

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dewasa ini berbagai bentuk lembaga yang berbaur syariah mulai mendapat tempat khusus dihati masyarakat. Hal ini ditandai dari munculnya berbagai macam lembaga dengan konsep syariah hampir diseluruh wilayah. Mulai dari wisata syariah, pengembangan property syariah serta ekonomi syariah. Namun yang paling mendapat perhatian masyarakat menurut Yusra (2022) adalah kegiatan ekonomi yang berbasis syariah seperti Lembaga Keuangan dan Perbankan Syariah.

Perkembangan ekonomi berbasis syariah dapat dengan cepat diterima oleh masyarakat karena dari 269,6 juta jiwa penduduk di Indonesia sekitar 229,62 juta jiwa atau sekitar 87,2% adalah Muslim. Selain itu menurut Ketua Umum Asbisindo dalam pernyataannya pada kegiatan Halal Bi Halal Asosiasi Bank Syariah Indonesia (ASBISINDO) bahwa tingkat kepercayaan masyarakat pada Lembaga Keuangan dan Perbankan Syariah semakin membaik dan hal ini didukung pula pada kemampuan Sustainable yang dimiliki oleh kegiatan-kegiatan perekonomian berbasis syariah telah teruji, terbukti Pasca Pandemi Tahun 2020 dan 2021, hampir secara menyeluruh Lembaga Keuangan dan Perbankan yang berbasis syariah mampu melewati tekanan tersebut (Infobanknews, 2024)

Survey Otoritas Jasa Keuangan (OJK) tentang Literasi dan Inklusi Keuangan di Tahun 2022 juga menegaskan bahwa tingkat kepercayaan masyarakat terhadap lembaga keuangan dan perbankan semakin membaik, hal ini ditunjukkan dengan meningkatnya tingkat inklusi keuangan yang awalnya hanya 59,74% di Tahun 2013 menjadi 85,10% di Tahun 2022. Perkembangan ini tentunya tidak terlepas dari semakin baiknya pemahaman masyarakat tentang pengelolaan keuangan. Kondisi ini juga ikut mempengaruhi tingkat Literasi dan Inklusi Keuangan masyarakat tentang Keuangan Berbasis Syariah, (SNLIK OJK, 2022)

Gambaran secara umum tentang perkembangan tentang Literasi dan Inklusi Keuangan baik itu sifatnya konvensional dan syariah dapat dilihat pada Tabel berikut :

Tabel 1.1
Perkembangan Tingkat Literasi Keuangan Masyarakat di Indonesia Tahun 2013-2022

Tahun	Lokasi (Kab/Kota)	Respon den	Keuangan Konvensional		Keuangan Syariah	
			Literasi	Inklusi	Literasi	Inklusi
2013	64	6.400	21,84%	59,74%	-	-
2016	64	9.680	29,66%	67,82%	8,11%	11,06%
2019	67	12.773	38,03%	76,19%	8,93%	9,10%
2022	76	14.634	49,68%	85,10%	9,14%	12,12%

Sumber : Siaran Pers SNLIK OJK 2013-2022

Hasil dari Survey Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) yang dilakukan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dari Tahun 2013 hingga Tahun 2022 menunjukkan bahwa Tingkat Literasi dan Inklusi Keuangan dari masyarakat setiap tahunnya mengalami

peningkatan cukup pesat, tentunya hal ini dikarenakan pihak-pihak yang memiliki keterkaitan dengan perkembangan ini mengambil peran dengan baik terutama pada pihak Lembaga Keuangan dan Perbankan dalam memberikan pencerahan pengetahuan kepada masyarakat.

Perkembangan menggembirakan terhadap hasil survey SNLIK dari OJK tersebut dapat dilihat pada Tingkat Literasi dan Inklusi Keuangan Masyarakat berbasis Syariah. Walaupun sistem keuangan syariah telah lama dikenal, namun jika dihubungkan dengan tingkat pertumbuhan dari Lembaga Keuangan dan Perbankan Syariah yang mulai nampak, nanti pada Tahun 2008 sejak diterbitkannya Undang-Undang No. 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah. Namun Pengakuan terhadap Sistem Pengelolaan Lembaga dan Perbankan Syariah yang dianggap telah memiliki kelengkapan untuk dapat berakselerasi dimasyarakat sebagaimana Bank Konvensional nanti pada Tahun 2015.

Sehingga Pengawasan terhadap Lembaga Keuangan dan Perbankan Syariah yang awalnya dilakukan oleh Bank Indonesia (BI) kemudian sejak Tahun 2013 dialihkan ke Otoritas Jasa Keuangan (OJK), maka dari sejak itulah perkembangan tingkat Literasi dan Inklusi Keuangan terhadap Lembaga Keuangan dan Perbankan Syariah berada dalam Pengawasan OJK, dan awal survey untuk melihat kondisi tingkat pengetahuan keuangan masyarakat atau sering disebut dengan literasi keuangan dan kemampuan untuk mengakses produk pada

lembaga keuangan dan perbankan syariah atau dikenal dengan inklusi keuangan pada Tahun 2016 meletakkan dasar bahwa Tingkat Literasi dan Inklusi Keuangan Masyarakat tentang Keuangan Syariah masih berada pada angka 8.11% dan 11.6%.

Literasi dan Inklusi Keuangan jika dilihat dari pemaknaannya merupakan dua hal yang memiliki arti berbeda namun jika keduanya dihubungkan dengan tujuan yang hendak dicapai, maka Literasi dan Inklusi Keuangan adalah dua hal yang saling mendukung, hal ini ditegaskan oleh Dian Wulandari (2023) bahwa tingkat kemampuan literasi keuangan di masyarakat sering dipicu oleh tingkat Inklusi yang dimiliki, artinya semakin baik akses masyarakat pada perbankan maka langkah ini akan memicu pada peningkatan Literasi Keuangan yang dimiliki oleh masyarakat.

Literasi Keuangan atau sering dikenal dalam istilah *Financial Literacy* jika dilihat dari segi pengertiannya menurut pandangan dari Kusumaningtuti (2020) dapat dimaknai sebagai sebuah kombinasi kebutuhan akan kesadaran, pengetahuan, keahlian, etika, dan sikap dalam membuat keputusan keuangan yang pada akhirnya berdampak pada kesejahteraan individu. Demikian pula jika dikaitkan dengan Keuangan Berbasis Syariah maka menurut Mifta Novianti Putri, (2022) bahwa Literasi Keuangan Berbasis Syariah (*Islamic Financial Literacy*) yakni kemampuan seseorang dalam menggunakan pengetahuan keuangan, sikap, dan ketrampilan untuk mengelola sumber daya

keuangan sesuai dengan ajaran Islam sebagaimana selama ini ditawarkan oleh berbagai lembaga keuangan dan perbankan berbasis syariah.

Sementara Inklusi Keuangan didasarkan pada Peraturan Presiden Nomor 82 Tahun 2016 tentang Strategi Nasional Keuangan Inklusif (SNKI) dapat diartikan sebuah kondisi dimana setiap anggota masyarakat memiliki akses terhadap berbagai layanan keuangan formal yang berkualitas, lancar, tepat waktu dan aman dengan biaya terjangkau sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan setiap individu. Sehingga jika dihubungkan dengan keuangan syariah menurut Nasir, dkk (2022) dapat diartikan adanya ketersediaan dan kemudahan akses bagi seluruh golongan masyarakat untuk dapat menjangkau layanan lembaga jasa keuangan sesuai aturan dan hukum syariah, atau dengan kata lain teraksesnya produk dan jasa keuangan Berakad Syariah.

Meningkatnya indeks Literasi dan Inklusi Keuangan Syariah sesuai hasil Survey OJK Tahun 2022, menunjukkan bahwa tingkat kesadaran masyarakat mulai tumbuh terhadap keinginan untuk dapat melakukan transaksi keuangan diperbankan dengan pendekatan Syariah. Walaupun dari hasil pencermatan terhadap capaian dari *Market Share* Perbankan Syariah baru mencapai 5,9% atau sangat jauh jika dibandingkan dengan *Market Share* Bank Konvensional yakni 94,1%, oleh Nurul Novaria (2020) menyatakan bahwa hal tersebut lebih dikarenakan oleh persoalan tingkat literasi dan inklusi keuangan syariah

yang dimiliki oleh masyarakat masih rendah sehingga sangat diperlukan berbagai upaya untuk mendukung peningkatan keduanya.

Pernyataan tersebut sejalan dengan penjelasan dari Andi Amri (2023) bahwa faktor yang dominan mempengaruhi minat masyarakat menggunakan produk lembaga keuangan berbasis syariah adalah Inklusi Keuangan Syariah, artinya secara umum masyarakat telah memiliki pemahaman walaupun masih rendah tentang perbankan syariah, namun keinginan untuk menggunakan produk-produk yang ada di lembaga perbankan syariah terkendala pada rendahnya akses masyarakat pada lembaga yang menggunakan prinsip-prinsip berbasis syariah.

Sementara dalam kajian yang dikemukakan oleh Yosef Tonce (2022) melihat bahwa prinsip yang dominan mempengaruhi minat nasabah menggunakan produk lembaga keuangan syariah dikarenakan oleh faktor pengetahuan terhadap produk dan juga aksesibilitas pada lembaga keuangan, sementara untuk kualitas produk dianggap tidak berpengaruh karena nasabah beranggapan bahwa kualitas produk yang ditawarkan oleh lembaga keuangan berbasis telah digaransi menggunakan prinsip-prinsip islami dalam kegiatan transaksinya..

Minat Nasabah untuk menggunakan suatu produk tentunya sangat dipengaruhi oleh berbagai faktor, sebab menurut Kotler (2020) Minat dapat diartikan sebagai suatu bentuk perhatian yang kuat dan

mendalam disertai dengan perasaan senang terhadap suatu produk sehingga mengarahkan seseorang untuk menyukai produk tersebut dengan kemauan sendiri. Sehingga jika dikaitkan dengan produk yang secara umum ditawarkan oleh Lembaga Perbankan Syariah artinya ketika masyarakat atau nasabah menjatuhkan pilihannya untuk menyukai produk tersebut dikarenakan oleh keinginannya sendiri.

Sedangkan menurut Adiyanto (2021) bahwa permasalahan Minat pada dasarnya sangat tergantung pada perasaan yang mendorong seseorang untuk melakukan suatu kegiatan atau dorongan yang melatar belakangi dalam melakukan sesuatu, olehnya itu jika dikaitkan dengan pemilihan produk pada lembaga perbankan kondisi nasabah saat ini lebih berhati-hati dalam memilih bank untuk menginvestasikan uangnya, sebab persepsi masyarakat terhadap bank tidak hanya terpaku pada masalah kuantitas seperti bunga bank, tetapi sudah berkembang pada persoalan kualitas, baik mengenai layanan ataupun produk. Penilaian masyarakat terhadap bank dipengaruhi bagaimana mereka memaknai produk bank atau pelayanan yang mereka terima

Bank Muamalat merupakan salah satu lembaga perbankan Syariah di Indonesia dimana per 31 Maret 2023, tercatat memiliki jumlah Kantor Cabang sebanyak 80 yang tersebar di hamper seluruh provinsi dan untuk mendukung operasionalnya saat in terdapat 128 Kantor Cabang Pembantu yang tersebar diberbagai Kabupaten dan

Kota dimana salah satunya berada di Kota Parepare. Bank Muamalat sebagai lembaga keuangan yang menjalankan prinsip-prinsip syariah tentunya selalu berpedoman terhadap prinsip-prinsip Islam khususnya dalam mengatur hubungan antara pihak Bank dan pihak lain dalam rangka menghimpun dan penyaluran dana serta kegiatan Perbankan Syariah lainnya.

Terdapat beberapa kajian yang memberikan gambaran bahwa peluang dari semua lembaga perbankan syariah di Indonesia cukup menjanjikan dimana hal tersebut dikaitkan dengan persoalan nilai Religiusitas Masyarakat yang sesuai data statistik 84% adalah Muslim. Hanya saja kondisi ini dalam beberapa kasus dapat dinyatakan memiliki dampak sangat besar seperti yang dikemukakan oleh Usvita, (2021) bahwa religiusitas merupakan salah satu alasan utama bagi masyarakat Muslim memilih Bank Syariah, karena dianggap sangat sesuai dengan prinsip-prinsip dalam Islam, sehingga salah satu alternatifnya yakni dengan memilih produk-produk yang ditawarkan oleh lembaga perbankan berbasis syariah.

Sementara menurut Sindi Anggraini (2023) bahwa dominasi terhadap minat masyarakat untuk menggunakan produk dari Lembaga Keuangan berbasis Syariah tidak sepenuhnya dipengaruhi oleh faktor Religiusitas, akan tetapi yang banyak memberikan dampak terhadap minat dari nasabah yakni tingkat Literasi dan Inklusi Keuangan dari Masyarakat. Penekanan serupa juga dikemukakan oleh Ahmad Fauzi

(2020), bahwa Nilai Religiutas secara signifikan memberikan pengaruh terhadap minat nasabah menggunakan produk Lembaga Keuangan Syariah, namun hal ini hanya dapat tercapai jika didukung oleh tingkat Literasi dan Inklusi Keuangan yang dimiliki oleh masyarakat

Berdasar pada fenomena tersebut dan melihat bahwa lokasi dari Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu Kota Parepare dapat dikatakan berada di salah satu pusat perbelanjaan yang cukup banyak diminati pengunjung yakni Pasar Senggol Parepare, tentunya hal ini menjadi menarik untuk dicermati tentang sejauh mana tingkat Literasi dan Inklusi Keuangan Syariah yang dimiliki oleh pedagang di Pasar ini terhadap minat mereka dalam menggunakan produk yang ada pada Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu Parepare.

Merujuk pada fokus kajian tersebut, maka judul yang dijadikan sebagai acuan dalam penelitian ini adalah “Pengaruh Literasi dan Inklusi Keuangan Syariah Terhadap Minat Pedagang Pasar Senggol dalam Menggunakan Produk dan Jasa Bank Muamalat KCP Kota Parepare”

B. Rumusan Masalah

Berdasar kajian dalam penelitian ini maka rumusan masalah yang diajukan yakni :

1. Apakah Tingkat Literasi Keuangan Syariah berpengaruh terhadap Minat Pedagang Pasar Senggol untuk Menggunakan Produk dan

Jasa pada Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu (KCP) Kota Parepare ?

2. Apakah Tingkat Inklusi Keuangan Syariah berpengaruh terhadap Minat Pedagang Pasar Senggol Menggunakan Produk dan Jasa pada Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu (KCP) Kota Parepare ?
3. Apakah Tingkat Literasi dan Inklusi Keuangan Syariah jika secara bersama-sama dapat berpengaruh terhadap Minat Pedagang Pasar Senggol Menggunakan Produk dan Jasa Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu (KCP) Kota Parepare?

C. Tujuan Penelitian

Berdasar pada rumusan masalah yang akan dikaji pada penelitian ini, maka tujuan yang hendak dicapai adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh Tingkat Literasi Keuangan Syariah terhadap Minat Pedagang Pasar Senggol Menggunakan Produk dan Jasa Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu (KCP) Kota Parepare.
2. Untuk mengetahui pengaruh Tingkat Inklusi Keuangan Syariah terhadap Minat Pedagang Pasar Senggol Menggunakan Produk dan Jasa Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu (KCP) Kota Parepare
3. Untuk mengetahui pengaruh tingkat Literasi Dan Inklusi Keuangan jika secara bersama-sama terhadap Minat Pedagang Pasar

Senggol Menggunakan Produk dan Jasa Bank Muamalat Kantor
Cabang Pembantu (KCP) Kota Parepare

D. Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dalam penelitian ini antara lain :

1. Manfaat Teoritis
 - a. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sebuah dukungan konseptual sekaligus sebagai sarana untuk memberikan gambaran tentang pengaruh Literasi dan Inklusi Keuangan Syariah terhadap Minat Menggunakan Produk dan Jasa Bank Muamalat
 - b. Penelitian ini juga diharapkan menjadi salah satu sumber rujukan terhadap penelitian-penelitian yang mengkaji tentang Literasi dan Inklusi Keuangan Syariah terhadap Minat Menggunakan Produk dan Jasa Bank Muamalat
2. Manfaat Praktis
 - a. Secara praktis diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan informasi khususnya berkaitan dengan kondisi tingkat Literasi dan Inklusi Keuangan terhadap Minat Pedagang Menggunakan Produk dan Jasa Bank Muamalat
 - b. Informasi yang disajikan dalam penelitian ini diharapkan pula dapat menjadi sumber rujukan kepada pengelola Bank Muamalat berkaitan dengan Minat Masyarakat dalam menggunakan yang ditawarkan.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Kajian Teori

1. Literasi Keuangan Syariah (*Islamic Financial Literacy*)

a. Literasi Keuangan (*Financial Literacy*)

Literasi Keuangan jika didasarkan pada Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 76 Tahun 2016 dinyatakan bahwa Literasi Keuangan (*Financial Literacy*) terdiri atas Pengetahuan Keuangan (*Financial Knowledge*), Keterampilan dalam Pengelolaan Keuangan (*Financial Skill*) dan Keyakinan dalam Penggunaan Keuangan (*Financial Confidence*) yang nantinya mempengaruhi Sikap Keuangan (*Financial Attitude*) dan Perilaku Keuangan (*Financial Behavior*), dimana kesemua unsur tersebut dapat dijadikan sebagai sarana dalam meningkatkan kualitas pengambilan keputusan keuangan usaha dalam rangka mencapai kesejahteraan.

Berdasarkan penegasan tentang Literasi Keuangan yang dikemukakan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK), oleh Briliani (2020) diuraikan bahwa Literasi Keuangan adalah sebuah keahlian yang dimiliki oleh individu didasarkan pada kemampuan untuk mengelola pendapatan agar tercapai peningkatan kesejahteraan finansial. Sementara Aprinhasari (2020) memberikan pengertian bahwa Literasi Keuangan

adalah kombinasi kebutuhan akan kesadaran, pengetahuan, keahlian, etika, dan sikap dalam membuat keputusan keuangan yang pada akhirnya berdampak pada kesejahteraan individu.

Merujuk pada kedua pandangan tersebut oleh Safryani (2020) merangkum menjadikan satu dengan memberikan pengertian terhadap Literasi Keuangan (*Finanacial Literacy*) yakni suatu keterampilan yang harus dikuasai oleh setiap individu untuk memperbaiki taraf hidupnya dengan upaya pemahaman terhadap perencanaan dan pengalokasian sumber daya keuangan yang tepat dan efisien.

Sementara dari sisi aspek lain Heru Kristanto (2021) menguraikan bahwa Literasi Keuangan (*Finanacial Literacy*) adalah sebuah keterampilan numerik disertai pemahaman terhadap konsep dasar ekonomi yang dibutuhkan untuk menambah pengetahuan seseorang sebagai acuan dalam mengambil keputusan terhadap proses menyimpan dan juga meminjam. Demikian pula pernyataan yang dikemukakan oleh Moh. Zaki Kurniawan (2022) bahwa Literasi Keuangan (*Finanacial Literacy*) adalah kemampuan untuk membuat penilaian-penilaian terhadap informasi keuangan sebagai dasar untuk mengambil keputusan secara efektif berdasarkan kegunaan dalam pengelolaan keuangan

b. Literasi Keuangan Syariah (*Islamic Finacial Literacy*)

Literasi Keuangan Syariah atau sering pula dikenal dengan sebutan *Islamic Finacial Literacy* dari penjelasan yang dikemukakan oleh Alimusa (2020) bahwa pengertiannya tidak jauh berbeda dengan pengertian Literasi Keuangan secara umum yakni tingkat pengetahuan dan pemahaman dari seseorang tentang produk dan jasa keuangan, namun hal yang membedakan pada substansinya dimana untuk Literasi Keuangan Syariah difokuskan pada Produk dan Jasa dari Lembaga Keuangan Berbasis Syariah.

Siti Alfia Ayu (2021) secara spesifik menguraikan bahwa Literasi Keuangan Syariah dapat diartikan dengan kecakapan yang dimiliki seseorang dengan menggunakan pengetahuan dan keahlian dalam menentukan sikap pada pengelolaan sumber daya keuangan yang sesuai dengan nilai-nilai Islam. Penggunaan prinsip Syariah menurut Nur Hidayah (2022) dimaksudkan agar seseorang dapat melakukan pengelolaan keuangannya dengan baik, sesuai prinsip Islam

c. Tujuan Literasi Keuangan Syariah

Tujuan pengembangan terhadap Literasi Keuangan sesuai dengan Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 76/POJK.07/2016, antara lain :

- 1) Meningkatkan kemampuan dalam pengambilan keputusan keuangan.
- 2) Melakukan perubahan terhadap sikap dan perilaku individu dalam mengelola keuangan menjadi lebih baik, sehingga mampu memilih dan memanfaatkan lembaga, produk dan layanan jasa keuangan yang sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan individu.

Sementara Tujuan Literasi Keuangan Syariah berdasar pada pandangan dari Mifta Novianti Putri, (2022) antara lain agar konsumen dan masyarakat luas dapat menentukan produk dan jasa keuangan syariah yang sesuai kebutuhan mereka, memahami dengan benar manfaat dan risikonya, mengetahui hak dan kewajiban serta meyakini bahwa produk dan jasa keuangan yang dipilih tersebut dapat meningkatkan kesejahteraan mereka berdasarkan prinsip syariah yang halal dan menguntungkan.

d. Prinsip-Prinsip Literasi Keuangan Syariah

Mengutip prinsip-prinsip dalam pengembangan Literasi Keuangan yang dituangkan pada *Blue Print* tentang Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia, maka menurut Mifta Novianti Putri, (2022) bahwa prinsip-prinsip tersebut juga dapat diberlakukan dalam mendukung penerapan Literasi Keuangan Syariah. Adapun prinsip yang dimaksud adalah :

1) Universal dan Inklusif

Penerapan prinsip dan juga program dalam rangka meningkatkan kemampuan Literasi Keuangan Masyarakat berbasis Syariah maka cakupannya harus dapat diterima oleh semua golongan secara *rahmatan lil'alamin* atau tidak semata hanya untuk umat muslim namun terbuka untuk semua agama dan golongan.

2) Sistematis dan Terukur

Memudahkan masyarakat memahami tentang prinsip-prinsip yang ada dalam Literasi Keuangan Syariah, maka hal terpenting harus dilakukan adalah mensosialisasikan semua program atau produk lembaga keuangan secara sistematis, terencana, mudah dipahami, terstruktur, sederhana dan pencapaiannya dapat diukur.

3) Kemudahan Akses

Medukung dalam meningkatkan pemahaman masyarakat tentang Sistem Tata Kelola pada lembaga keuangan, dan hal ini tentunya juga diharapkan akan berdampak pada tingkat pemahaman terhadap Literasi Keuangan Syariah, Olehnya itu dalam pengelolaan Keuangan pada lembaga yang berbasis syariah maka prinsip yang harus dibangun yakni kemudahan akses layanan pada semua lembaga keuangan dan perbankan yang berbasis syariah.

4) Kemaslahatan

Mendorong agar daya minat masyarakat menjadi semakin tinggi untuk memahami Literasi Keuangan Syariah, maka prinsip kemaslahatan harus mampu diuraikan secara transparan bahwa produk dan jasa yang ditawarkan tujuan utamanya berorientasi pada prinsip masalah (manfaat) yang lebih dominan untuk masyarakat secara luas.

5) Kolaborasi

Mendukung terciptanya pemahaman terhadap literasi keuangan berbasis syariah, maka melibatkan semua unsur atau stakeholder menjadi sangat penting, sebab tanpa peran serta dari berbagai pihak maka tingkat kepercayaan dari masyarakat akan menjadi sulit dikembangkan

e. Indikator Literasi Keuangan Syariah

Mengukur terhadap kemampuan literasi keuangan masyarakat khususnya jika dikaitkan dengan prinsip-prinsip pengelolaan keuangan berbasis syariah, maka indikator yang terdapat berbagai indikator yang dapat digunakan untuk mengukur tingkat Literasi Keuangan berbasis Syariah dari masyarakat menurut Muna Dahlia (2020), terdiri dari :

1) Pengetahuan Dasar Tentang Keuangan Syariah

Pengetahuan dasar yang dimaksudkan dalam hal ini adalah tingkat pemahaman masyarakat terhadap sistem

pengelolaan keuangan berbasis syariah, artinya ukuran pemahaman dari masyarakat tidak semata-mata hanya berdasar pada persoalan untung atau rugi, akan tetapi pola pendekatannya lebih diorientasikan sejauh mana mereka memahami tentang pengelolaan keuangan yang dilarang dan diperbolehkan.

2) Kemampuan

Pendekatan kemampuan yang dimaksud dalam mengukur tingkat literasi keuangan masyarakat yakni keterampilan tentang literasi keuangan sehingga dapat dijadikan dasar dalam membuat keputusan yang merujuk pada informasi tentang produk dan jasa dari lembaga keuangan atau perbankan yang berbasis syariah.

3) Sikap

Orientasi terhadap Sikap Keuangan dalam hal ini adalah mengukur tingkat Pemahaman Masyarakat tentang uang berdasar pada Sumber dan Peruntukannya, termasuk dalam hal ini pemahaman terhadap sumber keuangan yang diperoleh dari perbankan dalam bentuk kredit atau pembiayaan dihubungkan dengan prinsip-prinsip syariah.

4) Perilaku Keuangan Syariah

Bentuk perilaku dari seseorang jika dihubungkan dengan pengelolaan keuangan baik untuk kepentingan pribadi

maupun bagi kepentingan usaha, terletak pada sejauh mana kemampuan seseorang atau pelaku usaha dalam mengefektifkan penggunaan keuangan didasarkan pada kebutuhan yang telah direncanakan dengan berpedoman pada prinsip-prinsip pembelanjaan berbasis syariah.

5) Kepercayaan

Hasrat dan keinginan masyarakat dalam memanfaatkan fasilitas, produk dan jasa suatu lembaga keuangan atau perbankan yang berbasis syariah, tentunya didasarkan pada beberapa pertimbangan. Kondisi ini dapat dimaknai bahwa masyarakat sebelum memberikan kepercayaan kepada pilihan mereka sangat didasari oleh pertimbangan dan disesuaikan dengan kebutuhan mereka.

2. Inklusi Keuangan Syariah

a. Inklusi Keuangan

Inklusi Keuangan sesuai dengan bunyi dalam Peraturan Presiden Nomor 114 Tahun 2020 tentang Standar Nasional Keuangan Inklusi dimana pada bagian penjelasan diuraikan bahwa Inklusi Keuangan adalah kondisi ketika masyarakat telah mempunyai akses terhadap berbagai produk dan layanan keuangan formal yang berkualitas secara tepat waktu, lancar, dan aman dengan biaya terjangkau sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan masyarakat. Selanjutnya, akses layanan

keuangan merupakan kemampuan masyarakat untuk menggunakan layanan dan/atau memiliki produk dari lembaga keuangan formal.

Sementara menurut pandangan dari Nasir Tajul, dkk (2022) bahwa Pengertian dari Inklusi Keuangan adalah proses memperkenalkan suatu akses terhadap industri keuangan yang terjangkau, tepat waktu serta memadai untuk berbagai produk dan jasa keuangan yang diatur dan memperluas penggunaannya oleh semua segmen masyarakat melalui suatu pendekatan yang ada serta inovatif dan disesuaikan dengan kesadaran keuangan sebagai bentuk pendidikan untuk mempromosikan kesejahteraan keuangan masyarakat.

Moh. Zaki Kurniawan (2022) menjelaskan bahwa Inklusi keuangan adalah proses untuk memastikan akses terhadap produk dan layanan keuangan yang dibutuhkan oleh seluruh lapisan masyarakat pada umumnya dan kelompok-kelompok rentan seperti kelompok yang lebih lemah dan kelompok berpenghasilan rendah pada khususnya, dengan biaya yang terjangkau, dengan cara yang adil dan transparan, oleh para pelaku kelembagaan utama.

b. Inklusi Keuangan Syariah

Inklusi Keuangan dengan pendekatan syariah menurut pandangan Rivaldi Setiawan (2023) merupakan suatu aktivitas atau upaya meningkatkan aksesibilitas terhadap lembaga keuangan syariah sebagai sarana bagi masyarakat mengelola dan mendistribusikan sumber-sumber keuangannya.

Sementara Machfud Ridha (2023) melihat bahwa konsep inklusi keuangan syariah meliputi akses dan partisipasi yang adil serta merata dalam kerangka sistem keuangan yang didasarkan pada prinsip-prinsip syariah. Prinsip utama inklusi keuangan syariah adalah keadilan, keberlanjutan, dan berbagi risiko..

Inklusi keuangan syariah sebagaimana dikemukakan oleh Vernica A. Adelia (2023) merupakan bentuk pendalaman layanan keuangan berbasis syariah yang ditujukan kepada masyarakat dalam rangka memanfaatkan produk dan jasa keuangan syariah seperti sarana menyimpan uang yang aman, transfer, menabung, maupun pinjaman dan asuransi. Sehingga dapat juga diartikan dengan penyediaan akses jasa keuangan yang luas tanpa hambatan dalam penggunaannya.

c. Tujuan Inklusi Keuangan Syariah

Pasal 12 dalam Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 76/PJOK.07/2016 menguraikan bahwa tujuan umum dari Inklusi Keuangan adalah :

- 1) Meningkatnya akses masyarakat terhadap lembaga, produk, jasa dan layanan keuangan formal dan syariah
- 2) Meningkatnya penyediaan dan penggunaan produk dan/atau layanan jasa keuangan oleh lembaga keuangan formal dan syariah yang sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan dari masyarakat.
- 3) Meningkatnya kualitas penggunaan produk dan layanan jasa lembaga keuangan formal dan syariah sesuai kebutuhan dan kemampuan masyarakat.

Sementara oleh Machfud Ridha (2023) secara spesifik menjabarkan tujuan dari Inklusi Keuangan sebagai berikut :

- 1) Mengatasi adanya kesenjangan ekonomi antara kelompok masyarakat, dimana diharapkan melalui inklusi keuangan syariah, kesempatan ekonomi dapat diperluas bagi individu dan kelompok masyarakat yang kurang mampu, sehingga kesenjangan ekonomi dapat tereduksi.
- 2) Memberikan akses kepada masyarakat sebagai bentuk upaya nyata dalam mewujudkan prinsip-prinsip *Maqashid Syari'ah* yang memiliki tujuan menghasilkan kebaikan dan

menghindari keburukan, serta mengambil manfaat dan menghindari kerugian.

- 3) *Maqashid Syari'ah* merupakan nilai-nilai syariah yang tercakup dalam berbagai hukum atau dengan kata lain bahwa *Maqashid Syari'ah* cakupannya adalah Hukum Syariah, sehingga tujuan yang terkandung didalamnya adalah menghasilkan kebaikan dan juga menghilangkan kesulitan dalam mengakses layanan keuangan, dengan menyajikan produk yang sederhana, mudah dimengerti, dan sesuai dengan kebutuhan masyarakat.

d. Pilar Inklusi Keuangan

Mendukung terciptanya sistem keuangan yang inklusif dalam mewujudkan kesejahteraan masyarakat maka sangat diperlukan sebuah sistem keuangan yang bersifat inklusif dan stabil, olehnya dalam Peraturan Presiden Nomor 114 Tahun 2020 tentang Strategi Nasional Keuangan Inklusif (SNKI) maka didalamnya telah ditetapkan beberapa pilar pengelolaan Inklusi Keuangan diantaranya :

1) Pilar Edukasi Keuangan

Memiliki tujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan kesadaran masyarakat mengenai lembaga keuangan formal dan syariah, meliputi aspek fitur, manfaat dan risiko, biaya, hak dan kewajiban yang diperuntukkan dalam

rangka meningkatkan keterampilan masyarakat dalam perencanaan dan pengelolaan keuangan.

2) Pilar Hak Properti Masyarakat

Bertujuan untuk meningkatkan akses kredit/pembiayaan masyarakat kepada lembaga keuangan formal yang dapat dilakukan untuk pemberdayaan masyarakat.

3) Pilar Produk, Intermediasi dan Saluran Distribusi

Bertujuan untuk memperluas akses dan jangkauan masyarakat dari berbagai kelompok dalam mendapatkan layanan keuangan untuk memenuhi kebutuhan.

4) Pilar Layanan Keuangan pada Sektor Pemerintah

Layanan keuangan pada sektor pemerintah bertujuan untuk meningkatkan tata kelola dan transparansi pelayanan publik dalam penyaluran dana pemerintah secara non tunai.

5) Pilar Perlindungan Konsumen

Bertujuan menyediakan rasa aman kepada masyarakat dalam melakukan layanan keuangan serta memiliki prinsip transparansi, perlakuan adil, keandalan, kerahasiaan dan keamanan data dan informasi konsumen

e. Indikator Inklusi Keuangan Syariah

Indikator yang dijadikan dasar dalam mengukur Inklusi Keuangan khususnya dikaitkan dengan prinsip-prinsip

keuangan Syariah menurut pandangan dari Wilda Dinda Pratiwi (2023) terdiri dari :

1) Pemahaman Terhadap Produk Keuangan Syariah

Pemahaman terhadap produk atau jasa yang ditawarkan oleh Lembaga Perbankan Syariah sebagai dasar dalam mendorong kesadaran dari masyarakat untuk memiliki keinginan berinteraksi dengan suatu Lembaga Keuangan. Melalui pemahaman terhadap produk dan jasa yang ditawarkan akan dapat menghindarkan masyarakat dari kesalahan memilih produk atau jasa yang dibutuhkan

2) Akses (*Aksesibilitas*);

Akses dalam hal ini terkait infrastruktur yang disediakan oleh lembaga keuangan syariah agar masyarakat dapat menjangkau secara luas di antara penggunanya, dengan kata lain indikator ini mengukur sejauh mana kemampuan dari seorang nasabah dalam mengakses produk dan jasa yang dimiliki oleh suatu lembaga keuangan atau perbankan dimanapun dan kapanpun;

3) Ketersediaan Produk dan Jasa Keuangan (*Availability*);

Mengukur kemampuan dari Lembaga Keuangan Syariah dalam menyediakan produk dan layanan jasa keuangan yang dibutuhkan seluruh golongan masyarakat. *Availability* juga dapat diartikan bahwa Produk dan Jasa Layanan dari

Lembaga Keuangan Formal dan Syariah dapat digunakan oleh semua golongan tanpa dibedakan.

Availability juga berkaitan dengan kelengkapan layanan keuangan syariah seperti adanya M-Banking, kantor cabang, produk-produk bervariasi sesuai dengan kondisi ekonomi masyarakat atau sesuai dengan sasaran pasar produk, yang bertujuan untuk memudahkan pengguna atau calon nasabah dalam bertransaksi.

4) Kualitas (*Quality*)

Kualitas merupakan kondisi dimana produk dan layanan jasa keuangan dapat memberikan manfaat yang sebesar-besarnya kepada masyarakat yang menggunakan produk dan layanan jasa keuangan tersebut. Kualitas dalam hal ini, dapat diartikan pula penggunaan produk dan layanan jasa keuangan oleh masyarakat secara aktif yang berarti produk dan layanan jasa keuangan “fit” dengan apa yang dibutuhkan oleh masyarakat sehingga volume atau frekuensi penggunaannya relatif tinggi.

5) Penggunaan (*Usage*);

Penggunaan produk dan layanan jasa keuangan oleh masyarakat merupakan tujuan akhir dari inklusi keuangan sehingga diharapkan masyarakat bukan hanya menikmati

produk dan layanan jasa keuangan yang digunakannya, melainkan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat

3. Minat Menggunakan Produk

a. Pengertian Minat

Minat merupakan suatu keinginan yang timbul dari diri sendiri tanpa ada paksaan dari orang lain untuk mencapai suatu tujuan tertentu. Menurut Yosef Tonce (2022) minat adalah rasa suka (senang) dan rasa tertarik pada suatu objek atau aktivitas tanpa ada yang menyuruh dan biasanya ada kecenderungan untuk mencari objek yang disenangi tersebut. Minat lebih dikenal sebagai keputusan pemakaian atau pembelian jasa/produk tertentu.

Indri Ahni, (2022) mengemukakan bahwa Minat adalah kesukaan (kecenderungan hati) kepada sesuatu, atau secara sederhana minat dapat diartikan sebagai suatu bentuk kecenderungan untuk memberikan perhatian kepada orang dan bertindak terhadap orang, aktivitas atau situasi yang menjadi obyek dari minat tersebut serta disertai dengan perasaan senang.

Sementara menurut pandangan dari Luhglatno, dkk (2024) menerangkan beberapa arti dari minat antara lain Minat diartikan sebagai sebuah landasan penting pada diri seseorang untuk melakukan kegiatan dengan baik. Minat juga dapat

diartikan sebagai sebuah bentuk kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu, olehnya itu minat merupakan sifat yang relatif menetap pada diri seseorang, sehingga minat besar sekali pengaruhnya terhadap kegiatan seseorang sebab dengan minat seseorang akan melakukan sesuatu yang diminatinya. Sebaliknya tanpa minat seseorang tidak mungkin melakukan sesuatu.

b. Minat Nasabah

Minat nasabah oleh Wulandari (2023) mengartikan bahwa Nasabah menjadikan minat sebagai sumber motivasi yang mendorong untuk melakukan apa yang ingin dilakukan dan bebas memilih, Oleh karena itu ketika seorang nasabah menilai bahwa sesuatu bisa bermanfaat, maka hal tersebut akan dapat melahirkan minat pada dirinya, dan diuraikan pula bahwa minat terkadang akan timbul karena adanya rasa puas dalam diri seseorang.

Menambahkan kaitan antara minat dan kepuasan, Asep Suryanto, (2022) juga mengemukakan bahwa jika suatu produk atau layanan dapat mendatangkan kepuasan maka minat dalam diri seseorang juga akan semakin meningkat, namun ketika kepuasan menurun maka minatnya juga bisa menurun. Sehingga minat dapat dikatakan tidak bersifat permanen melainkan bersifat sementara atau dapat berubah-ubah. Minat

yang besar terhadap suatu hal merupakan modal yang besar untuk membangkitkan semangat untuk melakukan tindakan yang diminati

Khofifatu Rohmah Adi (2024) menyimpulkan bahwa Minat Nasabah adalah motivasi nasabah untuk melakukan atau menilai suatu produk pada sebuah lembaga perbankan sehingga mendatangkan kepuasan. Sehingga Minat menjadi nasabah dapat diartikan sebagai kecenderungan individu untuk bertindak sebelum keputusan untuk menjadi nasabah di perbankan benar-benar dilaksanakan.

Minat nasabah menurut Indri Ahni (2022) adalah pengaruh yang berasal dari unsur eksternal terhadap tingkat kesadaran seseorang dalam memperoleh sebuah kebutuhan, kondisi ini umumnya dipengaruhi oleh sosialisasi produk dan penilaian alternatif yang menimbulkan keinginan untuk menggunakan sebuah produk. Sehingga minat bukan hanya dapat dilihat dari sikap seseorang terhadap suatu bentuk aktivitas, akan tetapi Minat juga merupakan bagian dari aspek kejiwaan yang mengakibatkan timbulnya rasa tertarik terhadap sebuah produk untuk digunakan.

Sementara nasabah dalam dunia perbankan sering diartikan sebagai pengguna dan dapat pula menjadi penyedia dana dalam proses transaksi barang atau jasa. Jadi, minat

nasabah adalah ketertarikan seseorang untuk menggunakan atau melakukan transaksi berkaitan dengan produk atau jasa yang ditawarkan oleh sebuah lembaga perbankan atau lembaga keuangan lainnya.

c. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat

Faktor-faktor yang dapat mempengaruhi minat dari seseorang menurut Niswaton, Edi Susilo. (2022) antara lain :

- 1) Faktor Internal adalah sesuatu yang membuat seseorang berminat dan datangnya dari dalam diri. seperti perhatian, keingintahuan, motivasi dan kebutuhan.
- 2) Faktor Eksternal adalah suatu hal yang membuat seseorang berminat yang timbul dari luar diri, seperti keluarga, rekan, tersedianya sarana dan prasarana atau fasilitas serta keadaan.

Faktor-faktor yang menimbulkan minat yaitu:

- 1) Faktor Kebutuhan dari Dalam Diri seseorang dapat didorong oleh kebutuhan jasmani maupun kejiwaan.
- 2) Faktor Motif Sosial seseorang diantaranya: kebutuhan mendapatkan pengakuan dan penghargaan dari lingkungan dimana ia berada.
- 3) Faktor Emosional merupakan ukuran intensitas seseorang dalam menaruh perhatian terhadap suatu kegiatan atau objek tertentu

d. Macam-Macam Minat

Minat menurut Siti Samsiyah (2023) dapat dibagi menjadi tiga macam yakni :

- 1) Berdasarkan Timbulnya, dimana minat dapat dibedakan menjadi :
 - a) Minat Primitif meruoakan minat yang muncul karena kebutuhan biologis.
 - b) Minat Kultural atau Minat Sosial adalah minat yang muncul karena adanya proses belajar.
- 2) Berdasarkan Arahnya, minat dapat dibedakan menjadi :
 - a) Minat Intrinsik adalah minat yang berhubungan langsung dengan aktivitas yang dilakukan.
 - b) Minat Ekstrinsik ialah minat yang berhubungan dengan tujuan akhir aktivitas tersebut.
- 3) Berdasarkan Cara Pengungkapannya, maka minat dapat dibedakan dalam Empat Kategori, yakni :
 - a) *Expressed interest*, merupakan Minat yang cara pengungkapannya dengan menyatakan kegiatan yang disukai maupun tidak kepada subyek, atas jawaban tersebut dapat diketahui minatnya.
 - b) *Manifest Interest*, minat yang cara pengungkapannya dengan mengamati secara langsung.

- c) *Tested Interest*, adalah minat yang pengungkapannya melalui kesimpulan atas hasil jawaban tes objektif.
- d) *Inventoried Interest*, merupakan bentuk minat yang cara pengungkapannya melalui alat-alat yang sesuai dengan ketentuan

e. Indikator Minat

Mengukur Minat Nasabah dalam menggunakan Produk khususnya pada Lembaga Perbankan Syariah menurut Zulfaa Ramadhina Herawati (2023) dapat digunakan beberapa indicator antara lain :

1) *Attention* (Perhatian)

Indikator ini merujuk pada sejauh mana kemampuan dari pihak perbankan atau lembaga keuangan untuk menarik perhatian calon nasabah untuk menggunakan produk yang ditawarkan.

2) *Interest* (Ketertarikan)

Bentuk Ketertarikan yang dimaksud dalam hal ini adalah tindak lanjut dari perhatian calon nasabah dan hal ini dapat dilihat dari minat dari calon nasabah untuk lebih mengenal produk yang ditawarkan.

3) *Desire* (Keinginan)

Yaitu keinginan calon konsumen untuk memiliki produk yang ditawarkan oleh produsen. Pesan yang baik harus

dapat mengetahui keinginan konsumen dalam pemaparan produk yang ditampilkan di pesan tersebut.

4) *Action* (Tindakan)

Implementasi terhadap Ketertarikan dan Keinginan dari nasabah untuk menggunakan produk yang ditawarkan.

5) *Satisfaction* (Kepuasan)

Kepuasan konsumen setelah menggunakan produk yang ditawarkan oleh produsen.

4. Lembaga Perbankan Syariah

a. Pengertian Bank Syariah

Perbankan syariah di Indonesia diawali dengan berdirinya Bank Muamalat Indonesia (BMI) pada tahun 1992 dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS). Eksistensi Lembaga Perbankan Syariah semakin meningkat setelah diterbitkannya Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah. Undang-undang tersebut menjadikan kedudukan dari Lembaga Perbankan Syariah semakin mantap dikarenakan Bank Konvensional dapat membuka Unit Usaha Syariah (UUS). Pemberlakuan undang-undang tersebut, juga sangat diapresiasi oleh Lembaga Perbankan Konvensional dan juga mulai menjalankan Usaha Syariah dengan membuka Bank Umum Syariah, (Muhammad Kurniawan. 2021)

Bank Syariah menurut Hamdi Agustin (2022) dapat dimaknai sebagai sebuah lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberi layanan pembiayaan kredit dan jasa dalam lalu lintas pembayaran serta peredaran uang yang beroperasi disesuaikan dengan prinsip-prinsip syariah, juga merupakan lembaga perbankan yang landasan pedoman operasionalnya sesuai dengan prinsip Syariah Islam yang lebih menekankan sistem kerja partnership, kebersamaan terutama kesiapan semua pihak berbagi termasuk keuntungan dan kerugian.

Mempertegas pandangan tersebut Alimusa (2020) juga menguraikan bahwa Bank Syariah, atau biasa disebut *Islamic Bank*, berbeda dengan bank konvensional pada umumnya. Perbedaan utamanya terletak pada landasan operasi yang digunakan. Kalau bank konvensional beroperasi berlandaskan bunga, Bank Syariah beroperasi berlandaskan bagi hasil, ditambah dengan jual beli dan sewa. Hal ini didasarkan pada keyakinan bahwa bunga mengandung unsur riba yang dilarang oleh agama Islam.

Berdasar pada konsep tersebut Asep Suryanto (2022) mengemukakan bahwa sesuai pandangan Islam, di dalam sistem bunga terdapat unsur ketidakadilan karena pemilik dana mewajibkan peminjam untuk membayar lebih dari pada yang dipinjam tanpa memperhatikan apakah nasabah menghasilkan

keuntungan atau kerugian. Sebaliknya, sistem bagi hasil yang digunakan Bank Syariah merupakan sistem ketika peminjam dan yang meminjamkan berbagi dalam risiko dan keuntungan dengan pembagian sesuai kesepakatan.

b. Prinsip Lembaga Perbankan Syariah

Lembaga Perbankan Syariah sesuai dengan pandangan dari Hamdi Agustin (2022) bahwa landasan atau pedoman yang dijadikan dasar dalam pengoperasionalannya terdiri dari beberapa prinsip yang dijadikan acuan antara lain :

- 1) Larangan penggunaan bunga dalam seluruh transaksi dan kegiatan usahanya atau Bebas dari Bunga (*Riba*);
Meskipun bunga dilarang dalam Syariah Islam, Perbankan Syariah tetap memiliki alternatif dalam menarik dana masyarakat agar dapat dimanfaatkan melalui lembaga perbankan. Dimana dengan berdasar pada adanya asas larangan, bukan berarti modal umum tidak mendapat imbalan, akan tetapi tetap mendapat imbalan dengan cara yang dibenarkan menurut prinsip syariah
- 2) Seluruh aktivitas dan kegiatan bisnisnya harus dilakukan secara adil, dan keuntungan yang diperoleh harus dapat dipastikan dan dibenarkan menurut prinsip *Syar'i* ataupun peraturan perundangan yang berlaku

- 3) Bebas dari kegiatan spekulatif yang non produktif (*Maysir*) atau hal yang tidak jelas dan meragukan (*Gharar*);
- 4) Bebas dari hal-hal yang rusak atau tidak sah (*Bathil*);
- 5) Hanya membiayai kegiatan usaha yang halal.

c. Tujuan dan Fungsi Lembaga Perbankan Syariah

Lembaga Perbankan Syariah menurut pandangan dari Muhammad Kurniawan (2021) memiliki tujuan dan fungsi yang lebih luas dibandingkan bank konvensional, sebab selain meraih keuntungan sebagaimana layaknya bank umumnya, juga memiliki Fungsi dan Tujuan sebagai berikut :

- 1) Tujuan Lembaga Perbankan Syariah
 - a) Menyediakan lembaga keuangan perbankan sebagai sarana untuk peningkatan kualitas kehidupan sosial ekonomi masyarakat melalui metode bagi hasil

Metode ini diharapkan akan membantu orang yang lemah permodalannya dapat bergabung dengan Bank Syariah untuk mengembangkan usahanya.

Metode bagi hasil ini akan memunculkan usaha-usaha baru dan pengembangan usaha yang telah ada sehingga dapat mengurangi pengangguran.
 - b) Meningkatkan partisipasi masyarakat menggunakan lembaga perbankan syariah baik dalam penyaluran maupun penghimpunan dana, sehingga secara tidak

langsung mereka ikut mendukung proses kegiatan pembangunan melalui peningkatan/pengembangan ekonomi kerakyatan.

Keberadaan dai Lembaga Perbankan Syariah dapat menjadi wajah dan solusi terhadap keengganan sebahagian masyarakat untuk berhubungan dengan bank yang disebabkan oleh sikap menghindari bunga.

- c) Membentuk masyarakat agar berfikir secara ekonomis dan berperilaku bisnis untuk meningkatkan kualitas hidupnya.
- d) Berusaha bahwa metode bagi hasil pada bank syariah dapat beroperasi, tumbuh dan berkembang melebihi bank-bank dengan metode lain.

2) Fungsi Lembaga Perbankan Syariah

a) Fungsi Investasi

Fungsi ini dapat dilihat dari segi penghimpunan dana oleh bank syariah, khususnya dana *Mudharabah*, Melalui fungsi ini pihak Lembaga Perbankan Syariah bertindak sebagai Menejer Investasi dari pemilik dana (*Shahibul Maal*), dan kemudian dana tersebut harus dapat disalurkan pada penyaluran yang produktif, sehingga dana yang dihimpun dapat menghasilkan

keuntungan yang akan dilakukan bagi hasil antara Lembaga Perbankan Syariah dan pemilik dana.

b) Fungsi Investor

Terhadap bentuk penyaluran dana, maka Lembaga Perbankan Syariah berfungsi sebagai Investor atau Pemilik Dana.

Sehingga sebagai Investor Penanaman Dana, maka Lembaga Perbankan Syariah harus mengutamakan penyalurannya pada sektor-sektor yang bersifat produktif dengan resiko yang minim dan tidak melanggar ketentuan syariah.

c) Fungsi Sosial

Fungsi Sosial dari Lembaga Perbankan Syariah merupakan sesuatu yang melekat. Setidaknya ada dua instrumen yang dapat digunakan oleh Lembaga Perbankan Syariah dalam menjalankan Fungsi Sosial, yaitu melalui instrumen Zakat, Infak, Sadaqah, dan Wakaf (ZISWAF) dan instrumen *Qardhul Hasan*.

d) Fungsi Jasa Keuangan

Fungsi jasa keuangan yang dapat dijalankan oleh Lembaga Perbankan Syariah pada dasarnya tidaklah berbeda jauh dengan Bank Konvensional, seperti memberikan Layanan Kliring, Transfer, Inkaso,

Pembayaran Gaji, *Letter Of Credit*, *Letter Of Guarantee*, dan lain sebagainya.

d. Produk Lembaga Perbankan Syariah

Produk yang dapat ditawarkan secara umum oleh Lembaga Perbankan Syariah menurut Hamdi Agustin (2022) dapat digolongkan dalam Tiga jenis yaitu

1) Produk Penghimpun Dana (*Funding*)

Produk dari Lembaga Perbankan Syariah salah satunya adalah menghimpun dana dari masyarakat dapat berupa Giro, Tabungan, dan Deposito. Prinsip operasional yang sering digunakan Lembaga Perbankan Syariah untuk menghimpun dana masyarakat yakni melalui Akad *Wadi'ah* dan *Mudharabah*

a) Tabungan dengan Akad *Wadi'ah*

Prinsip yang digunakan pada produk Tabungan dengan Akad *Wadi'ah* adalah :

Prinsip *Wadi'ah yad Dhamanah* bentuknya merupakan titipan dana nasabah yang dapat dipergunakan oleh Lembaga Perbankan Syariah dengan seizin nasabah, dimana Lembaga Perbankan Syariah menjamin akan mengembalikan titipan tersebut secara utuh (sebesar pokok yang dititipkan) dan dapat diambil sewaktu-waktu oleh nasabah.

Produk ini terdiri dari dua jenis, yaitu *Wadiah* untuk Ibadah yakni nasabah tidak mengambil keuntungan dan menyalurkan ke Masjid atau BAZIS, kemudian *Wadiah* untuk Muamalah yakni nasabah mengambil keuntungan yang diperhitungkan berdasarkan pada saldo rata-rata diatas jumlah dalam waktu tertentu.

b) Giro dengan Akad *Wadiah*

Giro wadiah yaitu titipan atau dana simpanan pihak ketiga pada bank yang penarikannya dapat dilakukan sewaktu-waktu tanpa pemberitahuan terlebih dahulu kepada bank melalui media penarikan berupa Cek, *Bilyet Giro*, Kwitansi atau Alat Perintah Pembayaran lainnya

c) Tabungan dengan Akad *Mudharabah*

Tabungan *Mudharabah* sifatnya tidak dapat ditarik sewaktu-waktu, berbeda tabungan dengan yang akad *Wadiah* dimana dapat ditarik sewaktu-waktu.

Sifat operasional dari produk ini dimana Lembaga Perbankan Syariah berfungsi memberikan fasilitas menabung untuk tujuan Kurban atau Tabungan Haji yang terkenal, dan tabungan lainnya untuk jumlah dan jangka waktu tertentu.

d) Deposito dengan Akad *Mudharabah*

Deposito dengan Akad *Mudharabah* merupakan salah satu produk yang menyediakan pilihan investasi dalam mata uang rupiah ataupun USD untuk masa atau jangka waktu seperti 1, 3, 6, 12 bulan dan ditujukan bagi nasabah yang ingin berinvestasi secara optimal dalam rangka membiayai berbagai macam usaha produktif yang berguna bagi kepentingan umat.

2) Produk Penyaluran Dana (*Lending*)

a) Pembiayaan dengan Akad *Mudharabah*

Pembiayaan Akad *Mudharabah* adalah kerjasama antara dua pihak atau lebih, dimana pemilik modal atau diistilahkan *Shahibul Mal* yang mengamanatkan sejumlah modal, kepada Pengelola (*Mudharib*) dengan perjanjian bagi hasil.

Bentuk kerjasama Pembiayaan Akad *Mudharabah* ditegaskan bahwa modal sepenuhnya dari Pemilik Modal (*Shahibul Mal*) dan Lembaga Perbankan Syariah dengan keahlian dibidangnya dipercayakan mengelola modal tersebut, sementara untuk bentuk bagi hasil berdasarkan pada *Nisbah* yang telah disepakati.

b) Pembiayaan dengan *Akad Musyarakah*

Pembiayaan dengan bentuk *Akad Musyarakah* adalah kerjasama antara dua pihak atau lebih, di mana para pihak sepakat menyediakan modal untuk membiayai sebuah proyek, yang nantinya dapat dikelola oleh salah satu dari pihak pemilik modal ataupun pihak lainnya. Pembagian keuntungan sesuai dengan perjanjian bersama, dan kerugian ditanggung sesuai modal yang diberikan diawal.

c) Pembiayaan dengan *Akad Murabahah*

Pembiayaan dengan *Akad Murabahah* adalah jenis transaksi jual beli dimana bank menyatakan jumlah keuntungan yang akan diperolehnya.

Bank bertindak sebagai perantara yang membantu memindahkan uang antara pembeli dan penjual. Harga jual adalah harga beli Bank dari Pemasok ditambah Keuntungan (*Margin*).

Olehnya itu Kedua belah pihak harus menyepakati harga jual dan syarat pembayaran dimana Harga jual termasuk dalam kontrak pembelian sehingga tidak dapat diubah selama kontrak masih berlaku.

Prinsip *Murabahah* adalah transaksi di mana pinjaman dilunasi dengan cara mencicil (biasanya dalam jangka

waktu tertentu). Transaksi ini bentuknya pengiriman barang disegerakan setelah kontrak disepakati, akan tetapi pembayaran dilakukan secara angsuran.

d) Pembiayaan dengan *Akad Salam*

Pembiayaan dengan *Akad Salam* yaitu transaksi jual beli yang mana barang yang diperjual belikan belum ada. Maka dari itu barang diserahkan secara tangguh dan permbayaran dilakukan secara tunai.

Prinsip yan dijalankan oleh Lembaga Perbankan Syariah, apabila barang telah diserahkan pada bank, maka bank akan menjualnya kepada partner kerja nasabah ataupun kepada nasabah itu sendiri secara tunai maupun cicilan.

Harga barang yang sudah ditetapkan oleh Lembaga Perbankan Syariah adalah harga beli dari nasabah ditambah keuntungan. Sementara jika pihak Lembaga Perbankan Syariah menjualnya secara tunai, maka kategori ini termasuk sebagai pembayaran Talangan (*Bridging Financing*). Sedangkan apabila bank menjualnya secara cicilan maka kedua belah pihak harus menyepakati harga jual dan jangka waktu pembayaran.

e) Pembiayaan dengan *Akad Istishna*

Pembiayaan ini adalah produk yang sama dengan produk *Salam*, tetapi pembayarannya dapat dilakukan melalui bank dalam beberapa pembayaran.

Syarat pembiayaan ini adalah spesifikasi barang yang dipesan harus dicantumkan secara jelas, seperti jenis, ukuran, kualitas, dan kuantitas.

Harga jual yang telah disepakati tidak dapat diubah selama akad masih berlaku. Jika ada perubahan ukuran pesanan dan harga setelah penandatanganan kontrak, semua biaya akan ditanggung oleh nasabah

f) Pembiayaan dengan *Akad Ijarah*

Pembiayaan dengan *Akad Ijarah* adalah penyediaan dana atau tagihan yang dapat dipersamakan dengan penyewaan manfaat suatu barang atau jasa dalam jangka waktu tertentu tanpa diikuti dengan proses perpindahan hak milik atas barang atau jasa itu sendiri berdasarkan kesepakatan dalam kontrak.

3) Produk Jasa (*Free-Based Service*)

a) *Al-Wakalah*

Al-Wakalah adalah perjanjian yang mengikat secara hukum antara dua orang yang saling memberikan surat kuasa. Pemegang kuasa kemudian dapat

mendelegasikan tugas kepada penerima *Wakalah*.
(Seorang bertindak atas nama Pemegang Kuasa)

b) *Al-Kafalah*

Al-Kafalah adalah bentuk akad pemberian jaminan yang diberikan kepada suatu pihak pada pihak lain, dimana pemberi jaminan bertanggung jawab atas pembayaran kembali hutang yang telah menjadi hak penerima jaminan. Kafalah juga berarti mengalihkan tanggung jawab seorang yang dijamin dengan berpegang pada tanggung jawab orang lain sebagai penjaminnya.

c) *Al-Hawalah*

Al-hawalah yaitu pengalihan hutang dari orang yang berhutang kepada orang lain yang memiliki kewajiban untuk menanggungnya. Pendapat para ulama, hal ini merupakan pemindahan bebas hutang dari Orang Berhutuang (*Muhib*) menjadi tanggungan orang yang Wajib Membayar Hutang (*Muhal 'Alaih*).

d) *Ar-Rahn*

Ar-Rahn artinya adalah menahan salah satu harta milik peminjam sebagai jaminan atas pinjaman yang diterimanya. artinya, pihak yang menahan dapat menjadikan jaminan untuk mengambil kembali seluruh

atau sebagian piutangnya. Secara sederhana *Ar-Rahn* adalah jaminan hutang atau gadai.

e) *Al-Qardh*

Al-Qardh yaitu pemberian harta kepada orang lain yang dapat ditagih kembali atau dapat disebut meminjamkan tanpa mengharapkan imbalan.

Al-Qardh dikategorikan dalam *aqd Tathawwui* atau saling membantu bukan dalam transaksi komersil.

f) *As-Sharf*

As-Sharf adalah perjanjian jual beli mata uang yang satu dengan mata uang yang lain. Menurut Peraturan BI tentang Penerapan Prinsip Syariah Dalam Kegiatan dan Pelayanan Penghimpunan Dana dan Pendanaan Bagi Bank Syariah, yang dimaksud dengan *As-Sharf* adalah transaksi pertukaran berbagai jenis mata uang. Penukaran berbagai jenis mata uang atau yang sering disebut jual beli mata uang asing diperbolehkan dalam peraturan perundang-undangan.

C. Penelitian Terdahulu

Penelitian yang dianggap memiliki relevansi terhadap kajian tentang Pengaruh Literasi dan Inklusi Keuangan Syariah Terhadap Minat Pedagang Pasar Senggol Menggunakan Produk dan Jasa Bank Muamalat KCP Kota Parepare yakni :

Tabel 2.1
Kajian Penelitian Terdahulu

No	Penulis/Tahun/ Judul Penelitian/ Variabel/ Temuan Penelitian	Uraian
1	<i>Penulis</i>	Indri Ahni
	<i>Tahun Penelitian</i>	2022
	<i>Judul Penelitian</i>	<i>Analisis Literasi dan Inklusi Keuangan dalam Meningkatkan Minat Menggunakan Produk Bank Syariah (Studi kasus pada masyarakat Desa Kejobong Kabupaten Purbalingga).</i>
	<i>Variabel Penelitian</i>	Literasi Keuangan, Inklusi Keuangan Minat Menggunakan Produk Bank Syariah
	<i>Temuan Penelitian</i>	<i>Literasi keuangan masyarakat pada awalnya masih rendah dilihat masih banyak yang belum mengetahui dan jarang memperoleh informasi terkait bank ataupun koperasi syariah Namun Minat masyarakat mulai timbul karena pihak bank syariah terus melakukan upaya untuk meningkatkan literasi dan inklusi keuangan. dimana mereka jika menyimak pesan yang ditawarkan pihak bank syariah akadnya sesuai syariat, pelayanan mudah, dan kantor dekat. Sedangkan alasan masyarakat tidak minat pada awalnya karena masih meragukan tentang bentuk pengelolaan yang dilakukan oleh Bank Syariah, sehingga masih memilih Bank Konvensional.</i>
2	<i>Penulis</i>	Niswaton, Edi Susilo
	<i>Tahun Penelitian</i>	2022
	<i>Judul Penelitian</i>	<i>Pengaruh Brand Image, Literasi Keuangan Syariah, dan Shariah Governance Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Perbankan Syariah</i>
	<i>Variabel Penelitian</i>	<i>Brand Image, Literasi Keuangan Syariah, dan Shariah Governance Keputusan Menggunakan Jasa Perbankan Syariah</i>
	<i>Temuan Penelitian</i>	<i>Brand Image dan Literasi Keuangan Syariah berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan menggunakan Jasa Perbankan Syariah Hal lain yang diperoleh dalam penelitian ini bahwa semakin baik Brand Image dan Literasi Keuangan Syariah Masyarakat maka Keputusan untuk menggunakan jasa Perbankan Syariah, sehingga hal yang paling penting dilakukan oleh Pihak Perbankan Syariah yakni Menjaga agar Pandangan Masyarakat terhadap Produk yang</i>

		<i>ditawarkan sesuai dengan pelayanan dari pihak Bank</i>
3	<i>Penulis</i>	Ahmad Faqih Udin
	<i>Tahun Penelitian</i>	2023
	<i>Judul Penelitian</i>	<i>Literasi Keuangan Syariah dan Tingkat Kepercayaan Masyarakat Petani Bawang Merah Kabupaten Brebes Menjadi Nasabah Bank Syariah</i>
	<i>Variabel Penelitian</i>	Literasi Keuangan Syariah, Tingkat Kepercayaan Masyarakat, Menjadi Nasabah Bank Syariah
	<i>Temuan Penelitian</i>	<i>Masyarakat belum memiliki pengetahuan dan pemahaman yang sama tentang perbankan syariah. Sumber informasi dari keluarga/teman dan internet kurang memadai. Akad muamalat yang menjadi dasar syariah untuk menciptakan produk perbankan syariah juga belum sepenuhnya dipahami. Meski pemahaman masyarakat masih lemah, namun tidak menghalangi mereka untuk menjadi nasabah di bank syariah. Alasan dengan kesyariahan dan alasan subyektif pribadi menjadi alasan dominan. Pemahaman ini membawa implikasi yang paling penting: Jika bank syariah ingin berkembang kedepannya, maka harus melakukan sosialisasi dan promosi secara massif agar Persepsi negatif masyarakat harus segera dihilangkan. Di sisi lain, bank syariah harus melakukan inovasi produk-produk untuk memenuhi harapan masyarakat</i>
4	<i>Penulis</i>	Zulfaa Ramadhina Herawati
	<i>Tahun Penelitian</i>	2023
	<i>Judul Penelitian</i>	<i>Pengaruh Literasi Keuangan Syariah dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Penggunaan Layanan Bank Syariah (Studi pada Mahasiswa Perbankan Syariah UIN Malang)</i>
	<i>Variabel Penelitian</i>	Literasi Keuangan Syariah, Lingkungan Sosial Minat Penggunaan Layanan Bank Syariah
	<i>Temuan Penelitian</i>	<i>Literasi keuangan syariah mempengaruhi secara signifikan terhadap minat untuk menggunakan layanan perbankan syariah, artinya. semakin tinggi tingkat literasi keuangan syariah, maka semakin tinggi pula minat mereka dalam menggunakan layanan perbankan syariah. Literasi keuangan syariah ini bisa didapatkan melalui pembelajaran formal maupun kegiatan non formal lainnya. Jadi literasi keuangan syariah sangat penting dalam</i>

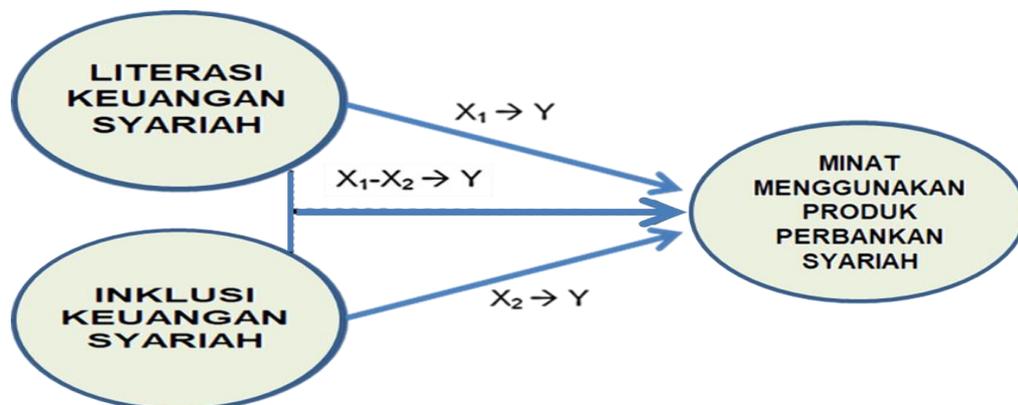
		<i>menambah minat untuk menggunakan layanan bank syariah.</i>
5	<i>Penulis</i>	Wulandari,
	<i>Tahun Penelitian</i>	2023
	<i>Judul Penelitian</i>	<i>Pengaruh Tingkat Literasi dan Inklusi Keuangan Syariah Dalam Keputusan Menggunakan Produk dan Layanan Keuangan Syariah Pada Pemuda di Provinsi Lampung</i>
	<i>Variabel Penelitian</i>	Tingkat Literasi, Inklusi Keuangan Syariah. Keputusan Menggunakan Produk, Layanan Keuangan Syariah
	<i>Temuan Penelitian</i>	<p><i>Literasi Keuangan Syariah tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Menggunakan Produk dan Layanan Keuangan Syariah</i></p> <p><i>Hal ini berarti pemahaman tentang literasi keuangan syariah belum tentu meningkatkan keputusan menggunakan produk dan layanan keuangan syariah hal ini diduga bahwa responden tidak memandang literasi keuangan syariah sebagai faktor utama dalam menentukan keputusan menggunakan produk dan layanan keuangan syariah</i></p> <p><i>Inklusi Keuangan Syariah berpengaruh signifikan terhadap keputusan menggunakan produk dan layanan keuangan syariah.</i></p> <p><i>Inklusi keuangan syariah merupakan salah satu alat untuk mendorong dan mengaktifkan gerakan menabung serta mengembangkan budaya menabung. Aksesibilitas dan inklusi keuangan syariah juga berperan penting dalam menentukan minat seseorang dalam memilih atau menggunakan produk dan layanan keuangan syariah dengan sebaiknya. Tercapainya pemahaman yang akurat dan benar mengenai inklusi dan aksesibilitas keuangan syariah, maka seseorang akan lebih mudah dalam melakukan aktivitas keuangan dengan menggunakan dan memanfaatkan lembaga keuangan syariah</i></p>
6	<i>Penulis</i>	Angga Setiawansyah, Muhizar Muchtar, Muhammad Saleh
	<i>Tahun Penelitian</i>	2023
	<i>Judul Penelitian</i>	<i>Pengaruh Religiusitas Dan Pengetahuan Produk Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Pembiayaan Murabahah Serbaguna Di PT. Bank SUMUT Syariah KCP Stabat</i>

	<i>Variabel Penelitian</i>	<i>Religiusitas, Pengetahuan Produk, Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Pembiayaan Murabahah Serbaguna Syariah</i>
	<i>Temuan Penelitian</i>	<i>Religiusitas merupakan salah satu alasan utama masyarakat muslim memilih Bank Syariah. Islam sudah jelas-jelas mengharamkan bunga pada Bank konvensional, sehingga untuk menghindari larangan tersebut adalah dengan memilih Bank Syariah sebagai lembaga keuangan yang bebas dari bunga. Religiusitas sangat penting dimiliki oleh muslim, karena dengan adanya religiusitas maka keinginan untuk menggunakan lembaga keuangan syariah semakin besar. Alasan lain nasabah memilih sebuah Bank adalah karena mengetahui produk dan jasa yang ditawarkan. Pengetahuan produk menyangkut tentang kategori, merek, terminologi, atribut atau fitur, harga, dan kepercayaan mengenai produk.</i>
7	<i>Penulis</i>	Adiyanto, M. R., & Purnomo, A. S
	<i>Tahun Penelitian</i>	2021
	<i>Judul Penelitian</i>	<i>Dampak Tingkat Literasi Keuangan Syariah terhadap Minat Menggunakan Produk Keuangan Syariah</i>
	<i>Variabel Penelitian</i>	Dampak, Tingkat Literasi Keuangan Syariah, Minat Menggunakan Produk Keuangan Syariah
	<i>Temuan Penelitian</i>	<i>Tingkat literasi keuangan syariah memiliki pengaruh positif terhadap minat responden dalam menggunakan produk bank syariah. Sehingga konsep literasi merupakan salah satu komponen utama dalam meningkatkan inklusifitas produk bank syariah. Hal ini mengindikasikan edukasi literasi keuangan syariah kepada masyarakat berpotensi meningkatkan minat masyarakat untuk menggunakan produk bank syariah yang ditawarkan oleh perbankan syariah. Literasi yang terbatas kepada masyarakat akan menghalangi minat penggunaan produk bank syariah Pemerintah dan stakeholder harus aktif berperan dalam meningkatkan literasi keuangan syariah. Memberikan edukasi serta mendorong kemudahan dalam akses perbankan syariah pada setiap lapisan masyarakat mulai dari produk dan layanan perbankan. Bagaimanapun hal ini dipengaruhi oleh ketrampilan sumber daya manusia diperbankan dalam memberikan informasi produk dan layanan kepada masyarakat</i>

D. Kerangka Konseptual

Berdasar pada rumusan masalah yang akan dianalisis dalam Kajian ini, maka kerangka konseptual yang akan dikembangkan dapat dilihat pada Gambar berikut :

Gambar 2.1
Kerangka Konseptual



Keterangan

$X_1 \rightarrow Y$: pengaruh Tingkat Literasi Keuangan Syariah terhadap Minat Pedagang Pasar Senggol Menggunakan Produk dan Jasa Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu (KCP) Kota Parepare

$X_2 \rightarrow Y$: pengaruh Tingkat Inklusi Keuangan Syariah terhadap Minat Pedagang Pasar Senggol Menggunakan Produk dan Jasa Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu (KCP) Kota Parepare

$X_1-X_2 \rightarrow Y$: Pengaruh Literasi dan Inklusi Keuangan Syariah secara bersama-sama terhadap Minat Pedagang Pasar Senggol Menggunakan Produk dan Jasa Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu (KCP) Kota Parepare

E. Hipotesis

Merujuk pada kerangka konseptual yang diakan dikaji dalam penelitian ini maka Hipotesis yang diajukan yakni :

Model hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah model Hipotesis alternatif yakni :

- 1) H_0 diterima dan H_a di tolak jika nilai $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ atau nilai Sig hasil analisis $> \text{Sig} (\alpha) = 0.05$
- 2) H_0 ditolak dan H_a diterima jika nilai $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ atau nilai Sig hasil analisis $< \text{Sig} (\alpha) = 0.05$

Sifat Pengajuan Hipotesis dalam penelitian ini dikategorikan pada arah positif, maka dari variabel-variabel yang digunakan dapat diajukan Hipotesis sebagai berikut :

- H₁ = Diduga Tingkat Literasi Keuangan Syariah Berpengaruh Terhadap Minat Pedagang Pasar Senggol Menggunakan Produk dan Jasa Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu (KCP) Kota Parepare**
- H₂ = Diduga Inklusi Keuangan Syariah Berpengaruh Terhadap Minat Pedagang Pasar Senggol Menggunakan Produk dan Jasa Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu (KCP) Kota Parepare.**
- H₃ = Diduga Literasi dan Inklusi Keuangan Berbasis Syariah jika secara bersama-sama Berpengaruh Terhadap Minat Pedagang Pasar Senggol Menggunakan Produk dan Jasa Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu (KCP) Kota Parepare**

BAB III METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian menurut Ansori, M. (2020) adalah sebuah metode utama yang digunakan peneliti untuk mencapai tujuan, juga demi menentukan jawaban atas permasalahan yang diajukan. Berdasar pada penjelasan tersebut sesuai dengan permasalahan dan tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini maka pendekatan yang dipilih yakni melalui metode kuantitatif, dimana menurut Sugiyono (2020) bahwa Metode Kuantitatif adalah metode yang berlandaskan pada filsafat *positivisme*, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

1. Lokasi Penelitian.

Lokasi penelitian adalah tempat penelitian sosial yang dapat mengungkapkan keadaan yang sebenarnya dari objek yang diteliti. Pemilihan lokasi penelitian menurut Sugiyono (2020) harus didasarkan pada beberapa pertimbangan-pertimbangan antara lain kemenarikan, keunikan, dan kesesuaian dengan topik yang dipilih sehingga nantinya penelitian akan memperoleh atau menemukan hal-hal yang bermakna dan baru. Berdasar pada kajian teori

tersebut serta menyesuaikan permasalahan yang akan dikaji maka objek penelitian ini adalah Pedagang pada Pasar Senggol Parepare

2. Waktu Penelitian

Sesuai dengan estimasi waktu yang direncanakan, maka untuk melakukan penelitian ini diperkirakan selama 3 (Tiga) bulan dimulai dari tahapan perencanaan penelitian, penyebaran kuisisioner, pengolahan dan analisis data, yang dijadwalkan pada bulan Desember 2023 sampai dengan Februari 2024

C. Jenis dan Sumber Data

Data secara umum dapat didefinisikan sebagai kumpulan dari fakta yang bisa berbentuk angka, simbol, maupun tulisan yang diperoleh melalui proses pengamatan subjek penelitian dan bisa dijadikan bahan untuk menyusun suatu informasi, dimana sumbernya dapat diperoleh dari manapun yang terpercaya. (Arikunto, 2020). Adapun jenis data yang digunakan terdiri dari :

1. Jenis Data Berdasarkan Sifatnya

Jenis data berdasarkan sifatnya menurut Abubakar (2021) dapat dibagi menjadi 2 (Dua) yakni :

a. Data Kuantitatif

Data Kuantitatif merupakan data yang berwujud angka atau bilangan yang diperoleh dari hasil isian kuisisioner atau data berupa angka yang dapat distatistikkan. Data kuantitatif biasanya dijadikan sebagai bahan dasar bagi setiap

permasalahan yang bersifat statistik. Data ini umumnya diolah memakai teknik perhitungan matematika.

b. Data Kualitatif

Merupakan data yang berbentuk selain angka yang dikumpulkan dengan cara wawancara, analisis dokumen, observasi, pemotretan gambar atau perekaman video. Umumnya data kualitatif pada akhirnya dituangkan dalam bentuk kata per-kata. Sekalipun data kualitatif tidak berbentuk angka namun bukan berarti tidak dapat digunakan pada analisis statistik..

2. Jenis Data Berdasarkan Sumbernya

Jenis data berdasarkan sumbernya menurut Sugiyono (2020) adalah subyek dimana data diperoleh, sebab jika tidak tepat akan dapat mengakibatkan data yang terkumpul tidak relevan. Sesuai dengan jenis data berdasarkan sumbernya dapat dibagi menjadi :

a. Data Primer

Data primer menurut adalah data penelitian yang di peroleh secara langsung dari sumber utama (tidak melalui perantara), baik individu maupun kelompok dan dapat digunakan untuk menjawab pertanyaan penelitian. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan pendekatan survey melalui penyebaran kuisisioner terhadap para Pedagang Pasar Senggol, sehingga nantinya akan diperoleh gambaran tentang

Tingkat Literasi dan Inklusi Keuangan Terhadap Minat Pedagang Pasar Senggol Menggunakan Produk dan Jasa Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu (KCP) Kota Parepare.

b. Data Skunder

Data Skunder menurut Sugiyono (2020) adalah data yang diperoleh secara tidak langsung dari sumbernya, data-data tersebut dapat berupa dokumentasi, referensi buku-buku, dan sumber-sumber lain yang berkaitan dengan masalah atau variabel yang diteliti.

D. Teknik Pengumpulan Data

Metode atau teknik pengumpulan data menurut Sugiyono (2020) merupakan langkah strategis yang dapat digunakan dalam sebuah penelitian, sebab salah satu tujuan utama dari sebuah penelitian adalah pengumpulan data. Pada penelitian ini pengumpulan data dilakukan melalui beberapa metode antara lain :

1. Metode Observasi

Observasi menurut Sugiyono (2020) merupakan salah satu teknik pengumpulan data yang dapat dilakukan pada sebuah penelitian dalam rangka mengamati perilaku dari objek yang diteliti (unsur manusia, proses kerja, dan gejala-gejala alam, dan responden). Observasi yang dilakukan dalam penelitian ini lebih diorientasikan pada Tingkat Literasi dan Inklusi Keuangan Syariah terhadap Minat

Pedagang Pasar Senggol Menggunakan Produk dan Jasa Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu (KCP) Kota Parepare

2. Penyebaran Angket/Kuesioner.

Kuisisioner menurut Darwin, dkk (2021) adalah sebuah set pertanyaan yang secara logis berhubungan dengan masalah penelitian, dan tiap pertanyaan merupakan jawaban-jawaban yang mempunyai makna dalam menguji hipotesis. Daftar pertanyaan tersebut dibuat cukup terperinci dan lengkap.

Pertanyaan atau pernyataan kuesioner diukur dengan menggunakan skala Likert yang dimodifikasi sebagai berikut:

- 1 = Sangat Tidak Setuju (STS)
- 2 = Tidak Setuju (TS)
- 3 = Kurang Setuju (KS)
- 4 = Setuju (S)
- 5 = Sangat Setuju (SS)

Pemilihan skala seperti ini dimaksudkan untuk menghindari jawaban yang sifatnya ambigu. Ciri khas dari skala Likert bahwa semakin tinggi skor/nilai yang diberikan mempunyai indikasi bahwa responden menunjukkan sikap semakin positif terhadap obyek yang diteliti. Skala Likert digunakan karena mempunyai banyak kemudahan dalam menyusun pertanyaan..

3. Studi Kepustakaan (*Library Research*)

Studi kepustakaan yang dimaksudkan dalam penelitian ini adalah mempelajari sumber-sumber berupa tulisan-tulisan atau buku-buku serta kajian-kajian yang berhubungan dengan penelitain. Adapun

metode yang digunakan yakni : Pengkajian sumber rujukan (Buku dan Referensi) dan Pengumpulan data berupa jurnal atau berita yang dianggap dapat mendukung kajian penelitian melalui jaringan internet.

E. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi menurut Sugiyono (2020) adalah wilayah general yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti Pada penelitian ini populasi yang dimaksudkan adalah Pedagang pada Pasar Senggol, dan sesuai data yang dikeluarkan oleh Dinas Perdagangan Kota Parepare bahwa jumlah keseluruhan pedagang di Pasar Senggol adalah 260 Pedagang dengan sifat usaha telah memiliki Kios dan Lahan untuk menjual

2. Teknik Pengambilan Sampling

Sampel dapat diartikan sebagai bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh suatu populasi. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *Probability Sampling* yakni teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel melalui metode Simple Random Sampling (Sugiyono 2020).

Berdasar pada pandangan tersebut maka dalam penentuan jumlah sampel tentunya harus memperhatikan alat analisis yang digunakan, dimana dalam penelitian ini untuk pengolahan data digunakan alat analisis SPSS (*Statistical Package for the Social Sciences*), sehingga dengan melihat jumlah populasi dalam penelitian ini sebanyak 260 Pedagang, maka untuk mendapatkan jumlah sampel ideal menurut Darwin, Muhammad dkk (2021) bahwa salah satu bentuk pendekatan yang dapat dilakukan yakni dengan menggunakan Rumus Slovin, dimana persamaan dan model perhitungannya dapat diuraikan sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2} = \frac{260}{1 + 260(0.05)^2} = \frac{260}{1 + 260(0,0025)}$$

$$n = \frac{260}{1 + 0,65} = \frac{260}{1,65} = 158 \text{ Pedagang}$$

Berdasar pada hasil perhitungan menggunakan Rumus *Slovin* dengan nilai margin eror sebesar 5% atau tingkat dengan kata lain tingkat kepercayaan sebesar 95%, maka jumlah Populasi yang akan dijadikan sampel yakni sebanyak 158 Pedagang.

F. Definisi Operasional

Berdasarkan kerangka konseptual yang dijadikan sebagai acuan dalam penelitian dimana diketahui bahwa variabel yang akan dikaji terbagi kedalam 2 (dua) kelompok yakni Variabel Bebas atau Variabel Independen dan Variabel Terikat atau Variabel Dependen. Penjelasan dari masing-masing variabel tersebut dapat diuraikan sebagai berikut :

1. **Variabel Bebas atau Variabel Independen**

Variabel bebas atau Variabel *Independen* merupakan variabel yang mempengaruhi variabel dependen (Sugiyono, 2020), dalam penelitian ini yang dijadikan sebagai Variable *Independen* adalah :

a. Literasi Keuangan Syariah-(X1)

Literasi Keuangan Syariah (*Islamic Financial Literacy*) adalah tingkat pengetahuan atau pemahaman tentang produk dan jasa pada Lembaga-Lembaga Keuangan Berbasis Syariah

Mengukur tingkat Literasi Keuangan Syariah, maka indikator yang digunakan merujuk pada pandangan Muna Dahlia (2020) dimana indikator yang dimaksud yakni :

1) Pengetahuan Dasar Tentang Keuangan Syariah

Pendekatannya diorientasikan pada tingkat pemahaman dari pedagang tentang cara pengelolaan keuangan yang dilarang dan diperbolehkan sesuai syariat islam.

2) Kemampuan

Ukurannya kemampuan pedagang atau masyarakat dalam memahami tentang cara kerja produk pada perbankan berbasis syariah

3) Sikap

Indikator ini mengukur bagaimana sikap dari pedagang terhadap penggunaan produk yang ditawarkan oleh pihak perbankan syariah.

4) Perilaku Keuangan Syariah

Merupakan alat ukur untuk mengetahui bagaimana bentuk perilaku dari pedagang terhadap penggunaan produk-produk yang ada dalam lembaga perbankan syariah.

5) Kepercayaan

Pendekatan dalam indikator ini adalah melihat sejauh mana tingkat kepercayaan masyarakat terhadap kualitas produk yang ditawarkan Lembaga Perbankan Syariah.

b. Inklusi Keuangan Syariah-(X2)

Inklusi Keuangan adalah Kondisi ketika masyarakat telah mempunyai akses terhadap berbagai produk dan layanan lembaga keuangan berbasis syariah.

Mengukur inklusi keuangan masyarakat, maka menurut Wilda Dinda Pratiwi (2023) indikator yang dapat digunakan adalah :

1) Pemahaman Terhadap Produk Keuangan Syariah

Indikator ini digunakan untuk melihat seberapa besar tingkat pemahaman yang diperoleh pedagang terhadap produk-produk yang ada di Lembaga Perbankan Syariah..

2) Akses (*Aksesibilitas*)

Indikator ini mengukur pemahaman dari masyarakat tentang sejauh mana kemudahan dan kualitas layanan yang dapat diperoleh ketika berkeinginan menggunakan produk dari Lembaga Perbankan Syariah

- 3) Ketersediaan Produk dan Jasa Keuangan (*Availability*)
Availability yang dijadikan alat ukur berkaitan dengan kelengkapan ketersediaan produk yang dapat digunakan oleh pedagang dalam mendukung pengelolaan usaha dan juga keuangan mereka secara personal.
- 4) Kualitas (*Quality*)
Ukurannya adalah penerapan terhadap prinsip-prinsip syariah pada semua jenis produk yang ditawarkan oleh sebuah lembaga perbankan syariah.
- 5) Penggunaan (*Usage*)
Pengukuran dari *Usage* adalah jaminan kebermanfaatan dari produk-produk yang ada di lembaga perbankan syariah dalam mendukung kebutuhan dari nasabahnya.

2. Variable Terikat atau Variabel *Dependen*

Variabel Terikat atau variabel dependen, menurut Sugiyono (2020) sangat dipengaruhi oleh keberadaan dari variabel Bebas atau Variabel Independen. Sehingga merujuk pada Rumusan Masalah dan Kerangka Konsep yang dibangun dalam penelitian ini maka untuk Variabel Dependen dalam penelitian ini adalah Minat dari Pedagang Pasar Senggol Menggunakan Produk dan Jasa pada Bank Muamalat Kota Parepare (Y).

Minat dalam hal ini dapat dimaknai sebagai suatu keinginan dari diri sendiri tanpa ada paksaan dari orang lain untuk mencapai suatu tujuan tertentu, dimana timbulnya keinginan tersebut karena seseorang merasa senang untuk menggunakan atau menjalankan sebuah kegiatan.

Indikator yang digunakan dalam mengukur Minat dari Pedagang Pasar Senggol Menggunakan Produk dan Jasa pada Bank Muamalat Kota Parepare merujuk pada pernyataan dari Zulfaa Ramadhina Herawati (2023), yakni :

6) *Attention* (Perhatian)

Indikator ini merujuk pada sejauh mana kemampuan dari pihak perbankan atau lembaga keuangan untuk menarik perhatian nasabah menggunakan produk yang ditawarkan.

7) *Interest* (Ketertarikan)

Interest (Ketertarikan) adalah tindak lanjut dari perhatian calon nasabah dan hal ini dapat dilihat dari minat dari calon nasabah untuk lebih mengenal produk yang ditawarkan.

8) *Desire* (Keinginan)

Desire (Keinginan) merupakan ukuran yang digunakan melihat sejauh mana tingkat keinginan calon nasabah untuk memiliki produk yang ditawarkan lembaga perbankan syariah.

9) *Action* (Tindakan)

Indikator ini dapat diukur dengan melihat bentuk hasrat dari calon nasabah untuk mengimplementasikan ketertarikan serta keinginan mereka menggunakan produk yang ditawarkan.

10) *Satisfaction* (Kepuasan)

Ukuran Kepuasan dapat dilihat dari tingkat kesempatan yang dapat diperoleh nasabah untuk menggunakan produk dari lembaga perbankan syariah..

G. Teknik Analisis Data

1. Uji Kualitas Data Penelitian

a. Uji Validitas

Uji Validitas menurut Darwin, Muhammad dkk (2021) digunakan untuk mengukur valid tidaknya suatu kuesioner, dimana dikatakan sah atau tidak jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur. Adapun dasar pengambilan keputusan dalam uji ini, bisa dilakukan melalui beberapa cara yaitu:

- 1) Membandingkan Nilai r_{Hitung} dengan Nilai r_{Tabel}
 - a) Jika nilai $r_{Hitung} > r_{Tabel}$, maka item soal angket tersebut dinyatakan valid.
 - b) Jika nilai $r_{Hitung} < r_{Tabel}$, maka item soal angket tersebut dinyatakan tidak valid.
- 2) Membandingkan Nilai *Sig. (2-tailed)* dengan Probabilitas 0,05

- a) Jika nilai Sig. (2-tailed) $< 0,05$ dan *Pearson Correlation* bernilai positif, maka item soal angket tersebut valid.
- b) Jika nilai Sig. (2-tailed) $< 0,05$ dan *Pearson Correlation* bernilai negatif, maka item soal angket tersebut tidak valid.
- c) Jika nilai Sig. (2-tailed) $> 0,05$, maka item soal angket tersebut tidak valid.

b. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas menurut Darwin, Muhammad dkk (2021) digunakan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk, sehingga dikatakan reliabel atau handal jika jawaban dari responden terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil.

Dasar pengambilan keputusan untuk pengujian ini menurut Sugiyono (2020) dapat diketahui dengan tinjauan analisis berikut :

- 1) Apabila variabel yang diteliti mempunyai *cronbach's alpha* (α) $> r_{tabel}$ maka variabel tersebut dikatakan reliabel
- 2) Sebaliknya *cronbach's alpha* (α) $< r_{tabel}$ maka variabel tersebut dikatakan tidak reliabel.

Tingkat Reliabilitas dengan metode *Cronbach Alpha* diukur berdasarkan skala yan dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 3.1
Tingkat Reliabilitas Berdasarkan Nilai Alpha

Alpha	Tingkat Reliabilitas
0,00 sampai dengan 0,20	Kurang Reliabel
0,21 sampai dengan 0,40	Agak Reliabel
0,41 sampai dengan 0,60	Cukup Reliabel
0,61 sampai dengan 0,80	Reliabel
0,81 sampai dengan 1,00	Sangat Reliabel

Sumber : Sugiyono (2020)

2. Uji Asumsi Klasik (Uji Normalitas)

Darwin, Muhammad dkk (2021) menguraikan bahwa Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Seperti diketahui bahwa uji t dan f mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Kalau asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid.

Pengujian untuk Uji Normalitas dilakukan melalui analisis *Test of Normality Kolmogorov-Smirnov* melalui program SPSS, Adapun dasar pengambilan keputusan menurut Sugiyono (2020) dapat dilakukan dengan membandingkan antara nilai Probabilitas (*Asymtotic Significance*) hasil analisis dengan nilai Signifikansi 0,05, Pernyataan yang dijadikan sebagai dasar pengambilan keputusan terhadap hasil perbandingan tersebut dapat diuraikan sebagai berikut :

- a. Jika probabilitas $> 0,05$ maka distribusi dari model regresi adalah normal.

- b. Jika probabilitas $< 0,05$ maka distribusi dari model regresi adalah tidak normal.

3. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda menurut Sugiyono (2020) digunakan untuk mengetahui pengaruh dari variabel Independen terhadap variabel dependen. Selain itu juga analisis regresi digunakan untuk menguji kebenaran hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini. Adapun persamaan untuk melakukan Analisis Regresi Linear Berganda yakni :

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Di mana:

Y	=	Variabel Minat Menggunakan Produk
X1	=	Literasi Keuangan Syariah
X2	=	Inklusi Keuangan Syariah
$\beta_1, \beta_2,$	=	Koefisien Regresi Variabel Independen
a	=	Konstanta

Dasar pernyataan terhadap hasil analisis regresi linear berganda dapat diuraikan sebagai berikut :

- a. Terhadap Nilai Konstanta yang diperoleh menunjukkan Minat Menggunakan Produk, sehingga jika nilai koefisien regresi untuk Literasi dan Inklusi Keuangan Syariah memiliki nilai 0, maka dapat dinyatakan bahwa nilai untuk Minat Menggunakan Produk sebesar Nilai Konstanta diperoleh.
- b. Berdasarkan persamaan koefisien regresi menunjukkan bahwa Literasi dan Inklusi Keuangan Syariah, mempunyai arah regresi positif dengan Nilai Minat Menggunakan Produk sebagaimana ditunjukkan pada nilai $\beta_1, \beta_2, \beta_3$, yang berarti bahwa apabila Literasi dan Inklusi Keuangan Syariah mengalami peningkatan 1% maka Minat Menggunakan Produk dinyatakan meningkat sebesar persentase dari nilai yang dapat dilihat pada nilai $\beta_1,$

β_2, β_3 , dengan asumsi bahwa variabel independen yang lain konstan

4. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi (R^2) menurut Sugiyono (2020) digunakan untuk mengetahui prosentasi perubahan Variabel Dependen (Y) yang disebabkan oleh Variabel Independen (X). Jika R^2 semakin besar, maka prosentase perubahan Variabel Dependen (Y) yang disebabkan oleh Variabel Independen (X) semakin tinggi. Jika R^2 semakin kecil, maka prosentase perubahan akan menunjukkan pengaruh sebaliknya

Uji R Square (R^2) atau Uji Determinan menurut Darwin, Muhammad dkk (2021) bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi dari variabel dependen. Nilai koefisien determinasi antara nol dan satu, jika diperoleh hasil pengukuran yang kecil menunjukkan bahwa kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen terbatas.

Adapun tingkat Korelasi atau Determinan dapat diukur dengan menggunakan skala berikut :

1. Jika Hasil Uji Determinan < 0 maka dapat dinyatakan tidak terdapat Korelasi antara Variabel dalam penelitian
2. Jika Hasil Uji Determinan 0 s.d $0,49$ maka dapat dinyatakan bahwa Korelasi antara Variabel Independen dengan Variabel Dependen dianggap lemah

3. Jika Hasil Uji Determinan = 0,50 maka dapat dinyatakan bahwa Korelasi antara Variabel Independen dengan Variabel Dependen dapat dianggap Moderat
4. Jika Uji Determinan 0,51 s.d 0,99 maka dapat dinyatakan bahwa Korelasi antara Variabel Independen dengan Variabel Dependen dianggap Kuat
5. Jika Uji Determinan > 1 maka dapat dinyatakan bahwa Korelasi Variabel Independen dengan Variabel Dependen dianggap Sempurna

5. Uji Hipotesis

Untuk menilai ketepatan fungsi regresi sampel dalam menaksir nilai aktual dapat diukur dari nilai statistik t, nilai statistik F dan nilai koefisien determinasi.

a. Uji T (Uji Parsial)

Uji t atau Uji Parsial dengan model *One Sample Test* bertujuan untuk mengetahui hubungan pengaruh dari variable yang dihipotesiskan, menurut Sugiyono (2020) pengujian secara parsial dapat dilakukan dengan cara membandingkan antara tingkat signifikansi hasil pengujian dengan nilai signifikansi yang dijadikan standar. Uji t (t-test) juga pada dasarnya melakukan pengujian terhadap koefisien nilai t hitung dengan hasil analisis sehingga dikatakan sebagai uji regresi secara parsial.

Uji t (t-test) dengan menggunakan SPSS dilakukan dengan membandingkan antara t_{tabel} dengan menggunakan tingkat kesalahan 0,05. Kriteria yang digunakan adalah sebagai berikut:

- 3) H_0 diterima dan H_a ditolak jika nilai $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ atau nilai sig hasil analisis $> \text{Sig} (\alpha) = 0.05$
- 4) H_0 ditolak dan H_a diterima jika nilai $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ atau sig hasil analisis $< \text{Sig} (\alpha) = 0.05$

Cara pengujian parsial terhadap variable independen dan digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- 1) Jika nilai signifikan t dari hasil analisis masing-masing variable lebih kecil dari nilai signifikan 5% (0,05), maka secara parsial variable independen berpengaruh terhadap variable dependen.
- 2) Jika nilai signifikan t dari masing-masing variable lebih besar dari nilai signifikan yang digunakan yaitu sebesar 5 % (0,05) maka secara parsial variable independen tidak berpengaruh terhadap variable dependen.

b. Uji F atau Uji Simultan

Uji F adalah bentuk pengujian signifikansi persamaan yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Variabel Independen (X_1, X_2, \dots) secara bersama-sama terhadap Variabel Dependen (Y). Adapun dasar pengambilan keputusan untuk Uji F atau Uji Simultan ini adalah :

- 1) Menentukan Hipotesis Nol dan Hipotesis Alternatif :
 - a) H_0 diterima dan H_a ditolak jika nilai $F_{hitung} \leq F_{tabel}$ atau nilai Sig hasil analisis $> \text{Sig} (\alpha) = 0.05$
 - b) H_0 ditolak dan H_a diterima jika nilai $F_{hitung} \geq F_{tabel}$ atau Sig hasil analisis $< \text{Sig} (\alpha) = 0.05$
- 2) Membandingkan nilai F_{hitung} dengan nilai F_{tabel} yang tersedia pada ($\alpha=5\%$) dengan rumus $df=k; n-(k+1)$ dan Nilai Signifikansi hasil analisis dengan $\text{Sig} (\alpha) = 0.05$

Hasil dari statistik tersebut diukur dengan metode pengambilan keputusan berikut :

- a) Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ dan nilai probabilitas (Sig. F) $< \alpha$ (0,05) maka H_0 ditolak atau dapat diambil kesimpulan bahwa secara Simultan ada pengaruh yang signifikan antara Variabel Independen (X) terhadap Variabel Dependen (Y)
- b) Jika $F_{hitung} \leq F_{tabel}$ dan nilai probabilitas (Sig. F) $\geq (0,05)$ maka H_0 diterima atau dapat diambil kesimpulan bahwa secara simultan tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara Variabel Independen (X) terhadap Variabel Dependen (Y)

BAB IV

GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

A. Sejarah Singkat PT Bank Muamalat Indonesia Tbk

PT Bank Muamalat Indonesia Tbk (“BMI”) merupakan bank pertama di Indonesia yang menggunakan konsep perbankan secara Syariah. Perseroan Bank Muamalat didirikan berdasarkan Akta Pendirian Nomor 1 Tanggal 1 November 1991 Masehi atau 24 Rabiul Akhir 1412 Hijriah, dibuat dihadapan Yudo Paripurno, SH, Notaris, di Jakarta. Akta pendirian tersebut telah memperoleh pengesahan Menteri Kehakiman Republik Indonesia dengan Surat Keputusan No. C2-2413.HT.01.01 Tahun 1992 Tanggal 21 Maret 1992 dan telah didaftarkan pada kantor Pengadilan Negeri Jakarta Pusat pada tanggal 30 Maret 1992 di bawah No. 970/1992 serta diumumkan dalam Berita Negara Republik Indonesia No. 34 tanggal 28 April 1992 tambahan No. 1919A.

Anggaran Dasar PT Bank Muamalat Indonesia Tbk telah beberapa kali mengalami perubahan sebagaimana terakhir dimana perubahan Anggaran Dasar dirumuskan pada Akta No. 21 Tanggal 9 Desember 2022 dibuat di hadapan Notaris Ashoya Ratam, S.H. M.Kn, dan pemberitahuan atas perubahan anggaran dasarnya telah diterima dan dicatat oleh Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia sesuai suratnya tertanggal 14 Desember 2022 No. AHU-AH.01.03-0326274.

BMI didirikan atas gagasan dari Majelis Ulama Indonesia (MUI), Ikatan Cendekiawan Muslim Indonesia (ICMI) dan pengusaha muslim yang kemudian mendapat dukungan dari Pemerintah Republik Indonesia. Perseroan mulai beroperasi tanggal 1 Mei 1992/27 Syawal 1412 H dan tanggal tersebut juga ditetapkan sebagai hari lahir Perseroan. Izin operasi PT Bank Muamalat Indonesia Tbk sebagai bank umum berdasarkan Surat Keputusan Menteri Keuangan RI Nomor 1223/MK.013/1991 tanggal 5 November 1991 dan Keputusan Menteri Keuangan Republik Indonesia No. 430/KMK.013/1992 tentang Pemberian Izin Usaha Perseroan tertanggal 24 April 1992, sebagaimana diubah dengan Surat Keputusan Menteri Keuangan No. 131/KMK.017/1995 tentang Perubahan Keputusan Menteri Keuangan No. 430/KMK.013/1992 mengenai Pemberian Izin Usaha Perseroan tertanggal 30 Maret 1995 yang dalam keputusannya memberikan izin kepada Perseroan untuk dapat melakukan usaha sebagai Bank Umum berdasarkan Prinsip Syariah.

Berdasarkan Surat Keputusan Menteri Keuangan No. S-9383/MK.5/2006 tanggal 28 Desember 2006, Perseroan memperoleh status Bank Persepsi yang mengizinkan Perseroan untuk menerima setoran-setoran pajak. Kemudian pada tanggal 25 Juli 2013, Perseroan telah menjadi peserta program penjaminan Lembaga Penjamin Simpanan sebagaimana tercantum dalam Surat Lembaga Penjamin Simpanan No. S.617/DPMR/VII/2013 perihal Kepesertaan Lembaga

Penjamin Simpanan. Perseroan lalu ditetapkan sebagai Bank Penerima Setoran Biaya Penyelenggaraan Ibadah Haji berdasarkan Surat Keputusan Badan Pengelola Keuangan Haji No. 4/BPKH.00/2018 tanggal 28 Februari 2018.

B. Visi dan Misi PT Bank Muamalat Indonesia Tbk

1. Visi PT Bank Muamalat Indonesia Tbk

“Menjadi Bank Syariah Terbaik dan Termasuk Dalam 10 Besar Bank di Indonesia dengan Eksistensi yang Diakui di Tingkat Regional”

2. Misi PT Bank Muamalat Indonesia Tbk

Membangun lembaga keuangan syariah yang unggul dan berkesinambungan dengan penekanan pada semangat kewirausahaan berdasarkan prinsip kehati-hatian, keunggulan sumber daya manusia yang islami dan professional serta orientasi investasi yang inovatif, untuk memaksimalkan nilai kepada seluruh pemangku kepentingan.

C. Produk PT Bank Muamalat Indonesia Tbk

1. Tabungan

Gambar 4.1
Produk Tabungan PT Bank Muamalat Indonesia Tbk



Sumber : Profil Bank Muamalat Tahun 2023

a. **Tabungan iB Hijrah**

Fitur Produk	
Akad	Wadiah
Bagi Hasil	Tanpa Nisbah
Fasilitas Kartu ATM/Debit	Reguler GPN dan Visa
Setoran Awal	Rp 25.000,-
Keuntungan	
<ul style="list-style-type: none"> • Bebas biaya layanan bulanan • Setoran awal ringan • Fasilitas Kartu SharE Debit dan Debit Online (VISA) dengan beragam promo subsidi belanja • Fasilitas e-Banking (Muamalat Digital Islamic Network (MDIN) & Internet Banking) • Dapat buka rekening online melalui Muamalat Digital Islamic Network (MDIN) • Benefit subsidi biaya transaksi 5x gratis 5x hanya melalui MDIN (untuk transaksi transfer online (Bersama/ Prima), Pembayaran utilitas publik, BI Fast dan Top Up e-wallet) 	

b. **Tabungan iB Hijrah Haji**

Fitur Produk	
Akad	Wadi'ah Yad Dhamanah
Biaya Layanan	Gratis
Setoran Awal	Tidak ada (RTJH : Rp 25 Juta)
Saldo Minimal	Tidak ada
Biaya Penggantian Buku Tabungan Rusak/Hilang	Rp 10.000,-
Biaya Penutupan Rekening*	Gratis
Benefit	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Online dengan SSKOHAT (Sistem Komputerisasi Haji Terpadu) Kementerian Agama 2. Tahun keberangkatan dan besarnya setoran dapat disesuaikan serta bebas biaya fasilitas Autodebet 3. Ketenangan batin karena dana dikelola secara syariah 4. Setoran mudah, dapat melalui counter teller, e-Banking dan transfer terjadwal (baik harian maupun bulanan) 	

c. **Tabungan Prima Berhadiah (TPB)**

Fitur Produk
<ol style="list-style-type: none"> 1. Cukup menabung sekali minimum 50 juta selama 3-36 bulan 2. Nasabah bersedia memberikan informasi alamat dan nomor telepon kepada pihak vendor pengiriman dalam rangka untuk pengiriman hadiah ke alamat nasabah. 3. Khusus nasabah Non-Perorangan manfaat hadiah hanya dapat digunakan untuk operasional organisasi/institusi, bukan pengurus atau individu. 4. Bank Muamalat Indonesia bekerjasama dengan vendor untuk pemesanan dan pengadaan hadiah yang dilengkapi dengan asuransi

yang mengcover kerusakan maupun kehilangan pada saat pengiriman ke alamat Nasabah.
5. Nasabah dapat memilih jenis hadiah yang telah disediakan pada website Bank Muamalat Indonesia.
6. Bank Muamalat Indonesia tidak dapat melayani permintaan khusus dari Nasabah terkait warna, tahun pembuatan dan/atau ukuran tertentu pada hadiah yang disediakan.
7. Jika Hadiah tidak tersedia, maka Bank Muamalat Indonesia berhak mengganti Hadiah dengan barang sejenis atau barang lain dengan nilai yang setara dengan memberikan konfirmasi kepada nasabah sebelumnya.
8. Bank Muamalat Indonesia berhak membatalkan, menunda, memperpanjang atau mengakhiri program ini termasuk menghapus atau menambahkan salah satu syarat dan ketentuan yang sebelumnya akan diinformasikan melalui bankmuamalat.co.id.
9. Nasabah dinyatakan mundur dari keikutsertaan program apabila mengajukan break program atau tidak mematuhi syarat dan ketentuan yang telah disepakati. Atas hal tersebut, maka nasabah akan dikenakan biaya pembatalan program senilai harga hadiah setelah pajak dengan perhitungan penyusutan harga hadiah yang berlaku pada Bank Muamalat Indonesia.

d. Rekening Tabungan Jamaah Haji

Fitur Produk	
Akad	Wadiah
Bagi Hasil	Tanpa Nisbah
Fasilitas Kartu ATM/Debit	Visa
Setoran Awal	Rp 25.000.000,-
Biaya Penutupan Rekening*	Gratis
Benefit	
1. Bebas biaya layanan bulanan	
2. Fasilitas Kartu SharE Debit dan Debit Online (VISA) dengan beragam promo subsidi belanja	
3. Fasilitas e-Banking (Muamalat Digital Islamic Network (MDIN) & Internet Banking) untuk nasabah eksisting	
4. Benefit subsidi biaya transaksi 5x gratis 5x hanya melalui MDIN	
5. (untuk transaksi transfer online (Bersama/Prima), Pembayaran utilitas publik, BI Fast dan Top Up e-wallet)	
6. Benefit transaksi kartu visa di arab saudi	

2. Pembiayaan

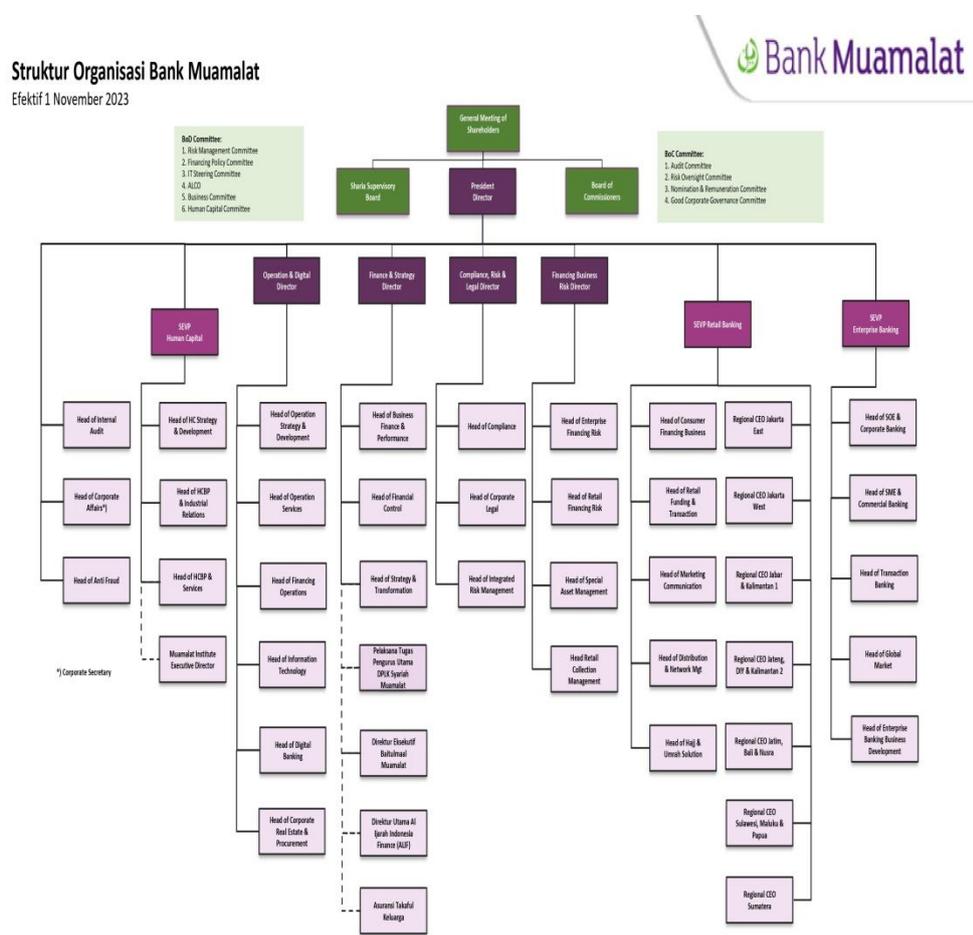
Multiguna iB Hijrah

Fitur Produk	
Hijrah Multiguna adalah fasilitas pembiayaan untuk memenuhi kebutuhan konsumtif. Pengajuan pembiayaan Multiguna yang sesuai Prinsip Syariah dengan angsuran yang fleksibel.	
Akad	<ul style="list-style-type: none"> • Murabahah • Ijarah Multijasa
Waktu Pembiayaan	12 – 96 bulan
Limit Pembiayaan	5 juta – 200 juta

Pricing Pembiayaan	Margin: 14,5% - 29,16%
Benefit	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Menenangkan karena sesuai dengan prinsip syariah 2. Angsuran tetap hingga akhir pembiayaan sesuai perjanjian 3. Mudah, dapatkan persetujuan pembiayaan Anda dengan persyaratan pengajuan yang mudah dan proses pembiayaan yang singkat. 4. Tidak memerlukan agunan 5. Tidak diwajibkan adanya uang muka 	

D. Struktur PT Bank Muamalat Indonesia Tbk

Gambar 4.2
Struktur PT Bank Muamalat Indonesia Tbk



BAB V

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Hasil Penelitian.

1. Deskripsi Hasil Penyebaran Kuisisioner

Mengukur Pengaruh Tingkat Literasi dan Inklusi Keuangan Syariah Terhadap Minat Pedagang Pasar Senggol terhadap Penggunaan Produk dan Jasa pada Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu (KCP) Kota Parepare, maka telah dilakukan penyebaran kuisisioner kepada 158 Pedagang yang dijadikan Sampel sesuai hasil perhitungan dengan menggunakan rumus Slovin.

Kuisisioner hasil isian dari responden setelah dilakukan analisis awal, maka dapat dinyatakan bahwa isian responden dinyatakan dapat dijadikan sebagai alat ukur pada penelitian ini dan akan diolah dengan menggunakan alat analisis SPSS atau *Statistical Package for the Social Sciences*.

Terhadap hasil isian Kuisisioner diperoleh gambaran bahwa kriteria Pedagang yang menjadi sampel yakni :

a. Pedagang Pakaian Jadi (Cakar)	: 61 Orang
b. Pedagang Pakaian Jadi Non Cakar	: 37 Orang
c. Pedagang Mainan	: 13 Orang
d. Pedagang Tas	: 15 Orang
e. Pedagang Sayur/Barang Campuran	: 32 Orang
Jumlah	158 Orang

2. Karakteristik Responden

Karakteristik Responden dalam penelitian ini sesuai dengan isian kuisisioner dapat dilihat pada Tabel berikut :

Tabel 5.1
Karakteristik Responden

Karakteristik Responden		Frequency	Percent
Jenis Kelamin	Laki-Laki	46	29,1%
	Perempuan	112	70,9%
Jenjang Pendidikan	S1	6	3,8%
	SMA/SMK	145	91,8%
	SMP	7	4,4%
Umur	21-25 Tahun	11	7,0%
	26-30 Tahun	12	7,6%
	31-35 Tahun	23	14,6%
	36-40 Tahun	45	28,5%
	41-45 Tahun	55	34,8%
	46-50 Tahun	12	7,6%
Lama Usaha	1-3 Tahun	14	8,9%
	3,1 – 5 Tahun	25	15,8%
	5.1 – 7 Tahun	54	34,2%
	7 Tahun Ke atas	65	41,1%
Lama Menjadi Nasabah	< 1 Tahun	7	4,4%
	1-3 Tahun	26	15,2%
	4-6 Tahun	25	15,8%
	7-9 Tahun	55	34,8%
	> 9 Tahun	45	28,5%

Data diolah dengan menggunakan SPSS 2.5

Hasil analisis terhadap kuisisioner yang telah disebarakan untuk kemudian diolah dalam rangka mencermati karakteristik dari responden, maka telah diperoleh gambaran sebagaimana dituangkan pada Tabel 5.1 menunjukkan bahwa dari 158 Orang yang telah ditetapkan menjadi sampel dapat dinyatakan para Pedagang yang ada di Pasar Senggol Parepare lebih dominan dilakukan oleh Kaum Perempuan dengan Persentase 70,9%.

Gambaran ini menunjukkan bahwa para pedagang melihat bahwa potensi yang dimiliki oleh Kaum Perempuan dalam menjalankan usaha sangat baik, artinya mereka mampu menarik pembeli lebih baik dan lebih cermat dibanding Kaum Lelaki.

Sementara dari Umur Responden dapat dikatakan bahwa mayoritas Pedagang di Pasar Senggol ini dominan berada di rentang umur 31 – 50 Tahun dengan persentase sebesar 85,4%. Tentunya hal ini menjadi sangat wajar, dimana dalam rentang usia tersebut kemauan dan keinginan mereka lebih fokus untuk suatu tindakan, artinya mereka telah mampu menentukan pilihan bahwa dunia usaha perdagangan di pasar adalah bagian dari kegiatan yang harus mereka lakukan.

Kondisi tersebut sejalan dengan hasil analisis terhadap tingkat Pendidikan dari para Pedagang yang mayoritas adalah lulusan SMA, artinya mereka diperhadapkan pada kerasnya persaingan Kerja di Dunia Industri dan Perkantoran, mejadi dasar penguat untuk mereka menempuh jalur usaha mandiri dengan menjadi Pedagang di Pasar yang merupakan salah satu pusat dimana perekonomian sebuah daerah berputar.

Keinginan untuk bertahan dalam lingkup usaha mandiri dapat terlihat dari Lama Usaha Pedagang yang dijadikan sebagai sampel dalam Penelitian ini, dimana dari hasil analisis terhadap kuisisioner yang dikembalikan oleh Responden menunjukkan bahwa

lama usaha terendah yakni 4 Tahun bahkan diantara responden terdapat 65 orang diantaranya telah menjalankan usaha di Pasar Senggol lebih dari 7 (Tujuh) Tahun, artinya mereka telah melihat adanya peluang untuk mendapatkan penghasilan dalam menopang kehidupan melalui usaha berdagang di Pasar.

B. Analisis Data Hasil Penelitian

1. Uji Kualitas Data

a. Uji Validitas

Titik tolak yang dijadikan dasar pengambilan keputusan dalam menentukan valid atau tidaknya hasil pengisian kuisioner yang dilakukan oleh responden dan untuk menentukan apakah hasil pengisian tersebut dapat dijadikan acuan sebagai alat ukur pada sebuah penelitian, maka dapat dinilai melalui dua cara yakni :

- 3) Membandingkan Nilai r_{Hitung} dengan Nilai r_{Tabel}
 - c) Jika nilai r_{Hitung} (*Pearson Corelation*) $> r_{Tabel}$, maka item pertanyaan pada kuisioner dinyatakan valid.
 - d) Jika nilai r_{Hitung} (*Pearson Corelation*) $< r_{Tabel}$, maka item pertanyaan pada kuisioner dinyatakan tidak valid.
- 4) Membandingkan nilai Sig (2-Tailed) hasil analisis dengan Nilai Sig (α) = 0,05
 - a) Jika nilai Sig (2-Tailed) $<$ Nilai Sig (α) = 0,05 maka item pertanyaan pada kuisioner dinyatakan valid.
 - b) Jika nilai Sig (2-Tailed) $>$ Nilai Sig (α) = 0,05 maka item pertanyaan pada kuisioner dinyatakan tidak valid.

Merujuk pada salah satu dasar pengambilan keputusan untuk mengukur tingkat validitas suatu penelitian yakni dengan memperbandingkan antara nilai r_{Tabel} , maka langkah yang harus dilakukan lebih awal adalah menentukan nilai Derajat Kebebasan (DK) atau *Degree of Freedom* (DF) sebagai acuan untuk menentukan nilai r_{Tabel} pada Tabel Distribusi Nilai r , adapun persamaan yang dapat digunakan adalah :

$$df = (N-2) / \alpha = 0,05 \text{ atau } df = (158-2) / \alpha = 0,05$$

$$df = 156 / \alpha = 0,05$$

Berdasar pada hasil perhitungan tersebut maka dapat dikatakan bahwa nilai r_{Tabel} dari penelitian ini berada pada angka **156** untuk nilai *Degree of Freedom* (DF), sementara untuk nilai signifikansi yang telah ditentukan yakni 0,05. Sehingga dari nilai yang tercantum pada sebaran di r_{Tabel} maka angka yang diperoleh adalah **0.156**

Nilai r_{Tabel} tersebut nantinya akan dijadikan acuan untuk diperbandingkan dengan nilai r_{Hitung} yang ditunjukkan pada Nilai *Pearson Corelation*, demikian pula untuk Nilai Signifikansi hasil analisis yang ditunjukkan pada nilai dan nilai *Sig. (2-Tailed)* juga diperbandingkan dengan Nilai Sig (α) = 0,05, sebagai dasar dalam menetapkan tingkat validitas masing-masing indikator.

Hasil Uji Validitas untuk setiap Indikator pada masing-masing variabel dapat dilihat pada Tabel berikut :

Tabel 5.2
Uji Validitas Kuisiонер Penelitian

Variabel Penelitian	Indikator	Sig. (2-Tailed)	Sig α = 0,05	Pearson Corelation	r Tabel	Interpre stasi
<i>Literasi Keuangan Syariah</i>	X1.1	.000	0.05	.853**	0.151	Valid
	X1.2	.000		.813**		Valid
	X1.3	.000		.787**		Valid
	X1.4	.000		.813**		Valid
	X1.5	.004		.841**		Valid
<i>Inklusi Keuangan Syariah</i>	X2.1	.000		.871**		Valid
	X2.2	.000		.811**		Valid
	X2.3	.000		.759**		Valid
	X2.4	.000		.825**		Valid
	X2.5	.000		.871**		Valid
<i>Minat Menggunakan Produk</i>	Y1	.000		.853**		Valid
	Y2	.000		.828**		Valid
	Y3	.000		.741**		Valid
	Y4	.000		.820**		Valid
	Y5	.000		.837**		Valid

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber : Diolah dengan Menggunakan SPSS 25 Tahun 2023

Berdasarkan hasil uji validitas yang ditampilkan pada Tabel 5.2 menunjukkan bahwa semua indikator untuk masing-masing variabel dapat dinyatakan Valid dan telah memenuhi unsur yang dituangkan pada dasar pengambilan keputusan ketika nilai *Pearson Corelation* dan *Sig. (2-Tailed)* maka setiap indikator dapat dinyatakan **Valid**. Pembuktiannya dapat dilihat dari hasil perbandingan berikut :

- 1) Hasil analisis untuk nilai r_{Hitung} pada *Pearson Corelation* diperoleh nilai antara **0.741** hingga **0.853**, sementara nilai r_{Tabel} berada pada angka **0.151**. Jika diperbandingkan

antara keduanya maka disimpulkan bahwa Nilai $r_{Hitung} > r_{Tabel}$ atau semua Indikator dinyatakan **Valid**.

- 2) Hasil analisis untuk *Sig. (2-Tailed)* diperoleh nilai **0.000**, untuk semua indikato artinya bahwa nilai tersebut masih lebih kecil dari Nilai Sig (α) = 0,05. Perbandingan tersebut mempertegas bahwa semua Indikator dinyatakan **Valid**.

b. Uji Realibilitas

Dasar pengambilan keputusan untuk pengujian ini menurut Sugiyono (2020) dapat diketahui dengan cara melihat :

- 3) Apabila Variabel yang diteliti mempunyai *Cronbach's Alpha* (α) $> r_{tabel}$ maka dapat dikatakan Reliabel
 4) Sebaliknya jika nilai *Cronbach's Alpha* (α) $< r_{tabel}$ maka maka dapat dikatakan tidak Reliabel.

Adapun hasil analisis untuk Uji Realibilitas dari masing-masing variabel dapat dilihat pada Tabel berikut

Tabel 5.3
Uji Realibilitas

Item-Total Statistics				
	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted	Interpretasi
Literasi Keu	.600	.363	.725	Realibel
Inklusi Keu	.647	.419	.676	Realibel
Minat	.612	.380	.713	Realibel

Sumber : Diolah dengan Menggunakan SPSS 25 Tahun 2023

Merujuk pada dasar pengambilan keputusan untuk menilai Tingkat Realibilitas atau Tingkat Keandalan dari masing-masing variabel, maka hasil analisis pada Tabel 5.3

menunjukkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha if Item Deleted* dari setiap variabel berada pada range antara **0,676-0,725**. Hasil analisis tersebut jika diperbandingkan dengan nilai r_{tabel} yang diperoleh dari sebaran Distribusi nilai t yakni **0.151**, artinya bahwa Nilai *Cronbach's Alpha if Item Deleted* semua Variabel lebih besar dari nilai r_{tabel} , sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa semua indikator yang digunakan untuk mengukur variabel **Realibel**.

Sementara untuk mengukur tingkat kehandalan dari masing-masing indikator dalam mengukur setiap variabel, maka sesuai standar yang dikemukakan oleh Sugiyono (2020) dapat dinyatakan bahwa semua indikator variabel memiliki nilai *Cronbach's Alpha if Item Deleted* **0,676 dan 0.725** yang dapat dikategorikan tingkat Realibilitas indikator Kuat.

2. Uji Asumsi Klasik (Uji Normalitas)

Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual telah terdistribusi dengan normal. Uji Normalitas data yang diperoleh dari hasil analisis melalui *Test of Normality Kolmogorov-Smirnov* merupakan dasar rujukan apakah Analisis Regresi dapat dilakukan. Adapun dasar pengambilan keputusan pengujian ini adalah :

a. Jika *Asymp. Sig. (2-tailed)* > 0,05 maka dapat dinyatakan bahwa data residual telah terdistribusi normal, artinya Uji Regresi dapat dilakukan.

b. Jika *Asymp. Sig. (2-tailed)* < 0,05 maka dapat dinyatakan bahwa data residual tidak terdistribusi normal, sehingga perlu dilakukan pengkajian ulang terhadap sebaran hasil isian kusioner

Hasil Uji Normalitas dengan model *Test of Normality Kolmogorov-Smirnov* dapat dilihat pada Tabel berikut

Tabel 5.4
Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		158
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.92187543
Most Extreme Differences	Absolute	.096
	Positive	.096
	Negative	-.086
Test Statistic		.068
Asymp. Sig. (2-tailed)		.073 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

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

Sumber : Diolah dengan Menggunakan SPSS 25 Tahun 2023

Analisis Uji Normalitas melalui model *Test of Normality Kolmogorov-Smirnov* sebagaimana dituangkan pada Tabel 5.4 menunjukkan bahwa sebaran dari variabel pengganggu atau residual dalam penelitian ini memiliki nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* yakni **0,200**, artinya nilai ini jika merujuk pada dasar pengambilan keputusan untuk mengukur Nilai Normalitas dari penyebaran nilai Residual hasil isian kusioner dinyatakan **Lebih Besar** dari Nilai Signifikansi (α) = 0,05.

Sehingga pernyataan yang dapat diambil bahwa sebaran dari variabel pengganggu atau residual secara umum telah terdistribusi secara normal, dengan demikian maka Pelaksanaan Uji Regresi dapat dilakukan.

3. Analisis Regresi Linear Berganda

Hasil analisis untuk Uji Regresi Linear Berganda dalam rangka melihat pola hubungan antara Variabel Independen dengan Variabel Dependen dapat dilihat pada Tabel berikut :

Tabel 5.5
Analisis Uji Regresi Linear Berganda

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
	B	Std. Error			
(Constant)	5.270	1.555		3.389	.001
1 Literasi Syariah	.287	.078	.280	3.690	.000
Inklusi Syariah	.448	.082	.415	5.461	.000

a. Dependent Variable: Minat Menggunakan Produk

Sumber : Diolah dengan Menggunakan SPSS 25 Tahun 2023

Berdasarkan hasil analisis untuk Uji Regresi Linear Berganda sebagaimana yang ditampilkan pada Tabel 5.5 maka pernyataan atau kesimpulan yang dapat diambil terhadap hasil analisis tersebut dijabarkan melalui persamaan berikut :

$$\text{Minat Menggunakan Produk} = 5.270 + 0.287(X_1) + 0.448(X_2) + e$$

Uraian dari persamaan tersebut dapat diartikan sebagai berikut :

a. Nilai Konstanta (a) yang diperoleh yakni sebesar **5.270**.

Sehingga jika tidak terdapat kenaikan pada nilai β atau diasumsikan 0 (Nol) untuk Literasi dan Inklusi Keuangan

Syariah, maka dapat dikatakan bahwa Minat Pedagang Pasar Senggol Parepare untuk Menggunakan Produk pada salah satu Lembaga Perbankan Syariah yakni Bank Muamalat memiliki nilai sebesar **5.270**.

- b. Berdasarkan persamaan koefisien regresi yang diperoleh bahwa Literasi Keuangan Syariah yang ditunjukkan oleh nilai β_1 adalah **0.287**, sehingga dapat diasumsikan jika Literasi Keuangan Syariah mengalami peningkatan 1 point, maka dapat dikatakan bahwa Minat Pedagang Pasar Senggol Parepare untuk Menggunakan Produk pada salah satu Lembaga Perbankan Syariah yakni Bank Muamalat akan mengalami peningkatan sebesar **0.287**, jika diasumsikan Inklusi Keuangan Syariah dianggap tidak mengalami kenaikan atau Konstant.

Nilai yang diperoleh pada β_1 juga dapat diasumsikan bahwa Literasi Keuangan Syariah memiliki Korelasi Positif terhadap Minat Pedagang Pasar Senggol Parepare Menggunakan Produk pada Bank Muamalat

- c. Persamaan koefisien regresi pada Tabel 5.5 juga memberikan gambaran bahwa Inklusi Keuangan yang ditunjukkan oleh nilai β_2 sebesar **0.448**, dapat diasumsikan jika Inklusi Keuangan mengalami peningkatan 1 point, maka dapat dikatakan bahwa Minat Pedagang Pasar Senggol Parepare Menggunakan Produk pada salah satu Lembaga Perbankan Syariah yakni

Bank Muamalat akan mengalami peningkatan sebesar **0.448** jika Literasi Keuangan Syariah dianggap tidak mengalami kenaikan atau Konstant.

Nilai yang diperoleh pada β_2 juga dapat diasumsikan bahwa Inklusi Keuangan Syariah memiliki Korelasi Positif terhadap Minat Pedagang Pasar Senggol Parepare Menggunakan Produk pada salah satu Lembaga Perbankan Syariah yakni Bank Muamalat

4. Uji Hipotesis (Uji T dan Uji F)

a. Uji T (Uji Parsial)

Dasar pengambilan keputusan untuk Uji Hipotesis (Uji T) secara Parsial dapat dilakukan dengan 2 (Dua) cara yakni :

5) Berdasarkan Nilai Signifikansi (0,05)

a) Jika diperoleh Nilai Signifikansi $>$ Nilai Sig $\alpha = 0,05$, maka dapat dinyatakan bahwa H_0 diterima dan H_a ditolak artinya antara Variabel Independen tidak memiliki hubungan yang signifikan terhadap Variabel Dependen.

b) Jika diperoleh Nilai Signifikansi $<$ Nilai Sig $\alpha = 0,05$, maka dapat dinyatakan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima artinya antara Variabel Independen memiliki hubungan signifikan terhadap Variabel Dependen

6) Memperbandingkan Nilai t_{Hitung} dengan Nilai t_{Tabel}

a) Jika diperoleh Nilai t_{Hitung} sesuai hasil analisis $<$ Nilai t_{Tabel} , maka hasil ini dapat pula dinyatakan bahwa H_0 diterima dan H_a ditolak artinya bahwa tidak terdapat

pengaruh antara Variabel Independen terhadap Variabel Dependen.

- b) Jika diperoleh Nilai t_{Hitung} sesuai hasil analisis $>$ Nilai t_{Tabel} , maka hasil ini dapat pula dinyatakan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima artinya bahwa terdapat pengaruh antara Variabel Independen terhadap Variabel Dependen.

Mendukung pengambilan keputusan pada uji hipotesis, maka salah satu alat ukur yang dijadikan perbandingan adalah nilai t_{Tabel} , sementara untuk dapat menentukan nilai t_{Tabel} , diperoleh dengan menggunakan persamaan berikut :

$$t_{Tabel} = \alpha/2 ; n - k - 1$$

Dimana

α = Nilai Signifikansi 0,05

n = Jumlah Responden

k = Jumlah Variabel

Merujuk pada persamaan tersebut, maka dasar penentuan titik nilai t_{Tabel} pada Distribusi Nilai T dapat dilakukan model perhitungan berikut :

$$t_{Tabel} = 0,05/2 ; 158 - 3 - 1$$

$$t_{Tabel} = 0,025 ; 154$$

Hasil perhitungan ini dapat diartikan bahwa untuk menentukan nilai t_{Tabel} maka Nilai Signifikansi Uji Dua arah yang digunakan adalah 0,025. Sementara Titik Derajat Kebebasan (DK) atau *Degree of Freedom* (DF) berada pada angka 154. Sehingga nilai yang diperoleh berdasarkan Distribusi Nilai t adalah =

1.975. Berdasar pada hasil analisis yang ditunjukkan pada Tabel 5.4 maka keputusan yang dapat diambil untuk masing-masing Hipotesis dapat diuraikan sebagai berikut :

- 1) **H₁** = *Literasi Keuangan Syariah berpengaruh secara signifikan terhadap Minat Pedagang Pasar Senggol Parepare Menggunakan Produk Bank Muamalat*

Hasil Uji Hipotesis untuk pola hubungan pengaruh antara Literasi Keuangan Syariah terhadap Minat Pedagang Pasar Senggol Parepare Menggunakan Produk Bank Muamalat, menunjukkan bahwa Nilai t_{Hitung} sebesar **3.690**, sementara untuk Nilai Signifikansinya yakni **0,000**. Sehingga berdasar pada hasil analisis tersebut dapat dijelaskan bahwa :

- a) Nilai t_{Hitung} dari Literasi Keuangan Syariah adalah **3.690** lebih besar dari nilai $t_{Tabel} = 1.975$. Hasil tersebut dapat diartikan bahwa Literasi Keuangan Syariah memiliki hubungan pengaruh terhadap Minat Pedagang Pasar Senggol Parepare Menggunakan Produk Bank Muamalat.
- b) Sementara untuk mengukur nilai signifikansi dari hasil analisis Uji Regresi diperoleh gambaran bahwa nilai Sig untuk Literasi Keuangan adalah **0.000** atau lebih kecil dari Nilai Sig (α)=0.05. Maka keputusan dari hasil analisis ini adalah Literasi Keuangan memiliki pola

hubungan pengaruh yang signifikan terhadap Minat Pedagang Pasar Senggol Parepare Menggunakan Produk Bank Muamalat

Berdasar pada kedua hasil pengujian tersebut maka kesimpulan yang dapat diambil adalah Literasi Keuangan memiliki pola hubungan pengaruh yang signifikan terhadap Minat Pedagang Pasar Senggol Parepare Menggunakan Produk Bank Muamalat, dengan demikian dapat dinyatakan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima dengan kata lain bahwa Hipotesis yang diajukan diterima.

- 2) **H_2** = *Inklusi Keuangan Syariah berpengaruh secara signifikan terhadap Minat Pedagang Pasar Senggol Parepare Menggunakan Produk Bank Muamalat*

Hasil analisis Uji Regresi Linear Berganda pada Tabel 5.5 menunjukkan bahwa nilai t_{Hitung} yang diperoleh untuk Inklusi Keuangan Syariah adalah **5.461**, dimana nilai tersebut lebih besar dari Nilai t_{Tabel} yaitu = **1.975**. Jika merujuk pada dasar pengambilan keputusan untuk Uji secara Parsial, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pola hubungan pengaruh antara Inklusi Keuangan Syariah terhadap Minat Pedagang Pasar Senggol Parepare Menggunakan Produk Bank Muamalat.

Sementara mengukur hubungan signifikansinya, maka diketahui bahwa nilai Sig untuk Inklusi Keuangan

sesuai hasil analisis Linear Berganda adalah **0.000**, hal ini dapat diartikan bahwa Nilai Sig Inklusi Keuangan Syariah lebih kecil dari Nilai Sig (α)=0.05. Sehingga kesimpulan yang diambil adalah Inklusi Keuangan Syariah memiliki pola hubungan yang signifikan terhadap Minat Pedagang Pasar Senggol Parepare Menggunakan Produk Bank Muamalat.

Merujuk pada kedua hasil perbandingan tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa Inklusi Keuangan Syariah memiliki pola hubungan pengaruh yang signifikan terhadap Minat Pedagang Pasar Senggol Parepare Menggunakan Produk Bank Muamalat. Sehingga dapat dinyatakan bahwa Hipotesis yang diajukan diterima atau dengan kata lain H_0 ditolak dan H_a diterima

c. Uji F (Uji Simultan)

Dasar pengambilan keputusan untuk Uji F atau Uji Simultan ini adalah :

- 3) Membandingkan nilai F_{Hitung} dengan nilai F_{Tabel}
 - c) Jika diperoleh Nilai $F_{Hitung} < F_{Tabel}$, maka dapat dinyatakan bahwa H_0 diterima dan H_a ditolak artinya bahwa secara bersama-sama Variabel Independen ($X_1, X_2..$) tidak memiliki pola hubungan pengaruh terhadap Variabel Dependen (Y)
 - d) Jika diperoleh Nilai F_{Hitung} pada Hasil Uji F atau Uji Simultan $> F_{Tabel}$, maka dapat dinyatakan bahwa H_0

ditolak dan H_a diterima artinya bahwa secara bersama-sama Variabel Independen (X_1, X_2, \dots) memiliki pola hubungan pengaruh terhadap Variabel Dependen (Y)

- 4) Berdasarkan Nilai Signifikansi
 - a) Jika diperoleh Nilai Signifikansi pada Hasil Uji F atau Uji Simultan $>$ Nilai Sig $\alpha = 0,05$, maka dapat dinyatakan bahwa H_0 diterima dan H_a ditolak artinya bahwa secara bersama-sama Variabel Independen (X_1, X_2, \dots) tidak memiliki pola hubungan yang signifikan terhadap Variabel Dependen (Y)
 - b) Jika diperoleh Nilai Signifikansi pada Hasil Uji F atau Uji Simultan $<$ Nilai Sig $\alpha = 0,05$, maka dapat dinyatakan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima artinya bahwa secara bersama-sama Variabel Independen (X_1, X_2, \dots) memiliki pola hubungan yang signifikan terhadap Variabel Dependen (Y)

Mendukung analisis untuk Uji Simultan, maka langkah awal yang harus dipenuhi yakni dengan menetapkan Nilai F_{Tabel} melalui penentuan *Degree of Freedom* (DF) yang dirumuskan melalui persamaan berikut :

$$Df = k; n-(k+1)$$

Dimana

n = Jumlah Responden

k = Jumlah Variabel Independen

Merujuk pada persamaan tersebut, maka titik *Degree of Freedom* (DF) sebagai dasar dasar penentuan nilai F_{Tabel} pada Distribusi Nilai F dapat dilakukan model perhitungan berikut :

$$Df = 2 ; 158 - (2 + 1)$$

$$Df = 2 ; 155$$

Sehingga dari hasil perhitungan tersebut setelah dilakukan pencocokan pada Distribusi Tabel F, maka untuk nilai F_{Tabel} yang diperoleh adalah **3.054**

Perolehan terhadap Nilai F_{Tabel} tersebut selanjutnya akan diperbandingkan dengan Nilai F_{Hitung} yang diperoleh melalui hasil Uji ANNOVA, sebagaimana dapat dilihat pada Tabel berikut :

Tabel 5.6
Analisis Uji F (Uji Simultan)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	449.092	2	224.546	47.501	.000^b
	Residual	732.712	155	4.727		
	Total	1181.804	157			

a. Dependent Variable: Minat

b. Predictors: (Constant), Inklusi Keu, Literasi Keu

Sumber : Diolah dengan Menggunakan SPSS 25 Tahun 2023

Hasil Uji Anova yang ditunjukkan pada Tabel 5.6 memberikan gambaran bahwa nilai F_{Hitung} yang diperoleh yakni sebesar **47.501**, sementara untuk Nilai Signifikansi dari pengujian ini sebesar **0,000**. Maka sesuai dasar pengambilan keputusan untuk Uji F atau Uji Simultan dapat dinyatakan bahwa :

- a) Nilai F_{Hitung} dari hasil analisis Uji Anova adalah **47.501** atau dapat dinyatakan lebih besar dari nilai F_{Tabel} yakni

3.054. Sehingga dari hasil perbandingan tersebut dapat dinyatakan bahwa secara bersama-sama Literasi dan Inklusi Keuangan memiliki pola hubungan pengaruh terhadap Minat Pedagang Pasar Senggol Parepare Menggunakan Produk Bank Muamalat.

- b) Mengukur pola hubungan signifikansi dalam Uji F atau Uji Simultan sesuai hasil analisis yang ditunjukkan pada Uji Anova, maka dapat dinyatakan bahwa Nilai Signifikansi yang diperoleh sebesar **0.000** atau lebih kecil dari Nilai Signifikansi **0.05**. Kesimpulan untuk perbandingan tersebut dapat dinyatakan bahwa Literasi dan Inklusi Keuangan Syariah jika secara bersama-sama memiliki pola hubungan yang signifikan terhadap Minat Pedagang Pasar Senggol Parepare Menggunakan Produk Bank Muamalat.

Berdasar pada kedua hasil perbandingan tersebut maka dapat dinyatakan bahwa Literasi dan Inklusi Keuangan Syariah jika secara bersama-sama memiliki pola hubungan pengaruh yang signifikan terhadap Minat Pedagang Pasar Senggol Parepare Menggunakan Produk Bank Muamalat. Sehingga kesimpulan yang dapat diambil bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, atau dengan kata lain Hipotesis yang diajukan diterima.

5. Koefisien Determinasi atau Uji *R Square* (R^2)

Koefisien Determinasi atau Uji *R Square* (R^2) menurut Sugiyono (2020) digunakan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan dari variabel Independen (X) menjelaskan tentang Variabel Dependen (Y). Adapun hasil analisis untuk Uji Determinasi dapat dilihat pada Tabel berikut

Tabel 5.7
Analisis Uji Determinasi (R^2)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.616^a	.380	.372	2.17421

a. Predictors: (Constant), Inklusi Keu, Literasi Keu

b. Dependent Variable: Minat

Sumber : Diolah dengan Menggunakan SPSS 25 Tahun 2023

Hasil Uji Determinasi (*Uji R Square- R^2*) sebagaimana ditampilkan pada Tabel 5.7, menunjukkan bahwa nilai *R Square* yang diperoleh adalah **0,380** atau jika hasil tersebut dipersentase maka nilainya adalah **38,0%**. Hasil Analisis Uji Determinasi ini dapat diartikan bahwa Literasi dan Inklusi Keuangan Syariah mampu menjabarkan Minat Pedagang Pasar Senggol Parepare Menggunakan Produk Bank Muamalat sebesar **38,0%** sementara selebihnya dijabarkan oleh beberapa variabel lainnya yang tidak menjadi bagian dalam penelitian ini.

Tingkat Korelasi atau Hubungan Literasi dan Inklusi Keuangan yang didasarkan pada Nilai *R Square* yang diperoleh dari hasil analisis Uji Determinasi yakni 0,380, maka menurut

pandangan dari Darwin, Muhammad dkk (2021) Tingkat Korelasi yang diperoleh berada pada rentang Nilai 0 s.d 0,49 atau dapat diyatakan bahwa Tingkat Korelasi antara Literasi dan Inklusi Keuangan Syariah terhadap Minat Pedagang Pasar Senggol Parepare Menggunakan Produk Bank Muamalat dapat dianggap Tidak Terlalu Kuat atau Lemah

C. Pembahasan.

1. *Literasi Keuangan Syariah Memiliki Pola Hubungan Pengaruh yang Signifikan Terhadap Minat Pedagang Pasar Senggol Parepare Menggunakan Produk Bank Muamalat.*

Tingkat Literasi merupakan sebuah bentuk keterampilan yang harus dikuasai oleh setiap individu untuk memperbaiki taraf hidupnya dengan berupaya untuk memahami secara tepat dan efisien tentang perencanaan dan pengalokasian sumber daya keuangan sehingga nantinya dapat memberikan dampak pada tingkat kesejahteraan mereka.

Pengertian tersebut secara umum memiliki kesamaan jika tingkat literasi dihubungkan dengan prinsip-prinsip yang dikelola oleh Lembaga Keuangan Berbasis Syariah, hal yang menjadi pembeda hanya pada tatanan bahwa pengelolaan keuangan dari seorang individu atau pelaku usaha lebih diorientasikan pada kemampuan yang berkaitan nilai halal dan haram, atau sesuatu yang dibolehkan atau tidak dibolehkan dalam suatu tindakan keuangan.

Tingkat pemahaman ini pada dasarnya secara umum telah dimiliki oleh beberapa Pedagang di Pasar Senggol Parepare, terlebih lagi masyarakat di desa ini dapat dikatakan hamper 90% dari mereka beragama Islam, sehingga nilai-nilai Religiusitas tentunya sangat dipahami oleh para pedagang, sehingga terhadap pemahaman tentang nilai-nilai pengelolaan keuangan yang berbasis syariah sedikit banyaknya telah dipahami.

Kondisi ini juga dikemukakan oleh Ahmad Fauzi (2020) bahwa salah satu faktor yang mendukung tingkat pemahaman masyarakat cukup baik terhadap Literasi Keuangan berbasis Syariah karena dipengaruhi oleh tingkat religiusitas yang dimiliki, artinya dalam pola berkehidupan masyarakat selalu menjunjung tinggi persoalan Halal dan Haram dari apa yang dihasilkan serta apa yang akan dikonsumsi.

Permasalahannya saat ini ternyata nilai religiusitas pada masyarakat tidak menjadi jaminan mereka memiliki minat untuk menggunakan produk-produk berbasis Syariah khususnya jika dikaitkan dengan lembaga perbankan, hal ini dikemukakan oleh Sindi Anggraini (2023) bahwa unsur religiusitas tidak memiliki dampak terhadap minat masyarakat untuk menggunakan produk dari Lembaga Perbankan Syariah.

Sejalan dengan pandangan tersebut Wulandari (2023) juga mengemukakan bahwa kemampuan Literasi atau Pengetahuan

Keuangan belum tentu mampu meningkatkan minat seseorang menggunakan produk-produk Syariah, artinya Pengetahuan tentang Keuangan Syariah bukan menjadi faktor utama ketika seseorang memiliki minat menggunakan produk syariah.

Pemaknaan tersebut pada dasarnya selaras dengan hasil yang diperoleh dalam penelitian ini, walaupun memiliki pengaruh signifikan, akan tetapi dari segi korelasi pola hubungannya untuk menarik minat masyarakat khususnya pada Pedagang di Pasar Senggol dianggap lemah. Artinya Literasi atau Pengetahuan dari para pedagang yang ada di Pasar Senggol dapat dijadikan salah satu alternatif untuk mendorong agar mereka berkeinginan dalam menggunakan Produk-Produk Syariah khususnya yang ada pada Bank Muamalat.

Melihat kondisi dari Pedagang yang ada di Pasar Senggol Parepare jika dihubungkan dengan pengetahuan mereka tentang Keuangan Syariah, secara umum dan bahkan hamper secara menyeluruh responden tahu dan paham tentang kegiatan-kegiatan yang terdapat di Lembaga Perbankan Syariah khususnya Bank Muamalat, tentunya hal ini telah sejalan dengan salah satu indikator dari Minat Menggunakan Produk yakni *Attention*.

Terdapatnya bentuk *Attention* atau perhatian dari Para Pedagang yang ada di Pasar Senggol tentang aktivitas syariah yang dilakukan oleh Bank Muamalat, dan hal ini tidak dapat

dihindari karena adanya nilai-nilai religiusitas dalam diri para Pedagang, maka semestinya hal tersebut dapat dimanfaatkan oleh pihak Lembaga Perbankan khususnya Bank Muamalat untuk meningkatkan Taraf Minat dari masyarakat dari *Attention* menjadi *Desire* (Keinginan) menjadi bagian dari Aktivitas yang dijalankan oleh Lembaga ini.

Penekanan tentang pemanfaatan nilai-nilai religiusitas juga dikemukakan oleh Angga Setiawansyah (2023) bahwa nilai-nilai ini secara umum merupakan sebuah alasan utama sehingga masyarakat memiliki keinginan untuk menggunakan produk-produk yang ditawarkan oleh Lembaga Perbankan Syariah, sebab tingkat pengetahuan masyarakat persoalan Bunga Bank yang sifatnya Haram, menjadi pemicu mengapa masyarakat memiliki minat untuk menggunakan produk-produk berbasis syariah.

Pola hubungan pengaruh antara Literasi Keuangan Syariah terhadap Minat Pedagang Pasar Senggol Parepare Menggunakan Produk Bank Muamalat, menunjukkan bahwa Nilai t_{Hitung} dari Literasi Keuangan Syariah lebih besar dari nilai t_{Tabel} . Hasil tersebut dapat diartikan bahwa Literasi Keuangan Syariah memiliki hubungan pengaruh terhadap Minat Pedagang Pasar Senggol Parepare Menggunakan Produk Bank Muamalat.

Sementara untuk mengukur nilai signifikansi dari hasil analisis Uji Regresi diperoleh bahwa nilai Sig untuk Literasi Keuangan adalah

lebih kecil dari Nilai Sig (α)=0.05. Maka keputusan dari hasil analisis ini adalah Literasi Keuangan memiliki pola hubungan pengaruh yang signifikan terhadap Minat Pedagang Pasar Senggol Parepare Menggunakan Produk Bank Muamalat

Berdasar pada kedua hasil pengujian tersebut maka kesimpulan yang dapat diambil adalah Literasi Keuangan memiliki pola hubungan pengaruh yang signifikan terhadap Minat Pedagang Pasar Senggol Parepare Menggunakan Produk Bank Muamalat, karena pedagang pasar senggol dapat mempercayai sikap dan perilaku keuangan syariah yang ada pada Bank Muamalat.

2. *Inklusi Keuangan Syariah Memiliki Pola Hubungan Pengaruh yang Signifikan Terhadap Minat Pedagang Pasar Senggol Parepare Menggunakan Produk Bank Muamalat*

Aktifitas Pedagang yang ada di Pasar Senggol Parepare, berbeda dengan Aktifitas dari para pedagang di Pasar Umum, sebab mereka bergelut dengan usahanya di waktu sore hari, dan bahkan aktifitas tersebut telah dimulai sejak pagi dalam rangka mempersiapkan perniagaan yang akan mereka lakukan di Sore hari. Kondisi ini tentunya menjadi salah satu permasalahan para pedagang sulit untuk berinteraksi dengan aktifitas lainnya, terlebih dengan kegiatan perbankan, dimana mereka harus antri sekian lama dan menghabiskan waktu hanya sekedar untuk bertransaksi menyimpan atau menarik uang.

Mencermati fenomena ini, sehingga dari hasil analisis dari kuisisioner menunjukkan bahwa persoalan Inklusi Keuangan menjadi unsur yang memiliki pengaruh sangat besar terhadap Minat dari Pedagang Pasar Senggol untuk Menggunakan Produk yang ada di Bank Muamalat Parepare. Hal ini dapat dimaknai bahwa beberapa Pedagang memiliki Minat untuk menggunakan Produk-Produk yang ada di Bank Muamalat, hanya saja terdapat beberapa kendala sehingga mereka tidak berkesempatan untuk menggunakannya.

Menyikapi permasalahan ini, semestinya oleh pihak Bank Muamalat mampu melakukan pencermatan dan tidak memaknai Inklusi Keuangan dalam arti sempit, sebab dari kondisi para pedagang tersebut hal utama yang dibutuhkan adalah kemudahan akses terhadap lembaga perbankan Syariah, terlebih lagi jika melihat nilai-nilai religiusitas yang dimiliki oleh para pedagang cukup tinggi, maka hal ini tentunya dapat dijadikan sebagai sebuah pijakan untuk meningkatkan minat mereka menggunakan produk dari Bank Muamalat.

Zulfaa Ramadhina Herawati (2023) juga menguraikan bahwa dengan adanya tingkat pengetahuan yang dimiliki oleh masyarakat tentang Keuangan Syariah, maka hal paling pokok agar mereka meningkatkan minatnya untuk menggunakan produk Lembaga Perbankan Syariah yakni dengan memberikan akses dengan segala kemudahannya. Hal senada juga dikemukakan oleh

Ahmad Faqih Udin (2023) bahwa keinginan masyarakat untuk menggunakan fasilitas perbankan berbasis syariah tidak hanya didasari oleh kemampuan mereka untuk memahami tentang produk-produk yang ditawarkan, namun lebih kepada bagaimana mereka dapat dimudahkan dalam mendapatkan akses di lembaga perbankan.

Fenomena semacam inilah yang banyak ditemui khusus di Pasar Senggol, dimana yang dibutuhkan oleh para Pedagang yakni kemudahan mendapatkan akses di lembaga perbankan, sebab menjadi sulit bagi mereka untuk meninggalkan usahanya hanya sekedar antri di Bank untuk bisa mengakses beberapa produk yang dibutuhkan. Tentunya hal inilah yang perlu disikapi secara bijak oleh Bank Muamalat Parepare.

Lembaga Perbankan Syariah khususnya dalam hal ini Bank Muamalat semestinya mampu pula memanfaatkan *Brand Image* tentang prinsip-prinsip yang dibangun oleh Lembaga Keuangan Berbasis Syariah yakni bertransaksi di Bank tanpa Buga yang mengandung Riba, dan hal ini sudah semakin disadari oleh masyarakat, hanya saja kembali terkendala bahwa mereka belum mampu mendapatkan kemudahan akses, artinya menjangkau lokasi dari sebuah berbasis syariah sangatlah memungkinkan, hanya saja persoalan waktu menjadi suatu hal yang menjadi penyebab mereka tidak melakukannya.

Gambaran inilah yang dikemukakan oleh Niswatun (2022) bahwa ketertarikan masyarakat untuk berkeinginan menggunakan Produk Lembaga Perbankan Syariah, dikarenakan adanya nilai syariah yang dijadikan acuan dalam bertransaksi, hal ini memperlihatkan jika pengetahuan masyarakat tentang nilai-nilai Islam yang dibawa oleh Lembaga Perbankan Syariah adalah sebuah Jaminan terhadap transaksi yang akan dilakukan.

Sementara menurut pandangan dari Indri Ahni (2022) bahwa selain masyarakat memiliki keyakinan terhadap produk-produk yang ditawarkan oleh lembaga perbankan syariah, maka hal yang juga banyak mendorong masyarakat untuk semakin berminat menggunakan produk syariah yakni adanya promosi atau sosialisasi yang dilakukan oleh pihak perbankan.

Nilai t_{Hitung} yang diperoleh untuk Inklusi Keuangan Syariah lebih besar dari Nilai t_{Tabel} . Jika merujuk pada dasar pengambilan keputusan untuk Uji secara Parsial, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pola hubungan pengaruh antara Inklusi Keuangan Syariah terhadap Minat Pedagang Pasar Senggol Parepare Menggunakan Produk Bank Muamalat.

Sementara mengukur hubungan signifikansinya, maka diketahui bahwa Nilai Sig Inklusi Keuangan Syariah lebih kecil dari Nilai Sig (α)=0.05. artinya bahwa terdapat pengaruh antara variable independen terhadap variabel dependen. Sehingga kesimpulan yang

diambil adalah Inklusi Keuangan Syariah memiliki pola hubungan yang signifikan terhadap Minat Pedagang Pasar Senggol Parepare Menggunakan Produk Bank Muamalat. Karena inklusi keuangan syariah pada Bank Muamalat dapat memberikan efek yang baik, kualitas dan pelayanan yang bagus. Pada Bank Muamalat tidak terdapat biaya administrasi perbulan sehingga pedagang pasar senggol tertarik untuk bertransaksi di Bank tersebut.

Merujuk pada kedua hasil perbandingan tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa Inklusi Keuangan Syariah memiliki pola hubungan pengaruh yang signifikan terhadap Minat Pedagang Pasar Senggol Parepare Menggunakan Produk Bank Muamalat. Sehingga dapat dinyatakan bahwa Hipotesis yang diajukan diterima atau dengan kata lain H_0 ditolak dan H_a diterima.

3. Literasi dan Inklusi Keuangan Syariah secara bersama-sama memiliki Pola Hubungan Pengaruh yang Signifikan Terhadap Minat Pedagang Pasar Senggol Parepare Menggunakan Produk Bank Muamalat

Pemahaman tentang Produk yang ditawarkan oleh Lembaga Perbankan Syariah, kemudian didukung oleh unsur nilai-nilai religiusitas yang dimiliki oleh masyarakat merupakan modal utama untuk semua Lembaga Perbankan Syariah untuk dapat meningkatkan minat masyarakat untuk bertransaksi atau menggunakan fasilitas keuangan berbasis syariah.

Tingkat Pemahaman dan didukung oleh adanya Inklusi dalam bentuk kemudahan akses kepada Lembaga Perbankan

khususnya yang berbasis syariah merupakan dua hal yang memiliki keterkaitan sangat erat. Indri Ahni (2022) dalam kajian penelitiannya mengemukakan bahwa semakin meningkatnya tingkat pemahaman dari masyarakat dan didukung oleh adanya kemudahan akses dari pihak perbankan maka kedua hal ini dapat menjadikan masyarakat mulanya hanya sekedar tahu dapat mendorong mereka untuk menggunakan produk-produk yang di lembaga perbankan syariah. Olehnya itu Inklusi Keuangan menjadi sebuah hal penting untuk dapat menambah pengetahuan masyarakat tentang Lembaga Keuangan Syariah.

Pengaruh secara simultan antara Literasi dan Inklusi Keuangan, sangatlah besar jika secara bersama-sama digunakan untuk meningkatkan minat masyarakat menggunakan Produk Perbankan Syariah, demikian pula terhadap Pedagang pada Pasar Senggol, dimana saat ini pemahaman mereka tentang Keuangan Syariah cukup baik, hanya perlu didukung dengan adanya Inklusi Keuangan dalam bentuk kemudahan dalam melakukan akses dilembaga perbankan.

Ahmad Faqih Udin (2023) menegaskan dalam kajian penelitiannya bahwa hal yang dibutuhkan oleh masyarakat yakni memperteguh keinginan mereka untuk menggunakan produk-produk pada Lembaga Keuangan berbasis Syariah khususnya Lembaga Perbankan dan media yang dianggap paling tepat yakni

meningkatkan peran dari Lembaga Perbankan dalam memberikan atau menambah pengetahuan masyarakat tentang keuangan syariah, sebab untuk saat ini pemahaman mereka tentang akad berbasis muamalat masih terdapat beberapa persepsi yang muncul dimasyarakat.

Senada dengan pernyataan tersebut Wulandari (2023) juga mengemukakan bahwa melalui salah satu unsur yang ada dalam Inklusi keuangan dianggap dapat mendorong keinginan atau kemauan masyarakat untuk melakukan transaksi pada lembaga perbankan syariah, sebab saat ini sesuai indikator dalam Minat, maka masyarakat telah berada pada tingkat *Interest* atau sudah sangat tertarik dengan produk yang di tawarkan oleh lembaga perbankan syariah, dan untuk meningkatkan tahapan tersebut maka peran inklusi keuangan menjadi sangat penting.

Literasi Keuangan dan Inklusi Keuangan pada dasarnya harus mampu dijalankan secara beriringan, dan hal inilah yang ditekankan oleh Adiyanto (2021) bahwa untuk meningkatkan Literasi dan Inklusi Keuangan masyarakat khususnya berkaitan dengan Keuangan Syariah, maka peran itu harus pula dimiliki oleh semua unsur yang ada, tidak hanya lembaga perbankan syariah akan tetapi pemerintah dan stakeholder lainnya juga perlu untuk ikut meningkatkan kemampuan masyarakat.

Nilai F_{Hitung} dari hasil analisis Uji lebih besar dari nilai F_{Tabel} . Sehingga dari hasil perbandingan tersebut dapat dinyatakan bahwa secara bersama-sama Literasi dan Inklusi Keuangan memiliki pola hubungan pengaruh terhadap Minat Pedagang Pasar Senggol Parepare Menggunakan Produk Bank Muamalat.

Mengukur pola hubungan signifikansi data Uji F atau Uji Simultan sesuai hasil analisis yang ditunjukkan pada Uji Anova, maka dapat dinyatakan bahwa Nilai Signifikansi yang diperoleh lebih kecil dari Nilai Signifikansi

Kesimpulan untuk perbandingan tersebut dapat dinyatakan bahwa Literasi dan Inklusi Keuangan Syariah jika secara bersama-sama memiliki pola hubungan yang signifikan terhadap Minat Pedagang Pasar Senggol Parepare Menggunakan Produk Bank Muamalat.

Berdasar pada kedua hasil perbandingan tersebut maka dapat dinyatakan bahwa Literasi dan Inklusi Keuangan Syariah jika secara bersama-sama memiliki pola hubungan pengaruh yang signifikan terhadap Minat Pedagang Pasar Senggol Parepare Menggunakan Produk Bank Muamalat. Sehingga kesimpulan yang dapat diambil bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, atau dengan kata lain Hipotesis yang diajukan diterima.

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasar pada Hasil Penelitian dan Pembahasan terkait dengan Pengaruh Literasi dan Inklusi Keuangan Syariah Terhadap Minat Pedagang Pasar Senggol Parepare Menggunakan Produk pada Bank Muamalat, maka kesimpulan yang dapat diambil yakni :

1. Hasil nilai t_{Hitung} lebih besar dari nilai t_{Tabel} yang menandakan bahwa literasi keuangan syariah memiliki pola hubungan pengaruh yang signifikan terhadap minat pedagang Pasar Senggol Parepare Menggunakan produk dan jasa Bank Muamalat, hal ini dapat diartikan bahwa semakin baik kemampuan literasi keuangan syariah dari para pedagang maka akan meningkatkan minat mereka untuk menggunakan produk pada Bank Muamalat.
2. Nilai t_{Hitung} yang diperoleh untuk Inklusi Keuangan Syariah lebih besar dari Nilai t_{Tabel} . Inklusi Keuangan Syariah memiliki pola hubungan pengaruh yang signifikan terhadap Minat Pedagang Pasar Senggol Parepare Menggunakan Produk pada Bank Muamalat, hal ini dimaksudkan bahwa semakin mudah masyarakat untuk mendapatkan akses pada lembaga

perbankan syariah maka minat mereka untuk menggunakan produk yang ditawarkan akan semakin baik.

3. Nilai F_{Hitung} lebih besar dari nilai F_{Tabel} . Literasi dan Inklusi Keuangan Syariah jika secara bersama-sama memiliki pola hubungan pengaruh yang signifikan terhadap Minat Pedagang Pasar Senggol Parepare Menggunakan Produk pada Bank Muamalat. Hal ini dapat diartikan bahwa keberadaan dari Literasi dan Inklusi Keuangan menjadi hal sangat penting dan dapat dikatakan saling mendukung dalam menguatkan minat dari masyarakat khususnya Pedagang pada Pasar Senggol untuk menggunakan Produk di Perbankan Syariah khususnya pada Bank Muamalat

B. Saran-saran

Hal-hal yang dapat disarankan khususnya bagi Pemegang Kebijakan pada Lembaga Keuangan berbasis Syariah terkait dengan hasil yang diperoleh dalam penelitian ini antara lain :

1. Bahwa untuk Minat dari para Pedagang di Pasar Senggol Kota Parepare, maka sebaiknya informasi tentang Produk-Produk yang ditawarkan oleh Bank Muamalat lebih diperbanyak baik dalam bentuk Brosur ataupun melalui kegiatan-kegiatan yang memiliki keterkaitan dengan kegiatan Perdagangan.
2. Memberikan kemudahan kepada masyarakat secara umum dan khususnya kepada Pedagang pada Pasar Senggol khususnya

dalam hal akses transaksi tanpa mereka harus meninggalkan aktifitasnya..

3. Sebaiknya pada Bank Muamalat memperbanyak ATM dan menyediakan setor tunai pada ATM agar memudahkan nasabah untuk melakukan transaksi.

DAFTAR PUSTAKA

- Abubakar, Rifa'i, 2021. Pengantar Metodologi Penelitian, Cetakan Pertama, Yogyakarta: SUKA-Press UIN Sunan Kalijaga
- Adiyanto, M. R., & Purnomo, A. S. 2021. Dampak Tingkat Literasi Keuangan Syariah terhadap Minat Menggunakan Produk Keuangan Syariah. *Jurnal Administrasi Kantor*, Vol. 9, No.1 Juni 2021, 1-12
- Ahmad Faqih Udin. 2023. Literasi Keuangan Syariah dan Tingkat Kepercayaan Masyarakat Petani Bawang Merah Kabupaten Brebes Menjadi Nasabah Bank Syariah. *Jurnal Simki Economic*, Volume 6 Issue 1, 2023, Pages 246-256
- Alawiyah Ade Lazriyani, M.Yarham, 2023. Pengaruh Literasi Keuangan Dan Inklusi Keuangan Terhadap Keputusan Mahasiswa Dalam Menggunakan Produk Dan Jasa Bank Syariah. *JPS : Jurnal Perbankan Syariah*, Vol. 2 No. 2 Desember 2023, Hal : 12–20
- Alimusa, La Ode. 2020. Manajemen Perbankan Syariah Suatu Kajian Ideologis dan Teoritis. Yogyakarta: Deepublish Publisher.
- Andi Amri, Elfa Renita, 2023. Analisis Determinan Yang Menentukan Minat Menggunakan Produk Bank Syariah. *INOVASI JEBKM : Jurnal Ekonomi, Keuangan dan Manajemen*. Volume. 19 Issue 2 (2023) Hal : 469-479
- Angga Setiawansyah, Muhizar Muchtar, Muhammad Saleh. 2023. Pengaruh Religiusitas Dan Pengetahuan Produk Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Pembiayaan *Murabahah* Serbaguna Di PT. Bank SUMUT Syariah KCP Stabat. *AZIZI: Jurnal Perbankan Syariah dan Manajemen Bisnis Islam*. Vol.1, No.1 [2023].
- Ansori, M. 2020. Metode Penelitian Kuantitatif Edisi 2. Airlangga University Press
- Aprinhasari, M. N., & Widiyanto. 2020. Pengaruh Literasi Keuangan Dan Lingkungan Sosial Terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa Fakultas Ekonomi. *Business and Accounting Education Journal*, 1(1), 65–72
- Arikunto, S. 2020. Prosedur Penelitian. Jakarta: Rineka cipta.
- Asep Suryanto, 2022. Buku Nasabah Bank Syariah : Sebuah Analisis Minat Nasabah Bank Syariah dalam Perspektif Marketing Mix Penerbit : Yogyakarta : Deepublish., 2022
- Briliani, Tlirani Rahma. 2020. “Pengaruh Pendapatan, Pengalaman Keuangan Dan Pengetahuan Keuangan Terhadap Perilaku Keuangan Keluarga Di Kota Madiun.” Sekolah Tlinggi Ilmu Ekonomi Perbanas

Surabaya, Journal of Business and Banking Volume 9 Number 2
November 2019 – April 2020

- Darwin, Muhammad dkk. 2021. Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif. Bandung: CV Media Sains Indonesia
- Dian Wulandari, 2023. Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Dan Inklusi Keuangan Syariah Terhadap Kinerja UMKM (Studi Kasus pada UMKM Area Relokasi Alun–Alun Kejaksaan Cirebon). INKLUSIF : Jurnal Pengkajian Penelitian Ekonomi dan Hukum Islam , Vol:8 No.2 Desember 2023
- Hamdi Agustin, Zulkifli Rusby, 2022. Manajemen Bank Syariah (Konsep Dan Praktek). Jakarta : PT. RajaGrafindo Persada
- Heru Kristanto dan Raden Hendry Gusaptono, 2021. Pengenalan Literasi Keuangan Untuk Mengembangkan UMKM. LPPM UPN Veteran Yogyakarta
- Infobanknews.com. 2024. Bank Syariah Didorong Jaga Ketahanan dan Pertumbuhan Berkelanjutan. Rilis 14 Mei 2024. Koresponden Irawati diterbitkan melalui Laman : <https://infobanknews.com/bank-syariah-didorong-jaga-ketahanan-dan-pertumbuhan-berkelanjutan/>
- Indri Ahni, 2022 Analisis Literasi dan Inklusi Keuangan dalam Meningkatkan Minat Menggunakan Produk Bank Syariah (Studi kasus pada masyarakat Desa Kejobong Kabupaten Purbalingga). Skripsi : Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
- Khofifatu Rohmah Adi; Idris.; Putra Hilmy Prayitno, 2024. Ekonomi Keuangan Perbankan: Teori dan Kasus di Indonesia Penerbit PT. Refika Aditama
- Kotler dan Keller. 2020. “Manajemen Pemasaran.” Jakarta: Penerbit Erlangga
- Kusumaningtuti S. Soetiono, 2020. Literasi dan Inklusi Keuangan Indonesia. PT RajaGrafindo Persada
- Luhgijatno, dkk. 2024. Perilaku Konsumen Eureka Media Aksara, Jawa Tengah
- Machfud Ridha. 2023. Analisis Tingkat Inklusi Keuangan Syariah Pada Layanan Bsi Smart Agent Di Kota Banda Aceh. Skripsi : Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh
- Mifta Novianti Putri, 2022. Literasi Keuangan Syariah dan Kinerja UMKM. Mikiyah : Jurnal Hukum Ekonomi Syariah Vol. 1, No. 2, August 2022, Hal :. 81-87

- Moh. Zaki Kurniawan dan Nindi Vaulia P. 2022. Buku Referensi Teori dan Praktik Inklusi dan Literasi Keuangan. Eureka Media Aksara, Jawa Tengah.
- Muhammad Kurniawan. 2021. Bank dan Lembaga Keuangan Syariah (Teori dan Aplikasi). CV. Adanu Abimata
- Muna Dahlia, 2020. Pengaruh Tingkat Literasi Keuangan Syariah Terhadap Keputusan Menggunakan Lembaga Keuangan Syariah (Studi Pada Dosen Universitas Islam Negeri Ar-Raniry). Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh
- Nasir Tajul Aripin, Nur Fatwa, and Mulawarman Hannase, 2022. "Layanan Digital Bank Syariah Sebagai Faktor Pendorong Indeks Literasi Dan Inklusi Keuangan Syariah," *Syarikat : Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah* Volume 5, No. 1 Tahun 2022.
- Niswatun, Edi Susilo. 2022. Pengaruh Brand Image, Literasi Keuangan Syariah, dan *Shariah Governance* Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Perbankan Syariah. *AL HUKMU: Journal of Islamic Law and Economics*, Volume. 01, Nomor 1, Agustus 2022: Hal 1-11
- Nur Hidayah, 2021. Literasi Keuangan Syariah: Teori dan Praktik di Indonesia/Nur Hidayah Ed. 1, Cet. 1. Depok: Rajawali Pers
- Nurmawati. 2021. Perilaku Konsumen dan Keputusan Pembelian, Media Nusa Creative (MNC Publishing)
- Nurul Novaria, 2020. "Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Dan Penerapan *Good Corporate Governance* Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank Umum Syariah Di Ponorogo" Skripsi, Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, 2020
- Otoritas Jasa Keuangan (OJK), 2022. OJK.go.id : SP 82/DHMS/OJK/XI/2022 tentang Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) Tahun 2022. Dirilis pada Tanggal 22 November 2022 melalui laman berikut <https://ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/siaran-pers/Documents/Pages/Survei-Nasional-Literasi-dan-Inklusi-Kuangan-Tahun-2022/SP%20-%20SURVEI%20NASIONAL%20LITERASI%20DAN%20INKLUSI%20KEUANGAN%20TAHUN%202022.pdf>
- OJK Institute, 2023. Webinar : Memperkuat Literasi dan Inklusi Keuangan Syariah, yang diselenggarakan pada Tanggal 16 Februari 2023 <https://www.ojk.go.id/ojk-institute/id/capacitybuilding/upcoming/1340/memperkuat-literasi-dan-inklusi-keuangan-syariah>
- Otoritas Jasa Keuangan (OJK), 2023. *Roadmap Pengembangan dan Penguatan Perbankan Syariah Indonesia (RP3SI) 2023-2027*
- Otoritas Jasa Keuangan (OJK), 2020. OJK.go.id : Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) Ketiga Tahun 2019. Dirilis pada

Tanggal 1 Desember 2020 melalui laman <https://www.ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/publikasi/Pages/Survei-Nasional-Literasi-dan-Inklusi-Kuangan-2019.aspx>

- Peraturan Presiden Nomor 114 Tahun 2020 tentang Standar Nasional Keuangan Inklusi
- Peraturan Presiden Nomor 82 Tahun 2016 tentang Strategi Nasional Keuangan Inklusif (SNKI)
- Peraturan Otoritas Jasa Keuangan (POJK) Nomor 76/POJK.07/2016 tentang Peningkatan Literasi dan Inklusi Keuangan di Sektor Jasa Keuangan Bagi Konsumen dan/atau masyarakat
- Rivaldi Setiawan, 2023. Pengaruh Literasi Keuangan Dan Inklusi Keuangan Syariah Terhadap Kinerja Usaha Mikro Kecil Menengah Kecamatan Syiah Kuala. Skripsi Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh
- Safryani, U., Aziz, A., & Triwahyuningtyas, N. 2020. Analisis Literasi Keuangan, Perilaku Keuangan, Dan Pendapatan Terhadap Keputusan Investasi Jurnal Ilmiah Akuntansi Kesatuan, 8 (3), 319–332
- Sindi Anggraini, 2023. Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Dan Inklusi Keuangan Syariah Terhadap Keputusan Menabung Di Bank Syariah Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderasi. Skripsi : Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung
- Siti Alfia Ayu Rohmayanti, Andriani Samsuri, and Achmad Room Fitrianto, 2021. “Analisis Literasi Keuangan Syariah Pada Pemberdayaan Ekonomi UMKM Binaan Bank Indonesia Kantor Wilayah Jawa Timur,” Muslim Heritage 6, Nomor. 2 (2021), Hal : 377–403.
- Siti Samsiyah, Nashrudin Latif, Chindi Dwi Aprilia, dkk. 2023. Perilaku Konsumen. Mega Press Nusantara
- Sugiyono. 2020. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung : Alfabeta, CV
- Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2013 Tentang Lembaga Keuangan Mikro
- Undang-Undang Nomor. 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah
- Usvita, M. 2021. Pengaruh Religiusitas Dan Kepercayaan Nasabah Terhadap Keputusan Menabung Pada Bank Nagari Syariah Kcp Simpang Empat. Jurnal Apresiasi Ekonomi Volume 9 Nomor 1 Hala 47-53.
- Vernica Ayu Adelia. 2023. Strategi Dan Implementasi Inklusi Keuangan Melalui Pembiayaan Produktif Di Era Revolusi Industri 4.0 Dalam Menciptakan Stabilitas Keuangan Nasabah Pada Bank Syariah

- Indonesia Kc Bandar Jaya. Skripsi : Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.
- Wilda Dinda Pratiwi, 2023. Pengaruh Inklusi Keuangan Syariah terhadap Pembiayaan UMKM dan dampaknya pada Pertumbuhan Ekonomi di Provinsi DKI Jakarta Periode 2015-2022. Skripsi Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta
- Wulandari, 2023. Pengaruh Tingkat Literasi dan Inklusi Keuangan Syariah Dalam Keputusan Menggunakan Produk dan Layanan Keuangan Syariah Pada Pemuda di Provinsi Lampung Thesis : Magister Perbankan Syariah Pascasarjana Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Syarif Hidayatullah Jakarta
- Yosef Tonce, Yoseph Darius Purnama Rangga, 2022. Minat Dan Keputusan Pembelian : Tinjauan Melalui Persepsi Harga & Kualitas Produk (Konsep dan Studi Kasus). CV. Adanu Abimata
- Yusra, Ilhamdi. 2022. Baitul Mall Wa Tamwil (BMT): Swadaya Masyarakat dalam Rangka Pengembangan Ekonomi Syariah Berbasis Masjid di Kota Solok Tahun 2004 -2019. Masters thesis, Universitas Negeri Padang.
- Zulfaa Ramadhina Herawati 2023. Pengaruh Literasi Keuangan Syariah dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Penggunaan Layanan Bank Syariah (Studi pada Mahasiswa Perbankan Syariah UIN Malang) Skripsi : Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang