
PENGARUH LITERASI PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN MENABUNG MASYARAKAT DI BANK SYARIAH INDONESIA

Arya Rahmat¹, Muhammad Yamin²

^{1,2}Institut Agama Islam Negeri Bone

aryarahmat29@gmail.com¹, husfahmaipal@gmail.com²

ABSTRACT

This research aims to determine the influence of the level of sharia bank product literacy on people's decisions to save at BSI Bone Branch. Using a survey method with a cross-sectional design, this research collects data from respondents at a certain point in time, making it efficient in terms of time and costs. This research was conducted in Bone Regency, South Sulawesi, focusing on the community around BSI Bone Branch. The research population is the Bone community who have the potential to become BSI Bank customers, with a sample of 120 respondents taken at simple random from this population. The research results show that there is a significant influence between Sharia Bank product literacy and people's savings decisions at BSI Bone Branch. Sharia Bank product literacy plays an important role in saving decisions, although only around 24.6% of the variation in saving decisions can be explained by this variable. The indication of a linear relationship between product literacy and saving decisions provides an overview of the complexity of the relationship between variables that need to be considered in developing financial literacy strategies. This research makes a significant contribution to understanding financial literacy and people's saving behavior in the context of sharia banking. Apart from that, there is a need to develop a more targeted and effective financial literacy program at BSI Bone Branch, as well as providing insight for financial institutions and regulators to improve sharia banking services.

Keywords: BSI Bone Branch; Product Literacy; Savings Decisions; Sharia Bank.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh tingkat literasi produk bank syariah terhadap keputusan masyarakat dalam menabung di BSI Cabang Bone. Menggunakan metode survei dengan desain cross-sectional, penelitian ini mengumpulkan data dari responden pada satu titik waktu tertentu, sehingga efisien dalam hal waktu dan biaya. Penelitian ini dilakukan di Kabupaten Bone, Sulawesi Selatan, fokus pada masyarakat sekitar BSI Cabang Bone. Populasi penelitian adalah masyarakat Bone yang potensial menjadi nasabah Bank BSI, dengan sampel sebanyak 120 responden yang diambil secara acak sederhana dari populasi tersebut. Hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh signifikan antara literasi produk Bank Syariah dan keputusan menabung masyarakat di BSI Cabang Bone. Literasi produk Bank Syariah memainkan peran penting dalam keputusan menabung, meskipun hanya sekitar 24,6% variasi dalam keputusan menabung yang dapat dijelaskan oleh variabel ini. Indikasi hubungan linear antara literasi produk dan keputusan menabung memberikan gambaran tentang kompleksitas hubungan antar variabel yang perlu dipertimbangkan dalam pengembangan strategi literasi keuangan. Penelitian ini memberikan kontribusi berarti dalam pemahaman literasi keuangan dan perilaku menabung masyarakat di konteks perbankan syariah. Selain itu, perlunya pengembangan program literasi keuangan yang lebih terarah dan efektif di BSI Cabang Bone, serta memberikan wawasan bagi lembaga keuangan dan regulator untuk meningkatkan layanan perbankan syariah.

Kata Kunci: Bank Syariah; BSI Cabang Bone; Literasi Produk; Keputusan Menabung.

I. PENDAHULUAN

Pada era globalisasi dan perkembangan teknologi informasi yang pesat, industri perbankan mengalami transformasi signifikan (AM et al., 2022). Di Indonesia, bank syariah menjadi salah satu sektor yang mengalami pertumbuhan yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir (Irmawanti & Puspita, 2021). Bank syariah adalah lembaga keuangan atau perbankan yang mengembangkan operasional dan produknya berdasarkan ajaran al-Qur'an dan Hadis Nabi SAW (Nurdin & Yusuf, 2020). Bank syariah lahir sebagai alternatif solusi atas masalah konflik antara bunga bank dan riba (Rozikin & Sholekhah, 2020). Bank syariah berusaha untuk menghindari praktik riba dan berfokus pada prinsip-prinsip yang sesuai dengan ajaran Islam. Bank syariah menawarkan produk dan layanan keuangan yang berlandaskan pada prinsip pembagian risiko, keadilan, dan kepatuhan terhadap hukum Islam (Ilfitia & Cangih, 2021). Oleh karena itu, bank syariah menjadi alternatif bagi individu yang ingin bertransaksi dan menyimpan uang mereka dengan cara yang sesuai dengan ajaran Islam dan menghindari riba

Bank Syariah Indonesia (BSI) merupakan salah satu bank syariah yang beroperasi di Indonesia dengan cabang-cabang yang tersebar di berbagai daerah, termasuk di Kabupaten Bone, Sulawesi Selatan. BSI didirikan dengan tujuan untuk memperkenalkan dan mengembangkan penerapan prinsip-prinsip syariah dalam transaksi keuangan (Semaun et al., 2020). BSI merupakan salah satu bank yang memberikan pelayanan perbankan, khususnya dalam sistem keuangan berbasis syariah, di Cabang Bone, suatu daerah dengan potensi ekonomi dan pertumbuhan yang menjanjikan. Namun, tanggapan masyarakat terhadap keberadaan perbankan syariah dan minat mereka dalam menggunakan produk-produk perbankan syariah masih beragam. Meskipun begitu, masih banyak masyarakat yang belum sepenuhnya mengenal perbankan syariah dan lebih cenderung menyimpan uang mereka di bank konvensional.

BSI perlu memahami sejauh mana tingkat literasi produk bank yang dimiliki oleh masyarakat di daerah tersebut dan bagaimana literasi tersebut mempengaruhi keputusan mereka dalam menabung (Fariani et al., 2021). Hal ini perlu dalam upaya untuk meningkatkan penetrasi pasar dan mengoptimalkan layanan perbankan serta meningkatkan minat masyarakat menggunakan produk bank syariah. Dalam konteks ini, literasi produk bank menjadi faktor kunci yang mempengaruhi keputusan masyarakat dalam menggunakan layanan perbankan, termasuk keputusan untuk menabung (Lucyana Widiawati et al., 2023). Selain itu, kurangnya literasi produk bank juga dapat menyebabkan masyarakat tidak mengenal produk dan potensi manfaat yang bisa didapatkan dari menabung di bank syariah. Hal ini bisa disebabkan karena kurangnya literasi keuangan. Tingkat literasi keuangan yang rendah dapat menyebabkan masyarakat tidak sepenuhnya memahami produk dan layanan yang ditawarkan oleh bank, sehingga berdampak pada pengambilan keputusan yang kurang optimal dalam mengelola keuangan mereka (Heriska, 2022). Oleh karena itu penting untuk medalami sejauh mana literasi produk bank syariah berpengaruh terhadap keputusan nasabah khususnya masyarakat Bone dalam membuka tabungan di BSI Cabang Bone.

Keputusan masyarakat dalam membuka tabungan di bank syariah dapat memberikan dampak yang signifikan terhadap pertumbuhan perbankan syariah di daerah tersebut. Dalam konteks ini, literasi produk merupakan faktor yang dianggap memiliki peran penting dalam mempengaruhi keputusan masyarakat membuka tabungan di bank BSI. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Masykuroh (2018) dan Mujaddid & Nugroho (2019) menemukan bahwa pengetahuan yang dimiliki oleh masyarakat tentang produk dan layanan yang ditawarkan oleh bank syariah dapat memengaruhi persepsi mereka terhadap keuntungan dan kelebihan yang diperoleh dari membuka tabungan di bank tersebut. Pengetahuan yang cukup tentang mekanisme perbankan syariah, prinsip-prinsip yang dijalankan, serta produk dan layanan yang tersedia akan memberikan gambaran yang lebih jelas bagi masyarakat tentang bagaimana tabungan di Bank Syariah dapat memberikan

manfaat finansial yang optimal (Saputra, 2022). Selain itu, iklan produk juga memiliki peran penting dalam mempengaruhi minat masyarakat. Melalui iklan, BSI Cabang Bone dapat menyampaikan informasi yang menarik dan relevan kepada masyarakat Bone tentang keunggulan produk tabungan yang ditawarkan (Firman, 2018). Iklan yang efektif mampu meningkatkan kesadaran masyarakat tentang keberadaan dan manfaat tabungan di BSI Cabang Bone serta memotivasi mereka untuk membuka rekening tabungan di bank tersebut.

Oleh karena itu, novelty pada penelitian ini akan lebih fokus untuk mengidentifikasi tingkat literasi produk bank dikalangan masyarakat yang menjadi nasabah BSI Cabang Bone. Selain itu, penelitian ini juga menganalisis pengaruh literasi produk bank terhadap keputusan masyarakat dalam menabung di bank tersebut. Diharapkan hasil dari penelitian ini dapat memberikan wawasan bagi BSI Cabang Bone dalam merancang program edukasi literasi keuangan yang lebih efektif dan memahami preferensi serta kebutuhan masyarakat terkait produk dan layanan perbankan. Selain itu, hasil penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan kontribusi pada pengembangan pengetahuan dibidang literasi keuangan dan perilaku keuangan masyarakat di Indonesia.

II. TINJAUAN PUSTAKA

A. Literasi Produk Bank Syariah

Literasi produk bank syariah mengacu pada pemahaman dan pengetahuan yang dimiliki oleh masyarakat terkait dengan produk-produk dan layanan perbankan yang berbasis prinsip-prinsip syariah. Prinsip-prinsip syariah didasarkan pada ajaran Islam, yang melarang riba (bunga), gharar (ketidakpastian), maisir (perjudian), dan aktivitas ekonomi yang tidak etis. Tujuan dari literasi produk bank syariah adalah untuk memberikan pemahaman yang lebih baik kepada masyarakat mengenai karakteristik, manfaat, risiko, dan cara penggunaan produk-produk perbankan syariah. Ini melibatkan memberikan informasi yang jelas tentang bagaimana produk-produk tersebut bekerja, yang membedakan BSI dari produk konvensional,

serta bagaimana mereka sesuai dengan prinsip-prinsip Islam. Selain itu, beberapa faktor juga telah diidentifikasi sebagai penentu literasi produk bank syariah, seperti tingkat pendidikan, pendapatan, akses informasi, dan pengalaman sebelumnya dengan produk syariah. Peningkatan literasi produk bank syariah dapat dicapai melalui program edukasi dan kampanye literasi yang efektif yang diselenggarakan oleh bank syariah dan lembaga keuangan syariah lainnya. Meskipun literasi produk bank syariah memiliki peran penting dalam memperkuat inklusi keuangan masyarakat, beberapa tantangan juga dihadapi, termasuk kurangnya kesadaran tentang prinsip syariah dan kompleksitas produk syariah yang sulit dipahami (Nastiti et al., 2020). Dengan memahami temuan-temuan dari studi literatur sebelumnya, dapat diambil langkah-langkah strategis dalam meningkatkan tingkat literasi produk bank syariah, sehingga berkontribusi pada pertumbuhan industri keuangan syariah secara keseluruhan dan meningkatkan kualitas kehidupan keuangan masyarakat.

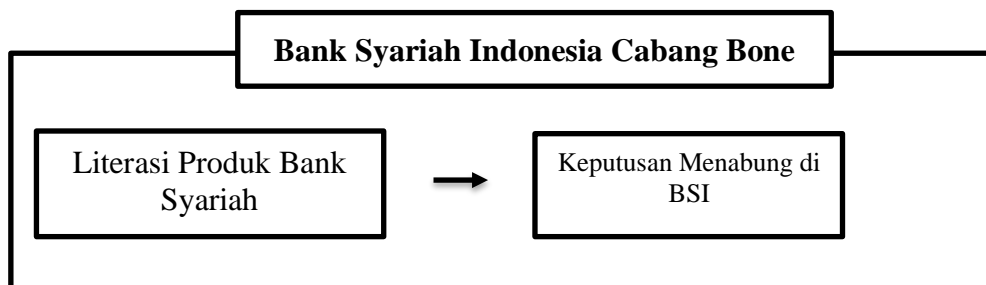
B. Keputusan Menabung di Bank Syariah

Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan menabung di bank syariah sangat kompleks dan beragam. Salah satu faktor utama adalah prinsip syariah yang menjadi dasar operasional bank syariah, di mana individu yang memiliki keyakinan agama cenderung memilih bank syariah karena ingin mematuhi nilai-nilai etika dan moral dalam keuangan. Selain itu, tingkat pemahaman dan pengetahuan tentang produk dan layanan perbankan syariah juga berpengaruh, karena individu yang lebih memahami fitur dan manfaat produk syariah akan lebih termotivasi untuk menggunakan layanan tersebut. Kepercayaan pada sistem perbankan syariah dan transparansi operasionalnya juga menjadi pertimbangan penting, karena individu yang percaya pada integritas bank syariah akan merasa lebih nyaman menabung di sana. Persepsi tentang risiko dan keamanan produk syariah juga memainkan peran, karena individu yang merasa produk syariah lebih aman dan memiliki risiko yang terkendali akan lebih termotivasi untuk menabung di bank syariah. Faktor lainnya termasuk kualitas pelayanan yang diberikan oleh bank syariah,

pengaruh dari lingkungan sosial seperti keluarga dan teman, serta ketersediaan dan kemudahan akses terhadap layanan perbankan syariah. Dengan memahami faktor-faktor ini, bank syariah dapat merancang strategi yang tepat untuk meningkatkan partisipasi masyarakat dalam menabung di bank syariah, serta memperkuat industri keuangan syariah secara keseluruhan.

C. Kerangka Koseptual Penelitian

Penelitian ini dapat memberikan pemahaman yang lebih baik tentang pentingnya literasi produk bank dalam mendorong partisipasi masyarakat dalam sistem perbankan, serta memberikan wawasan bagi BSI Cabang Bone dalam merancang program literasi keuangan yang lebih efektif dan relevan untuk meningkatkan pemahaman masyarakat tentang produk dan layanan perbankan syariah. Kerangka pikir pada penelitian ini dijelaskan pada gambar berikut.



Gambar 1. Kerangka Koseptual Penelitian

Berdasarkan konsep penelitian di atas maka hipotesis pada penelitian ini adalah Literasi produk bank syariah berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung masyarakat Bone di BSI Cabang Bone.

III. METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian survei. Penelitian survei adalah metode penelitian yang digunakan untuk mengumpulkan data dari responden yang mewakili populasi tertentu. Penelitian survei menggunakan *cross-sectional design* (Fraenkel, Jack R., Wallen, 2009). Desain *cross-sectional* memungkinkan peneliti untuk mengumpulkan data dari responden hanya

dalam satu periode waktu tertentu, sehingga waktu yang diperlukan untuk pelaksanaan penelitian menjadi lebih singkat (Creswell, 2012).

B. Populasi dan Sampel

Populasi penelitian ini adalah masyarakat Bone yang potensial menjadi nasabah Bank BSI Cabang Bone. Populasi ini mencakup nasabah aktif di Bank BSI periode tahun 2022. Sampel penelitian adalah subset yang diambil dari populasi tersebut. Sampel ini akan mencakup sejumlah individu yang akan mewakili populasi masyarakat Bone yang berminat membuka tabungan di Bank BSI Cabang Bone.

Proses pemilihan sampel dapat menggunakan metode pengambilan *simple random sampling*. Dalam hal ini, masyarakat Bone dapat dibagi menjadi kelompok-kelompok berdasarkan gender, yaitu laki-laki dan perempuan. Kemudian, dari setiap kelompok gender, sampel dapat diambil secara acak sederhana untuk memastikan representasi yang adil dari populasi. Ukuran sampel untuk penelitian pada umumnya menggunakan ukuran sampel sebanyak 30 orang hingga 150 orang sudah dapat dikatakan mencukupi (Hair et al., 2019). Dengan demikian banyaknya sampel yang diambil untuk penelitian sebanyak 120 responden.

C. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan kuesioner/angket. Kuesioner adalah alat pengumpulan data yang terdiri dari serangkaian pertanyaan yang ditujukan kepada responden untuk mendapatkan tanggapan mereka terhadap topik penelitian (Retnawati, 2016). Pertanyaan dalam kuesioner ini mengarah pada aspek pengetahuan tentang produk bank syariah, persepsi terhadap iklan, dan minat membuka tabungan. Kuesioner ini juga dirancang dengan mempertimbangkan perbedaan gender dalam pertanyaan-pertanyaannya. Terdapat pertanyaan khusus yang relevan dengan gender, seperti peran gender dalam pemilihan produk keuangan, preferensi terhadap jenis tabungan, atau faktor-faktor yang mempengaruhi minat membuka tabungan berdasarkan gender. Peneliti menggunakan skala likert untuk menilai tingkat pengetahuan, persepsi, dan minat responden yang

terdiri dari lima alternatif jawaban yaitu 5 (sangat setuju), 4 (setuju), 3 (netral), 2 (kurang setuju), dan 1 (tidak setuju)(Am & Setiawati, 2023).

D. Teknik Analisis Data

Analisis data penelitian terdiri atas 2 tahap yakni analisis deskriptif dan analisis inferensial. Analisis deskriptif, merupakan analisis yang dilakukan terhadap data hasil penelitian dengan cara memberikan uraian mendalam (deskripsi), sehingga data hasil penelitian tersebut mempunyai makna penting bagi pengembangan teori maupun bagi kepentingan praktis (Fraenkel, Jack R., Wallen, 2009). Semakin rinci uraian yang dilakukan akan semakin memberikan gambaran yang utuh atas data hasil penelitian tersebut. Analisis inferensial merupakan analisis yang dilakukan untuk menguji hipotesis yang diajukan dalam penelitian, sekaligus untuk menjawab rumusan masalah penelitian. Pendekatan yang dilakukan pada saat menganalisis penelitian ini adalah regresi linear sederhana. Regresi linear sederhana adalah metode statistik yang digunakan untuk memahami hubungan antara satu variabel dependen (variabel respons) dengan satu variabel independen (variabel prediktor) secara simultan (Widyaningsih, 2021).

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Persamaan Regresi Linear

Metode analisis regresi linear digunakan untuk memahami sejauh mana tingkat literasi produk Bank Syariah dapat memprediksi keputusan masyarakat dalam menabung. Melalui analisis ini, kita dapat mengevaluasi apakah terdapat hubungan signifikan antara tingkat literasi produk Bank Syariah dengan keputusan menabung masyarakat di wilayah tersebut.

Tabel 1. Persamaan Garis Regresi

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	13,890	1,304		10,649	,000
X	,354	,057	,496	6,207	,000

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Hasil Analisis SPSS, 2024

Berdasarkan tabel 1 diketahui konstanta dan koefisien persamaan regresi linear diperoleh dari kolom B, sehingga regresi: $Y = 13,890 + 0,354X$. Koefisien X (0,354) menunjukkan tingkat perubahan yang diharapkan dalam variabel dependen (Y) untuk setiap satu persen perubahan dalam variabel independen (X). Dalam konteks ini, jika tingkat literasi produk Bank Syariah (X) meningkat sebesar 1%, maka keputusan menabung masyarakat (Y) diperkirakan akan meningkat sebesar 35,4%. Koefisien terstandar (Beta) sebesar 0,496 menunjukkan besarnya pengaruh tingkat literasi produk Bank Syariah terhadap keputusan menabung. Garis regresi ini merupakan hasil dari analisis regresi linear yang digunakan untuk memodelkan hubungan antara dua variabel, yaitu Y (keputusan menabung masyarakat) dan X (tingkat literasi produk Bank Syariah). Dalam persamaan regresi linear ini, nilai konstanta (13,890) menunjukkan titik potong dengan sumbu Y ketika nilai X adalah nol. Artinya, jika tingkat literasi produk Bank Syariah (X) tidak ada (nol), maka nilai keputusan menabung masyarakat (Y) akan menjadi sekitar 13,890.

Selain itu, nilai t-statistik sebesar 6,207 menunjukkan bahwa pengaruh tersebut signifikan secara statistik ($p < 0,05$). Hasil ini memberikan indikasi bahwa tingkat literasi produk Bank Syariah memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap keputusan masyarakat dalam menabung di BSI Cabang Bone. Dengan demikian, persamaan regresi linear ini dapat diinterpretasikan sebagai model prediksi yang menyatakan bahwa tingkat literasi produk Bank Syariah memiliki pengaruh positif signifikan terhadap keputusan menabung masyarakat.

B. Uji Linearitas

Pengujian ini penting untuk memastikan bahwa hubungan antara variabel independen (tingkat literasi produk Bank Syariah) dan variabel dependen (keputusan menabung masyarakat) dapat dijelaskan dengan baik oleh suatu garis regresi linear. Pada Tabel 2, dilakukan uji linearitas menggunakan ANOVA untuk menguji signifikansi persamaan regresi dan melihat apakah hubungan tersebut bersifat linear atau tidak. Hasil pengujian linearitas persamaan regresi disajikan sebagai berikut.

Tabel 2. Uji Linearitas

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Y	Betwee	(Combined	548,427	21	26,116	3,631	,00
*	n)					0
X	Groups	Linearity	308,485	1	308,48	42,88	,00
		Deviation	239,942	20	11,997	1,668	,05
		from					2
		Linearity					
	Within Groups		704,898	98	7,193		
	Total		1253,32	11			
			5	9			

Sumber: Hasil Analisis SPSS, 2024

Dari Tabel 2, nilai Fhit (T_c) untuk Linearity adalah sebesar 1,668. Berdasarkan nilai signifikansi (Sig.) sebesar 0,052, yang lebih besar dari tingkat signifikansi 0,05, kita dapat menyimpulkan bahwa terdapat hubungan linear yang signifikan antara tingkat literasi produk Bank Syariah dan keputusan menabung masyarakat di BSI Cabang Bone. Oleh karena itu, H_0 (hipotesis bahwa regresi bersifat linear) diterima, dan H_1 (hipotesis bahwa regresi tidak linear) ditolak.

C. Uji Signifikansi Persamaan Regresi

Tahapan selanjutnya setelah pengujian linearitas adalah menguji signifikansi persamaan regresi. Hasil dari uji signifikansi persamaan regresi ini memberikan informasi apakah variabel independen (tingkat literasi produk Bank Syariah) secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen (keputusan menabung masyarakat) di BSI Cabang Bone.

Tabel 3. Uji Signifikansi Persamaan Regresi

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	308,485	1	308,485	38,526	,000 ^b
	Residual	944,840	118	8,007		
	Total	1253,325	119			

- a. Dependent Variable: Y
- b. Predictors: (Constant), X

Sumber: Hasil Analisis SPSS, 2024

Dari Tabel 3, nilai Fhit (b/a) untuk Regression adalah sebesar 38,526. Dengan nilai signifikansi (Sig.) yang sangat rendah (<0,05), kita dapat menyimpulkan bahwa model regresi secara keseluruhan memiliki signifikansi statistik yang tinggi. Oleh karena itu, H0 (hipotesis bahwa regresi tidak berarti) ditolak, dan H1 (hipotesis bahwa regresi berarti) diterima.

Temuan ini menunjukkan bahwa secara statistik, tingkat literasi produk Bank Syariah memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan menabung masyarakat di BSI Cabang Bone. Dengan demikian, model regresi yang digunakan dapat dianggap relevan dalam menjelaskan variabilitas keputusan menabung berdasarkan tingkat literasi produk Bank Syariah. Interpretasi lebih lanjut akan membahas implikasi temuan ini dalam konteks pengembangan program literasi keuangan dan strategi perbankan syariah di wilayah tersebut.

D. Uji Effect Size (Koefisien Determinasi)

Setelah menguji signifikansi persamaan regresi, langkah berikutnya dalam analisis regresi linear adalah mengevaluasi seberapa besar efek atau kekuatan hubungan antara variabel independen (tingkat literasi produk Bank Syariah) dan variabel dependen (keputusan menabung masyarakat) di BSI Cabang Bone. Pada tahap ini, uji *effect size* atau koefisien determinasi menjadi penting untuk menilai seberapa besar variasi dalam keputusan menabung yang dapat dijelaskan oleh tingkat literasi produk Bank Syariah.

Tabel 4. Uji Effect Size

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,496 ^a	,246	,240	2,830

a. Predictors: (Constant), X

Sumber: Hasil Analisis SPSS, 2024

Hasil analisis yang disajikan pada tabel 4. menunjukkan nilai R Square sebesar 24,6% dari variasi dalam keputusan menabung masyarakat dapat dijelaskan oleh tingkat literasi produk Bank Syariah. Nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,240, yang memperhitungkan jumlah variabel independen dalam model, memberikan gambaran yang lebih konservatif namun tetap signifikan. Dengan demikian, dapat diinterpretasikan bahwa sekitar 24,6% variasi dalam keputusan menabung masyarakat di BSI Cabang Bone dapat diatribusikan kepada tingkat literasi produk Bank Syariah. Ini menunjukkan bahwa tingkat literasi produk Bank Syariah memberikan kontribusi yang signifikan dalam menjelaskan variasi dalam keputusan menabung. Interpretasi lebih lanjut akan membahas implikasi temuan ini terhadap perancangan program literasi keuangan dan strategi perbankan syariah di wilayah tersebut.

E. Pembahasan

Dalam kerangka teori ekonomi konsumen, penemuan bahwa literasi produk Bank Syariah berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung menguatkan pandangan bahwa konsumen yang memiliki pengetahuan dan informasi yang lebih luas cenderung membuat keputusan keuangan yang lebih rasional. Konsep ini merujuk pada pemahaman bahwa individu yang teredukasi secara finansial memiliki kemampuan untuk menganalisis informasi dengan lebih cermat, merinci manfaat dan risiko produk, serta mengukur dampaknya terhadap kondisi keuangan pribadi (Imaningsih, 2018). Sementara itu, dari perspektif teori perilaku konsumen, temuan ini memberikan gambaran mendalam tentang bagaimana literasi produk Bank Syariah membentuk preferensi dan kebiasaan konsumen terkait keputusan menabung (Rose & Rodhiah, 2023). Faktor psikologis seperti persepsi dan keyakinan konsumen menjadi kunci dalam proses ini (Erlanitasari et al., 2020). Literasi yang tinggi memungkinkan konsumen untuk memiliki pemahaman yang lebih baik terhadap keunikan produk Bank Syariah, menciptakan persepsi positif terkait manfaat dan nilai-nilai syariah, serta memperkuat keyakinan bahwa keputusan menabung di lembaga keuangan syariah adalah pilihan yang bijak dan sesuai dengan prinsip-prinsip mereka (Saputra, 2022). Dengan

menggabungkan kedua perspektif ini, penelitian ini menegaskan bahwa literasi bukan hanya sekadar alat ekonomi, tetapi juga penggerak perilaku keuangan yang kompleks. Peningkatan literasi produk Bank Syariah diharapkan dapat memberikan dampak positif secara holistik, membantu konsumen membuat keputusan finansial yang lebih baik, serta membentuk pola perilaku menabung yang berkesinambungan dalam konteks perbankan syariah.

Penelitian ini tidak hanya sekadar mengulang temuan-temuan sebelumnya, melainkan menambahkan dimensi baru dalam pemahaman terhadap hubungan literasi keuangan dengan perilaku menabung, khususnya dalam konteks produk Bank Syariah. Sejalan dengan penelitian terdahulu yang menunjukkan bahwa literasi keuangan memberikan dampak positif terhadap perilaku menabung, temuan ini menegaskan bahwa literasi produk Bank Syariah dapat dianggap sebagai bagian integral dari literasi keuangan secara keseluruhan.

Pentingnya literasi keuangan, khususnya dalam konteks perbankan syariah, menjadi semakin jelas dengan kontribusi penelitian ini. Dengan menyoroti bahwa peningkatan literasi bukan hanya faktor ekonomi tetapi juga substansial dalam membentuk perilaku keuangan konsumen, penelitian ini membuka ruang untuk penerapan strategi lebih spesifik dalam meningkatkan literasi produk Bank Syariah. Implikasinya, upaya peningkatan literasi keuangan perlu difokuskan secara khusus pada pemahaman produk Bank Syariah. Oleh karena itu, diperlukan kerja sama yang erat antara bank, regulator, dan pemerintah dalam merancang dan melaksanakan program literasi keuangan yang terarah. Program-program ini dapat mencakup penyediaan informasi yang lebih mudah dipahami tentang produk Bank Syariah, workshop, dan inisiatif edukasi yang memicu partisipasi aktif konsumen dalam meningkatkan pemahaman mereka.

Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya memberikan kontribusi signifikan pada level akademis, tetapi juga mengarahkan agenda praktis untuk mengembangkan literasi keuangan, khususnya dalam menghadapi kompleksitas produk perbankan syariah. Kesadaran bersama akan pentingnya

literasi keuangan, khususnya dalam memahami produk syariah, diharapkan dapat menciptakan lingkungan keuangan yang lebih inklusif dan berkelanjutan.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Penelitian ini mengungkapkan pengaruh yang signifikan antara tingkat literasi produk Bank Syariah dan keputusan menabung masyarakat di BSI Cabang Bone. Artinya tingkat literasi produk Bank Syariah berperan penting dalam mempengaruhi keputusan menabung. Meskipun demikian, hanya sekitar 24,6% variasi dalam keputusan menabung yang dapat dijelaskan oleh tingkat literasi produk Bank Syariah. Oleh karena itu, terdapat faktor-faktor lain di luar variabel yang digunakan dalam penelitian ini yang juga dapat memengaruhi keputusan menabung masyarakat.

Terdapat pula indikasi bahwa hubungan antara tingkat literasi produk Bank Syariah dan keputusan menabung bersifat linear. Hal ini memberikan gambaran lebih mendalam terkait kompleksitas hubungan antar variabel yang perlu dipertimbangkan dalam pengembangan strategi literasi keuangan. Dalam konteks praktis, temuan ini dapat menjadi dasar untuk pengembangan program literasi keuangan yang lebih terarah dan efektif di BSI Cabang Bone, serta memberikan wawasan bagi lembaga keuangan dan regulator dalam meningkatkan layanan perbankan syariah. Meskipun terdapat batasan dalam penelitian ini, temuan ini memberikan kontribusi yang berarti dalam pemahaman literasi keuangan dan perilaku keputusan menabung masyarakat di konteks perbankan syariah.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini, ada beberapa saran yang dapat diberikan. Pertama, disarankan agar BSI Cabang Bone memperkuat program literasi keuangan, khususnya yang berkaitan dengan produk Bank Syariah. Upaya ini dapat melibatkan penyediaan materi literasi keuangan yang lebih mendalam, workshop, atau kegiatan edukasi secara terprogram. Tujuannya adalah untuk meningkatkan pemahaman masyarakat terhadap produk Bank

Syariah dan dampak positifnya terhadap keputusan menabung. Kedua, untuk mendapatkan pemahaman yang lebih holistik, disarankan untuk melakukan penelitian lanjutan yang mempertimbangkan faktor-faktor lain yang mungkin memengaruhi keputusan menabung masyarakat di wilayah tersebut. Faktor-faktor seperti budaya lokal, tingkat pendidikan, dan karakteristik demografis dapat dijelajahi lebih lanjut untuk mendapatkan gambaran yang lebih komprehensif. Ketiga, BSI Cabang Bone dapat menjalin kerjasama dengan lembaga-lembaga pendidikan, organisasi masyarakat, atau pihak-pihak eksternal lainnya untuk meningkatkan efektivitas program literasi keuangan. Kolaborasi ini dapat melibatkan penyelenggaraan seminar, lokakarya, atau kegiatan edukasi bersama guna mencapai tujuan peningkatan literasi keuangan dan keputusan menabung di tingkat komunitas.

DAFTAR PUSTAKA

- AM, M. A., Helmi, S., Kassymova, G. K., Retnawati, H., Hadi, S., & Istiyono, E. (2022). Effect of job satisfaction on service quality mediated by lecturer performance at state universities. *Materials of International Practical Internet Conference "Challenges of Science," V*, 62–71. <https://doi.org/10.31643/2022.08>
- Am, M. A., & Setiawati, F. A. (2023). Examining the Psychometric Properties of the Career Commitment Instrument through Classical Test Theory and the Graded Response Model. *Journal of Educational Research and Evaluation*, 7(3), 455–468. <https://doi.org/10.23887/jere.v7i3.59619>
- Creswell, J. W. (2012). Educational research: Planning, conducting, and evaluating quantitative and qualitative research. In *Pearson*. PEARSON.
- Erlanitasari, Y., Rahmanto, A., & Wijaya, M. (2020). Digital economic literacy micro, small and medium enterprises (SMES) go online. *Informasi*, 49(2), 145–156. <https://doi.org/10.21831/informasi.v49i2.27827>
- Fariani, E., Haris Riyaldi, M., & Prihatina Eka Furda, Y. (2021). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Menabung Di Bank Syariah Indonesia. *Al-Akham: Jurnal Syari'ah Dan Peradilan Islam*, 1(2), 1–17. <https://aceh.trimbunnews.com>
- Firman, R. N. (2018). Pengaruh Media Promosi Perbankan Syariah Terhadap Minat Menabung Masyarakat Di Bank Syariah Mandiri Pasuruan. *TARBAWI (Jurnal Studi Pendidikan Islami)*, 5(1), 1689–1699. <http://ejournal.kopertais4.or.id/>
- Fraenkel, Jack R., Wallen, N. E. (2009). How to Design and Evaluate Research in Education. In *McGraw-Hill Higher Education*. McGraw-Hill.
- Hair, J. F. J., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate data*

- analysis* (Eighth). Annabel Ainscow.
- Heriska, P. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Kepercayaan, Dan Pelayanan Syariah Terhadap Preferensi Tabungan BSI. *Islamic Economics And Finance In Focus*, 1(4), 345–359. <https://doi.org/10.21776/ieff.2022.01.4.06>
- Ilfita, K., & Cangih, C. (2021). The influence of sharia financial literacy, religiosity, and perception of saving students' interest in sharia banks. *Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics (IJSE)*, 3(2), 113–134. <https://doi.org/10.31538/ijse.v3i2.1010>
- Imaningsih, E. S. (2018). The Model Of Product Quality, Promotion, Price, And Purchase Decisions. *Jurnal Ekonomi*, 23(2), 260–271. <https://doi.org/10.24912/je.v23i2.373>
- Irmawanti, A., & Puspita, R. E. (2021). Customer's decisions to save in sharia banking among Jakarta millennial. *Al-Amwal: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syari'ah*, 13(1), 64. <https://doi.org/10.24235/amwal.v13i1.8239>
- Lucyana Widiawati, Imamah Hastiati Hajidah, Rani Ambar wati, Henny Saraswati, & Wahyu Hidayat. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah (BSI). *Student Research Journal*, 1(3), 64–84. <https://doi.org/10.55606/srjyappi.v1i3.315>
- Masykuroh, E. (2018). Pengaruh pengetahuan, produk dan prinsip syariah terhadap minat masyarakat dalam memilih produk perbankan syariah. *Jurnal Kreativitas Mahasiswa*, 1(1), 1–18. <https://ejournal.iaida.ac.id/index.php/jkm/article/view/319>
- Mujaddid, F., & Nugroho, P. T. A. (2019). Pengaruh pengetahuan, reputasi, lingkungan dan religiusitas terhadap minat pelajar Sekolah Menengah Kejuruan prodi perbankan Syariah dalam menabung di bank Syariah. *Jurnal Ekonomi Islam*, 10(1), 14–37.
- Nastiti, N., Hartono, A., & Ulfah, I. F. (2020). Pengaruh Religiusitas, Pengetahuan Perbankan, Pengetahuan Produk Perbankan, Pengetahuan Pelayanan Perbankan, Dan Pengetahuan Bagi Hasil Terhadap Preferensi Menggunakan Jasa Perbankan Syariah. *ASSET: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 1(1), 15–25. <https://doi.org/10.24269/asset.v1i1.2554>
- Nurdin, N., & Yusuf, K. (2020). Knowledge management lifecycle in Islamic bank: The case of syariah banks in Indonesia. *International Journal of Knowledge Management Studies*, 11(1), 59–80. <https://doi.org/10.1504/IJKMS.2020.105073>
- Retnawati, H. (2016). *Analisis kuantitatif instrumen penelitian (Panduan peneliti, mahasiswa, dan psikometrian)*. Parama Publishing.
- Rose, J., & Rodhiah, R. (2023). Pengaruh kepercayaan, keterlibatan, pengetahuan terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk halal brand. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 5(1), 241–249. <https://doi.org/10.24912/jmk.v5i1.22672>
- Rozikin, A. Z., & Sholekhah, I. (2020). Islamic financial literacy, promotion, and brand image towards saving intention in sharia bank. *Iqtishadia*, 13(1), 95. <https://doi.org/10.21043/iqtishadia.v13i1.6489>

- Saputra, A. E. (2022). Pengaruh Pengetahuan, Promosi, Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Menabung Dengan Minat Menabung Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Al Mujaddid Humaniora*, 8(1), 8–20. <https://doi.org/10.58553/jalhu.v8i1.116>
- Semaun, S., Rasyid, S. C., & Musmulyadi. (2020). Influence of sharia marketing characteristics on customers' saving interest at indonesian sharia bank makassar branch. *Jurnal Riset Akuntansi Kontemporer*, 1(1), 1–15.
- Widyaningsih, D. (2021). *Statistika bisnis*. Yayasan Prima Agusteknik.