

Analisis Pengaruh Literasi Keuangan, Persepsi Masyarakat, Kepercayaan, Religiusitas dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Masyarakat Menjadi Nasabah Bank Syariah Indonesia Di Kabupaten Jember

Sri Dewi Rofiatul Hasanah^a, Wiwik Fitria Ningsih^b, Ratih Rakhmawati^c.

^a Institut Teknologi dan Sains Mandala, sridewirofiatulhasanah@gmail.

^b Institut Teknologi dan Sains Mandala, wiwik@itsm.ac.id

^c Institut Teknologi dan Sains Mandala, ratih@itsm.ac.id

INFO ARTIKEL

Riwayat Artikel:

Artikel Dikirim
Revisi
Artikel Diterima

Keywords:

*Financial Knowledge,
Perspective, Belief, Influence,
Will*

Kata Kunci:

Pengetahuan Keuangan,
Sudut pandang,
Keyakinan, Pengaruh,
Kehendak.

ABSTRACT

This research aims to determine and analyze the influence of financial literacy or knowledge, community perception or point of view, beliefs or hopes, religiosity or beliefs, and the social environment on people's interest in becoming customers of Bank Syariah Indonesia in Jember Regency. The type of research used is quantitative research. The sample in this study numbered 100, namely Jember people who live in Kaliwates, Summersari and Patrang sub-districts. Data collection was carried out by distributing questionnaires. Data analysis used in this research used validity tests, reliability tests, normality tests, multicollinearity, heteroscedasticity, simultaneous F tests, coefficient of determination, and t test results. The results of this research simultaneously influence the variables of financial literacy, public perception, trust, religiosity and social environment on interest in becoming a customer of Bank Syariah Indonesia. The variables financial literacy, public perception and social environment partially have a significant positive effect on people's interest in becoming customers of Bank Syariah Indonesia. Meanwhile, trust and religiosity partially have no effect on people's interest in becoming customers of Bank Syariah Indonesia

A B S T R A K

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh literasi atau pengetahuan keuangan, persepsi atau sudut pandang masyarakat, kepercayaan atau harapan, religiusitas atau keyakinan dan lingkungan sosial terhadap minat masyarakat menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia

di Kabupaten Jember. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 100, yakni masyarakat Jember yang berdomisili di kecamatan Kaliwates, Sumbersari dan Patrang. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas, uji F simultan, koefisien determinasi, dan hasil uji t. Hasil penelitian ini secara simultan variabel literasi keuangan, persepsi masyarakat, kepercayaan, religiusitas, dan lingkungan sosial berpengaruh secara simultan terhadap minat masyarakat menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia. Variabel literasi keuangan, persepsi masyarakat dan lingkungan sosial secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia. Sedangkan kepercayaan dan religiusitas secara parsial tidak berpengaruh terhadap minat masyarakat menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia

PENDAHULUAN

PENDAHULUAN

Fenomena yang terjadi, tidak sedikit masyarakat Indonesia yang masih enggan menggunakan Bank Syariah. Masyarakat enggan beralih dari Bank Konvensional ke Bank Syariah. Hal tersebut juga terjadi di kota Jember, Jawa Timur. Hal ini berdasarkan data yang diperoleh, menunjukkan perbandingan jumlah masyarakat Jember usia produktif dengan jumlah nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) di Kabupaten Jember. Jumlah masyarakat Jember usia produktif berjumlah 1,8 juta jiwa, sedangkan jumlah nasabah Bank Syariah Indonesia di Kabupaten Jember berjumlah 2.578 jiwa (2023). Angka tersebut sangat jauh sekali, menunjukkan bahwa masih sedikit masyarakat Jember yang menjadi nasabah BSI.

Hal ini terjadi disebabkan karena salah satunya oleh rendahnya tingkat literasi keuangan. Literasi keuangan memainkan peran penting dalam pengambilan keputusan keuangan masyarakat, termasuk dalam penggunaan produk perbankan syariah. Dengan tingkat literasi keuangan yang tinggi, masyarakat akan lebih memahami prinsip-prinsip dasar keuangan, produk yang tersedia, dan bagaimana memilih yang paling sesuai dengan kebutuhan serta nilai-nilai mereka.

Peningkatan literasi keuangan dapat membantu masyarakat memahami manfaat serta keunggulan perbankan syariah, seperti sistem yang bebas riba dan berbasis pada prinsip keadilan. Edukasi yang memadai tentang produk-produk

tersebut akan mendorong masyarakat untuk lebih percaya diri dalam mengambil keputusan yang tepat, sehingga mereka dapat memanfaatkan keuangan mereka dengan lebih efektif dan mendukung kesejahteraan jangka panjang. Oleh sebab itu, literasi keuangan akan erat kaitannya dengan keputusan masyarakat Jember untuk menggunakan produk perbankan syariah.

Faktor lain yang mempengaruhi minat masyarakat menjadi nasabah bank syariah di Kabupaten Jember adalah pandangan atau persepsi masyarakat. Tidak sedikit masyarakat yang masih memiliki persepsi bahwa tidak ada perbedaan yang signifikan antara bank konvensional dengan bank syariah, hanya keduanya menggunakan istilah berbeda. Persepsi itu muncul karena kurangnya pemahaman masyarakat terhadap kegiatan jasa keuangan. Persepsi merupakan proses dimana individu mengatur dan menginterpretasikan kesan-kesan sensoris mereka guna memberikan arti bagi lingkungan mereka. Persepsi masyarakat Jember terhadap bank syariah juga kurang antusias. Masyarakat menerima kehadiran bank syariah, namun kurang responsif. Responsif dalam artian berminat menjadi nasabah bank syariah.

Kepercayaan juga salah satu faktor yang mempengaruhi minat masyarakat menjadi nasabah bank syariah. Kepercayaan sebagai keyakinan suatu pihak untuk menerima tindakan dari pihak lain berdasarkan pengharapan bahwa pihak lain tersebut akan melakukan suatu tindakan tertentu yang penting bagi pihak yang memberikan kepercayaan. Keyakinan yang dimiliki oleh masyarakat Muslim kepada Bank Syariah dapat dijadikan faktor utama untuk kunci sebagai minat utama menjadi Nasabah dari Bank Syariah. Dalam hal ini, kepercayaan akan muncul apabila ada aktivitas atau kegiatan bank syariah yang dapat memikat minat masyarakat untuk menjadi nasabah.

Faktor religiusitas juga berpengaruh terhadap minat masyarakat menjadi nasabah bank syariah. Religiusitas berarti seberapa jauh pengetahuan, seberapa kokoh keyakinan, seberapa pelaksanaan ibadah dan akidah dan seberapa dalam penghayatan atas agama yang dianut. Pada bidang syariah, semakin tinggi tingkat religiusitas seseorang akan menyebabkan ia melakukan transaksi yang dibenarkan syariat serta menghindari hal yang dilarang syariat, seperti memutuskan untuk menjadi nasabah di Bank Syariah untuk menghindari transaksi konvensional yang banyak mengandung riba.

Lingkungan sosial juga menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi minat masyarakat menjadi nasabah bank syariah. Dimana setiap individu dan lainnya yang saling mempengaruhi dalam kehidupan sehari-hari. Didalam lingkungan

tersebut, manusia membentuk kelompok sosial sebagai upaya mempertahankan hidup juga mengembangkan kehidupan. Indikator lingkungan sosial adalah lingkungan keluarga atau lingkungan pertama, lingkungan sekolah atau lingkungan kedua, lingkungan masyarakat atau lingkungan ketiga.

Apabila banyak dari anggota keluarga yang menggunakan bank konvensional, maka akan mempengaruhi minat menjadi nasabah bank syariah. Bisa jadi peluang, bisa jadi hambatan untuk bank syariah. Jika seseorang hidup dalam keluarga harmonis dan patuh orang tua, dorongan pergaulan di lingkungan sekolah memotivasi agar menggunakan bank syariah, serta lingkungan yang cenderung menggunakan bank syariah, maka akan mempengaruhi minat untuk menjadi nasabah bank syariah di Kabupaten Jember.

Berdasarkan pemaparan yang telah dijelaskan, peneliti ingin mengetahui seberapa pengaruh faktor-faktor tersebut dalam mempengaruhi minat masyarakat menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia di Kabupaten Jember.

KAJIAN PUSTAKA DAN PERUMUSAN HIPOTESIS

1. Bank Syariah Indonesia

Bank Syariah atau Bank Islam adalah badan usaha yang fungsinya sebagai penghimpun dana dari masyarakat dan penyaluran dana kepada masyarakat, yang sistem dan mekanisme kegiatan usahanya berdasarkan hukum Islam sebagaimana yang diatur dalam Al-Quran dan Al-Hadis (Sadi Muhamad, 2015).

2. Bank Konvensional

Menurut Sigit Triandaru dan Totok Budisantoso (2006) Bank konvensional adalah lembaga keuangan yang beroperasi dengan mekanisme memberikan dan mengenakan bunga sebagai imbalan untuk dana yang dihimpun dan disalurkan

3. Minat Menjadi Nasabah

Minat dapat dipahami sebagai kecenderungan atau ketertarikan seseorang terhadap suatu hal, yang mempengaruhi perilaku dan keputusan mereka. Minat sering kali berhubungan dengan motivasi intrinsik, di mana seseorang merasa terdorong untuk melakukan sesuatu karena ketertarikan dan kepuasan pribadi.

4. Literasi Keuangan

Lusardi dan Mitchell (Ismanto et al., 2019), menjelaskan bahwa literasi

keuangan adalah kemampuan untuk memahami dan menggunakan informasi keuangan dengan efektif. Ini meliputi pengetahuan tentang berbagai konsep keuangan, seperti pengelolaan anggaran, investasi, dsb.

5. Persepsi Masyarakat

Menurut Martono (2010) Persepsi mencakup cara seseorang memandang suatu permasalahan atau fenomena berdasarkan sudut pandang tertentu. Ini melibatkan interpretasi informasi yang diterima melalui indera. Pengalaman pribadi memainkan peran penting dalam membentuk persepsi. Karena setiap individu memiliki latar belakang, pengalaman, dan pengetahuan yang berbeda, hal ini menghasilkan beragam persepsi terhadap hal yang sama.

6. Kepercayaan

Kepercayaan merujuk pada harapan positif, asumsi, atau keyakinan yang dimiliki seseorang tentang perilaku orang lain. Ini merupakan bagian dari proses kognitif yang memengaruhi interaksi sosial. Saat seseorang mempercayai orang lain, mereka berharap bahwa orang tersebut akan memenuhi ekspektasi dan kebutuhan mereka, baik dalam konteks emosional maupun praktis.

7. Religiusitas

Menurut Yanuarti (Yanuarti, 2018), Religiositas berasal dari istilah "religion," yang berarti agama. Ini mencakup kepercayaan, praktik, dan nilai-nilai yang berkaitan dengan keyakinan spiritual dan hubungan individu dengan Tuhan atau kekuatan yang lebih tinggi. Nilai-nilai ini bisa meliputi moralitas, etika, dan pandangan hidup yang berakar pada ajaran agama. Individu yang religius cenderung menjadikan nilai-nilai ini sebagai panduan dalam pengambilan keputusan dan perilaku.

8. Lingkungan Sosial

Lingkungan sosial mencakup semua individu dan kelompok di sekitar kita yang memengaruhi perilaku, sikap, dan nilai-nilai kita. Lingkungan sosial juga merupakan cara individu berinteraksi secara emosional dan psikologis dengan orang lain.

METODA PENELITIAN

1. Objek Penelitian

Objek penelitian ini adalah masyarakat yang berdomisili di Kabupaten Jember.

2. Populasi Penelitian

Populasi merupakan keseluruhan objek atau subjek yang memenuhi kriteria tertentu dan menjadi penelitian. Populasi dalam penelitian ini adalah

masyarakat Jember yang terdiri dari 31 Kecamatan dalam usia produktif (15-64 tahun). Di Kabupaten Jember, masyarakat dengan usia produktif berjumlah 1,8 juta jiwa.

3. Sampel Penelitian

Untuk menghemat waktu, biaya dan tenaga, dari 31 kecamatan yang ada di kabupaten Jember, peneliti mengambil 3 kecamatan dengan pertimbangan bahwa 3 kecamatan tersebut merupakan daerah cepat maju dan tumbuh karena daerah yang berperan sebagai pusat jalannya perekonomian di Jember. Dengan kata lain, 3 kecamatan tersebut merupakan daerah dengan penduduk berpenghasilan tinggi. Adapun kecamatan tersebut adalah Kecamatan Kaliwates, Kecamatan Sumbersari dan Kecamatan Patrang. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode Purposive Sampling. Sampel yang diambil berdasarkan kriteria berikut :

- a) Masyarakat yang berdomisili di Kabupaten Jember. Sampel pada penelitian mengambil 3 Kecamatan, diantaranya Kecamatan Kaliwates, Kecamatan Sumbersari dan Kecamatan Patrang.
- b) Masyarakat Jember yang belum menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia. Hal ini terkait dengan variabel dependen, yakni minat. Dimana minat erat kaitannya dengan adanya ketertarikan dan perhatian terhadap Bank Syariah Indonesia. Jadi meskipun belum menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia, partisipan dalam penelitian ini memiliki ketertarikan atau minat terhadap Bank Syariah Indonesia.
- c). Masyarakat Jember usia produktif (15-64 tahun).

4. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan metode deskriptif. Metode kuantitatif merupakan pendekatan penelitian yang berfokus pada pengumpulan dan analisis data numerik untuk menguji hipotesis atau menjawab pertanyaan penelitian.

5. Identifikasi Variabel Penelitian

a) Variabel Independent

Variabel bebas, sering disebut juga sebagai variabel stimulus, prediktor, atau antecedent, adalah variabel yang dianggap memiliki pengaruh terhadap variabel lain dalam suatu penelitian. Variabel independent dalam penelitian ini

adalah sebagai berikut :

(X₁) = Literasi Keuangan

(X₂) = Persepsi Masyarakat

(X₃) = Kepercayaan

(X₄) = Religiusitas

(X₅) = Lingkungan Sosial

b). Variabel Dependent

Variabel dependent adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel lain dalam suatu penelitian. Dalam penelitian, variabel terikat berfungsi sebagai hasil yang diukur untuk melihat bagaimana ia dipengaruhi oleh variabel bebas. Variabel dependent dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

(Y) = Minat Masyarakat Mnejadi Nasabak Bank Syariah Indonesia di Kabupaten Jember.

6. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer yaitu data yang diperoleh secara langsung melalui penyebaran kuesioner kepada responden. Angket adalah metode pengumpulan data yang melibatkan serangkaian pertanyaan atau pernyataan tertulis yang dirancang untuk mendapatkan informasi dari responden.

7. Metode Analisis Data

- a. Uji Keabsahan Data
 - Uji Validitas Data
 - Uji Reliabilitas Data
- b. Uji Asumsi Klasik
 - Uji Normalitas
 - Uji Multikolinieritas
 - Uji Heteroskedastisitas
- c. Uji Analisis Regresi Linier Berganda
- d. Uji Hipotesis
 - Uji F
 - Uji t
- e. Uji Koefisien Determinasi

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

1. Uji Keabsahan Data

a. Hasil Uji Validitas Data

Variabel	Item	R tabel	R hitung	Sig	Keterangan
Literasi Keuangan (X1)	X1.1	0,1654	0,648	0,000	Valid
	X1.2	0,1654	0,639	0,000	Valid
	X1.3	0,1654	0,790	0,000	Valid
	X1.4	0,1654	0,777	0,000	Valid
	X1.5	0,1654	0,604	0,000	Valid
	X1.6	0,1654	0,665	0,000	Valid
	X1.7	0,1654	0,632	0,000	Valid
	X1.8	0,1654	0,622	0,000	Valid
Persepsi Masyarakat (X2)	X1.1	0,1654	0,700	0,000	Valid
	X1.2	0,1654	0,761	0,000	Valid
	X1.3	0,1654	0,782	0,000	Valid
	X1.4	0,1654	0,762	0,000	Valid
	X1.5	0,1654	0,792	0,000	Valid
	X1.6	0,1654	0,778	0,000	Valid
	X1.7	0,1654	0,680	0,000	Valid
Kepercayaan (X3)	X1.1	0,1654	0,751	0,000	Valid
	X1.2	0,1654	0,777	0,000	Valid
	X1.3	0,1654	0,768	0,000	Valid
	X1.4	0,1654	0,792	0,000	Valid
	X1.5	0,1654	0,755	0,000	Valid
	X1.6	0,1654	0,825	0,000	Valid
Religiusitas (X4)	X1.1	0,1654	0,810	0,000	Valid
	X1.2	0,1654	0,711	0,000	Valid
	X1.3	0,1654	0,750	0,000	Valid
	X1.4	0,1654	0,762	0,000	Valid
	X1.5	0,1654	0,786	0,000	Valid
	X1.6	0,1654	0,756	0,000	Valid
	X1.7	0,1654	0,756	0,000	Valid

Lingkungan Sosial (X5)	X1.1	0,1654	0,747	0,000	Valid
	X1.2	0,1654	0,723	0,000	Valid
	X1.3	0,1654	0,753	0,000	Valid
	X1.4	0,1654	0,731	0,000	Valid
	X1.5	0,1654	0,805	0,000	Valid
	X1.6	0,1654	0,636	0,000	Valid
	X1.7	0,1654	0,596	0,000	Valid
Minat Menjadi Nasabah (Y)	X1.1	0,1654	0,778	0,000	Valid
	X1.2	0,1654	0,606	0,000	Valid
	X1.3	0,1654	0,746	0,000	Valid
	X1.4	0,1654	0,611	0,000	Valid
	X1.5	0,1654	0,665	0,000	Valid
	X1.6	0,1654	0,699	0,000	Valid
	X1.7	0,1654	0,623	0,000	Valid

Diketahui bahwa antara seluruh indikator dengan masing-masing variabel literasi keuangan, persepsi masyarakat, kepercayaan, religiusitas dan lingkungan sosial menunjukkan bahwa r hitung lebih besar dari r tabel yang telah ditentukan yaitu 0,1654 dengan nilai signifikan kurang dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa semua pernyataan dalam kuesioner berdasarkan pada indikator variabel yang digunakan dalam penelitian ini dinyatakan valid dan dapat digunakan sebagai instrumen untuk pengumpulan data penelitian.

b. Hasil Uji Reliabilitas Data

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Literasi Keuangan (X1)	0,827	Reliabel
Persepsi Masyarakat (X2)	0,870	Reliabel
Kepercayaan (X3)	0,869	Reliabel
Religiusitas (X4)	0,878	Reliabel
Lingkungan Sosial (X5)	0,840	Reliabel
Minat Menjadi Nasabah	0,800	Reliabel

Diketahui bahwa hasil pengujian reliabel pada variabel literasi keuangan (X1), persepsi masyarakat (X2), kepercayaan (X3), religiusitas (X4), lingkungan sosial (X5) dan minat menjadi nasabah (Y) menunjukkan bahwa nilai cronbach's alpha lebih besar dari nilai signifikansi yang telah ditentukan yaitu 0,60. Hal ini

menunjukkan bahwa semua pernyataan dalam kuesioner reliabel artinya kuesioner yang digunakan merupakan kuesioner yang handal.

2. Hasil Uji Asumsi Klasik

a. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.06817174
Most Extreme Differences	Absolute	.086
	Positive	.071
	Negative	-.086
Test Statistic		.086
Asymp. Sig. (2-tailed)		.063 ^c

Diketahui bahwa hasil pengujian normalitas data dengan Kolmogorov-Smirnov menunjukkan hasil asymp test sebesar 0,063 lebih besar dari nilai signifikansi yang ditentukan yaitu 0,05. Artinya data yang diperoleh berdasarkan hasil jawaban responden pada kuesioner dalam penelitian ini berdistribusi normal.

b. Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Literasi Keuangan	.440	2.274
	Persepsi Masyarakat	.264	3.781
	Kepercayaan	.211	4.747
	Religiusitas	.174	5.731
	Lingkungan Sosial	.225	4.445

Diketahui bahwa hasil pengujian multikolinieritas, masing-masing variabel memiliki nilai VIF < 10 dan tolerance > 0,10 sehingga dapat disimpulkan bahwa semua variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah literasi keuangan (X1), persepsi masyarakat (X2), kepercayaan (X3), religiusitas (X4) dan lingkungan sosial (X5) tidak terjadi gejala multikolinieritas sehingga model regresi layak digunakan.

c. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.524	.901		6.130	.000
	Literasi Keuangan	-.021	.036	-.078	-.578	.565
	Persepsi Masyarakat	-.061	.047	-.228	-1.299	.197
	Kepercayaan	.063	.060	.209	1.067	.289
	Religiusitas	-.061	.055	-.239	-1.107	.271
	Lingkungan Sosial	-.052	.055	-.178	-.938	.351

a. Dependent Variable: ABS_RES

d.

Hasil pengujian menggunakan Glejser, masing-masing variabel dalam penelitian ini memiliki nilai signifikansi > 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

3. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.524	.901		6.130	.000
	Literasi Keuangan	-.021	.036	-.078	-.578	.565
	Persepsi Masyarakat	-.061	.047	-.228	-1.299	.197
	Kepercayaan	.063	.060	.209	1.067	.289
	Religiusitas	-.061	.055	-.239	-1.107	.271
	Lingkungan Sosial	-.052	.055	-.178	-.938	.351

a. Dependent Variable: ABS_RES

Dari persamaan regresi diatas dapat disimpulkan sebagai berikut :

- a. Konstanta (a) positif artinya masyarakat sudah memenuhi kriteria meskipun belum dipengaruhi oleh variabel literasi keuangan (X1), persepsi masyarakat (X2), kepercayaan (X3), religiusitas (X4) dan lingkungan sosial (X5) .
- b. Variabel literasi keuangan (X1) terhadap minat menjadi nasabah (Y) koefisien regresinya negatif sebesar 0,130. Ada hubungan berlawanan antara literasi keuangan dan minat menjadi nasabah Bank Syariah. Semakin baik pemahaman masyarakat tentang literasi keuangan, semakin rendah minat mereka untuk menjadi nasabah.
- c. Variabel persepsi masyarakat (X2) terhadap minat masyarakat menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia (Y) koefisien regresinya positif sebesar 0,351. Artinya hubungan antara persepsi masyarakat dengan minat masyarakat menjadi nasabah searah dan positif, ini menunjukkan persepsi baik terhadap Bank Syariah Indonesia berkontribusi pada meningkatnya minat masyarakat untuk menjadi nasabah.
- d. Variabel kepercayaan (X3) terhadap minat masyarakat menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia (Y) koefisien regresinya positif 0,048. Artinya hubungan antara kepercayaan dengan minat masyarakat menjadi nasabah searah dan positif, peningkatan kepercayaan masyarakat terhadap Bank Syariah Indonesia diharapkan dapat meningkatkan minat mereka untuk menjadi nasabah.
- e. Variabel religiusitas (X4) terhadap minat masyarakat menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia (Y) koefisien regresinya positif sebesar 0.119. Artinya hubungan antara religiusitas dengan minat masyarakat menjadi nasabah searah dan positif, ini menunjukkan semakin kuat religiusitas masyarakat, semakin tinggi pula minat mereka untuk menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia.
- f. Variabel lingkungan sosial (X5) terhadap minat masyarakat menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia (Y) koefisien regresinya positif sebesar 0,332. Artinya hubungan antara lingkungan sosial dengan minat masyarakat menjadi nasabah searah dan positif, ini menunjukkan bahwa lingkungan sosial yang mendukung akan berkontribusi pada meningkatnya minat masyarakat untuk menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia.

4. Hasil Uji Hipotesis

a. Hasil Uji F

Tingkat Sig	Hasil Sig	F tabel	F hitung	Keterangan
0,05	0,000	2,31	5,849	Berpengaruh

Dapat dilihat dari tabel diatas, F hitung sebesar 5,849. Ini menunjukkan bahwa nilai F hitung lebih besar dari F tabel yaitu 2,31 yang diperoleh dari $F = (K:n-k)$. $F = (5:100-5)$ maka $F = (5:95)$ yaitu 2,31. Hal ini menunjukkan F hitung > F tabel atau bisa dilihat dari nilai signifikan. Apabila $sig < 0,05$ maka berpengaruh dan apabila $sig > 0,05$ maka tidak berpengaruh, berdasarkan tabel diatas nilai signifikan adalah 0,000 maka < 0,05. Berdasarkan kedua kriteria tersebut dapat disimpulkan bahwa literasi keuangan, persepsi masyarakat, kepercayaan, religiusitas dan lingkungan sosial berpengaruh terhadap minat masyarakat menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia

b.Hasil Uji t

Variabel	Tingkat Sig	T tabel	T hitung	Hasil Sig	Keterangan
Literasi keuangan	0,05	1,661	-2,064	0,042	Signifikan
Persepsi Masyarakat	0,05	1,661	4,366	0,000	Signifikan
Kepercayaan	0,05	1,661	0,464	0,644	Tidak Signifikan
Religiusitas	0,05	1,661	1,249	0,215	Tidak Signifikan
Lingkungan Sosial	0,05	1,661	3,496	0,001	Signifikan

Pengaruh parsial dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen adalah sebagai berikut :

- a. Literasi Keuangan terhadap Minat Masyarakat Menjadi Nasabah Bank Syariah Indonesia
 Nilai t hitung sebesar -2,064 dengan nilai signifikansi t (sig-t) 0,042 dan t tabel 1,661. Nilai signifikansi $0,042 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia, artinya H1 diterima.
- b. Persepsi Masyarakat terhadap Minat Masyarakat Menjadi Nasabah Bank Syariah Indonesia
 Nilai t hitung sebesar 4,366 dengan nilai signifikansi t (sig-t) 0,000 dan t tabel 1,661. Nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa persepsi masyarakat berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia, artinya H3 diterima.
- c. Kepercayaan terhadap Minat Masyarakat Menjadi Nasabah Bank Syariah Indonesia
 Nilai t hitung sebesar 0,464 dengan nilai signifikansi t (sig-t) 0,644 dan t tabel 1,661. Nilai signifikansi $0,644 > 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa kepercayaan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia, artinya H4 ditolak.

d. Religiusitas terhadap Minat Masyarakat Menjadi Nasabah Bank Syariah Indonesia

Nilai t hitung sebesar 1,249 dengan nilai signifikansi t (sig-t) 0,215 dan t tabel 1,661. Nilai signifikansi $0,215 > 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa religiusitas tidak berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia, artinya H5 ditolak.

e. Lingkungan Sosial terhadap Minat Masyarakat Menjadi Nasabah Bank Syariah Indonesia

Nilai t hitung sebesar 3,496 dengan nilai signifikansi t (sig-t) 0,001 dan t tabel 1,661. Nilai signifikansi $0,001 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa lingkungan sosial berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia, artinya H6 diterima.

5. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.862 ^a	.742	.729	1.75740

Berdasarkan tabel hasil koefisien determinasi diatas, diketahui nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,729 atau 73%. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa literasi keuangan, persepsi masyarakat, kepercayaan, religiusitas dan lingkungan siosial yang diangkat dalam penelitian ini memiliki nilai koefisien 73%. Sedangkan sisanya sebesar 27% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak ada dalam model regresi ini.

PEMBAHASAN

- **Pengaruh Literasi Keuangan, Persepsi Masyarakat, Kepercayaan, Religiusitas dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat masyarakat Menjadi Nasabah Bank Syariah Indonesia.**

Pengujian pengaruh literasi keuangan, persepsi masyarakat, kepercayaan, religiusitas dan lingkungan sosial terhadap minat masyarakat menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia menunjukkan bahwa pengaruh literasi keuangan, persepsi masyarakat, kepercayaan, religiusitas dan lingkungan sosial secara simultan mempunyai hubungan positif dan berpengaruh terhadap minat masyarakat menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia, maka H_1 diterima. Hipotesis yang menyatakan pengaruh literasi keuangan, persepsi masyarakat, kepercayaan, religiusitas dan lingkungan sosial diterima.

- **Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Minat Masyarakat Menjadi Nasabah Bank Syariah Indonesia**

Pada hasil uji analisis mengenai pengaruh literasi keuangan terhadap minat masyarakat menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia disimpulkan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat menjadi nasabah Bank syariah Indonesia. Maka dugaan hipotesis kedua diterima.

Pada variabel literasi keuangan, pernyataan kuesioner yang paling banyak mendapat tanggapan sangat setuju dan setuju adalah pernyataan yang menyatakan bahwa masyarakat memiliki kemampuan untuk merencanakan masa depan secara mandiri. Hal ini didukung dengan pernyataan lain yang menyatakan bahwa masyarakat menyisihkan uang untuk ditabung atau investasi. Ini menunjukkan masyarakat sudah memahami akan pentingnya literasi keuangan. Ketika tingkat literasi keuangan masyarakat tinggi, maka akan mempengaruhi minat masyarakat untuk menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia di Kabupaten Jember.

- **Pengaruh Persepsi Masyarakat Terhadap Minat Masyarakat Menjadi Nasabah Bank Syariah Indonesia**

Pada hasil uji analisis mengenai pengaruh persepsi masyarakat terhadap minat masyarakat menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia disimpulkan bahwa persepsi masyarakat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat menjadi nasabah Bank syariah Indonesia. Maka dugaan hipotesis ketiga diterima.

Persepsi pertama kali muncul akibat stimulus inderawi dan dibantu oleh pengalaman. Karena setiap orang memiliki pengalaman yang berbeda-beda maka tentunya timbul bermacam-macam persepsi dan pesan akan sesuatu yang diamati. Persepsi sebagai suatu pandangan seseorang dalam memaknai objek yang ada disekitarnya. Dalam hal ini, pandangan tersebut diartikan sebagai penilaian

seseorang terhadap objek yang dilihat dan dirasakannya.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Nikmah (2019) dan Ningsih (2016) menyatakan bahwa Persepsi berpengaruh positif dan signifikan menurut statistik terhadap minat menjadi nasabah bank syariah.

- **Pengaruh Kepercayaan Terhadap Minat Masyarakat Menjadi Nasabah Bank Syariah Indonesia**

Pada hasil uji analisis mengenai pengaruh kepercayaan terhadap minat masyarakat menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia disimpulkan bahwa kepercayaan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat menjadi nasabah Bank syariah Indonesia. Maka dugaan hipotesis keempat ditolak.

Hal ini disebabkan oleh pandangan masyarakat yang lebih familiar terhadap bank konvensional yang notabennya sudah lebih dulu ada. Masyarakat yang menganggap tidak ada perbedaan signifikan antara Bank Konvensional dan Bank Syariah Indonesia menjadi salah satu faktor kepercayaan tidak mempengaruhi minat. Hal ini dibuktikan dengan pernyataan kuesioner yang menyatakan responden menjawab dominan sangat setuju dan setuju pada pernyataan tidak ada perbedaan antara Bank Konvensional dan Bank Syariah Indonesia. Oleh sebab itu, dapat disimpulkan kepercayaan masyarakat tidak berpengaruh terhadap minat masyarakat menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia.

- **Pengaruh Religiusitas Terhadap Minat Masyarakat Menjadi Nasabah Bank Syariah Indonesia**

Pada hasil uji analisis mengenai pengaruh religiusitas terhadap minat masyarakat menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia disimpulkan bahwa religiusitas tidak berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat menjadi nasabah Bank syariah Indonesia. Maka dugaan hipotesis kelima ditolak.

Pada variabel religiusitas, salah satu pernyataan kuesioner yang banyak mendapat tanggapan sangat setuju dan setuju adalah pernyataan yang menyatakan bahwa masyarakat lebih tertarik dengan Bank Konvensional. Bank Konvensional yang notabennya sudah lama lebih dulu ada dibandingkan Bank Syariah, membuat masyarakat enggan beralih dari Bank Konvensional ke Bank Syariah. Meskipun masyarakat mencari informasi mengenai Bank Syariah, dan masyarakat mengetahui bahwa Bank Syariah beroperasi sesuai dengan prinsip Islam, namun masyarakat masih enggan menggunakan Bank Syariah. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa religiusitas tidak berpengaruh terhadap minat masyarakat menjadi nasabah

Bank Syariah Indonesia.

- **Pengaruh Lingkungan Sosial Terhadap Minat Masyarakat Menjadi Nasabah Bank Syariah Indonesia**

Pada hasil uji analisis mengenai pengaruh lingkungan sosial terhadap minat masyarakat menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia disimpulkan bahwa lingkungan sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat menjadi nasabah Bank syariah Indonesia. Maka dugaan hipotesis keenam diterima.

Lingkungan sosial menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi minat masyarakat menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia. Dimana setiap individu dan lainnya saling mempengaruhi dalam kehidupan sehari-hari. Ketika ada arahan atau dorongan dari orang lain yang menyarankan untuk menjadi nasabah BSI, hal tersebut akan mempengaruhi minat masyarakat untuk menjadi nasabah. Pengaruh dari lingkungan juga mempengaruhi. Jika lokasi Bank Syariah Indonesia dekat dengan tempat tinggal, hal tersebut mempengaruhi minat masyarakat untuk menjadi nasabah. Maka dapat disimpulkan bahwa lingkungan sosial berpengaruh terhadap minat masyarakat menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia

KESIMPULANDAN SARAN

KESIMPULAN

Kesimpulan dari penelitian ini didasarkan pada hasil analisis data yang telah diinterpretasikan dengan masalah penelitian yang telah dirumuskan. Dari berbagai pembahasan yang dilakukan sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Literasi keuangan berpengaruh secara parsial terhadap minat masyarakat menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia. Hal ini dibuktikan dengan indikator pada variabel literasi keuangan, pernyataan menyebutkan bahwa masyarakat yang belum menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia mengetahui bahwa BSI merupakan bank yang pengoperasiannya berdasarkan prinsip-prinsip Islam dan dijamin oleh Lembaga Penjamin Simpanan, mampu untuk mengelola dan merencanakan keuangan dimasa depan, mampu mempertimbangkan dan menyisihkan keuangan untuk ditabung atau investasi di Bank Syariah Indonesia. Hal tersebut menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh terhadap minat masyarakat menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia di Kabupaten Jember.
2. Persepsi Masyarakat memiliki pengaruh secara parsial terhadap minat masyarakat menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia. Hal ini dibuktikan pada

variabel persepsi masyarakat, pernyataan kuesioner yang paling banyak mendapat tanggapan sangat setuju dan setuju adalah pernyataan yang menyatakan bahwa masyarakat mencari tahu informasi mengenai Bank Syariah Indonesia. Pandangan atau persepsi masyarakat tentang Bank Syariah Indonesia mempengaruhi minat untuk menjadi nasabah. Ketika masyarakat berpandangan bahwa Bank Syariah Indonesia sesuai dengan kriteria atau kebutuhan masyarakat, maka dapat dikatakan masyarakat berminat terhadap Bank Syariah Indonesia.

3. Kepercayaan tidak berpengaruh secara parsial terhadap minat masyarakat menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia. Hal ini disebabkan oleh faktor lain diluar faktor kepercayaan yang mempunyai pengaruh lebih kuat untuk mendorong minat masyarakat untuk menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia. Salah satunya yakni faktor Persepsi atau pandangan masyarakat yang lebih familiar terhadap bank konvensional yang notabennya sudah lebih dulu ada. Masyarakat yang menganggap tidak ada perbedaan signifikan antara Bank Konvensional dan Bank Syariah Indonesia menjadi salah satu faktor kepercayaan tidak mempengaruhi minat. Maka dapat disimpulkan kepercayaan masyarakat tidak berpengaruh terhadap minat masyarakat menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia.
4. Religiusitas tidak berpengaruh secara parsial terhadap minat masyarakat menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia. Hal tersebut sesuai dengan permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini, yakni mayoritas masyarakat Indonesia beragama Islam, namun masih sedikit yang menggunakan Bank Syariah Indonesia yang mana BSI sendiri mengklaim dirinya sebagai bank yang beroperasi sesuai prinsip Islam. Bank Konvensional yang notabennya sudah lama lebih dulu ada dibandingkan Bank Syariah, membuat masyarakat enggan beralih dari Bank Konvensional ke Bank Syariah. Hal ini dibuktikan dengan pernyataan pada variabel religiusitas, salah satu pernyataan kuesioner yang banyak mendapat tanggapan sangat setuju dan setuju adalah pernyataan yang menyatakan bahwa masyarakat lebih tertarik dengan Bank Konvensional.
5. Lingkungan Sosial berpengaruh secara parsial terhadap minat masyarakat menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia. Lingkungan sosial menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi minat masyarakat menjadi nasabah Bank Syariah

Indonesia. Dimana setiap individu dan lainnya saling mempengaruhi dalam kehidupan sehari-hari. Ketika ada arahan atau dorongan dari orang lain yang menyarankan untuk menjadi nasabah BSI, hal tersebut akan mempengaruhi minat masyarakat untuk menjadi nasabah. Pengaruh dari lingkungan juga mempengaruhi. Jika lokasi Bank Syariah Indonesia dekat dengan tempat tinggal, hal tersebut mempengaruhi minat masyarakat untuk menjadi nasabah. Maka dapat disimpulkan bahwa lingkungan sosial berpengaruh terhadap minat masyarakat menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia.

6. Pengujian pengaruh literasi keuangan, persepsi masyarakat, kepercayaan, religiusitas dan lingkungan sosial terhadap minat masyarakat menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia menunjukkan bahwa pengaruh literasi keuangan, persepsi masyarakat, kepercayaan, religiusitas dan lingkungan sosial secara simultan mempunyai hubungan positif dan berpengaruh terhadap minat masyarakat menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia. Hipotesis yang menyatakan pengaruh literasi keuangan, persepsi masyarakat, kepercayaan, religiusitas dan lingkungan sosial diterima.

SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh literasi keuangan, persepsi masyarakat, kepercayaan, religiusitas dan lingkungan sosial terhadap minat masyarakat menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia, maka saran dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Penelitian ini menunjukkan bahwa kepercayaan dan religiusitas tidak berpengaruh terhadap minat masyarakat menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia. Sehingga Bank Syariah Indonesia sebaiknya terus melakukan sosialisasi terkait dengan keunggulan dan juga perbedaan Bank Syariah Indonesia dan Bank Konvensional agar dapat menumbuhkan minat masyarakat untuk menjadi nasabah.
2. Disarankan kepada masyarakat untuk tidak hanya menerima kehadiran Bank Syariah Indonesia, melainkan berminat menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia. Dengan memanfaatkan pengetahuan keuangan masyarakat yang mumpuni, persepsi masyarakat dan lingkungan sosial yang mempengaruhi minat, diharapkan dapat memikat masyarakat untuk berminat menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia.

Disarankan kepada peneliti selanjutnya untuk dapat lebih menggali variabel yang tidak berpengaruh yakni Kepercayaan dan Religiusitas menggunakan pendekatan kualitatif sehingga hasil penelitian lebih jelas. Selain itu, disarankan kepada peneliti

selanjutnya dapat menambah variabel independen, seperti gaya hidup dan kualitas pelayanan agar hasil penelitiannya lebih luas terkait fenomena jumlah nasabah Bank Syariah Indonesia yang sedikit dibandingkan dengan jumlah penduduk yang mayoritas beragama Islam

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmadi, Abu. (2005). *Psikologi Umum, Minat Menjadi Nasabah*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Andriani, G. F., & Halmawati, H. (2019). Pengaruh Bagi Hasil, Kelompok Acuan, Kepercayaan Dan Budaya Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah. *Jurnal Eksplorasi Akuntansi*, 1(3), 1322-1336.
- Bintarto & Surastopo. *Definisi Lingkungan Sosial Dan Ruang Lingkup*. Jakarta : LP3ES.
- Fauzi, A., & Murniawaty, I. (2020). Pengaruh Religiusitas Dan Literasi Keuangan Syariah Mahasiswa Terhadap Minat Menjadi Nasabah Di Bank Syariah. *Economic Education Analysis Journal*, 9(2), 473-486.
- Febriansyah, A. *Pengaruh Literasi Keuangan, Brand Image, Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Digital Marketing Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah Indonesia (Bsi) Kantor Cabang Pembantu (Kcp) Ciputat* (Bachelor's Thesis, Feb Uin Jakarta).
- Ghozali, I. (2017). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hasibuan, S. K., & Nurbaiti, N. (2023). Pengaruh Tingkat Kepercayaan, Literasi Keuangan Syariah Dan Lokasi Terhadap Minat Menjadi Nasabah Di Bank SyariahTM Ah Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderasi (Studi Kasus Masyarakat Kecamatan Sosa). *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 8(1).
- Jogiyanto (2019). *Persepsi Manfaat*. Yogyakarta: Andi.
- Lestari, N. D. (2023). Pengaruh Persepsi Dan Pengetahuan Masyarakat Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah. *EKSISBANK (Ekonomi Syariah Dan Bisnis Perbankan)*, 7(1), 1-15.
- Lusardi, Annamaria Dan Olivia S. Mitchell. (2014). The Economic Importance Of Financial Literacy: Theory And Evidence. *Journal Of Economic Literature*

2014, 52(1).

Sigit Triandaru & Totok Budisantoso ; *Bank Dan Lembaga Keuangan*. Ed.2. Penerbitan, Jakarta. Salemba Empat, 2006.

Sugiyono. 2022. *Metode Penelitian Kuantitatif, Definisi Operasional Variabel*. 2nd Ed. Alfabeta

Sugiyono. 2022. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. 2nd Ed. Alfabeta.

Yanuarti. (2018). Pengaruh Sikap Religiusitas Terhadap Perilaku Hidup Bersih Dan Sehat Masyarakat Kabupaten Rejang Lebong. *FOKUS: Jurnal Kajian Keislaman Dan Kemasyarakatan*, 03(01).

WEBSITE

<https://Jemberkab.Bps.Go.Id>_Badan Pusat Statistika. (2023). *Badan Pusat Statistika Kabupaten Jember*. Diakses Pada 3 Desember 2023

<https://Ojk.Go.Id>_Otoritas Jasa Keuangan. (2023) *Statistik Perbankan Syariah*. Diakses Pada 2 Desember 2023

www.Ojk.Go.Id_OJK. (2019). Survei Nasional Literasi Dan Inklusi Keuangan 2019. In Survey Report.