

ABSTRAK

Mukhamad Ghozinul Asror, 226010004, Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Bagi Hasil, Religiusitas, Lokasi Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah Dengan Trust Sebagai Variabel Intervening (Studi Masyarakat Kabupaten Grobogan), Program Studi Ekonomi Syariah, Pascasarjana, IAIN Kudus.

Jumlah muslim yang mendominasi di Indonesia seharusnya menjadi sebuah peluang yang potensial untuk perkembangan lembaga perbankan syariah. Namun kenyataannya pangsa pasar perbankan syariah sebesar 7 persen terlihat masih rendah dengan pangsa pasar keuangan konvensional yaitu 93 persen. Rendahnya pangsa pasar perbankan syariah mengindikasikan bahwa minat masyarakat terhadap perbankan syariah masih sangat rendah dibandingkan dengan perbankan konvensional. Serta menjadi alasan mengapa penelitian ini dilakukan.

Tujuan penelitian ini yaitu ingin menguji apakah literasi keuangan syariah, bagi hasil, religiusitas, dan lokasi dapat meningkatkan minat masyarakat dalam menggunakan perbankan syariah dengan *trust* sebagai variabel mediasi. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan dalam menentukan kebijakan-kebijakan terkait tumbuh kembangnya jasa perbankan syariah terutama di daerah Kabupaten Grobogan.

Metode penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian eksplanatif. Sumber data yang digunakan ialah data primer yang diperoleh dari masyarakat Grobogan. Teknik pengambilan sampel menggunakan probability sampling dengan jumlah sampel 125 responden. Sedangkan teknik pengumpulan data menggunakan kuisioner. Kemudian teknis analisis data menggunakan *Structural Equation Modelling* (SEM) dengan alat bantu SmartPLS3.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: 1). Literasi keuangan syariah tidak berpengaruh signifikan terhadap minat dengan nilai *t statistik* ($0,307 < 1,96$) atau *p-value* ($0,759 > 0,05$). 2). Bagi hasil tidak berpengaruh signifikan terhadap minat dengan nilai *t statistik* ($1,668 < 1,96$) atau *p-value* ($0,096 > 0,05$). 3). Religiusitas tidak berpengaruh signifikan terhadap minat dengan nilai *t statistik* ($1,668 < 1,96$) atau *p-value* ($0,096 > 0,05$). 4). Lokasi berpengaruh signifikan terhadap minat dengan *t statistik* ($2,995 > 1,96$) atau *p-value* ($0,003 < 0,05$). 5). *Trust* berpengaruh signifikan terhadap minat dengan nilai *t statistik* ($2,581 > 1,96$) atau *p-value* ($0,010 < 0,05$). 6). *Trust* tidak signifikan memediasi pengaruh Literasi keuangan syariah terhadap minat dengan nilai *t statistik* ($0,801 < 1,96$) dan *p-value* ($0,423 > 0,05$). 7). *Trust* tidak signifikan memediasi pengaruh bagi hasil terhadap minat dengan nilai *t statistik* ($0,954 < 1,96$) dan *p-value* ($0,340 > 0,05$). 8). *Trust* signifikan memediasi pengaruh religiusitas terhadap minat dengan nilai *t statistik* ($1,981 > 1,96$) dan *p-value* ($0,048 < 0,05$). 9). *Trust* signifikan memediasi pengaruh lokasi terhadap minat dengan nilai *t statistik* ($2,055 > 1,96$) dan *p-value* ($0,040 < 0,05$).

Kata Kunci: Literasi Keuangan Syariah, PLS, Religiusitas, *Trust*, Lokasi, Minat

ABSTRACT

Mukhamad Ghozinul Asror, 226010004, The Influence of Sharia Financial Literacy, Profit Sharing, Religiosity, Location on Interest in Becoming an Islamic Bank Customer with Trust as an Intervening Variable (Study of Grobogan Regency Community), Sharia Economics Study Programme, Postgraduate, IAIN Kudus.

The considerable number of Muslims in Indonesia represents a significant potential for the growth of Islamic banking institutions. However, the current market share of Islamic banking in Indonesia is relatively low, at 7%, compared to the 93% market share of conventional banking. This indicates that public interest in Islamic banking is still limited compared to conventional banking. This research was conducted to address this issue.

The objective of this study is to ascertain whether Islamic financial literacy, profit sharing, religiosity, and location can enhance public interest in utilising Islamic banking with trust as a mediating variable. The findings of this study are anticipated to inform the formulation of policies pertaining to the expansion and advancement of Islamic banking services, particularly in the Grobogan Regency region.

The research method employs a quantitative approach with an explanatory research type. The data source employed is primary data obtained from the Grobogan community. The sampling technique employed was probability sampling, with a sample size of 125 respondents. The data collection technique employed a questionnaire. Subsequently, the data analysis technique employs Structural Equation Modelling (SEM) utilising the SmartPLS3 tools.

The findings of this study indicate that: 1) The results of this study indicate that Islamic financial literacy has no significant effect on interest, as evidenced by a statistical t-value ($0.307 < 1.96$) and a p-value ($0.759 > 0.05$). 2) The results indicate that profit sharing has no significant effect on interest, with a statistical t-value ($1.668 < 1.96$) or p-value ($0.096 > 0.05$). 3) The effect of religiosity on interest was found to be non-significant, with a statistical t-value ($1.668 < 1.96$) and a p-value ($0.096 > 0.05$). 4) The location of the respondents had a significant effect on their interest, as indicated by the t-statistics ($2.995 > 1.96$) and p-value ($0.003 < 0.05$). 5) A statistically significant effect was observed for trust, with a t-value of 2.581 and a p-value of 0.010. 6) The effect of Islamic financial literacy on interest is not significantly mediated by trust, as indicated by a statistical t-value ($0.801 < 1.96$) and a p-value ($0.423 > 0.05$). 7) The effect of profit sharing on interest is not significantly mediated by trust, as indicated by a statistical t-value ($0.954 < 1.96$) and a p-value ($0.340 > 0.05$). 8) The effect of religiosity on interest is significantly mediated by trust, as evidenced by a statistical t-value ($1.981 > 1.96$) and a p-value ($0.048 < 0.05$). 9) The effect of location on interest is significantly mediated by trust, as evidenced by a statistical t-value ($2.055 > 1.96$) and a p-value ($0.040 < 0.05$).

Keywords: The variables under consideration are Sharia Financial Literacy, PLS, Religiosity, Location, Trust, and Interest.

الملخص

محمد غازن الاسرار ، ٢٠١٠، ٢٢٦، تأثير الثقافة المالية الشرعية ومشاركة الأرباح والتدين والموقع على الاهتمام بأن يصبح المرء عميلاً للبنك الإسلامي مع الثقة كمتغير متدخل (دراسة سكان محافظة غروبوغان)، برنامج دراسة الاقتصاد الشرعي، الدراسات العليا، معهد كودوس الإسلامي الحكومي.

ينبغي أن تكون هيمنة عدد المسلمين في إندونيسيا فرصة محتملة لتطوير المؤسسات المصرفية الإسلامية. ومع ذلك، في الواقع، لا تزال الحصة السوقية للصيرفة الإسلامية التي تبلغ ٧% من سوق الصيرفة الإسلامية منخفضة مقارنة بحصة سوق التمويل التقليدي البالغة ٩٣%. وتشير الحصة السوقية المنخفضة للصيرفة الإسلامية إلى أن اهتمام الجمهور بالصيرفة الإسلامية لا يزال منخفضاً جداً مقارنة بالصيرفة التقليدية. بالإضافة إلى كون هذا البحث هو السبب وراء إجراء هذا البحث

والغرض من هذه الدراسة هو اختبار ما إذا كان نحو الأمية المالية الإسلامية ومشاركة الأرباح والتدين والموقع يمكن أن تزيد من اهتمام الجمهور باستخدام الصيرفة الإسلامية مع الثقة كمتغير وسيط. من المتوقع أن تكون نتائج هذه الدراسة مادة مدخلية في تحديد السياسات المتعلقة بنمو الخدمات المصرفية الإسلامية وتطويرها، خاصة في منطقة غروبوغان رجمنسي.

يستخدم منهج البحث منهجاً كمياً بنوع بحث تفسيري. مصدر البيانات المستخدم هو البيانات الأولية التي تم الحصول عليها من مجتمع غروبوغان. استخدم أسلوب أخذ العينات أسلوب أخذ العينات الاحتمالية مع حجم عينة من ١٢٥ مستجيباً. بينما تستخدم تقنية جمع البيانات استباناً. ثم تستخدم تقنية تحليل البيانات أسلوب نمذجة المعادلات التفسيرية (SEM) باستخدام أدوات SmartPLS3.

أظهرت نتائج هذا البحث ما يلي: ١). ليس نحو الأمية المالية الإسلامية تأثير كبير على الفائدة مع وجود قيمة t إحصائية (٠.٣٠٧ > ١.٩٦) أو قيمة. ٢). (0.759 > 0.05) p ليس لمشاركة الأرباح أي تأثير معنوي على الفائدة بقيمة t إحصائية (١.٦٦٨ > ١.٩٦) أو قيمة. ٣). (0.096 > 0.05) p ليس للتدين أي تأثير معنوي على الفائدة بقيمة t إحصائية (١.٦٦٨ > ١.٩٦) أو قيمة. ٤). (0.096 > 0.05) p للموقع له تأثير معنوي على الاهتمام بإحصائية (1.96 > 2.995) t أو قيمة. ٥). (0.003 < 0.05) p الثقة لها تأثير كبير على الاهتمام بإحصائية (1.96 > 2.581) t أو قيمة. ٦). (0.010 < 0.05) p الثقة لا تتوسط بشكل كبير في تأثير الثقافة المالية الإسلامية على الفائدة بقيمة t إحصائية (٠.٨٠١ < ١.٩٦) وقيمة. ٧). (0.423 > 0.05) p لا تتوسط الثقة بشكل كبير في تأثير المشاركة في الأرباح على الفائدة بقيمة t إحصائية (٠.٩٥٤ > ١.٩٦) وقيمة. ٨). (0.340 > 0.05) p تتوسط الثقة بشكل ملحوظ في تأثير التدين على الفائدة بقيمة t إحصائية (١.٩٨١ < ١.٩٦) وقيمة. ٩). (0.048 < 0.05) p تتوسط الثقة بشكل ملحوظ في تأثير الموقع على الاهتمام بقيمة t إحصائية (٢.٠٥٥ < ١.٩٦) وقيمة. (0.040 < 0.05) p

الكلمات المفتاحية: الثقيف المالي الشرعي، التدين، الثقة، الثقة، الموقع، الفائدة