $< 0,05$) dan X₂ memperoleh *t hitung* 7,146 (Sig $< 0,05$), yang menunjukkan bahwa masing-masing variabel independen berpengaruh signifikan secara individual terhadap variabel dependen.

Pembahasan

Pengaruh Literasi Keuangan Syariah terhadap Minat Menggunakan Produk Bank Syariah pada Masyarakat di Kabupaten Ciamis

Literasi keuangan syariah merupakan tingkat pemahaman, pengetahuan, keyakinan, serta keterampilan seseorang terhadap produk, layanan, dan operasional lembaga keuangan syariah. Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda pada Tabel 13, variabel Literasi Keuangan Syariah (X1) memperoleh nilai *t hitung* sebesar 5,304 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 ($< 0,05$) serta koefisien regresi positif sebesar 0,397. Hasil ini membuktikan bahwa secara parsial, literasi keuangan syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan produk bank syariah pada masyarakat di Kabupaten Ciamis.

Secara teoretis, tingginya tingkat literasi keuangan syariah akan mendorong rasionalitas masyarakat dalam memilih instrumen perbankan yang sesuai dengan prinsip syariah, sekaligus mereduksi keraguan atau asimetri informasi terkait produk keuangan Islam. Temuan empiris di lapangan menunjukkan bahwa masyarakat Kabupaten Ciamis yang memiliki pemahaman baik mengenai konsep dasar perbankan syariah seperti terbebas dari unsur riba, gharar, dan maysir cenderung memiliki keyakinan yang lebih kuat untuk memanfaatkan produk dan layanan bank syariah. Dengan demikian, peningkatan edukasi dan literasi keuangan syariah menjadi fondasi strategis dalam menumbuhkan minat serta partisipasi aktif masyarakat di sektor perbankan syariah. Hal ini sejalan dengan pandangan Nugroho, (2026) yang menyatakan bahwa tingkat pemahaman keuangan yang memadai merupakan prasyarat utama peningkatan inklusi keuangan. Pendapat tersebut diperkuat oleh ketiadaan keraguan psikologis dalam pengambilan keputusan ekonomi sebagaimana ditekankan oleh (Mustaqfirin, 2025), serta didukung oleh temuan empiris Hidayah, (2024) yang menegaskan bahwa pengetahuan mendalam tentang akad syariah secara langsung mendorong minat nasabah untuk bertransaksi di lembaga keuangan Islam.

Pengaruh Persepsi terhadap Minat Menggunakan Produk Bank Syariah pada Masyarakat di Kabupaten Ciamis

Persepsi mencakup pandangan, penilaian, atau tanggapan kognitif masyarakat terhadap atribut-atribut yang melekat pada bank syariah, seperti citra institusi, kualitas pelayanan, keunggulan produk, hingga tingkat kepercayaan. Berdasarkan hasil pengujian statistik, variabel Persepsi (X2) memperoleh nilai *t hitung* sebesar 7,146

dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 ($< 0,05$) serta koefisien regresi sebesar 0,492. Hal ini menunjukkan bahwa persepsi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan produk bank syariah.

Kondisi tersebut selaras dengan prinsip perilaku konsumen yang menyatakan bahwa persepsi positif terhadap suatu layanan jasa merupakan prediktor kuat dalam membentuk minat tindakan nyata (behavioral intention). Di Kabupaten Ciamis, ketika masyarakat mempersepsikan bahwa bank syariah mampu memberikan pelayanan yang kompetitif, transparan, adil, dan memberikan kemaslahatan, maka kecenderungan atau minat untuk menggunakan produk perbankan syariah akan semakin meningkat. Persepsi yang baik berfungsi sebagai jembatan psikologis yang meyakinkan nasabah bahwa produk bank syariah tidak hanya bernilai ibadah tetapi juga memenuhi standar profesionalisme yang andal. Pandangan ini dikuatkan oleh Hidayah, (2024) yang menyatakan bahwa proses pembentukan sikap konsumen sangat dipengaruhi oleh persepsi nilai dan kualitas layanan. Selain itu, Habibullah, (2026) menambahkan bahwa citra positif dan penilaian kognitif masyarakat merupakan faktor determinan dalam menumbuhkan loyalitas serta minat adopsi produk perbankan, yang sejalan pula dengan penegasan dari Guntari, (2025) bahwa evaluasi mental yang baik terhadap sistem operasional bank syariah mampu mereduksi hambatan psikologis nasabah.

Pengaruh Literasi Keuangan Syariah dan Persepsi secara Simultan terhadap Minat Menggunakan Produk Bank Syariah pada Masyarakat di Kabupaten Ciamis

Berdasarkan hasil pengujian simultan (Uji F) pada Tabel 14, diperoleh nilai Fhitung sebesar 129,394 dengan tingkat signifikansi 0,000 ($< 0,05$). Hasil ini membuktikan bahwa variabel Literasi Keuangan Syariah (X1) dan Persepsi (X2) secara bersama-sama (simultan) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Menggunakan Produk Bank Syariah (Y) pada masyarakat di Kabupaten Ciamis.

Selain itu, berdasarkan analisis koefisien determinasi, diperoleh nilai R^2 (R Square) sebesar 0,727 atau 72,7%. Angka ini mengindikasikan bahwa kemampuan model regresi dalam menjelaskan variasi perubahan tingkat minat menggunakan produk bank syariah di Kabupaten Ciamis sangat kuat, yakni sebesar 72,7%. Sementara itu, sisa variasi sebesar 27,3% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar model penelitian ini yang tidak diteliti. Secara keseluruhan, sinergi antara pemahaman literasi keuangan syariah yang memadai dan pembentukan persepsi positif masyarakat merupakan determinan komprehensif yang menentukan tinggi rendahnya minat masyarakat dalam memanfaatkan produk perbankan syariah. Integrasi berbagai variabel penjelajah ini menegaskan teori manajemen pemasaran dan perilaku ekonomi sebagaimana dikemukakan oleh Pangestuti, (2026) mengenai kombinasi rangsangan kognitif internal dan eksternal. Teori tersebut diperkuat oleh pemikiran Nurazizah, (2025) yang menyatakan bahwa eksistensi perbankan syariah sangat bergantung pada akumulasi pengetahuan dan citra institusional yang baik, serta didukung oleh kesimpulan riset dari Julianti, (2025) yang mengonfirmasi bahwa simultanitas literasi dan persepsi menjadi motor penggerak utama pertumbuhan pangsa pasar keuangan syariah regional.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Pengaruh Literasi Keuangan Syariah terhadap Minat Menggunakan Produk Bank Syariah: Literasi keuangan syariah secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan produk bank syariah pada masyarakat di Kabupaten Ciamis. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat pengetahuan, pemahaman, dan keterampilan masyarakat mengenai konsep keuangan syariah, maka minat untuk memanfaatkan produk perbankan syariah akan semakin meningkat secara searah.
2. Pengaruh Persepsi terhadap Minat Menggunakan Produk Bank Syariah: Persepsi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan produk bank syariah pada masyarakat di Kabupaten Ciamis. Artinya, pandangan, penilaian, atau tanggapan positif masyarakat terhadap perbankan syariah (baik dari aspek kepercayaan, kemudahan, maupun kesesuaian prinsip) menjadi motor penggerak utama yang mendorong tingginya minat mereka untuk menggunakan produk dan layanan bank syariah.
3. Pengaruh Simultan (Literasi Keuangan Syariah dan Persepsi): Secara bersama-sama (simultan), literasi keuangan syariah dan persepsi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan produk bank syariah pada masyarakat di Kabupaten Ciamis. Berdasarkan koefisien determinasi, kemampuan model regresi dalam menjelaskan variasi naik turunnya minat menggunakan produk bank syariah adalah sebesar 72,7%, sementara sisanya sebesar 27,3% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar model penelitian ini.

Saran

Berdasarkan hasil temuan penelitian dan kesimpulan di atas, beberapa saran yang dapat diajukan adalah sebagai berikut:

1. Bagi Pihak Perbankan Syariah: Diharapkan dapat terus mengintensifkan program edukasi, literasi, dan sosialisasi secara masif kepada masyarakat di Kabupaten Ciamis guna memperluas wawasan, menghilangkan keraguan, serta membangun pemahaman yang mendalam mengenai keunggulan produk-produk perbankan syariah.
2. Bagi Pihak Pengelola Lembaga Keuangan Syariah: Perlu terus menjaga dan meningkatkan kualitas pelayanan, transparansi operasional, serta memperkuat citra merek (*brand image*) agar persepsi positif masyarakat terhadap bank syariah semakin mengakar dan kompetitif dibandingkan sektor konvensional.
3. Bagi Masyarakat Kabupaten Ciamis: Disarankan untuk proaktif menggali informasi serta meningkatkan pemahaman mandiri mengenai layanan keuangan syariah, sehingga kesadaran berkontribusi dalam penguatan ekonomi syariah dapat tumbuh melalui pemanfaatan produk perbankan yang halal dan maslahat.

4. Bagi Peneliti Selanjutnya: Disarankan untuk memperluas cakupan wilayah penelitian, menambah jumlah sampel, atau memasukkan variabel independen tambahan di luar model penelitian ini (seperti tingkat religiusitas, promosi, atau kemudahan teknologi digital) guna memperoleh gambaran yang lebih komprehensif dan mendalam mengenai faktor penentu minat masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggella, P. A. (2026). Analisis peran transparansi audit dalam upaya membangun kepercayaan nasabah bank syariah. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 3(2), 1451–1457. <https://doi.org/10.62710/38vbj20>
- Dina Meiranda. (2026). Analisis mispersepsi masyarakat terhadap bank syariah (studi pada kelurahan rawasari kecamatan alam barajo kota jambi). *Jurnal Icons Islamic Economics Journal*, 3(1), 161–174.
- Fatmawati. (2026). Minat penggunaan peer to peer lending : bukti empiris berbasis kesadaran konsumsi islami & literasi keuangan digital. *Al-Iqtishad: Jurnal Ekonomi*, 18(1), 1–15. <https://doi.org/10.30863/aliqtishad.v18i1.12101>
- Franola, A. (2026). Pengaruh tingkat literasi keuangan syariah dan persepsi kemudahan layanan digital terhadap loyalitas masyarakat dusun iburaja menggunakan tabungan bsi. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Dasar*, 11(September). <https://doi.org/10.23969/jp.v11i03.62871>
- Guntari, P. S. (2025). Pemberdayaan masyarakat desa melalui literasi keuangan syariah dan pengenalan produk bank syariah di desa perkebunan gunung melayu. *Jurnal Pelayanan Dan Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 4(3). <https://doi.org/10.55606/jppmi.v4i2.2204>
- Habibullah. (2026). Model hibrida musyarakah–muzara’ah dalam tradisi paron: analisis sistem bagi hasil pertanian padi di dusun klobungan, pamekasan. *Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 05, 1063–1078. <https://doi.org/10.32806/currency.v5i1.2228>
- Hidayah, N. R. (2024). Efektifitas peningkatan literasi keuangan syariah melalui edukasi akad-akad syariah oleh bprs mandiri mitra sukses gresik di desa ngembob gresik. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 10(03), 2680–2690. <https://doi.org/10.29040/jiei.v10i3.14548>
- Julianti, E. (2025). Strategi penguatan pasar uang dan valuta asing syariah sebagai pilar ekonomi berkelanjutan di indonesia. *Digital Business and Entrepreneurship Journal*, 3(1), 73–82. <https://doi.org/10.25134/digibe.v3i1.197>
- Junaedi, E. (2023). Pengaruh persepsi manfaat, keamanan dan kemudahan terhadap minat nasabah menggunakan layanan. *Islamic Banking & Economic Law Studies*, 2(1), 13–32. <https://doi.org/10.36769/ibest.v2i1.338>
- Mustaqfirin, M. U. (2025). Analisis pengaruh literasi keuangan syari’ah dan religiusitas terhadap minat bertransaksi pada bank syariah dalam perspektif hukum ekonomi islam. *Jurnal Studi Ilmu Keagamaan Islam*, 6(2), 651–661. <https://doi.org/10.58401/salimiya.v6i2.2400>
- Mustari, N. H. (2026). Peran apbn terhadap ketahanan ekonomi indonesia ditengah ketidakpastian ekonomi global dan pengelolaan utang negara. *Jurnal Jumanis-Baja*, 08(1), 60–76. <https://doi.org/10.47080/jmb.v8i1.4249>
- Nugroho, F. A. (2026). Peran literasi keuangan dan inklusi keuangan terhadap pertumbuhan usaha mikro dan kecil di kabupaten ngawi. *Jurnal Publikasi Ilmu*

- Manajemen Dan E-Commerce*, 5(2). <https://doi.org/10.30640/digital.v5i2.6451>
- Nurazizah, T. (2025). Peran fintech syariah dalam mendorong pertumbuhan ekonomi umat di era digitalisasi keuangan. *Jurnal Riset Ilmiah*, 4(10), 2737–2749. <https://doi.org/10.55681/sentri.v4i10.4768>
- Pangestuti, D. T. (2026). Persepsi dan perilaku nasabah terhadap prinsip syariah dalam produk dan layanan bank syariah. *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen*, 5(1). <https://doi.org/10.58192/ebismen.v5i1.3902>
- Qolbiyah, F. Z. L. (2026). Strategi penguatan perbankan syariah melalui resiliansi, inovasi dan transformasi digital di tengah dinamika ekonomi. *Jurnal Riset Multidisiplin Edukasi*, 3(7), 614–629. <https://doi.org/10.71282/jurmie.v3i7.2400>