

Original Research Article

The Influence of Education, Financial Literacy, and Non-Muslim Community Preferences on Interest in Using Sharia Financial Services (Study The Community of South Lore District)

Pengaruh Edukasi, Literasi Keuangan, Dan Preferensi Masyarakat Non-Muslim Terhadap Minat Menggunakan Layanan Keuangan Syariah (Studi Pada Masyarakat Kecamatan Lore Selatan)

Andini Ulviya^{1*}, Abdul Jalil², Noor Riefma Hidayah³ 

^{1,2,3} Prodi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Datokarama Palu, Indonesia

Article history: Received 22 March 2025; Accepted 7 November 2025; Published 30 April 2026

ABSTRACT

This research endeavors to examine the impact of education, financial literacy, and the preferences of non-Muslim communities on the inclination to utilize Sharia financial services within the Lore Selatan District. The investigation adopts a quantitative methodology utilizing an explanatory survey design. The sample comprises 199 respondents selected via purposive sampling, and the data were subjected to analysis through multiple linear regression techniques. The findings reveal that education does not exert a positive and significant impact, as evidenced by a t -value of $-1.468 < t\text{-table } 1.985$ with a significance level of $0.14 > 0.05$. Conversely, financial literacy demonstrates a positive and significant influence on the interest of non-Muslim communities, reflected by a t -value of $6.650 > t\text{-table } 1.985$ and a significance level of $0.00 < 0.05$. Collectively, all three variables exert a significant effect on the interest of non-Muslim communities in employing Sharia financial services. These findings suggest that an enhanced public comprehension of the principles and advantages associated with Sharia financial services correlates with an increased propensity to utilize them. The findings emphasize that financial literacy and community preferences play a crucial role in increasing interest in Sharia financial services. Therefore, these results are expected to assist Sharia financial institutions in designing educational programs and strategies to enhance financial literacy and expand their reach to the non-Muslim community more effectively.

Keywords: Education, Financial Literacy, Community Preferences, Interest, Islamic Financial Services

*Corresponding author.

E-mail address: andiniulfia@gmail.com

Peer reviewed under responsibility of Universitas Muhammadiyah Sidoarjo.

© 2026 Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, All right reserved, This is an open access article under the CC BY license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>)

ABSTRAK

Upaya penelitian ini berusaha untuk memeriksa dampak edukasi, literasi keuangan, dan preferensi individu non-Muslim terhadap minat mereka dalam memanfaatkan layanan keuangan Syariah di Kecamatan Lore Selatan. Investigasi menggunakan pendekatan metodologis kuantitatif, khususnya menggunakan desain survei eksplorasi. Sampel mencakup total 99 responden, dipilih melalui pengambilan sampel tujuan, dan data menjadi sasaran analisis melalui beberapa teknik regresi linier. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pendidikan tidak menunjukkan dampak positif dan signifikan secara statistik, seperti yang ditunjukkan oleh nilai-t $-1,468$, yang jatuh di bawah ambang $0,05$. Sebaliknya, literasi keuangan menunjukkan efek positif dan signifikan pada preferensi komunitas non-Muslim, dengan nilai t 6.650 melampaui nilai kritis 1.985 pada tingkat signifikansi $0,00$, yang juga kurang dari $0,05$. Secara kolektif, ketiga variabel ini memiliki efek substansial pada relevansi komunitas non-Muslim dalam keterlibatan mereka dengan layanan keuangan Syariah. Temuan ini menyiratkan bahwa pemahaman yang lebih baik tentang prinsip-prinsip dan keuntungan yang terkait dengan layanan keuangan Syariah dikaitkan dengan peningkatan kemungkinan pemanfaatannya. Hasil ini menyoroti peran penting yang dimainkan literasi keuangan dan preferensi masyarakat dalam menumbuhkan minat pada layanan keuangan Syariah. Oleh karena itu, implikasi yang diperoleh dari penelitian ini menunjukkan bahwa lembaga keuangan Syariah harus merumuskan inisiatif dan strategi pendidikan yang bertujuan untuk memperkuat literasi keuangan untuk secara efektif melibatkan demografis non-Muslim yang lebih luas.

Kata kunci: Edukasi, Literasi Keuangan, Preferensi Masyarakat Non-Muslim, Layanan Keuangan Syariah

HOW TO CITE: Andini Ulviya, Abdul Jalil, Noor Riefma Hidayah (2026). The Influence of Education, Financial Literacy, and Non-Muslim Community Preferences on Interest in Using Sharia Financial Services (Study The Community of South Lore District), Vol 10 (1), April 2026. DOI Link:<http://doi.org/10.21070/perisai.v10i1.1784>

1. Latar Belakang

Kemajuan yang disaksikan dalam sektor keuangan syariah telah muncul sebagai kriteria yang signifikan dalam mengevaluasi pencapaian domain keuangan Syariah di Indonesia. Peningkatan signifikan dalam ketersediaan layanan keuangan syariah, ditambah dengan proliferasi bank konvensional yang memperkenalkan produk yang sesuai syariah, menggarisbawahi peran penting perbankan syariah dalam kerangka sosial. Berdirinya Bank Muamalat Indonesia pada tahun 1991 menandakan kemajuan penting dalam perkembangan sektor keuangan syariah di Indonesia (Iska, 2012). Sejak saat itu, sektor keuangan Islam telah mengalami ekspansi yang pesat, ditandai dengan pengenalan beragam penawaran layanan keuangan Syariah.

Keuangan Syariah telah semakin menarik perhatian masyarakat yang lebih luas, mencakup individu Muslim dan non-Muslim, sebagai alternatif yang layak untuk layanan

keuangan konvensional yang selaras dengan prinsip-prinsip operasional lembaga keuangan syariah, yang pada dasarnya berakar pada prinsip keadilan dan tanpa riba, gharar, haram, zalim, dan maisir (Anshari, 2008). Prinsip dasar perbankan syariah, yang melarang riba, juga didukung oleh ajaran etika agama-agama non-Muslim. Dalam agama Kristen, Hindu, dan Buddhisme, praktik riba juga dikecam, sehingga memfasilitasi peluang bagi lembaga keuangan syariah untuk memperluas jangkauan pasar mereka ke demografi non-Muslim.

Menurut interpretasi Jalalain, Riba dicirikan sebagai peningkatan transaksi keuangan berdasarkan kuantitas atau durasi temporal. Ini berkaitan dengan praktik dalam transaksi keuangan di mana peningkatan nilai terjadi yang dianggap tidak diizinkan oleh Syariah. Bagi individu yang telah mengakui larangan riba dan kemudian menghentikan praktik semacam itu, setiap komitmen sebelumnya sebelum pengumuman larangan tidak diklasifikasikan sebagai berdosa, dengan urusan mereka dipercayakan kepada Tuhan. Mereka diberi ampunan dengan syarat bahwa mereka segera berhenti. Sebaliknya, individu yang bertahan dalam praktik riba mengikuti larangan eksplisit diperingatkan sebagai penghuni neraka, ditakdirkan untuk kutukan kekal di dalamnya. Ini merupakan peringatan berat yang ditujukan kepada mereka yang melanggar larangan Allah terhadap riba (Al-Mahalli & As-Suyuth, 2023).

Kualitas layanan keuangan Syariah terutama dinilai melalui kepatuhan mereka terhadap prinsip-prinsip Syariah, bersamaan dengan peningkatan stabilitas keuangan. Layanan tersebut dianggap mampu menangani segmen populasi yang tidak dilayani oleh sistem keuangan konvensional. Namun demikian, tantangan signifikan yang dihadapi jasa keuangan Syariah adalah kekurangan yang lazim dalam literasi keuangan, yang menghambat pertumbuhan dan pemanfaatan produk keuangan Syariah. Kekurangan ini muncul dari kurangnya kesadaran mengenai konsep yang mendasari dan keuntungan yang terkait dengan jasa keuangan Syariah.

Perbedaan yang diakui oleh individu antara bank syariah dan bank konvensional tetap ambigu, disebabkan oleh latar belakang pendidikan yang tidak memadai mengenai sistem keuangan yang sesuai dengan syariah. Oleh karena itu, sangat penting bahwa personel di dalam bank Syariah menerima pendidikan dan pelatihan berkelanjutan yang berkaitan dengan perbankan Syariah, sehingga memberdayakan mereka untuk memenuhi kewajiban mereka dengan kemandirian yang ditingkatkan. Konsisten dengan hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Marlina (2020), unsur-unsur yang merangsang minat non-Muslim dalam adopsi produk jasa keuangan Syariah meliputi inisiatif pemasaran yang dilakukan oleh lembaga keuangan Syariah. Implikasi yang diperoleh dari temuan ini menyoroti perlunya pendidikan

publik mengenai keuangan syariah sebagai langkah strategis untuk menumbuhkan minat dalam adopsi produk jasa keuangan Syariah.

Literasi keuangan telah muncul sebagai penentu signifikan yang mempengaruhi minat demografis non-Muslim dalam terlibat dengan layanan keuangan Syariah. Studi yang dilakukan oleh Abdullah dan Wahyuni (2018) menunjukkan bahwa literasi keuangan sangat penting untuk meningkatkan pemahaman individu tentang produk dan layanan keuangan Syariah. Tingkat literasi keuangan yang tinggi membekali individu untuk membuat pilihan keuangan yang bijaksana, termasuk membantu generasi non-Muslim dalam memilih dan secara efektif memanfaatkan layanan keuangan Syariah.

Selain edukasi keuangan dan literasi, pengamatan awal oleh para peneliti menunjukkan bahwa preferensi individu secara signifikan mempengaruhi pemilihan layanan keuangan. Pilihan yang dibuat oleh individu non-Muslim dalam memilih layanan keuangan berbasis Syariah daripada alternatif konvensional sering dibentuk oleh kebiasaan pribadi, keyakinan, dan persepsi risiko. Studi Lestari (2020) menggambarkan individu memiliki kecenderungan kuat terhadap nilai-nilai tertentu lebih cenderung mempertimbangkan layanan keuangan Syariah, asalkan mereka memahami manfaat yang terkait.

Penelitian sebelumnya sebagian besar berkonsentrasi pada unsur-unsur religiusitas, persepsi Syariah, dan kepatuhan terhadap prinsip-prinsip Islam sebagai penentu minat individu dalam memanfaatkan jasa keuangan Syariah. Studi semacam itu sebagian besar berfokus pada populasi Muslim, sementara komunitas non-Muslim, sebagai komponen integral dari sistem keuangan nasional, belum cukup dieksplorasi dalam literatur akademis. Memang, memahami preferensi dan sikap komunitas non-Muslim terhadap layanan keuangan Syariah sangat penting untuk mempromosikan inklusi keuangan di berbagai latar belakang agama.

Akibatnya, penelitian ini bertujuan untuk mengatasi kekosongan penelitian ini dengan menyelidiki pengaruh pendidikan, literasi keuangan, dan preferensi di antara individu non-Muslim terhadap minat mereka dalam memanfaatkan layanan keuangan Syariah. Pemilihan komunitas non-Muslim di Kecamatan Lore Selatan sebagai titik fokus penelitian ini didasarkan pada keragaman agama di kawasan ini dan potensi pasar yang belum sepenuhnya dikembangkan oleh lembaga keuangan Syariah.

Upaya penelitian ini dirancang untuk: (1) memeriksa dampak pencapaian edukasi pada kecenderungan komunitas non-Muslim untuk terlibat dengan layanan keuangan Syariah; (2) menyelidiki pengaruh literasi keuangan pada tingkat minat masyarakat non-Muslim; (3) mengevaluasi peran preferensi masyarakat dalam membentuk kepentingan ini; dan (4) menilai

pengaruh gabungan dari ketiga variabel secara bersamaan. Penelitian ini bertujuan untuk mengatasi penyelidikan ini dengan mengeksplorasi secara menyeluruh tingkat literasi dan keuangan di antara populasi Kecamatan Lore dan proses yang mendasari pembentukan preferensi mereka.

2. Tinjauan Pustaka

2.1 Grand Teory Perilaku Konsumen

Teori perilaku konsumen menjelaskan mekanisme di mana individu sampai pada keputusan pembelian dengan mengoptimalkan pemanfaatan sumber daya di tengah sejumlah besar pilihan. Menurut Abdullah dan Tantri (2013), penentu perilaku konsumen meliputi faktor-faktor berikut:

- a. Budaya: Nilai-nilai sosial yang ditegakkan dalam bidang agama dan kehati-hatian ekonomi secara signifikan mempengaruhi preferensi untuk layanan keuangan Syariah.
- b. Sosial: Dampak lingkungan seseorang, termasuk pengaruh keluarga dan komunal, dapat secara nyata mempengaruhi pilihan individu mengenai produk keuangan Syariah.
- c. Pribadi: Pertimbangan ekonomi dan persepsi individu tentang jasa keuangan Syariah berfungsi sebagai elemen penting dalam kerangka pengambilan keputusan.
- d. Psikologis: Pemahaman komprehensif tentang keuntungan yang terkait dengan layanan keuangan Syariah, ditambah dengan keyakinan dalam prinsip-prinsip yang mendasarinya, mendorong peningkatan keterlibatan dengan layanan ini.

2.2 Minat

Minat menunjukkan korelasi mendalam dengan motivasi individu, yang selanjutnya dapat memperkuat keinginan untuk rangsangan yang menarik perhatian seseorang. Korelasi ini relevan dalam konteks kepentingan individu dalam lembaga keuangan Syariah. Klien potensial lebih cenderung terlibat dengan layanan keuangan Syariah ketika mereka merasa bahwa produk atau layanan yang ditawarkan menghasilkan manfaat dan keuntungan yang selaras dengan kebutuhan mereka. Akibatnya, dapat disimpulkan bahwa minat konsumen dalam lembaga keuangan Syariah mencerminkan kecenderungan individu terhadap produk atau layanan yang memenuhi kebutuhan mereka, yang kemudian berpuncak pada keputusan untuk menggunakannya. Konsep ini menemukan resonansi dalam ayat berikut:

وَالَّذِينَ جَاهَدُوا فِينَا لَنَهْدِيَنَّهُمْ سُبُلَنَا وَإِنَّ اللَّهَ لَمَعَ الْمُحْسِنِينَ

Terjemahannya:

" Dan orang-orang yang mencari (jihad) bagi Kami, sesungguhnya Kami akan menunjukkan kepada mereka jalan Kami. Sesungguhnya Allah beserta orang-orang yang berbuat baik. QS. Al-'Ankabut [29]: 69 (Kemenag RI, 2019)

Menurut penafsiran Jalalain, orang-orang mukmin yang berpegang pada jalan Allah sesungguhnya adalah orang-orang yang beriman. Allah memberi mereka pertolongan dan dukungan. Ayat ini menunjukkan bahwa setiap individu yang sungguh-sungguh mencari kebaikan, dalam konteks ini dengan memilih produk atau jasa yang bermanfaat dan tepat, akan diarahkan ke jalan yang benar. Dengan demikian, motivasi intrinsik dalam diri seseorang untuk memilih lembaga keuangan Syariah, bersama dengan minat pada produk atau layanan yang disajikan, merupakan pencarian solusi optimal yang sesuai dengan kebutuhan mereka, dan Allah akan membimbing mereka yang tulus dalam upaya mereka.

Menurut Ferdinand (2006), minat beli dapat dikategorikan ke dalam beberapa dimensi, yaitu: Minat transaksional, Kepentingan Referensial, Kepentingan preferensial, dan Kepentingan Eksploratif.

2.3 Edukasi

Edukasi dapat dikonseptualisasikan sebagai proses pembelajaran sistematis yang dirancang untuk menambah kapasitas dan potensi individu, memungkinkan mereka untuk memperoleh pengetahuan, keterampilan, dan pemahaman komprehensif di berbagai dimensi kehidupan. Peningkatan keterampilan dan pengetahuan ini sangat penting bagi individu untuk terlibat secara efektif dalam masyarakat. Edukasi keuangan mencakup komponen penting seperti penganggaran, strategi investasi, dan pemahaman layanan dan produk keuangan. Pentingnya edukasi keuangan, yang menggabungkan elemen-elemen penting ini, tidak hanya diakui secara luas sebagai instrumen dalam mencapai kesejahteraan finansial tetapi juga disorot dalam Al-Qur'an.

Menurut Natoadmojo (Albab&Zuhri, 2019), edukasi dapat didefinisikan sebagai upaya terstruktur yang bertujuan untuk mempengaruhi orang lain baik mereka individu, kolektif, atau masyarakat sehingga mereka sesuai dengan harapan yang ditetapkan oleh praktisi pendidikan. Proses edukasi keuangan bercita-cita untuk menumbuhkan potensi, keterampilan, dan pengetahuan individu, memungkinkan mereka untuk berpartisipasi secara efektif dalam

masyarakat dan mencapai kesejahteraan finansial. Individu yang memiliki tingkat literasi keuangan yang tinggi biasanya menunjukkan perencanaan keuangan yang lebih terorganisir dan peningkatan kesiapan untuk pensiun.

Indikator yang diidentifikasi dalam penelitian yang dilakukan oleh Lusardi & Mitchell (2011) yang menggarisbawahi pentingnya pemahaman keuangan mendasar dalam pengambilan keputusan keuangan individu meliputi: pengetahuan keuangan dasar, manajemen anggaran, tabungan dan investasi, manajemen utang, sikap dan perilaku keuangan, serta fluktuasi kesejahteraan keuangan.

2.4 Literasi Keuangan

Literasi keuangan menunjukkan penguasaan konsep dan keterampilan yang diperlukan untuk memahami prinsip-prinsip keuangan dan risiko terkait, sehingga memberdayakan individu untuk membuat keputusan keuangan yang bijaksana yang meningkatkan kesejahteraan ekonomi mereka, baik pada tingkat pribadi maupun sosial (Farinia Fianto, 2017). Tingkat literasi keuangan menunjukkan korelasi yang kuat dengan manajemen keuangan, di mana pemahaman individu yang tinggi tentang keuangan diterjemahkan ke dalam peningkatan kemampuan manajemen keuangan. Berdasarkan penjelasan ini, ayat pendukung teori ini berasal dari Surah Al-Baqarah/ 2:261.

مَثَلُ الَّذِينَ يُنْفِقُونَ أَمْوَالَهُمْ فِي سَبِيلِ اللَّهِ كَمَثَلِ حَبَّةٍ أَنْبَتَتْ سَبْعَ سَنَابِلٍ فِي كُلِّ سَنَابِلَةٍ مِائَةٌ حَبَّةٌ وَاللَّهُ يُضَاعِفُ لِمَنْ يَشَاءُ وَاللَّهُ وَاسِعٌ عَلِيمٌ

Terjemahannya:

Perumpamaan tentang orang-orang yang menginvestasikan kekayaan mereka di jalan Allah sama dengan benih yang menghasilkan tujuh telinga, dengan masing-masing telinga berisi seratus butir. Allah memperbesar pahala bagi siapa yang dikehendakinya, sesungguhnya Allah Maha Mengetahui. (Kemenag RI, 2019)

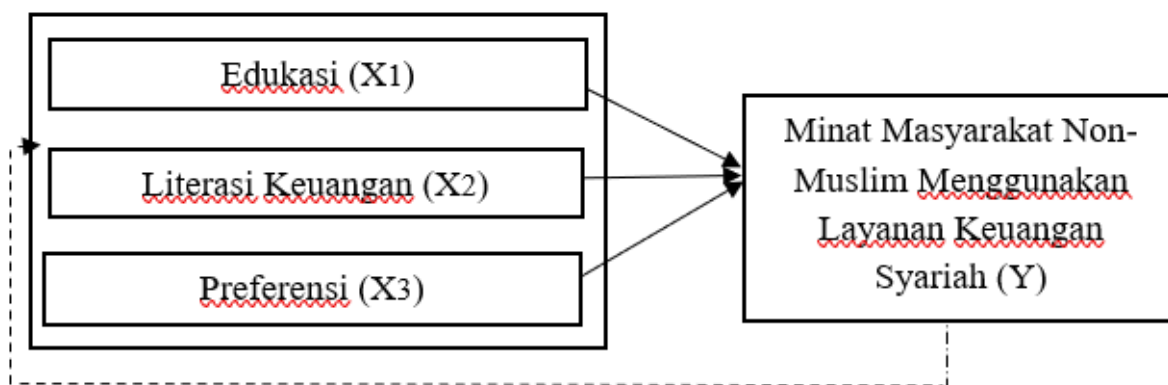
Menurut Tafsir Jalalain, penekanan ditempatkan pada perlunya pengelolaan dan pemanfaatan sumber daya yang bijaksana dan efektif, yang mencerminkan prinsip-prinsip dasar manajemen keuangan dalam kerangka Islam. Melalui akuisisi dan penerapan literasi keuangan, individu dapat menggunakan dan mengoptimalkan sumber daya secara lebih efisien untuk mencapai kesejahteraan finansial, sesuai dengan ajaran dan etika Islam. Penafsiran ini

memperkuat gagasan bahwa pengelolaan dan penggunaan sumber daya yang bijaksana, terutama mengenai pendapatan, memiliki nilai substansial dan akan menghasilkan imbalan yang jauh lebih besar di mata Tuhan. Indikator literasi keuangan seperti yang digambarkan oleh Wiharno (2017) meliputi: pemahaman keuangan, perilaku keuangan, dan sikap keuangan.

2.5 Preferensi

Sesuai dengan Rumapea (1994), preferensi merupakan proses kognitif di mana konsumen memastikan produk yang paling sesuai untuk kebutuhan mereka. Tingkat preferensi konsumen secara signifikan berdampak pada pemilihan produk yang dimaksudkan untuk dibeli, selaras dengan kendala pendapatan yang tersedia, dan pada akhirnya menentukan tingkat permintaan untuk produk tersebut. Preferensi yang ditunjukkan oleh konsumen dalam hal menabung atau investasi menunjukkan kecenderungan atau kecenderungan mereka untuk terlibat dalam transaksi dengan Bank Syariah. Faktor-faktor yang membentuk preferensi pelanggan dalam pemilihan perbankan beragam, karena setiap individu memiliki kebutuhan, keinginan, dan minat unik yang menginformasikan pilihan perbankan mereka.

Mengambil dari kerangka teoritis yang disebutkan di atas, para peneliti bertujuan untuk menyelidiki sejauh mana variabel pendidikan, literasi keuangan, dan preferensi memberikan pengaruh pada kepentingan generasi non-Muslim dalam memanfaatkan layanan keuangan Syariah. Akibatnya, perumusan model penelitian yang kuat memerlukan dasar yang kuat yang didasarkan pada kerangka pemikiran yang sistematis.



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

Hipotesis merupakan suatu pernyataan sementara yang kebenarannya masih harus diuji (Martono, 2016). Dengan mempertimbangkan kerangka kontekstual dan tantangan yang telah diartikulasikan, penelitian ini berkonsentrasi pada proposisi awal yang akan dievaluasi secara empiris, khususnya hipotesis berikutnya:

-
- H₁: Edukasi Masyarakat Non-Muslim Mempunyai Pengaruh Secara Parsial Terhadap Minat Menggunakan Layanan Keuangan Syariah
- H₂: Literasi Keuangan Masyarakat Non-Muslim Mempunyai Pengaruh Secara Parsial Terhadap Minat Menggunakan Layanan Keuangan Syariah.
- H₃: Preferensi Masyarakat Non-Muslim Mempunyai Pengaruh Secara Parsial Terhadap Minat Menggunakan Layanan Keuangan Syariah.
- H₄: Edukasi, Literasi Keuangan, Preferensi Masyarakat Non-Muslim Mempunyai Pengaruh Secara Parsial Terhadap Minat Menggunakan Layanan Keuangan Syariah

3. Metodologi

Pendekatan metodologis penelitian ini adalah kuantitatif, menggunakan desain survei eksplorasi untuk mengevaluasi hipotesis dan memeriksa keterkaitan antara variabel yang diteliti, khususnya edukasi, literasi keuangan, dan preferensi individu non-Muslim mengenai pemanfaatan layanan keuangan Syariah. Metodologi kuantitatif ini memfasilitasi pemahaman komprehensif tentang sejauh mana variabel seperti pendidikan dan literasi keuangan mempengaruhi kepentingan populasi non-Muslim, sementara juga memperkuat validitas temuan melalui analisis statistik.

Penelitian ini dilakukan di Kecamatan Lore Selatan, dengan penekanan khusus pada komunitas non-Muslim yang menunjukkan minat pada layanan keuangan Syariah. Studi ini mencakup populasi yang mencakup seluruh masyarakat Kecamatan Lore Selatan, dengan total 6.774 penduduk. Meskipun demikian, penelitian ini berkonsentrasi pada preferensi individu non-Muslim mengenai layanan keuangan Syariah. Dari demografi ini, para peneliti memilih sampel yang menggunakan teknik pengambilan sampel tujuan yang dihitung melalui rumus Slovin, yang berpuncak pada total 99 responden. Data primer dikumpulkan melalui distribusi kuesioner yang diberikan langsung kepada masyarakat, sedangkan data sekunder bersumber dari berbagai referensi, termasuk buku, jurnal akademik, dan investigasi sebelumnya yang berkaitan dengan materi pelajaran ini.

Pada fase analisis data, penelitian ini menggunakan berbagai metodologi statistik. Metode Interval Berurutan (MSI) digunakan untuk mengubah data ordinal menjadi data interval, sehingga merampingkan analisis selanjutnya. Evaluasi validitas dan reliabilitas dilakukan untuk memastikan bahwa instrumen yang digunakan dalam penelitian ini, yang

terdiri dari kuesioner terstruktur yang berpusat pada variabel terkait, kuat. Investigasi membedakan empat variabel utama, yang mencakup total 19 item pernyataan dalam kuesioner. Sebelum penerapan, kuesioner menjalani pengujian validitas dan reliabilitas melalui perangkat lunak SPSS versi 23 untuk mengkonfirmasi kesesuaian instrumen.

Selanjutnya, uji asumsi klasik, termasuk penilaian normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas, digunakan untuk memastikan bahwa model regresi mematuhi standar yang diperlukan untuk analisis statistik. Untuk tujuan memeriksa hubungan antara variabel, para peneliti menerapkan analisis regresi linier ganda, yang bertujuan mengevaluasi efek edukasi, literasi keuangan, dan preferensi individu pada niat untuk memanfaatkan layanan keuangan Syariah. Selanjutnya, pengujian hipotesis, yang terdiri dari uji-t dan uji-F, dilakukan untuk mengevaluasi dampak setiap variabel independen pada variabel dependen, baik secara individu maupun kolektif.

4. Hasil dan Pembahasan

Uji Validitas

Tabel 1. Uji Validitas Penelitian

Variabel	Person Correlation	R Kritis	Keterangan
Edukasi (X₁)	,704	≥,197	Valid
	,692		
	,609		
	,724		
	,701		
Literasi Keuangan (X₂)	,695	≥,197	Valid
	,781		
	,750		
	,539		
	,725		
Preferensi Masyarakat (X₃)	,697	≥,197	Valid
	,787		
	,738		
	,762		

		,783	
Minat Masyarakat (Y)	0,751	$\geq 0,197$	Valid
	0,692		
	0,684		
	0,734		

Sumber: Output SPSS.23 (data diolah, 2025)

Mengingat temuan dari penilaian validasi mengenai edukasi (X_1), literasi keuangan (X_2), dan preferensi masyarakat (X_3), di samping variabel (Y) Kepentingan Masyarakat, terbukti bahwa semua indikator yang terkait dengan variabel dependen telah menunjukkan validitas. Identifikasi temuan nilai Korelasi Item Total yang Dikoreksi untuk setiap pernyataan melebihi 0,197, sehingga memenuhi tolok ukur minimum yang telah ditetapkan sebelumnya.

Uji Reliabilitas

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas Instrumen

<i>Reliability Statistics</i>		
Variabel	Cronbach's Alpha	N of Items
Edukasi (X_1)	,716	5
Literasi Keuangan (X_2)	,739	5
Preferensi Masyarakat (X_3)	,808	5
Minat Masyarakat (Y)	,677	4

Sumber: Output SPSS.23 (data diolah, 2025)

Menurut temuan penilaian reliabilitas yang disajikan pada tabel 2, diidentifikasi bahwa variabel X_1 berada di 0,716, variabel X_2 pada 0,739, variabel X_3 pada 0,808, dan variabel Y dinilai 0,677. Sehingga variabel pada studi ini dapat dilanjutkan di fase penelitian berikutnya.

Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Table 3. Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		99
Normal Parameters^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,95798343
Most Extreme Differences	Absolute	,049
	Positive	,047
	Negative	-,049
Test Statistic		,049
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

Sumber: Output SPSS.23 (data diolah, 2025)

Dari hasil penilaian normalitas yang digambarkan pada tabel 3, dapat diamati bahwa uji Kolmogorov-Smirnov menunjukkan data yang terdistribusi secara normal. Kesimpulan ini didukung oleh nilai Sig. (2-ekor) untuk data, yaitu 0,2, melebihi 0,05, sehingga menegaskan bahwa data dari penelitian tersebut diklasifikasikan sebagai terdistribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

Table 4. Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Tolerance	VIF
(Constant)		
Edukasi	,581	1,721
Literasi Keuangan	,163	6,152
Preferensi Masyarakat	,178	5,602

Sumber: Output SPSS.23 (data diolah, 2025)

Hasil Uji Multicollinearity, seperti yang diilustrasikan pada tabel 4, mengungkapkan bahwa nilai Toleransi untuk variabel independen lebih besar dari 0,10, dan nilai VIF untuk setiap variabel kurang dari 10,00. Oleh karena itu, dapat disimpulkan dari hasil ini bahwa data dari penelitian di atas menunjukkan tidak ada tanda-tanda multikolinearitas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Table 5. Uji Heteroskedastisitas

Model	Coefficients ^a			t	Sig.
	Unstandardized		Standardized		
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	,730	,348		2,101	,038
Edukasi	-,031	,024	-,167	-1,261	,210
Literasi Keuangan	,061	,046	,333	1,328	,188
Preferensi Masyarakat	-,031	,041	-,183	-,765	,446

Sumber: Output SPSS.23 (data diolah, 2025)

Hasil penilaian heteroskedastisitas, seperti yang disajikan pada tabel 5, menggunakan uji Glejser, menunjukkan bahwa semua data Sig. (2-ekor) menunjukkan nilai probabilitas lebih besar dari 0,05, khususnya: Variabel edukasi dengan nilai probabilitas 0,21 > 0,05, variabel Literasi Keuangan dengan nilai probabilitas 0,18 > 0,05, dan variabel Preferensi Komunitas dengan nilai probabilitas 0,44 > 0,05. Oleh karena itu, berdasarkan temuan ini, dapat dinyatakan bahwa data dari penelitian tersebut tidak menyajikan masalah heteroskedastisitas.

Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 6 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Coefficients ^a			T	Sig.
	Unstandardized		Standardized		
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	,586	,566		1,035	,303
Edukasi	-,059	,040	-,070	-1,468	,145
Literasi Keuangan	,357	,074	,434	4,793	,000
Preferensi Masyarakat	,433	,066	,567	6,560	,000

Sumber: Output SPSS.23 (data diolah, 2025)

$$Y = a + \beta X_1 + \beta X_2 + \beta X_3 + e$$

$$Y = 0,586 - 0,059X_1 + 0,357X_2 + 0,433X_3 + e$$

Suku konstan dari persamaan linier dicatat sebagai 0,586. Jika variabel independen X_1 (Edukasi), X_2 (Literasi Keuangan), dan X_3 (Preferensi) ditempatkan pada (0), maka variabel yang mewakili kepentingan masyarakat (Y) setara dengan 0,586. Koefisien regresi untuk variabel Edukasi adalah -0,059, menunjukkan hubungan negatif. Temuan tidak menunjukkan korelasi yang kuat dengan variabel Y, yang menyebabkan penurunan minat masyarakat (Y) sebesar 0,059. Koefisien untuk variabel Literasi Keuangan adalah 0,357 dan ditandai dengan nilai positif menunjukkan bahwa hubungan yang menguntungkan serta menghasilkan peningkatan minat publik (Y) sebesar 0,357. Koefisien untuk variabel Preferensi adalah 0,433 dan juga memiliki nilai positif menunjukkan bahwa hubungan yang menguntungkan antara serta menghasilkan peningkatan minat masyarakat (Y) sebesar 0,433.

Uji Hipotesis

a. Uji T (Parsial)

Table 7 Hasil Uji Hipotesis T

Model		Unstandardized		Standardized	T	Sig.
		Coefficients		Coefficients		
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,586	,566		1,035	,303
	Edukasi	-,059	,040	-,070	-1,468	,145
	Literasi Keuangan	,357	,074	,434	4,793	,000
	Preferensi Masyarakat	,433	,066	,567	6,560	,000

Sumber: Output SPSS.23 (data diolah, 2025)

Edukasi (X_1) menunjukkan nilai thitung -1,468, yang kurang dari nilai t_{table} 1,985, dan nilai (sig) menunjukkan bahwa $0,14 > 0,05$; dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa pendidikan tidak memberikan pengaruh positif dan signifikan. Literasi Keuangan (X_2) menyajikan nilai thitung 4.793, yang lebih besar dari t_{table} 1.985, di samping (sig) $0,00 < 0,05$; akibatnya, Literasi Keuangan memiliki dampak positif dan signifikan. Preferensi (X_3) mengungkapkan nilai thitung 6.560, melampaui t_{table} 1.985, dengan nilai (sig) $0,00 < 0,05$; oleh karena itu, variabel Preferensi Komunitas menunjukkan pengaruh positif dan signifikan.

b. Uji F (Simultan)

Table 8 Hasil Uji Hipotesis F

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	620,175	3	206,725	218,361	,000 ^b
Residual	89,938	95	,947		
Total	710,113	98			

Sumber: Output SPSS.23 (data diolah, 2025)

Menurut hasil yang diperoleh dari uji hipotesis F dari uji ANOVA (Analisis Varians) atau F, terbukti bahwa nilai F yang dihitung, 218.361, melampaui nilai F kritis 2.700, dengan tingkat signifikansi 0,00, yang kurang dari 0,05. Akibatnya, dapat disimpulkan bahwa Pendidikan, Literasi Keuangan, dan Preferensi Masyarakat memberikan dampak simultan dan signifikan terhadap Masyarakat Minat yang Memanfaatkan Jasa Keuangan Syariah.

Uji Koefisien Determinasi

Tabel 9 Hasil Uji Koefisien Determinan (R²)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,935 ^a	,873	,869	,97299	1,974

Sumber: Output SPSS.23 (data diolah, 2025)

Menurut Tabel yang disajikan di atas, nilai Adjusted R Square (R²) sebesar 0,869 diturunkan, menunjukkan bahwa variabel independen (X) menyumbang persentase 86,9% dari varians dalam variabel dependen (Y). Sebaliknya, sisanya 13,1% mencakup variabel lain yang dapat mempengaruhi minat masyarakat dalam memanfaatkan jasa keuangan syariah, yang tidak termasuk atau diselidiki dalam penelitian ini.

Pembahasan

Menurut teori perilaku konsumen, peningkatan tingkat edukasi keuangan Syariah yang diberikan kepada masyarakat berkorelasi positif dengan kemampuan mereka untuk memahami keuntungan dan prinsip dasar keuangan Syariah, akibatnya meningkatkan kecenderungan mereka untuk memanfaatkan layanan. Namun demikian, temuan empiris menunjukkan bahwa

edukasi tidak memberikan dampak yang signifikan pada tingkat minat populasi non-Muslim terhadap adopsi jasa keuangan Syariah. Pernyataan ini didukung oleh hasil uji-t, di mana statistik t_{hitung} -1.468 kurang dari nilai t_{tabel} 1.985, selain nilai (sig) 0.14 melebihi ambang (α) 0.05. Dengan demikian, dari perspektif statistik, edukasi gagal membangun korelasi yang cukup kuat untuk mempengaruhi keputusan masyarakat mengenai pemanfaatan jasa keuangan Syariah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa inisiatif edukasi tidak secara signifikan mempengaruhi tingkat minat masyarakat non-Muslim dalam terlibat dengan layanan keuangan Syariah. Temuan ini bertentangan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Mustofa, 2020), yang menyatakan bahwa pendidikan berperan penting dalam meningkatkan literasi keuangan dan inklusi yang berkaitan dengan layanan keuangan Syariah. Perbedaan hasil yang diamati dapat dikaitkan dengan variasi dalam konteks regional dan karakteristik responden. Dalam studi Mustofa, peserta berasal dari daerah yang ditandai dengan akses yang lebih luas ke informasi dan sumber daya pendidikan, sedangkan mayoritas responden dalam penelitian ini diambil dari daerah dengan akses terbatas ke materi edukatif yang berkaitan dengan keuangan syariah. Pengamatan ini sejalan dengan pernyataan (Albab & Zuhri, 2019), yang menyoroti bahwa kemanjuran intervensi edukasi secara signifikan bergantung pada metode, frekuensi, dan media yang digunakan.

Menurut teori perilaku konsumen, tingkat literasi keuangan yang lebih tinggi di antara individu meningkatkan kemungkinan mereka memahami manfaat dan prinsip-prinsip layanan keuangan Syariah, sehingga meningkatkan minat mereka dalam memanfaatkan layanan tersebut. Temuan ini menguatkan hipotesis bahwa literasi keuangan memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap kepentingan publik dalam pemanfaatan jasa keuangan syariah. Hal ini diilustrasikan oleh hasil uji-t, di mana statistik terhitung t dari 4.793 melebihi nilai t_{tabel} 1.985, ditambah dengan nilai (sig) 0.00 lebih kecil dari tingkat (α) 0.05. Hal ini menunjukkan bahwa, secara statistik, komunitas non-Muslim yang memiliki pemahaman yang kuat tentang sistem keuangan Syariah lebih cenderung untuk menyatakan minat dalam memanfaatkan layanan, mengingat kesadaran mereka akan tingkat literasi keuangan yang rendah. Temuan ini konsisten dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Rosdiansyah, 2020), yang mengidentifikasi hubungan yang signifikan antara literasi keuangan dan adopsi layanan perbankan Syariah. Hasil ini semakin memperkuat gagasan bahwa literasi keuangan tidak hanya mempengaruhi komunitas Muslim tetapi juga memainkan peran penting dalam mendorong partisipasi di antara komunitas non-Muslim dalam layanan keuangan Syariah.

Menurut kerangka teoritis perilaku konsumen, dapat dikatakan bahwa masyarakat yang menunjukkan kecenderungan nyata terhadap layanan keuangan syariah harus menunjukkan daya tarik dan motivasi yang meningkat untuk terlibat dengan layanan tersebut. Temuan empiris menguatkan antisipasi teoritis ini, karena preferensi masyarakat terbukti memberikan dampak positif dan signifikan secara statistik pada kecenderungan mereka untuk memanfaatkan jasa keuangan syariah. Pernyataan ini didukung oleh hasil uji-t, di mana nilai t yang dihitung dari 6.560 melampaui nilai t_{kritis} 1.985, di samping nilai signifikansi yang sangat rendah (sig) 0.00 dalam kaitannya dengan (α) 0.05. Akibatnya, peningkatan preferensi publik untuk layanan keuangan syariah berkorelasi positif dengan kemungkinan pemanfaatannya. Analisis deskriptif menunjukkan bahwa demografis non-Muslim setuju bahwa layanan keuangan syariah memberikan penawaran yang berkaitan dengan kondisi keuangan mereka; dengan demikian, ini merupakan kriteria evaluasi tambahan bagi komunitas non-Muslim di kecamatan Lore mengenai penilaian mereka tentang alternatif layanan keuangan yang mungkin mereka pilih untuk digunakan. Hal ini sejalan dengan antisipasi penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Setiawan & Aini, 2023), yang mengidentifikasi bahwa preferensi masyarakat untuk layanan keuangan syariah dibentuk oleh berbagai faktor penentu, termasuk manfaat yang dirasakan, keyakinan pada kerangka syariah, dan pengalaman konsumen.

Bersamaan dengan itu, pencapaian edukasi, literasi keuangan, dan preferensi simultan menunjukkan dampak besar pada kecenderungan untuk memanfaatkan jasa keuangan syariah, sebagaimana dibuktikan oleh nilai Adjusted R Square sebesar 86,9%. Hasil ini beresonansi dengan temuan Marimin (2015), yang mengartikulasikan bahwa interaksi faktor internal (edukasi) dan faktor eksternal (preferensi) memainkan peran penting dalam membentuk pengambilan keputusan konsumen. Penelitian ini lebih lanjut memperkuat kerangka teoritis perilaku konsumen yang dikemukakan oleh Thamrin Abdullah & Tantri (2013), yang menegaskan bahwa pengambilan keputusan individu sangat dipengaruhi oleh interaksi variabel psikologis, sosial, budaya, dan pribadi.

5. Kesimpulan

Studi ini menunjukkan bahwa edukasi tidak memberikan efek positif dan signifikan, sebagian, pada kepentingan masyarakat non-Muslim dalam memanfaatkan jasa keuangan Syariah. Hal ini dikaitkan dengan gagasan bahwa penyediaan sumber daya pendidikan

mengenai jasa keuangan saja tidak cukup untuk memberikan pengaruh substansial dalam memotivasi individu non-Muslim untuk terlibat dengan layanan keuangan Syariah.

Literasi keuangan menunjukkan dampak positif dan signifikan, sebagian, pada kepentingan komunitas non-Muslim dalam adopsi layanan keuangan Syariah. Hal ini dapat dijelaskan oleh fakta bahwa literasi keuangan meningkatkan pengetahuan dan pemahaman individu yang berkaitan dengan manajemen keuangan; bagi non-Muslim, memperoleh literasi keuangan yang terkait dengan keuangan Syariah memungkinkan mereka untuk membiasakan diri dengan layanan keuangan Syariah, sehingga berpotensi meningkatkan minat mereka.

Preferensi masyarakat menunjukkan efek positif dan signifikan, sebagian, pada kepentingan masyarakat dalam terlibat dengan layanan keuangan Syariah. Hal ini disebabkan oleh pernyataan bahwa preferensi individu berfungsi sebagai penentu penting dalam pemilihan produk atau layanan yang mereka pilih untuk digunakan, dan ketika kecenderungan masyarakat terhadap layanan keuangan Syariah meningkat, begitu juga minat mereka untuk menggunakan layanan tersebut.

Edukasi, Literasi Keuangan, dan Preferensi Masyarakat secara simultan memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap kepentingan publik dalam memanfaatkan layanan keuangan Syariah. Hal ini disebabkan oleh penyediaan edukasi yang memadai dan literasi keuangan, yang memfasilitasi perolehan informasi dan pengetahuan yang jelas terkait dengan keuangan Syariah, di samping preferensi masyarakat yang secara signifikan membentuk kepentingan masyarakat.

Dari temuan ini, literatur keuangan Syariah diperkaya dengan pengamatan bahwa faktor-faktor penentu rasional seperti literasi dan preferensi lebih menonjol dibandingkan dengan edukasi formal dalam mempengaruhi kepentingan komunitas non-Muslim. Lembaga keuangan harus memprioritaskan inisiatif yang bertujuan meningkatkan literasi keuangan inklusif, mempromosikan strategi berbasis nilai universal, mendiversifikasi penawaran produk, dan mengadopsi metodologi kolaboratif dengan komunitas non-Muslim untuk memperluas jangkauan pasar.

Daftar Pustaka

- Ghafur Anshari. (2008). Penerapan Prinsip Syariah dalam Lembaga keuangan, Lembaga Pembiayaan, dan Perusahaan Pembiayaan. (Cet. I). Pustaka Pelajar.
- Abdullah, A., & Wahyuni, S. (2018). Literasi Keuangan dan Minat Menggunakan Layanan Keuangan Syariah. *Jurnal Keuangan Dan Perbankan*, 22(3), 456–468.

-
- Albab, A. U., & Zuhri, S. (2019). Pengaruh Manfaat, Pengetahuan Dan Edukasi Terhadap Minat Mahasiswa Dalam Berinvestasi Di Pasar Modal Syariah (Study Kasus Pada Mahasiswa IAIN Salatiga). *Li Falah Jurnal Studi Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 129–138.
- Augusty Ferdinand. (2006). *Metode Penelitian Manajemen Pedoman Penelitian Skripsi, Tesis, Dan Disertasi Ilmu Manajemen*. Universitas Diponegoro.
- Farinia Fianto. (2017). *Gerakan Literasi Nasional*. Kemendikbud.
- Imam Al-Mahalli dan As-Suyuthi. (2023). *Tafsir Al-Jalalain (Cet. V)*. UMMUL QURA.
- Irham Pakkawaru. (2020). *Pedoman Modal Statistik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palu*.
- Kementerian Agama Republik Indonesia. (2019). *Al-Qur'an dan Terjemahannya (Surah Al; Ankabut/29: 69 (ed.))*. Kemenag.
- Lestari. (2020). Analisis Preferensi Masyarakat terhadap Layanan Keuangan Syariah. *Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Islam*, 6(2), 123–135.
- Lusardi, A., & Mitchell, O. S. (2011). Financial Literacy: Implication for Retirement Wellbeing. *National Bureau of Economic Research*, 17–39.
- Marlina, L. (2020). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Non Muslim Menjadi Nasabah Bank Syariah Di Tasikmalaya. *Eqien: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 7(1), 33–40. <https://doi.org/10.34308/eqien.v7i1.110>
- Martono, N. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder (Edisi revisi)*. PT. Raja Grafindo Persada.
- Mustofa, U. (2020). Efektivitas Program Edukasi dan Religiositas dalam Meningkatkan Literasi dan Inklusi Keuangan Syariah. *Iqtisad: Reconstruction of Justice and Welfare for Indonesia*, 7(2), 214. <https://doi.org/10.31942/iq.v7i2.3710>
- Rosdiansyah, M. (2020). Pengaruh Religiusitas Dan Literasi Keuangan Syariah Masyarakat Kelurahan Siranindi Terhadap Penggunaan Jasa Perbankan Syariah. *IAIN Palu*.
- Rumapea, T. dan P. H. (1994). *Kamus Lengkap Ekonomi*. Erlangga.
- Setiawan, F., & Aini, L. N. (2023). Literasi Keuangan Syariah dan Preferensi Warga Pinggiran Kota terhadap Lembaga Keuangan Syariah. *Brilliant: Journal of Islamic Economics and Finance*, 1(1), 31–53.
- Syukri Iska. (2012). *Sistem Perbankan Syariah di Indonesia*. Fajar Media Press.
- Thamrin Abdullah dan Francis Tantri. (2013). *Manajemen Pemasaran (Cet. II)*. Raja Grafindo Persada.

Wiharno, H. (2017). Karakteristik Sosial Ekonomi Yang Mempengaruhi Literasi Keuangan Serta Dampaknya Terhadap Manajemen Keuangan Personal i(Survei Pada Pegawai Negeri Sipil Daerah di Kabupaten Kuningan). *Jurnal Riset Keuangan Dan Akuntansi*, 1(02), 1–15. <https://doi.org/10.25134/jrka.v1i02.437>