



Pengaruh Literasi Keuangan Syariah terhadap Persepsi dan Minat Menabung Masyarakat Non Muslim pada Bank Syariah

Afifa Turahmah^{1,a}, Zefri Maulana^{2,b}, *Tajul Ula^{3,c}

^{1,2,3} Institut Agama Islam Negeri Langsa, Aceh, Indonesia

Email: ^aafifahturahmah32@gmail.com; ^bzefrimaulana@iainlangsa.ac.id; ^ctajul.ula@iainlangsa.ac.id

DOI:

<https://doi.org/10.46963/jam.v7i1.1894>

Cara Mensitasi Artikel ini:

Turahmah, A., Maulana, Z., & Ula, T. (2024). Pengaruh literasi keuangan syariah terhadap persepsi dan minat menabung masyarakat non muslim pada bank syariah. *AL-Muqayyad*, 7(1), 59-72. <https://doi.org/10.46963/jam.v7i1.1894>

ABSTRACT

Keywords:

Sharia Financial Literacy, Perception, Interest in Saving by Non Muslims

Kata Kunci:

Literasi Keuangan Syariah, Persepsi, Minat Menabung Non Muslim

The interest in saving for non-Muslims is still relatively low in Langsa City due to several influencing factors. This research aims to analyze the influence of sharia financial literacy on the perception and interest in saving of non-Muslim communities at Sharia Banks in Langsa City. The sampling technique in this research used purposive sampling involving 40 respondents. The data analysis method used in this research is Structural Equation Modeling (SEM) with a variance-based approach or component-based structural equation modeling with path analysis. The research results reveal that the variables of Sharia Financial Literacy and perception have a positive effect on Interest in Saving. Apart from that, the perception variable also acts as a mediating variable between the influence of Sharia Financial Literacy on Interest in Saving. The implications of this research reveal that it is important to involve non-Muslims in education programs and sharia financial literacy campaigns to change the non-Muslim community's perception of sharia banks in a positive direction and attract more non-Muslim customers to use sharia banking services.

ABSTRAK

Informasi Artikel:

Diterima:
29/05/2024
Direvisi:
11/06/2024
Diterbitkan
30/06/2024

*Corresponding

Author

tajul.ula@iainlangsa.ac.id

©Authors (2024)

under license [CC](#)

[BY SA](#)

Minat menabung masyarakat non muslim masih tergolong rendah di Kota Langsa karena beberapa faktor yang mempengaruhi. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan syariah terhadap persepsi dan minat menabung masyarakat non Muslim pada Bank Syariah di Kota Langsa. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan purposive sampling dengan melibatkan 40 responden. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Structural Equation Modeling (SEM) dengan pendekatan berdasarkan variance atau componentbased structural equation modeling dengan analisis jalur. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa Variabel Literasi Keuangan Syariah dan persepsi berpengaruh secara positif terhadap Minat Menabung. Selain itu, variabel persepsi juga berperan sebagai variabel mediasi antara pengaruh Literasi Keuangan Syariah terhadap Minat Menabung. Implikasi dalam penelitian ini mengungkapkan penting melibatkan non-Muslim dalam program pendidikan dan kampanye literasi keuangan syariah untuk merubah persepsi masyarakat non muslim terhadap bank syariah ke arah yang positif dan dapat menarik minat lebih banyak nasabah non-Muslim untuk menggunakan layanan bank syariah.

PENDAHULUAN

Tingkat minat menabung masyarakat non-muslim menjadi tantangan besar bagi Bank Syariah yang beroperasi di Aceh sejak penerapan Qanun Nomor 11 Tahun 2018 mengenai tentang Lembaga Keuangan Syariah (LKS) yang secara tegas mewajibkan lembaga keuangan yang beroperasi di Aceh menjalankan prinsip syariah. Pemberlakuan



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International \(CC BY-SA 4.0\)](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/)

Qanun ini tidak terlepas dari sebuah pro dan kontra oleh masyarakat terkait persepsi terhadap keberadaan Bank Syariah. Minat menabung dalam hal ini diartikan sebagai minat beli adalah munculnya perilaku sebagai respons terhadap objek yang menunjukkan keinginan pelanggan untuk melakukan pembelian (Hamdani, 2021).

Beberapa faktor yang menyebabkan rendahnya minat menabung masyarakat non muslim pada bank syariah adalah rendahnya literasi keuangan syariah. Secara umum, literasi (Pengetahuan) adalah keseluruhan informasi yang dimiliki konsumen mengenai berbagai macam produk dan jasa, serta pengetahuan lainnya yang terkait dengan produk dan jasa tersebut (Sumarwan, 2011). Literasi tentang keuangan secara umum mencakup pengetahuan tentang tingkat suku bunga, kondisi ekonomi nasional, keuangan pribadi dan tingkat pertumbuhan (A. Hamid, 2017). Lebih khusus, Literasi keuangan syariah merupakan kemahiran dalam mencerna dan mengimplementasikan konsep keuangan syariah kemudian mampu menggunakan. Literasi keuangan syariah dapat meningkatkan minat menabung pada Masyarakat non-muslim (Al-faridho, 2018).

Berdasarkan observasi dan wawancara awal yang telah dilakukan sebelumnya, literasi keuangan Syariah pada masyarakat non-muslim di Kota Langsa masih rendah disebabkan oleh kendala mengenai pemahaman terhadap perbankan Syariah, sehingga BRI *Link* lebih diminati. Seorang konsumen tentu memiliki tingkat pengetahuan yang berbeda antara satu dengan yang lainnya, yang mana pengetahuan tersebut dapat dipergunakan untuk dasar dalam mengambil Keputusan (Sumarwan, 2002). Selain itu, masyarakat non-muslim seperti yang disampaikan Pangaribuan memiliki persepsi bahwa semua bank sama saja dan lebih memilih menggunakan transaksi BRI*Link* dalam bertransaksi keuangan baik menarik uang maupun menyetor uang. Hal ini menandakan bahwa persepsi tentang bank syariah berdampak terhadap minat menabung (Hariawan, 2020), di mana persepsi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung (Umah & Supriyatna, 2018).

Pertumbuhan minat konsumen berguna untuk menarik konsumen menggunakan jasa yang dipromosikan maka, harus bisa menimbulkan persepsi yang positif terhadap produk yang ditawarkan (Janah, 2022). Oleh karena itu, persepsi tidak hanya terikat dengan stimulus fisik, stimulus yang berkaitan dengan lingkungan dan situasi individu yang terlibat juga mempunyai andil dalam hal ini (Alma, 2007). Persepsi masyarakat non-muslim mengenai produk dan sistem perbankan syariah berdasarkan observasi dan wawancara awal terhadap Leonardo masyarakat non muslim berpersepsi bahwa perbankan syariah di Aceh, khususnya di Kota Langsa, ditujukan khusus untuk umat Muslim dengan mekanisme berlandaskan Al-Qur'an dan Hadits. Meskipun begitu, responden menyatakan menghargai dan menghormati identitas dan kebijakan lokal sebagai bagian dari keunikan budaya setempat. Namun, responden menyampaikan keterbatasan baginya sebagai non-Muslim dalam pemilihan layanan keuangan yang beragam akibat adanya peraturan yang mengharuskan lembaga keuangan berbasis syariah.

Berdasarkan beberapa persoalan yang telah disampaikan sebelumnya bahwa literasi keuangan syariah dan persepsi masyarakat berpengaruh terhadap minat menabung di Bank Syariah (Nurhaliza, 2023). Maka, penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh literasi keuangan syariah terhadap persepsi sebagai efek mediasi dan minat menabung. Keterbaruan penelitian ini terletak pada upaya untuk mengeksplorasi lebih mendalam pada bidang literasi keuangan syariah dengan menganalisis pengaruhnya terhadap persepsi dan minat menabung masyarakat non-Muslim pada bank syariah. Selain itu juga, penelitian ini berfokusnya terhadap segmen masyarakat yang belum banyak diteliti, yaitu non-Muslim secara khusus di Kota Langsa yang merupakan salah satu wilayah di provinsi Aceh yang menerapkan hukum syariah terkhusus pada sektor keuangan diatur dalam Qanun LKS. Studi ini mengisi kekosongan dalam literatur yang selama ini lebih banyak berfokus pada masyarakat Muslim dan menambahkan perspektif baru mengenai inklusivitas dan penerimaan layanan keuangan syariah terhadap masyarakat non-Muslim.

METODE

Penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif yaitu penelitian yang bertujuan untuk menguraikan atau menggambarkan tentang pengaruh manajemen sumber daya manusia dari suatu objek penelitian suatu produk yang dilakukan melalui pengumpulan data dan analisis kuantitatif (kuesioner) serta pengujian dengan menggunakan *path* analisis (Sugiono, 2018). Jenis sumber data pada penelitian ini, Data primer, yaitu data yang diperoleh dengan melakukan penyebaran daftar pertanyaan (kuesioner) kepada masyarakat non-muslim yang berada di Kota Langsa. Data sekunder yaitu data yang berasal dari buku, jurnal, dokumen, dan internet mengenai tingkat literasi keuangan syariah, persepsi dan minat penggunaan produk bank syariah yang mendukung penelitian.

Penelitian ini dilakukan di Kota Langsa dalam rentan waktu penelitian pada bulan September 2023 sampai dengan Maret Tahun 2024. Subjek penelitian adalah masyarakat non-Muslim yang tinggal di kota yang menjadi fokus penelitian dengan rentan usia dewasa (18 tahun ke atas) yang dianggap sudah memiliki pemahaman dasar tentang keuangan dan memiliki pengalaman. Objek penelitian yang menjadi fokus analisis dalam penelitian ini terdiri dari tiga komponen utama dengan menganalisis pengaruh antara literasi keuangan syariah dengan persepsi dan minat menabung di kalangan masyarakat non-Muslim Kota Langsa, dengan tujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang dapat mendorong atau menghambat penggunaan layanan bank syariah oleh kelompok masyarakat ini.

Populasi penelitian adalah keseluruhan subjek atau objek yang menjadi perhatian dalam suatu penelitian. Dalam konteks penelitian ini, populasi penelitian mencakup seluruh masyarakat non-Muslim yang berada di Kota Langsa. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Purposive sampling*. Teknik *purposive sampling* adalah teknik sampling yang digunakan peneliti untuk pertimbangan-pertimbangan dengan karakteristik responden diantaranya: nama, umur, gender, pekerjaan dan pendidikan dalam pengambilan data atau penentuan sampel untuk tujuan

tertentu (Azwar, 2014). Sampel jumlah responden yang terlibat dalam penelitian ini adalah sebanyak 40 orang dari kalangan masyarakat non-Muslim Kota Langsa dengan rentan usia dewasa (18 tahun ke atas) yang dianggap sudah memiliki pemahaman dasar tentang keuangan dan memiliki pengalaman.

Pengumpulan data dilakukan dengan cara membagikan kuesioner. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab (Sugiono, 2018). Kuesioner yang diberikan kepada masyarakat non-muslim di Kota Langsa, yang menjadi responden dalam penelitian, untuk mengetahui tingkat literasi keuangan syariah, persepsi terhadap minat menabung pada bank syariah.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Structural Equation Modeling -Partial Least Squares* (SEM-PLS) yang merupakan teknik analisis data yang sering digunakan dalam penelitian sosial dan manajemen untuk menguji hubungan antara variabel laten. SEM-PLS memungkinkan peneliti untuk menguji model yang kompleks dengan ukuran sampel yang lebih kecil dan tanpa asumsi ketat tentang distribusi data (Ghozali, 2020). Adapun tahapan Analisis SEM-PLS adalah sebagai berikut:

1. Spesifikasi Model: Menentukan model pengukuran dan model struktural berdasarkan teori dan hipotesis penelitian.
2. Pengumpulan Data: Mengumpulkan data yang relevan dan memastikan kualitas data dengan memeriksa missing data dan outliers.
3. Evaluasi Outer Model: Menguji reliabilitas dan validitas konstruk melalui analisis loading factor, AVE, composite reliability, dan discriminant validity.
4. Evaluasi Inner Model Dan Uji Hipotesis: Menguji hubungan antar variabel laten dengan melihat koefisien jalur, R^2 , dan signifikansi statistik melalui bootstrapping.
5. Interpretasi Hasil Uji: Menafsirkan hasil analisis untuk memahami hubungan antar konstruk dan mengevaluasi hipotesis penelitian (Ghozali & Latan, 2015).

Model SEM-PLS dalam penelitian ini berguna untuk menghasilkan pemahaman mendalam tentang bagaimana literasi keuangan syariah mempengaruhi persepsi dan minat menabung masyarakat non-Muslim pada bank syariah. Teknik ini memungkinkan peneliti untuk menangani model yang kompleks dengan banyak variabel laten dan indikator, serta memberikan fleksibilitas dalam menangani berbagai jenis data dan ukuran sampel.

HASIL DAN PEMBAHASAN

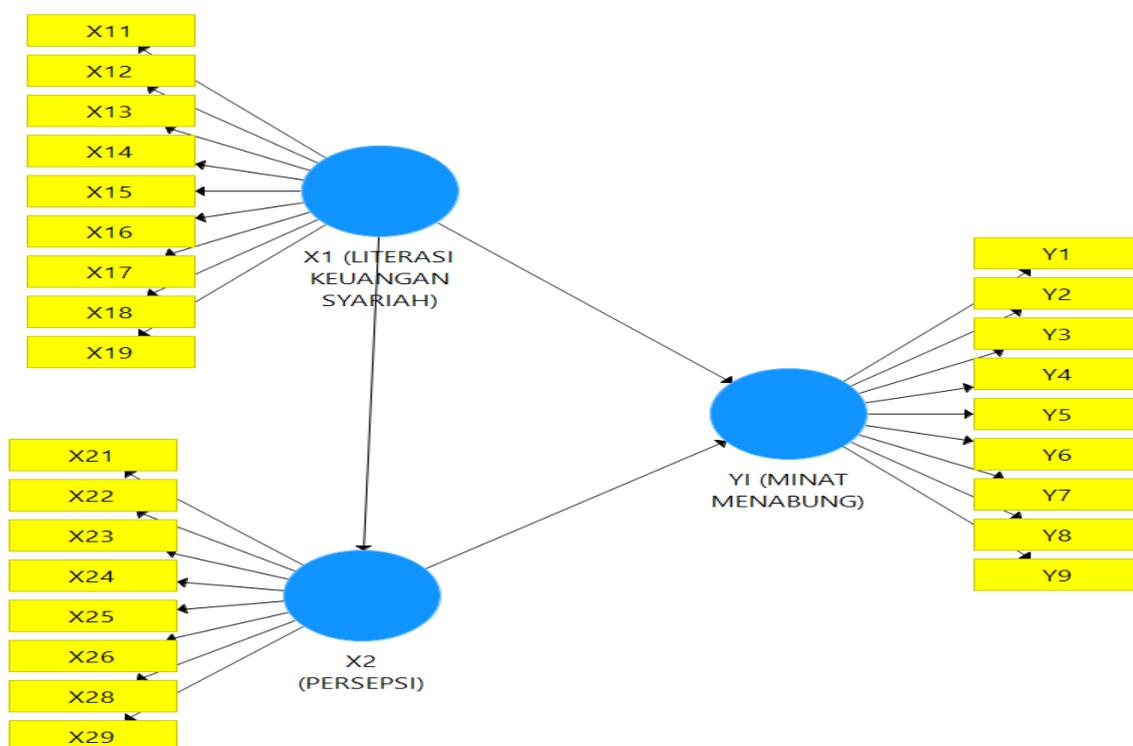
Berdasarkan permasalahan, kajian teoritis dan hipotesis yang dibentuk maka penelitian ini menganalisis pengaruh Literasi Keuangan Syariah, terhadap persepsi, dan minat menabung pada bank syariah. Adapun instrumen variabel dalam penelitian ini terdiri dari:

Pertama variabel Literasi Keuangan Syariah dengan instrumen meliputi pengetahuan tentang lembaga keuangan syariah, mekanisme lembaga keuangan, manfaat

Pengaruh Literasi Keuangan Syariah terhadap Persepsi dan Minat Menabung

dari lembaga keuangan syariah, kepedulian dengan adanya lembaga keuangan syariah, menyadari kepatuhan aturan lembaga keuangan syariah yang mengharuskan lembaga keuangan berbasis syariah, merasakan dampak positif dalam peningkatan kesejahteraan dengan lembaga keuangan syariah, merasa lebih baik dengan adanya lembaga keuangan syariah, lembaga keuangan syariah dapat mengembangkan potensi, implementasi lembaga keuangan syariah dapat meningkatkan eksistensi bank syariah.

Kedua, variabel persepsi dengan instrumen meliputi pengetahuan, mengetahui bunga bank konvensional termasuk riba, memilih menggunakan produk simpanan dan pembiayaan, lebih memilih bank syariah dari pada bank konvensional, mengetahui bank syariah berbasis bagi hasil, sudah menggunakan produk bank syariah, tertarik dengan pembiayaan yang ada di bank syariah, bank syariah adalah bank yang menghindari riba, sistem bank syariah lebih baik dan adil, bank syariah terdapat dewan pengawas syariah, tertarik dengan pembiayaan yang ada di bank Syariah. Ketiga variabel minat menabung dengan instrumen meliputi, tertarik untuk mencari informasi yang berkaitan dengan produk, melakukan pertimbangan apakah melakukan pembelian atau tidak, tertarik untuk mencoba produk, ingin mengetahui produk, ingin memiliki produk, ketertarikan menggunakan produk tabungan, informasi syarat menabung di bank syariah, mengutamakan menabung di bank syariah, memiliki rasa suka dalam menggunakan produk. Berdasarkan penjelasan pengaruh antar variabel dan instrumennya dalam penelitian ini, maka model yang terbentuk adalah seperti Gambar 1 berikut:



Gambar 1. Model Penelitian

Hasil Uji Outer Model

Hasil uji *outer model* merupakan Model pengukuran atau *outer model* menunjukkan bagaimana setiap blok indikator berhubungan dengan variabel latennya. Oleh karena itu, hasil uji *outer model* dapat dijelaskan sebagai berikut:

Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Sebuah instrumen atau kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada instrumen atau kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Ghozali, 2018). Tabel 1 di atas menjelaskan hasil dari model setelah tabulasi data dimasukkan ke dalam aplikasi Smart-PLS 3.0, kemudian dianalisis dengan *calculate alghoritm*. Hasil dari model pengukuran (*Outer model*) ini digunakan untuk menguji validitas konstruk dan reliabilitas instrument. Uji validitas konstruk terbagi menjadi dua, yaitu uji validitas konvergen dan uji validitas diskriminan, berikut ini hasil dari output dan pembahasannya.

Tabel 1. Hasil Uji Validitas Loading Factor

	X1(Literasi Keuangan Syariah)	X2 (Persepsi)	Yi (Minat Menabung)
X12	0.806		
X13	0.832		
X15	0.776		
X17	0.714		
X18	0.802		
X21		0.814	
X22		0.849	
X23		0.829	
X24		0.805	
X25		0.761	
X26		0.841	
X28		0.703	
Y1			0.82
Y2			0.734
Y3			0.838
Y4			0.834
Y5			0.831
Y6			0.789
Y7			0.82
Y8			0.808
Y9			0.774

Sumber : Hasil Penelitian, Data diolah 2024.

Berdasarkan Tabel 1 dapat dilihat bahwa nilai *loading factor* beberapa indikator yang memiliki nilai *loading factor* $> 0,70$, maka dinyatakan valid. Sedangkan, indikator-indikator yang memiliki nilai *loading factor* $< 0,70$ harus di *drop* (dihapus) dari diagram penelitian. Maka dapat dilihat bahwa nilai *loading factor* semua indikator pada

model akhir $> 0,70$, maka semua instrumen dinyatakan valid (R. S. Hamid & Anwar, 2019)

Uji Reliabilitas

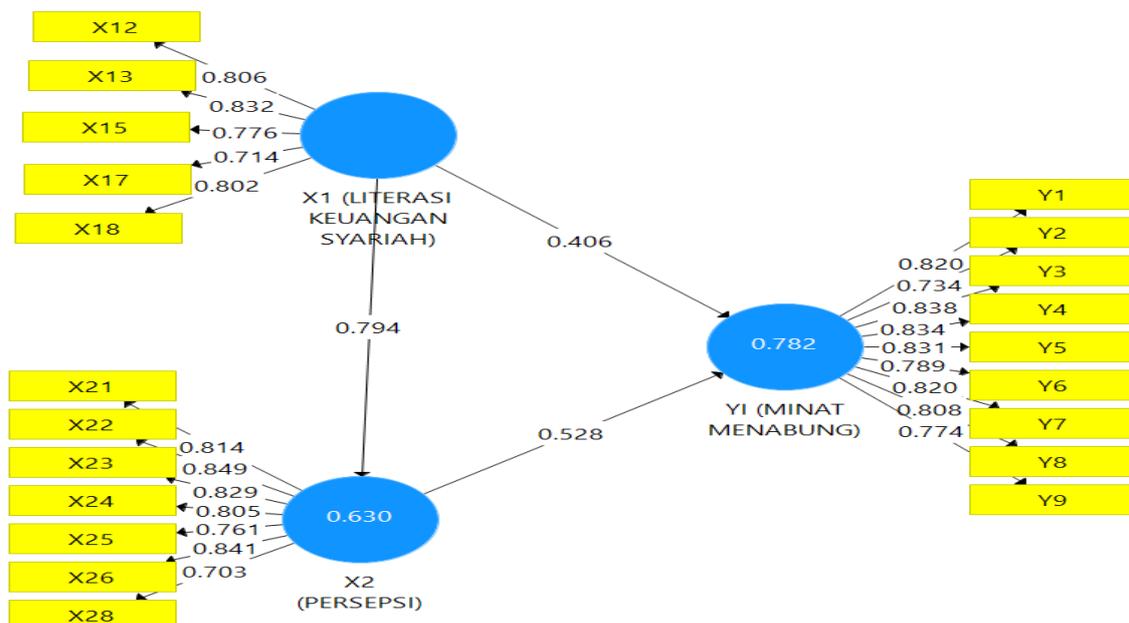
Pada pengujian reliabilitas ini bertujuan untuk mengetahui tentang keandalan alat ukur tersebut dengan melihat nilai *Cronbach's Alpha* dan *composite reliability* yang harus lebih besar dari 0.60 agar memenuhi syarat reliabilitas. Berikut nilai *Cronbach's Alpha* dan *composite reliability* yang dijelaskan dalam tabel 2 di bawah ini:

Tabel 2. *Cronbach's Alpha dan Composite Reliability*

	Cronbach's Alpha	Composite Reliability
X1 (Literasi Keuangan Syariah)	0.846	0.89
X2 (Persepsi)	0.907	0.926
Y1 (Minat Menabung)	0.932	0.943

Sumber: Data diolah pada tahun 2024

Dari tabel 2 di atas dapat dilihat bahwa semua variabel dalam penelitian ini memiliki nilai *Cronbach's Alpha* dan *composite reliability* diatas 0.60 maka dapat dikatakan bahwa seluruh variabel lolos uji reliabilitas (Maharani, Renita, Trisila Suprianto, 2021). Oleh karena itu, model yang terbentuk dalam penelitian ini setelah pengujian validitas adalah seperti dijelaskan pada Gambar 2 berikut:



Sumber : Hasil Penelitian, Data diolah 2024.

Gambar 2. Hasil Uji *Outer Model*

Inner Model

R Square

Pengujian model struktural (inner model) terdiri atas uji R Square (R^2) dan Adjusted R Square (R^2 Adj) yang mengukur proporsi atau persentase variasi total dalam variabel dependen yang bisa dijelaskan oleh variabel independen dalam model regresi.

Dalam penelitian ini penggunaan nilai Adjusted R^2 lebih dipertimbangkan karena pengukuran yang lebih baik dari pada R^2 dalam menilai model regresi yang memiliki lebih dari satu variabel independen, karena Adjusted R^2 akan menurun jika variabel independen yang ditambahkan tidak signifikan atau tidak relevan, sehingga menghindari overfitting (Ghozali & Latan, 2015). Hasil nilai Adjusted R^2 yang diperoleh dari penelitian ini dijelaskan pada Tabel 3 berikut ini:

Tabel 3. Hasil Inner Model

Variabel	R Square	Adjusted R Square
X2 (Persepsi)	0.63	0.621
Y1 (Minat Menabung)	0.782	0.771

Sumber: Data diolah pada tahun 2024

Nilai Adjusted R^2 pada model substruktur 1 sebesar 0.621 yang mengartikan variabel literasi keuangan syariah menjelaskan variabel persepsi 62.1 persen, sedangkan sisanya sebesar 37,9 persen dijelaskan oleh faktor-faktor yang tidak termasuk dalam penelitian ini. Selanjutnya, model sub struktur 2 memiliki nilai Adjusted R^2 sebesar 0.771 yang mengartikan bahwa variabel literasi keuangan syariah dan variabel persepsi menjelaskan variabel minat menabung sebesar 77,1 persen, sedangkan sisanya sebesar 22,9 persen dipengaruhi oleh faktor-faktor lainnya.

Uji Hipotesis

Uji hipotesis dilakukan dalam model SEM-PLS yang terbentuk dalam penelitian ini meliputi pengujian pengaruh langsung dan pengaruh tidak langsung antar variabel. Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan metode *bootstrapping* pada software Smart-PLS 3.0. Adapun hasilnya dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Pengaruh Langsung (Direct Effect)

Hasil uji hipotesis diperoleh dari pengujian *Bootstrapping* dengan teknik dan menggunakan aplikasi Smart-PLS 3.0. Hasil pengujian disajikan pada tabel 4 di bawah ini:

Tabel 4. Hasil Uji Hipotesis Pengaruh Langsung

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
X1 (Literasi Keuangan Syariah) -> X2 (Persepsi)	0.794	0.801	0.068	11.727	0.000
X1 (Literasi Keuangan Syariah) -> Y1 (Minat Menabung)	0.406	0.385	0.158	2.567	0.011
X2 (Persepsi) -> Y1 (Minat Menabung)	0.528	0.552	0.141	3.741	0.000

Sumber : Data diolah tahun 2024

Berdasarkan Tabel 4 di atas menjelaskan pengaruh antar variabel secara langsung di mana, pertama variabel literasi keuangan syariah berpengaruh signifikan pada taraf 1

Pengaruh Literasi Keuangan Syariah terhadap Persepsi dan Minat Menabung

persen ($0,00 < 0,01$) secara positif terhadap persepsi sebesar 0.794 yang mengartikan 1 persen peningkatan literasi keuangan syariah akan meningkatkan persepsi sebesar 79,4 persen. Kedua, variabel persepsi berpengaruh signifikan pada taraf 5 persen ($0,011 < 0,05$) secara positif terhadap minat menabung sebesar 0.406 yang mengartikan 1 persen peningkatan persepsi akan meningkatkan minat menabung sebesar 40,6 persen. Ketiga, variabel persepsi berpengaruh signifikan pada taraf 1 persen ($0,00 < 0,01$) secara positif terhadap minat menabung sebesar 0.528 yang mengartikan 1 persen peningkatan persepsi akan meningkatkan minat menabung sebesar 52,8 persen.

Pengaruh Tidak Langsung (Indirect Effect)

Hasil pengujian pengaruh tidak langsung dengan efek mediasi di dalam penelitian ini disajikan dalam tabel 5 sebagai berikut:

Tabel 5. Hasil Uji Hipotesis Pengaruh Tidak Langsung

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
X1 (Literasi Keuangan Syariah) -> X2 (Persepsi) -> Y1 (Minat Menabung)	0.419	0.441	0.119	3.529	0.000

\Sumber: Data diolah Pada tahun 2024

Berdasarkan hasil analisa pada tabel 5 menunjukkan bahwa pengaruh Variabel literasi keuangan syariah, mempengaruhi minat menabung dengan variabel persepsi sebagai efek mediasi yang ditandai dengan nilai probabilitas yang diperoleh di bawah 0,01 atau signifikan pada taraf 1 persen.

Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Terhadap Persepsi

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis dalam penelitian ini menunjukkan bahwa Variabel Literasi Keuangan Syariah berpengaruh terhadap persepsi masyarakat non muslim pada bank syariah di Kota Langsa. Pengaruh positif yang ini mengindikasikan bahwa semakin besarnya tingkat literasi keuangan syariah yang dimiliki masyarakat non-muslim maka semakin meningkat pula persepsi masyarakat non-muslim tentang bank syariah di Kota Langsa. Hal ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa persepsi masyarakat mengenai bank syariah dipengaruhi oleh pengetahuan (literasi keuangan syariah) dan pengalaman individu tersebut (Kusnandar, 2018). Selain itu, penelitian lainnya walaupun dengan produk keuangan syariah yang berbeda menunjukkan literasi asuransi syariah berpengaruh positif terhadap persepsi masyarakat dalam memilih asuransi syariah (Rahmadion, Yetty, & Fathoni, 2021).

Pengaruh literasi keuangan syariah terhadap persepsi menabung masyarakat non-Muslim pada bank syariah dapat memiliki berbagai implikasi, di mana literasi keuangan syariah meningkat, non-Muslim dapat memiliki pemahaman yang lebih baik tentang prinsip-prinsip ekonomi Islam (Kismawadi, 2023). Ini dapat mengubah persepsi mereka terhadap produk dan layanan perbankan syariah, termasuk menabung di bank syariah.

Pemahaman yang kurang bisa menghasilkan persepsi negatif atau ketidakpastian terhadap produk dan layanan keuangan syariah, sehingga mempengaruhi kemungkinan menabung di bank syariah. Oleh karena itu, upaya untuk meningkatkan literasi keuangan syariah dapat memiliki dampak positif yang signifikan pada persepsi menabung non-Muslim di bank syariah, dengan membuka peluang, meningkatkan kepercayaan, dan mendorong inklusivitas keuangan. Tingkat literasi keuangan syariah masyarakat yang tinggi tentunya dapat menumbuhkan pemanfaatan terhadap produk dan jasa yang ada di perbankan syariah sehingga dapat mendorong pertumbuhan ekonomi dan kesejahteraan, mengingat masyarakat dan lembaga keuangan syariah saling membutuhkan (A. Hamid, 2015).

Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Terhadap Minat Menabung

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis dalam penelitian ini menunjukkan bahwa Variabel Literasi Keuangan Syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Menabung masyarakat non muslim pada bank syariah di Kota Langsa. Pengaruh positif yang ini mengindikasikan bahwa semakin besarnya tingkat literasi keuangan syariah yang dimiliki masyarakat non-muslim maka semakin meningkat pula tingkat minat menabung mereka pada bank syariah. Hal ini sejalan dengan beberapa penelitian sebelumnya menyatakan bahwa literasi keuangan syariah berpengaruh positif terhadap minat menabung masyarakat pada bank syariah (Mulyaningtyas, Soesatyo, & Sakti, 2020; Az-Zahra, Andriana, & Thamrin, 2022; Zakiyah & Wahab, 2022; Nuraini, Alfani, Muyasaroh, & Adawiyah, 2023).

Hasil ini memperkuat asumsi bahwa masyarakat dan lembaga jasa keuangan syariah memiliki hubungan yang saling membutuhkan satu sama lain, sehingga semakin tinggi tingkat literasi keuangan syariah masyarakat, maka semakin banyak masyarakat yang akan memanfaatkan produk dan jasa dari lembaga keuangan syariah (Iskandar, 2021). Meningkatnya literasi keuangan syariah di kalangan masyarakat non-Muslim dapat meningkatkan pemahaman mereka tentang prinsip-prinsip keuangan syariah. Hal ini mencakup konsep-konsep seperti bagi hasil, larangan riba, dan investasi yang etis. Dengan pemahaman yang lebih baik pula, masyarakat non-Muslim dapat merasa lebih nyaman dan percaya untuk menggunakan produk-produk keuangan syariah, termasuk tabungan. Artinya, peningkatan literasi keuangan syariah dapat mendorong integrasi non-Muslim ke dalam sistem keuangan syariah, yang memperluas basis nasabah bank-bank syariah dan mendukung inklusivitas ekonomi yang dapat diakses oleh semua kalangan, tanpa memandang agama, sehingga bisa meningkatkan minat menabung di kalangan non-Muslim. Implikasi temuan ini juga memiliki implikasi penting untuk strategi pendidikan, pemasaran, dan kebijakan yang mendorong inklusivitas ekonomi dan harmonisasi sosial di daerah yang menerapkan hukum syariah seperti Provinsi Aceh.

Pengaruh Persepsi Terhadap Minat Menabung

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis dalam penelitian ini menunjukkan bahwa Variabel Persepsi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Menabung masyarakat non muslim pada bank syariah di Kota Langsa. Hasil penelitian di dukung

oleh beberapa penelitian menyatakan persepsi mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung. Selain itu penelitian lain juga menunjukkan bahwa persepsi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung (Yusuf, 2016; Fuadi, Fitri, & Mulki, 2020; Muliza, 2022; Tiasari & Sanjayawati, 2022; Anwar & Baratullah, 2023). Hasil ini mengartikan bahwa persepsi masyarakat non-Muslim terhadap sistem keuangan syariah dan institusi-institusi keuangan syariah memainkan peran penting dalam membentuk minat mereka untuk menabung. Persepsi positif tentang keamanan, keadilan, dan keuntungan dari produk keuangan syariah dapat meningkatkan minat menabung di kalangan non-Muslim. Jika masyarakat non-Muslim memiliki persepsi bahwa produk keuangan syariah adalah adil dan dapat diandalkan, mereka akan lebih tertarik untuk menabung di bank syariah.

Penyelenggaraan program pendidikan dan penyuluhan tentang keuangan syariah dapat meningkatkan persepsi positif masyarakat non-Muslim. Ini bisa dilakukan melalui kampanye edukasi, seminar, dan workshop yang menyoroti manfaat dan prinsip keuangan syariah. Selain itu, penyediaan informasi yang transparan dan mudah diakses tentang produk keuangan syariah untuk membantu masyarakat non-Muslim memahami keuntungan dan keamanan dari produk-produk tersebut. Lembaga keuangan syariah perlu mengembangkan strategi pemasaran yang khusus menyasar masyarakat non-Muslim, menekankan nilai-nilai universal seperti keamanan, keadilan, dan etika dalam produk mereka. Selain itu, mempromosikan keuangan syariah sebagai sistem yang inklusif dan ramah bagi semua kalangan dapat membantu meningkatkan minat menabung masyarakat non-Muslim.

Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Terhadap Persepsi Sebagai Efek Mediasi Terhadap Minat Menabung

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis dalam penelitian ini menunjukkan bahwa literasi keuangan syariah berpengaruh terhadap persepsi sebagai efek mediasi terhadap minat menabung masyarakat non muslim pada bank syariah di Kota Langsa. Hasil penelitian ini merupakan temuan terbaru yang mengungkapkan bagaimana peningkatan literasi keuangan syariah dapat membentuk persepsi positif, yang pada gilirannya meningkatkan minat menabung di kalangan masyarakat non-Muslim dalam konteks daerah yang menerapkan hukum syariah.

Hasil ini memberi makna persepsi positif yang dibentuk oleh literasi keuangan syariah berperan sebagai mediator yang kuat kepada masyarakat non-Muslim untuk memiliki persepsi positif tentang keuangan syariah yang memungkinkan berdampak pada meningkatnya minat menabung mereka di bank syariah. Persepsi bahwa produk keuangan syariah aman, adil, dan etis mempengaruhi keputusan masyarakat non-Muslim untuk menabung, karena mereka merasa lebih yakin akan keamanan dan keuntungan dari menabung di bank syariah. Oleh karena itu, penting untuk memperluas program literasi keuangan syariah yang mencakup semua lapisan masyarakat, termasuk non-Muslim, melalui seminar, workshop, dan kampanye edukasi dengan memberi materi edukasi yang

dirancang relevan bagi semua kelompok masyarakat dengan menekankan manfaat dan nilai-nilai universal dari keuangan syariah.

SIMPULAN

Literasi keuangan Syariah memiliki pengaruh positif terhadap persepsi dan minat menabung masyarakat non-Muslim di Kota Langsa pada bank syariah. Selain itu, persepsi memediasi pengaruh literasi keuangan syariah terhadap minat menabung masyarakat non muslim pada bank syariah. Hasil temuan ini memiliki implikasi yang mencakup beberapa aspek yang dapat memberikan kontribusi signifikan, baik secara teoritis maupun praktis. Secara teoritis, penelitian ini dapat menjadi tambahan materi referensi keilmuan bagi akademisi, serta dapat meningkatkan pemahaman mengenai persepsi dan minat menabung pada Bank Syariah.

Bank syariah harus berhasil mempromosikan literasi keuangan syariah yang dapat memberikan pendekatan inklusif dan multikultural dalam menyediakan layanan keuangan. Hal ini dapat membuka pintu bagi kerja sama antar agama dan memberikan kontribusi positif terhadap keharmonisan sosial. Penting untuk melibatkan non-Muslim dalam program pendidikan dan kampanye literasi keuangan syariah untuk merubah persepsi masyarakat non muslim terhadap bank syariah ke arah yang positif. Dengan meningkatkan kesadaran dan pemahaman mereka, bank syariah dapat menarik minat lebih banyak nasabah non-Muslim untuk menggunakan layanan mereka. Dengan menggabungkan literasi keuangan syariah dan pendekatan yang inklusif, bank syariah dapat menciptakan lingkungan yang menarik bagi non-Muslim untuk menabung dan menggunakan layanan keuangan mereka.

REFERENSI

- Al-faridho, M. (2018). Sharia Economics Edugame (SEE): Alternatif Pengembangan Pemahaman Literasi Keuangan Syariah. *Jurnal Studi Agama Dan Masyarakat*, 14.1, 65.
- Alma, B. (2007). *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Anwar, M. K., & Baratullah, B. M. (2023). Pengaruh Persepsi Riba Dan Bunga Bank Terhadap Minat Menabung Di Lembaga Keuangan Syariah Pada Masyarakat Pesantren. *Quranomic: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 2(1), 102–124. <https://jurnalannur.ac.id/index.php/quranomic>
- Azwar, S. (2014). Metode penelitian. In *Metode penelitian* (p. 91). yogyakarta: pustaka pelajar offset.
- Az-Zahra, K. N., Andriana, I., & Thamrin, K. M. H. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah dalam Perspektif Syariah (Studi pada Mahasiswa S1 Fe Universitas Sriwijaya). *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 5(4), 1801–1809. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v5i4.1995>

- Fuadi, Fitri, L., & Mulki, A. M. (2020). Pengaruh Persepsi, Sikap Dan Pengetahuan Terhadap Minat Menabung Masyarakat Pada Bank Aceh Syariah di Kota Kuala Simpang. *El-Amwal*, 4(1), 90–108. <https://ojs.unimal.ac.id/index.php/el-amwal>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro (p. 51). p. 51. Semarang.
- Ghozali, I. ahmad. (2020). Peran Masyarakat Dalam Proses Diversi Tindak Pidana Anak Sebagai Upaya Mewujudkan Keadilan Restoratif. *Jurnal Pengembangan Masyarakat Islam*, 5.1.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Partial Least Squares: Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hamdani, A. N. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Dalam Menabung di Bank Syariah Indonesia Sudirman Kc Tulungagung. In *IAIN diponegoro*. Diss.
- Hamid, A. (2015). No Title Moving forward Islamic finance: A reflection on the approach and direction. *Internasional*.
- Hamid, A. (2017). An Empirical Re-Examination of the Islamic Banking Performance in Indonesia. *Internasional*.
- Hamid, R. S., & Anwar, S. M. (2019). *Structural Equation Modeling (SEM) Berbasis Varian: Konsep Dasar dan Aplikasi dengan Program SmartPLS 3.2.8 dalam Riset Bisnis*. Jakarta: PT Inkubator Penulis Indonesia.
- Hariawan, S. R. (2020). *Pengaruh Persepsi Masyarakat Jempong Baru Tentang Perbankan Syariah Terhadap Motivasi Menabung di Bank Syariah*.
- Iskandar. (2021). No Title The Islamic Perspective on The Improvement of Family Economy in The New Normal Title. *Internasional*.
- Janah, F. F. (2022). *Pengaruh Tingkat Religiusitas, Literasi Dan Persepsi Terhadap Minat Menabung Mahasiswa di Perbankan Syariah* (p. 35). p. 35.
- Kismawadi, E. R. (2023). No Title Improving Islamic bank performance through agency cost and dual board governance. *Internasionasl*.
- Kusnandar, N. (2018). Persepsi Masyarakat Tentang Bank Syari'ah. *Al Mashalih – Journal Of Islamic Law*, 1(1), 61–71.
- Maharani, Renita, Trisila Suprianto, and M. R. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Menabung di Bank Syariah:(Studi Kasus Di Bsi Ex Bsm). *Jurnal Ekonomi Islam*, 7.2, 127–136.
- Muliza, M. (2022). Persepsi Non-Muslim Terhadap Perbankan Syariah di Kota Banda Aceh: Indonesia. *At-Tasyri': Jurnal Ilmiah Prodi Muamalah*, 14(2), 101–116. <https://doi.org/10.47498/tasyri.v14i2.1328>
- Mulyaningtyas, I. F., Soesatyo, Y., & Sakti, N. C. (2020). Pengaruh Pengetahuan Tentang Bank Syariah Dan Literasi Keuangan Terhadap Minat Menabung Siswa Pada Bank Syariah Di Kelas Xi Ips Man 2 Kota Malang. *Jurnal Ekonomi Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 8(1), 53. <https://doi.org/10.26740/jepk.v8n1.p53-66>

- Nuraini, P., Alfani, M. H., Muyasaroh, N., & Adawiyah, R. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Dan Persepsi Terhadap Minat Menggunakan Produk Bank Syariah. *Islamic Banking and Finance*.
- Nurhaliza. (2023). *Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Dan Persepsi Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah*.
- Rahmadion, M., Yetty, F., & Fathoni, M. A. (2021). *Pengaruh Literasi Asuransi Syariah Terhadap Persepsi Masyarakat Dalam Memilih Asuransi Syariah Di Jabodetabek*. 2.
- Sugiono. (2018). *Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sumarwan. (2011). *Perilaku konsumen* (p. 147). p. 147. Jakarta: penerbit ghalia.
- Sumarwan, U. (2002). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Tiasari, F., & Sanjayawati, H. (2022). Pengaruh Persepsi Masyarakat tentang Perbankan Syariah terhadap Minat Menabung di Bank BNI Syariah KCP Kepanjen: (Studi Kasus pada Mahasiswa Unira Malang Angkatan 2017-2018). *Journal Islamic Business and Entrepreneurship*, 1(2), 70–79. <https://doi.org/10.33379/jibe.v1i2.1720>
- Umah, R., & Supriyatna, R. K. (2018). Pengaruh Persepsi Mahasiswa terhadap Minat Menabung di Bank Syariah: Studi Kasus Mahasiswa FEBI INAIS Bogor. *Jurnal Ekonomi Dan Kajian Bisnis Islam*, 1(1), 94–116. <https://doi.org/1047467/elmal.v1i1.281>
- Yusuf, M. Y. (2016). Persepsi Etnis Tionghoa Dalam Meningkatkan Minat Terhadap Perbankan Syariah Di Banda Aceh. *Equilibrium: Jurnal Ekonomi Syariah*, 4(2), 195–210.
- Zakiah, & Wahab, A. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan, Financial Attitude, Lokasi Dan Religiositas Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah (Studi Kasus Pada Masyarakat Desa Sirap Juai Kab. Balangan). *Wahana Islamika: Jurnal Studi Keislaman*, 8(2), 124–144. <https://doi.org/10.61136/wye1jc11>