

LITERASI DAN INKLUSI PRODUK PERBANKAN SYARIAH SERTA PENGARUHNYA TERHADAP MINAT INVESTASI NASABAH (STUDI KASUS PADA PT BANK SYARIAH INDONESIA KC MATARAM PEJANGGIK 2)

Merisna Maolida¹

merisnamao@gmail.com

¹ Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mataram

Eni Indriani²

eni.indriani@unram.ac.id

² Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mataram

Adhitya Bayu Suryantara³

adhityabayus@unram.ac.id

³ Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mataram

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh literasi dan inklusi produk perbankan syariah terhadap minat investasi nasabah. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif asosiatif. Penelitian ini menggunakan data primer yang diambil dari 110 responden yaitu nasabah pada PT Bank Syariah Indonesia KC Mataram Pejanggik 2. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *Purposive Sampling*. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis dengan menggunakan *Structural Equation Model* (SEM) dan *Bootsrapping* pada software SMARTPLS 4.0. Hasil penelitian menunjukkan literasi produk perbankan syariah mempunyai hubungan negatif dan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat investasi nasabah pada PT Bank Syariah Indonesia KC Mataram Pejanggik 2, dan inklusi produk perbankan syariah mempunyai hubungan positif dan signifikan terhadap minat investasi nasabah pada PT Bank Syariah Indonesia KC Mataram Pejanggik 2.

Kata Kunci: Literasi, Inklusi, Minat Investasi, *Structural Equation Model*

ABSTRACT

This study aims to determine the influence of literacy and inclusion of Islamic banking products on customer investment interest. This research is an associative quantitative research. This study used primary data taken from 110 respondents, namely customers at PT Bank Syariah Indonesia KC Mataram Pejanggik 2. The sampling technique in this study used Purposive Sampling. The data analysis technique used is analysis using the Structural Equation Model (SEM) and Bootsraping on SMARTPLS 4.0 software. The results showed that Islamic banking product literacy has a negative relationship and does not have a significant effect on customer investment interest in PT Bank Syariah Indonesia KC Mataram Pejanggik 2, and Islamic banking product inclusion has a positive and significant relationship with customer investment interest in PT Bank Syariah Indonesia KC Mataram Pejanggik 2.

Keywords: Literacy, Inclusion, Investment Interest, *Structural Equation Model*

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara berkembang dimana dapat dilihat mayoritas masyarakatnya beragama Islam, hal ini sangat menjanjikan bagi perbankan syariah di Indonesia untuk mengembangkan pangsa pasar. Minat masyarakat terhadap keuangan syariah masih sangat rendah dibandingkan konvensional. Hal tersebut diakibatkan karena indeks literasi dan indeks inklusi keuangan syariah sangat rendah akibat dari kurangnya pengetahuan masyarakat terhadap industri dan jasa keuangan syariah serta adanya keterbatasan dalam mengakses untuk melakukan beragam produk layanan jasa keuangan di perbankan syariah (Adiyanto & Purnomo, 2021).

Berdasarkan data yang dirilis OJK (2022) dalam Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) menunjukkan indeks literasi keuangan masyarakat Indonesia secara umum sebesar 49,68% dan inklusi keuangan sebesar 85,10%. Nilai tersebut meningkat jika dibandingkan dengan hasil SNLIK 2019 untuk indeks literasi keuangan 38,03% dan inklusi keuangan 76,19%. Sedangkan, pada tahun 2022 indeks literasi keuangan syariah sebesar 9,14%, dan indeks inklusi keuangan syariah, masih berada di angka 12,12%.

Berdasarkan data tersebut, menunjukkan masih rendahnya tingkat literasi dan inklusi masyarakat Indonesia terhadap perbankan syariah. Rendahnya literasi keuangan syariah dan inklusi syariah keuangan masyarakat menunjukkan masih sedikit banyak yang belum memahami dengan baik berbagai produk dan layanan jasa keuangan yang ditawarkan oleh lembaga jasa keuangan syariah. Minat investasi ada apabila seseorang memiliki minat untuk melakukan investasi maka dia akan cenderung melakukan suatu tindakan guna mewujudkan keinginan berinvestasi, tindakan tersebut seperti mengikuti sosialisasi maupun pelatihan investasi, menerima tawaran untuk berinvestasi dan mau melakukan investasi (Bakhari et al., 2020).

Faktor pertama yang diduga mempengaruhi minat investasi nasabah di bank syariah adalah literasi keuangan syariah. Menurut Nasution & Fatira (2019) literasi keuangan syariah merupakan pengetahuan atau pemahaman tentang bagaimana cara mengelola keuangan berdasarkan prinsip syariah. Rendahnya tingkat literasi keuangan dapat memberikan dampak negatif terhadap kondisi keuangan dimasa yang akan datang.

Salah satu yang menjadi penyebab rendahnya literasi mengenai perbankan syariah adalah kurangnya sosialisasi tentang prinsip-prinsip dan sistem yang terdapat di perbankan syariah. Sementara, apabila nasabah memiliki pengetahuan dan pemahaman yang tinggi dalam mengelola aset keuangannya secara syariah, maka mereka dapat merubah cara pandang mereka terhadap lembaga keuangan syariah untuk menggunakan berbagai produk layanan yang tersedia di bank syariah. Sehingga akan dapat meningkatkan minat nasabah untuk berinvestasi di produk perbankan syariah.

Hal ini sejalan dengan faktor dalam *Theory of Planned Behavior* (TPB) yaitu *attitude toward the behavior* merupakan suatu penilaian individu atas perilaku yang hendak dilakukan, apakah dianggap akan menguntungkan atau merugikan dan *subjective norm* merupakan suatu persepsi individu pada harapan dari orang-orang yang berpengaruh dalam kehidupannya. Pernyataan tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Shofwa (2017); Sutejo (2021); Adiyanto & Purnomo (2021); Rahmawati & Hamdan (2021) dan A. E. Lestari et al (2022) yang menyatakan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif terhadap minat berinvestasi. Namun pernyataan ini berbanding terbalik dengan penelitian yang dilakukan oleh Puspitasari et al. (2021); Viana et al. (2022) yang menyatakan bahwa literasi keuangan tidak berpengaruh terhadap minat berinvestasi.

Faktor kedua yang diduga berpengaruh terhadap minat berinvestasi adalah faktor inklusi keuangan. Inklusi keuangan merupakan suatu kondisi ketika setiap anggota masyarakat mempunyai akses pada berbagai layanan keuangan formal yang berkualitas secara tepat waktu,

lancar, dan aman dengan biaya yang terjangkau yang disesuaikan dengan kebutuhan dan kemampuan sehingga dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat (N. M. Lestari, 2019).

Ketersediaan akses dapat memungkinkan nasabah untuk dapat melakukan berbagai transaksi keuangan, baik yang bersifat produktif maupun konsumtif. Kemudahan akses pada produk perbankan memungkinkan transaksi dapat berlangsung dengan cepat, sehingga volume transaksi keuangan menjadi lebih besar demikian sebaliknya. Hal tersebut sejalan dengan *Theory of Planned Behavior* (TPB) yaitu *Perceived behavior control* merupakan kontrol perilaku yang dirasakan tentang mudah atau sulitnya mewujudkan suatu perilaku tertentu (Karim et al., 2022). Inklusi keuangan sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Viana et al. (2022) dan Sutejo (2021); menyatakan bahwa inklusi keuangan memiliki pengaruh positif terhadap minat investasi. Namun, berbanding terbalik dengan penelitian yang dilakukan oleh Sari et al. (2020) menyatakan bahwa inklusi keuangan tidak berpengaruh terhadap keputusan berinvestasi.

Berdasarkan fenomena yang dipaparkan di atas melatarbelakangi penulis untuk melakukan penelitian kembali, dengan tujuan untuk menganalisis pengaruh literasi produk perbankan syariah terhadap minat investasi nasabah di PT Bank Syariah Indonesia KC Mataram Pejanggik 2. Dan untuk menganalisis pengaruh inklusi produk perbankan syariah terhadap minat investasi nasabah di PT Bank Syariah Indonesia KC Mataram Pejanggik 2.

TINJAUAN LITERATUR

Theory of Planned Behavior (TPB)

Theory of Planned Behavior (TPB) adalah suatu teori yang menjelaskan mengenai sikap terhadap perilaku yang bisa memperkirakan atau memprediksi suatu perbuatan, meskipun demikian perlu dipertimbangkan dan direncanakan atas sikap seseorang dalam menguji norma subjektif serta mengukur kontrol perilaku dari persepsi orang tersebut. Menurut Ajzen (1991) *Theory of Planned Behavior* memiliki tiga faktor yang mempengaruhi minat seseorang dalam berperilaku, yaitu:

1. Sikap dalam berperilaku (*attitude toward the behavior*), sikap adalah suatu penilaian individu atas perilaku yang hendak dilakukan, apakah dianggap akan menguntungkan atau merugikan.
2. Norma subjektif (*subjective norm*) merupakan suatu persepsi individu pada harapan dari orang-orang yang berpengaruh dalam kehidupannya (*significant others*) mengenai cara yang tepat dalam menyikapi suatu perilaku tertentu.
3. Persepsi kontrol perilaku (*perceived behavior control*) adalah kontrol perilaku yang dirasakan tentang mudah atau sulitnya mewujudkan suatu perilaku tertentu.

Shariah Enterprise Theory (SET)

Shariah Enterprise Theory merupakan teori yang mengajarkan bahwa Allah SWT merupakan pemilik utama sedangkan manusia hanyalah sebagai pengelola yang diberikan hak oleh pemilik utama yaitu Allah SWT sebagai sumber amanah utama dan sumber daya yang dimiliki para stakeholders (Kalbarini, 2018). Dalam teori ini menggambarkan bentuk pertanggungjawaban sebuah perusahaan (bank syariah) terhadap Allah SWT kepada karyawan, nasabah, dan masyarakat. konsep nilai syari'ah merupakan bentuk dari nilai tambah yang disyari'atkan yaitu halal, thoyib, dan bebas riba yang diimplementasikan dalam bank syariah sebagai bentuk pertanggungjawaban kepada sang Pemberi Amanah.

Literasi Keuangan Syariah

Menurut Nasution & Fatira (2019) literasi keuangan syariah adalah pengetahuan, keterampilan, dan keyakinan yang memengaruhi sikap dan perilaku buat meningkatkan kualitas pengambilan keputusan dan pengelolaan keuangan yang tepat sesuai dengan prinsip syariah untuk menempatkan dananya dalam rangka mencapai kesejahteraan.

Tingkat literasi keuangan dapat dibedakan menjadi empat tingkat yaitu sebagai berikut:

1. *well literate*, dalam tingkatan ini, seseorang telah mempunyai pengetahuan dan keyakinan terkait dengan lembaga jasa keuangan dan produk jasa keuangan.
2. *Sufficient literate*, pada tingkatan ini seseorang tersebut telah memiliki pengetahuan yang cukup mengenai literasi keuangan serta pengetahuan tentang produk dan jasa lembaga keuangan.
3. *Less Literate*, pada tingkat ini seseorang memiliki tingkat literasi yang kurang.
4. *Not Literate*, adalah tingkat di mana seseorang tidak memiliki pengetahuan tentang lembaga jasa keuangan dan produknya.

Inklusi Keuangan Syariah

Inklusi keuangan merupakan bentuk peningkatan ketersediaan akses masyarakat terhadap berbagai produk, jasa, dan lembaga keuangan syariah sehingga masyarakat mampu mengelola dan mendistribusikan sumber keuangan sesuai dengan prinsip syariah (N. M. Lestari, 2019). Inklusi keuangan syariah merupakan sarana untuk mendorong keterlibatan yang lebih tinggi dari masyarakat terhadap praktik keuangan syariah.

Minat Investasi

Minat didefinisikan sebagai pengaruh kesadaran eksternal terhadap kebutuhan, sosialisasi produk dan penilaian alternatif sehingga memunculkan keinginan seseorang untuk membeli (Agni, 2022). Minat dapat timbul karena adanya faktor internal dan faktor eksternal.

Menurut Firdaus (2005) investasi merupakan aktivitas menempatkan modal baik berupa uang atau aset berharga lainnya ke dalam suatu benda, lembaga, atau suatu pihak dengan harapan akan mendapatkan keuntungan setelah kurun waktu tertentu dan memberikan hasil pendapatan atau dapat meningkatkan nilainya dimasa yang akan datang.

Hipotesis

Literasi Produk Perbankan Syariah Terhadap Minat Investasi Nasabah

Literasi produk perbankan syariah merupakan kemampuan dalam menilai serta memiliki pemahaman yang tinggi dalam mengelola keuangan berdasarkan prinsip syariah, sehingga dapat lebih mudah membuat keputusan terhadap produk yang tepat untuk menempatkan dananya. Adanya pemahaman dan pengetahuan yang baik terkait literasi keuangan syariah yang dimiliki nasabah akan dapat menghasilkan pertimbangan yang baik dalam memutuskan segala keputusan keuangan. Nasabah yang memiliki pengetahuan dan pemahaman yang baik mengenai produk dan layanan jasa yang disediakan oleh bank dapat menumbuhkan minat nasabah untuk menginvestasikan dananya di bank syariah.

Hal ini didukung dalam penelitian Rahmawati & Hamdan (2021); Sutejo (2021); dan Ruwaidah (2020) menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif produk perbankan syariah sehingga akan terdapat pengaruh pada minat nasabah berinvestasi di Bank Syariah.

H₁: Literasi produk perbankan syariah berpengaruh positif terhadap minat investasi nasabah

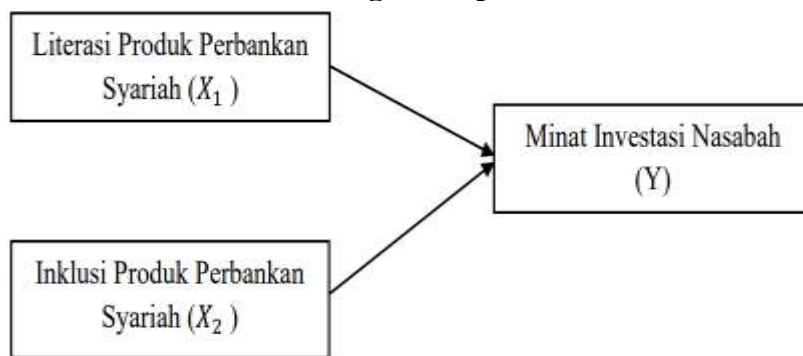
Inklusi Produk Perbankan Syariah Terhadap Minat Investasi Nasabah

Inklusi keuangan syariah adalah suatu upaya dalam meniadakan segala bentuk hambatan terhadap masyarakat dalam mengakses produk dan jasa keuangan untuk memenuhi kebutuhan mereka dengan biaya terjangkau berdasarkan prinsip syariah islam. Ketersediaan akses dapat memungkinkan individu atau organisasi untuk dapat melakukan berbagai transaksi keuangan, baik yang bersifat produktif maupun konsumtif. Sehingga kemudahan akses pada produk dan layanan jasa keuangan sangat penting karena telah menjadi kebutuhan bagi masyarakat modern. Hal itu dapat menumbuhkan minat nasabah untuk menginvestasikan dananya di bank syariah.

Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Sutejo (2021); Lestari (2019); Viana et al (2022) menunjukkan bahwa inklusi keuangan memberikan pengaruh yang positif terhadap inklusi produk perbankan syariah sehingga dapat menumbuhkan minat nasabah dalam menginvestasikan dananya.

H₂: Inklusi produk perbankan syariah berpengaruh positif terhadap minat

Rerangka Berpikir



Gambar 1. Rerangka Berpikir

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah jenis penelitian asosiatif yang bersifat menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih dengan pendekatan kuantitatif.

Lokasi Penelitian dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian ini berlokasi di PT Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Mataram Pejanggik 2 yang beralamat di JL. Pejanggik No. 103 Pajang Mataram Nusa Tenggara Barat. Populasi pada penelitian ini adalah nasabah di PT Bank Syariah Indonesia KC Mataram Pejanggik 2. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *nonprobability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Salah satu teknik untuk menentukan atau mengambil sampel dengan memperhitungkan beberapa hal berdasarkan kriteria tertentu. Untuk menentukan sampel menggunakan rumus Hair et al (2019) yang mengatakan jumlah ideal dalam penarikan sampel adalah 5-10 dikalikan dengan jumlah indikator yang digunakan dalam seluruh variabel, jumlah indikator yang digunakan dalam penelitian ini adalah 11 indikator. Maka jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$\begin{array}{ll}
 n = 5 \times p & n = 10 \times p \\
 n = 5 \times 11 = 55 \text{ responden} & n = 10 \times 11 = 110 \text{ responden}
 \end{array}$$

Keterangan:

- n : Sampel
- p : Parameter atau indikator penelitian
- 5-10 : Jumlah observer menurut pendapat (Hair et al., 2019)

Menurut Hair et al (2019) jumlah sampel ideal adalah sekitar 100 sampai 200 responden. Sehingga, jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 110 responden yang telah dianggap memenuhi syarat.

Variabel Penelitian

Pada penelitian ini variabel penelitian terdiri atas dua variabel yaitu, variabel independen dan dependen sebagai berikut:

1. Variabel independen, dalam penelitian ini adalah literasi produk perbankan syariah (X1) dan inklusi produk perbankan (X2).
2. Variabel dependen, dalam penelitian ini adalah minat investasi nasabah (Y)

Prosedur Analisis Data

Prosedur analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Structural Equation Model (SEM)* untuk menguji Outer Model dan Inner Model serta *Bootstrapping* digunakan untuk menguji hipotesis dengan menggunakan *software* SmartPLS 4.0. Analisa outer model menggunakan *convergent validity*, *discriminant validity* dan *composite reliability*. Sedangkan, untuk inner model menggunakan analisa *R-Square*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Analisis statistik Deskriptif

Penelitian ini menggunakan data primer yang didapat dari hasil penyebaran kuesioner kepada responden. Kuesioner yang disebar sebanyak 110 diisi secara lengkap dengan tingkat pengembalian 100% yang berarti pengujian layak untuk dilanjutkan dengan jenis kelamin yang mendominasi adalah perempuan sebanyak 63%, serta rata-rata responden berusia dibawah 25 tahun.

Tabel 1
Hasil Analisis Statistik Deskriptif Variabel Penelitian

<i>Name</i>	<i>Min</i>	<i>Max</i>	<i>Mean</i>	<i>Standard Deviation</i>
Literasi Produk Perbankan Syariah	1	4	3,11	0,86
Inklusi Produk Perbankan Syariah	1	4	3,22	0,80
Minat Investasi Nasabah	1	4	3,23	0,80

Sumber: Data Primer, diolah penulis (2023)

Hasil Uji Pengukuran Model (*Outer Model*)

Convergent Validity

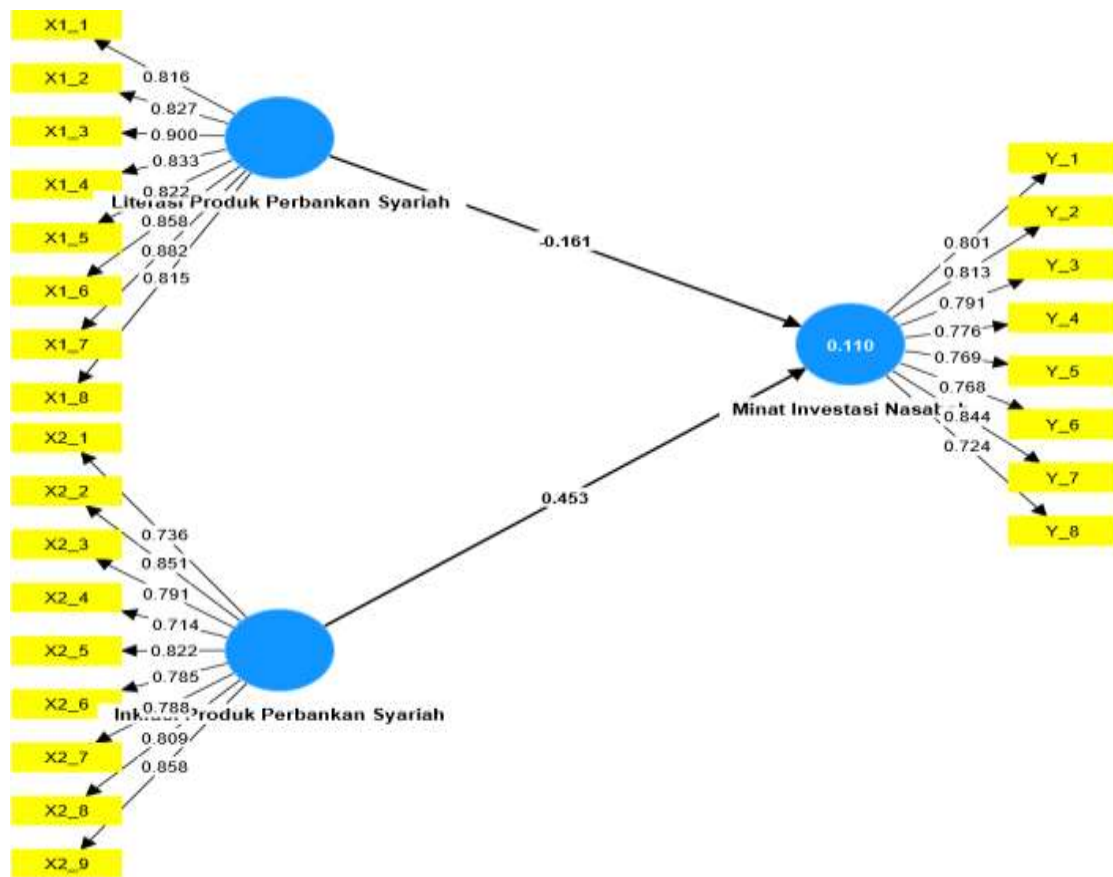
Convergent validity pada PLS dengan indikator reflektif yang dinilai berdasarkan *loading factor* (korelasi antara skor item/skor komponen dengan skor variabel) indikator-indikator yang mengukur variabel tersebut. Indikator individu dianggap valid jika memiliki nilai korelasi lebih besar dari 0,50. Nilai *loading factor* dalam penelitian ini ditunjukkan dalam tabel 2 sebagai berikut:

Tabel 2
Loading Factor

Indikator	Literasi Produk Perbankan Syariah	Inklusi Produk Perbankan Syariah	Minat Investasi Nasabah	Keterangan
X1_1	0.816			Valid
X1_2	0.827			Valid
X1_3	0.900			Valid
X1_4	0.833			Valid
X1_5	0.822			Valid
X1_6	0.858			Valid
X1_7	0.882			Valid
X1_8	0.815			Valid
X2_1		0.736		Valid
X2_2		0.851		Valid
X2_3		0.791		Valid
X2_4		0.714		Valid
X2_5		0.822		Valid
X2_6		0.785		Valid
X2_7		0.788		Valid
X2_8		0.809		Valid
X2_9		0.858		Valid
Y_1			0.801	Valid
Y_2			0.813	Valid
Y_3			0.791	Valid
Y_4			0.776	Valid
Y_5			0.769	Valid
Y_6			0.768	Valid
Y_7			0.844	Valid
Y_8			0.724	Valid

Sumber: Data pimer, diolah penulis (2023)

Berdasarkan tabel 2 menunjukkan kriteria pengujian *convergent validity*, dapat dilihat pada setiap pernyataan yang ada telah memiliki nilai di atas 0,5 s.d 0,7. Sehingga pernyataan-pernyataan dalam variabel telah memenuhi syarat pengujian *convergent validity*. Berikut adalah model penelitian setelah dilakukan uji *convergent validity*:



Gambar 2
Model Struktural Setelah Uji *Convergent Validity*
(Sumber: Data Olahan SmartPLS 4.0)

Discriminant Validity

Discriminant validity diukur atau dinilai berdasarkan *cross loading*. Pengujian *discriminant validity* digunakan untuk melihat bahwa masing-masing indikator di suatu variabel akan berbeda dengan indikator di variabel lain dan mengumpul pada variabel yang dimaksud.

Tabel 3
Cross Loading

Indikator	Literasi Produk Perbankan Syariah	Inklusi Produk Perbankan Syariah	Minat Investasi Nasabah
X1_1	0.816	0.734	0.101
X1_2	0.827	0.710	0.142
X1_3	0.900	0.733	0.225
X1_4	0.833	0.745	0.200
X1_5	0.822	0.663	0.174
X1_6	0.858	0.728	0.218
X1_7	0.882	0.723	0.166
X1_8	0.815	0.616	0.178
X2_1	0.774	0.736	0.226
X2_2	0.603	0.851	0.311
X2_3	0.621	0.791	0.203
X2_4	0.566	0.714	0.144

Indikator	Literasi Produk Perbankan Syariah	Inklusi Produk Perbankan Syariah	Minat Investasi Nasabah
X2_5	0.716	0.822	0.300
X2_6	0.643	0.785	0.240
X2_7	0.688	0.788	0.276
X2_8	0.665	0.809	0.232
X2_9	0.702	0.858	0.281
Y_1	0.139	0.242	0.801
Y_2	0.110	0.250	0.813
Y_3	0.073	0.165	0.791
Y_4	0.286	0.337	0.776
Y_5	0.119	0.197	0.769
Y_6	0.103	0.157	0.768
Y_7	0.305	0.360	0.844
Y_8	0.085	0.157	0.724

Sumber: Data Primer, diolah penulis (2023)

Berdasarkan tabel 3 menunjukkan bahwa setiap *item* memiliki tingkat korelasi yang tinggi dengan variabel yang diukurnya. Oleh karena itu, evaluasi *discriminant validity-cross loading* terpenuhi.

Cara lain untuk mengukur *discriminant validity* adalah dengan melihat nilai *square root of average variance extracted* (AVE) dengan nilai yang disarankan diatas 0,50. Tabel 4. menunjukkan nilai validitas yang dilihat dari nilai AVE.

Tabel 4
Average Variance Extracted (AVE)

Variabel	<i>Average variance extracted (AVE)</i>	Keterangan
Inklusi Produk Perbankan Syariah	0.634	Valid
Literasi Produk Perbankan Syariah	0.713	Valid
Minat Investasi Nasabah	0.618	Valid

Sumber: Data Primer, diolah penulis (2023)

Berdasarkan tabel 4 dapat dilihat bahwa nilai AVE diatas 0,50 untuk semua variabel. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa semua variabel valid.

Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas dapat dilihat dari nilai *composite reliability* dan *cronbach's alpha*. Untuk dapat dikatakan suatu variabel yang reliabel, maka nilai *cronbach's alpha* harus >0,6 dan nilai *composite reliability* harus >0,7. Berikut adalah hasil pengujian untuk *composite reliability* dan *cronbach's alpha*.

Tabel 5
Composite Reliability

Variabel	Composite Reliability (rho_a)	Composite Reliability (rho_c)	Keterangan
Inklusi Produk Perbankan Syariah	0.939	0.939	Valid
Literasi Produk Perbankan Syariah	0.956	0.952	Valid
Minat Investasi Nasabah	0.934	0.928	Valid

Sumber: Data Primer, diolah penulis (2023)

Berdasarkan tabel 5 menunjukkan bahwa *composite reliability* (uji reliabilitas) untuk semua variabel memiliki nilai lebih dari 0,70. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa masing-masing variabel dalam penelitian ini memiliki tingkat uji reliabilitas yang tinggi

Tabel 6
Cronbach's Alpha

Variabel	Cronbach's alpha	Keterangan
Inklusi Produk Perbankan Syariah	0.928	Valid
Literasi Produk Perbankan Syariah	0.943	Valid
Minat Investasi Nasabah	0.913	Valid

Sumber: Data Primer, diolah penulis (2023)

Berdasarkan tabel 6 menunjukkan bahwa nilai cronbach's alpha untuk semua variabel memiliki nilai diatas 0,6. Sehingga dapat dikatakan bahwa variabel dalam penelitian ini memiliki reabilitas yang baik.

Hasil Analisis Model Struktural (*Inner Model*)

Uji struktural dilakukan dengan menggunakan SmartPLS, dimulai dengan melihat nilai *R-Square* untuk setiap variabel laten endogen. yakni minat investasi nasabah sebagai kekuatan prediksi dari model struktural.

Tabel 7
R-Square

	R-Square	R-Square (Adjusted)
Minat Investasi Nasabah (Y)	0,110	0,093

Sumber: Data Primer, diolah penulis (2023)

Berdasarkan tabel 7 menunjukkan nilai *R-Square* untuk minat investasi nasabah sebesar 0,093 yang dapat diinterpretasikan bahwa variabel laten literasi produk perbankan syariah dan inklusi produk perbankan syariah mampu menerangkan atau memprediksi 9%. Sedangkan 91% sisanya diterangkan oleh variabel lainnya yang tidak digunakan.

Hasil Uji Hipotesis

Pengujian hiopotesis dilakukan dengan melihat *total effect* dengan menggunakan metode *bootstrapping*. Parameter signifikan yang diestimasi memberikan informasi mengenai hubungan antara variabel-variabel penelitian.

Tabel 8
Uji Hipotesis Berdasarkan Total *Effects*

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (O/STDEV)	P values
Inklusi Produk Perbankan Syariah (X ₂) -> Minat Investasi Nasabah	0.453	0.481	0.149	3.051	0.002
Literasi Produk Perbankan Syariah (X ₁) -> Minat Investasi Nasabah	-0.161	-0.154	0.162	0.999	0.318

Sumber: Data Primer, diolah penulis (2023)

Pembahasan

Pengaruh Literasi Produk Perbankan Syariah Terhadap Minat Investasi Nasabah

Berdasarkan hasil pengujian pada penelitian ini, literasi produk perbankan syariah tidak berpengaruh terhadap minat investasi nasabah di PT Bank Syariah Indonesia KC Mataram Pejanggik 2. Hal ini dapat dilihat dari hasil pengujian statistik pada uji t yang memiliki nilai t statistik sebesar $0,999 < \text{nilai } t \text{ table sebesar } 1,982$ dengan signifikansi 0,318 maka hipotesis 1 (H1) ditolak.

Dari hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa variabel literasi produk perbankan syariah tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat investasi nasabah. Apabila literasi produk perbankan syariah meningkat, maka minat nasabah untuk berinvestasi juga dapat meningkat. Hal ini sejalan dengan *Theory of planned behavior* yaitu pada sikap terhadap perilaku seseorang yang memiliki pemahaman dan pengetahuan dalam mengelola keuangan, sehingga dapat memengaruhi respon positif atau negatif, seperti mempertimbangkan untuk melakukan investasi. Pertimbangan itulah yang akan mengarahkan setiap nasabah memilih produk yang tepat untuk menempatkan dananya. Dalam teori *Shariah Enterprise Theory* menggambarkan bentuk pertanggungjawaban perusahaan (bank syariah) kepada karyawan, nasabah, dan masyarakat. Konsep pertanggungjawaban sudah ditetapkan sebagai konsep dari nilai tambah yang disyari'atkan yaitu halal, thoyib, dan bebas riba yang diimplementasikan di bank syariah. Dengan adanya prinsip syariah yang diterapkan diharapkan bisa meningkatkan literasi produk perbankan nasabah.

Namun, hal tersebut tidak berlaku pada nasabah di PT Bank Syariah Indonesia KC Mataram Pejanggik 2. Meskipun sebagian besar responden pada penelitian ini memiliki tingkat literasi keuangan yang tergolong *sufficient literate* bahkan *well literate*, alasan yang menyebabkan responden untuk belum melakukan investasi di bank syariah adalah seperti belum bekerja dan belum memiliki penghasilan sendiri, penghasilan yang diperoleh digunakan untuk memenuhi kebutuhan pokok, dan belum mengerti tentang prosedur dan sistem berinvestasi di PT Bank Syariah Indonesia KC Mataram Pejanggik 2.

Berdasarkan data dari karakteristik usia responden, yang paling dominan yaitu usia <25 Tahun, dan untuk pekerjaan responden yang paling mendominasi yaitu lainnya dimana bekerja sebagai ibu rumah tangga, nelayan, petani, dan mahasiswa, serta pendapatan perbulan responden sebagian besar dibawah <Rp 3.000.000. Hal itu mengindikasikan belum adanya kemampuan secara finansial untuk melakukan investasi di bank syariah, karena penghasilan tidak tetap dan dana yang disimpan atau ditabung seringkali digunakan untuk kebutuhan keluarga, seperti halnya mahasiswa yang membuka rekening sebagai sarana membayar uang kuliah atau digunakan untuk simpanan uang saku. Hasil yang tidak signifikan dari variabel

literasi produk perbankan syariah terhadap minat investasi nasabah juga dapat disebabkan karena terdapat faktor lain mengenai minat nasabah berinvestasi pada bank syariah

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Viana et al (2022) dan Irjayanti (2017) tingkat literasi keuangan tidak berpengaruh terhadap minat investasi. Berbanding terbalik dengan penelitian yang dilakukan Rahmawati & Hamdan (2021) dan Adiyanto & Purnomo (2021); menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif terhadap minat berinvestasi di bank syariah.

Pengaruh Inklusi Produk Perbankan Syariah Terhadap Minat Investasi Nasabah

Berdasarkan hasil pengujian pada penelitian ini, inklusi produk perbankan syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi nasabah di PT Bank Syariah Indonesia KC Mataram Pejanggik 2. Hal ini dilihat dari hasil pengujian pada uji t yang memiliki nilai t statistik sebesar $0,453 < \text{nilai } t \text{ table sebesar } 1,982$ dengan signifikansi $0,002$. Sehingga, hipotesis kedua (H_2) diterima.

Hal ini sesuai dengan *Theory planned of behavior* yaitu *perceived behavior control* yang mengacu pada kemudahan dan kesulitan yang dirasakan dalam berperilaku. Ketersediaan akses dan kemudahan nasabah dalam mengakses setiap produk dan layanan jasa akan dapat menumbuhkan minat nasabah untuk menginvestasikan dananya di bank syariah. Inklusi produk perbankan yang tinggi memungkinkan nasabah dapat melakukan berbagai transaksi keuangan, baik yang bersifat produktif maupun konsumtif. Semakin banyak nasabah yang memiliki akses terhadap produk-produk tabungan dan investasi, produk pembayaran, serta produk asuransi maka semakin besar juga kecenderungan masyarakat dalam berinvestasi. Seiring dengan peningkatan inklusi produk perbankan syariah, maka penggunaan layanan digital perbankan syariah juga akan meningkat.

Shariah Enterprise Theory juga telah diterapkan di PT Bank Syariah Indonesia KC Mataram Pejanggik 2. Hal ini dilihat dari beragamnya akses terhadap produk dan layanan yang telah sesuai dengan ketentuan syariat Islam. Adanya nilai-nilai spiritual yang digunakan sebagai panduan dalam menjalankan sistem layanan adalah bentuk pertanggungjawaban pihak bank kepada nasabah untuk kemudahan dalam bertransaksi. Hal tersebut dapat mengindikasikan, adanya peningkatan akses ke perbankan syariah, produk, dan layanan yang akan meningkatkan minat nasabah dalam berinvestasi.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Viana et al (2022) tingkat inklusi keuangan berpengaruh signifikan terhadap minat berinvestasi, penelitian lainya yang dilakukan oleh Hasundungan & Purwanto (2019) yang mengatakan bahwa inklusi keuangan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap perilaku investasi. Namun, berbanding terbalik dengan penelitian yang dilakukan oleh Sari et al. (2020) menyatakan bahwa inklusi keuangan tidak berpengaruh terhadap keputusan berinvestasi

KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh literasi produk perbankan syariah dan inklusi produk perbankan syariah terhadap minat nasabah berinvestasi di PT Bank Syariah Indonesia KC Mataram Pejanggik 2. Berdasarkan rumusan masalah yang ada pada penelitian ini, hasil serta pembahasan pada bab sebelumnya, maka diperoleh kesimpulan bahwa literasi produk perbankan syariah mempunyai hubungan negatif dan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat investasi nasabah pada PT Bank Syariah Indonesia KC Mataram Pejanggik 2 dilihat dari nilai t statistik sebesar $0,999 < \text{nilai } t \text{ table sebesar } 1,982$ dengan signifikansi $0,318$. Sedangkan, inklusi produk perbankan syariah mempunyai hubungan positif dan signifikan terhadap minat investasi nasabah pada PT Bank Syariah Indonesia KC Mataram Pejanggik 2 dilihat dari hasil pengujian pada uji t yang memiliki nilai t statistik sebesar $0,453 < \text{nilai } t \text{ table sebesar } 1,982$ dengan signifikansi $0,002$.

REFERENSI

- Adiyanto, M. R., & Purnomo, A. S. D. (2021). Dampak Tingkat Literasi Keuangan Syariah Terhadap Minat Menggunakan Produk Keuangan Syariah. *Jurnal Administrasi Kantor*, 9(1), 1–12.
- Ahni, I. (2022). *PRODUK BANK SYARIAH (Studi kasus pada masyarakat Desa Kejobong Kabupaten Purbalingga)*.
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Handbook of Theories of Social Psychology: Volume 1*, 211, 179–211. <https://doi.org/10.4135/9781446249215.n22>
- Bakhari, S., Aziz, A., & Sarinah, R. (2020). Pengetahuan dan Motivasi untuk Menumbuhkan Minat Berinvestasi pada Mahasiswa. *Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 15, 60–73.
- Firdaus, M. (2005). *Sistem Keuangan & Investasi Syariah*.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate Data Analysis*.
- Hasundungan, S., & Purwanto, B. (2019). *Literasi, Inklusi Keuangan, Penggunaan Poduk Fintech, dan Perilaku Investasi pada Generasi Milenial di Jabodetabek*. Bogor:IPB.
- Irjayanti, D. (2017). *Pengaruh Literasi Keuangan, Representativeness, Familiarity, dan Persepsi Risiko Terhadap Pengambilan Keputusan Investasi Pada Investor Surabaya dan Sidoarjo*.
- Kalbarini, R. Y. (2018). Implementasi Akuntabilitas dalam Shari'ah Enterprise Theory di Lembaga Bisnis Syari'ah (Studi Kasus: Swalayan Pamella Yogyakarta). *Al-Tijary*, 4(1), 1–12. <https://doi.org/10.21093/at.v4i1.1288>
- Karim, N. K., Atikah, S., & Lenap, I. P. (2022). *Faktor-faktor yang memengaruhi penggunaan pembayaran elektronik non-bank factors influencing the use of non-bank*. 39–59. <https://doi.org/10.29303/jaa.v7i1.147>
- Lestari, A. E., Indriani, E., & Kartikasari, N. (2022). *Pengaruh Literasi Keuangan, Return, Persepsi Risiko, Gender dan Kemajuan Teknologi Terhadap Minat Investasi Mahasiswa*. 2 No.4, 13.
- Lestari, N. M. (2019). Pengaruh Tingkat Literasi Mahasiswa Perbankan Syariah Terhadap Inklusi Keuangan Produk Perbankan Syariah Dalam Transaksi E_Commerce | Jurnal Ekonomi Islam. *Jurnal Ekonomi Islam Fakultas Agama Islam UHAMKA*, 10(2), 208–226.
- Nasution, A. W., & Fatira, M. (2019). Analisis Faktor Kesadaran Literasi Keuangan Syariah Mahasiswa Keuangan Dan Perbankan Syariah. *Equilibrium: Jurnal Ekonomi Syariah*, 7(1), 40. <https://doi.org/10.21043/equilibrium.v7i1.4258>
- OJK. (2022). Siaran Pers Survei Nasional Literasi Dan Inklusi Keuangan Tahun 2022. *Otoritas Jasa Keuangan, November*, 10–12.
- Puspitasari, V. E., Yetty, F., & Nugraheni, S. (2021). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Persepsi Imbal Hasil, dan Motivasi terhadap Minat Investasi di Pasar Modal Syariah.

Journal of Islamic Economics and Finance Studies, 2(2), 122.
<https://doi.org/10.47700/jiefes.v2i2.3292>

- Rahmawati, A., & Hamdan, A. (2021). Analisis Pengaruh Tingkat Literasi Keuangan Syariah Dan Religiusitas Terhadap Minat Penggunaan Produk-Produk Bank Syariah (Studi Kasus Pada Masyarakat Kelurahan Warugunung Surabaya). *International Conference On Islam Education Management and Sharia Economics*, 2(1), 377–397.
- Ruwaidah, S. H. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah dan Shariah Governance Terhadap Keputusan Mahasiswa dalam Menggunakan Jasa Perbankan Syariah. *Muhasabatuna : Jurnal Akuntansi Syariah*, 2(1), 79.
<https://doi.org/10.54471/muhasabatuna.v2i1.706>
- Sari, Y. W., Suyanto, S., & Darmayanti, E. F. (2020). Pengaruh Literasi, Inklusi Keuangan dan Perkembangan Financial Technology Terhadap Minat Mahasiswa Berinvestasi di Pasar Modal (Studi Empiris Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro). *Journal Dinamika STIE Lampung* 6.
- Shofwa, Y. (2017). Pengaruh Motivasi dan Literasi Keuangan terhadap Minat Berinvestasi di Pasar Modal (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Purwokerto). *Jpa*, 18(2), 290–301.
- Sutejo, D. A. (2021). Analisis Pengaruh Literasi Keuangan, Inklusi Keuangan, Dan Pengelolaan Keuangan Terhadap Keputusan Investasi Generasi Milenial Di Kota Malang. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 10(1). <https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/view/7784>
- Viana, E. D., Febrianti, F., & Dewi, F. R. (2022). Literasi Keuangan, Inklusi Keuangan dan Minat Investasi Generasi Z di Jabodetabek. *Jurnal Manajemen Dan Organisasi*, 12(3), 252–264. <https://doi.org/10.29244/jmo.v12i3.34207>