



# EVALUASI LITERASI KEUANGAN SYARIAH DAN PENGARUHNYA TERHADAP MINAT PENGUNAAN LAYANAN E-BANKING SYARIAH

Anom Garbo<sup>1\*</sup>, Muhamad Nur Ichsan<sup>2</sup>

Program Studi Ekonomi Islam, Universitas Islam Indonesia  
[anom.garbo@uui.ac.id](mailto:anom.garbo@uui.ac.id)

## Abstract

This study aims to measure the influence of the level of sharia digital financial literacy on the interest in using sharia e-banking services among MSME actors in Manisrenggo District, Klaten Regency, Central Java. A quantitative method is used in this research to determine the extent to which the level of sharia digital financial literacy affects the interest in using sharia e-banking. The level of sharia digital financial literacy is measured based on individuals' understanding of sharia financial management and their knowledge of sharia financial products and services available in digital technology. This study also considers control variables such as perceived ease of use and perceived usefulness to strengthen the estimation of interest in using sharia e-banking services. The research population includes 148 MSMEs registered in Manisrenggo District, with samples taken using purposive sampling techniques. Multiple regression analysis shows that the level of sharia digital financial literacy has a positive and significant effect on the interest in using sharia e-banking. Control variables such as perceived ease and usefulness also significantly influence this interest. The F-test also shows significant results with an F calculated value of 77.280 and an F table value of 2.766, as well as a significance value of 0.000 ( $<0.05$ ), indicating that sharia digital financial literacy, perceived ease, and perceived usefulness simultaneously affect the interest in using sharia e-banking.

**Keywords:** Sharia Digital Financial Literacy Level, Perception of Ease, Perception of Usefulness, Interest in Utilizing Sharia E-banking.

## Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengukur pengaruh tingkat literasi keuangan digital syariah terhadap minat penggunaan layanan e-banking syariah di kalangan pelaku UMKM di Kecamatan Manisrenggo, Kabupaten Klaten, Jawa Tengah. Metode kuantitatif digunakan dalam penelitian ini untuk mengetahui seberapa besar tingkat literasi keuangan digital syariah memengaruhi minat penggunaan e-banking syariah. Tingkat literasi keuangan digital syariah diukur berdasarkan pemahaman individu tentang pengelolaan keuangan syariah dan pengetahuan mengenai produk dan layanan keuangan syariah yang tersedia dalam teknologi digital. Penelitian ini juga mempertimbangkan variabel kontrol seperti persepsi kemudahan dan kemanfaatan dalam memperkuat estimasi minat penggunaan layanan e-banking syariah. Populasi penelitian melibatkan 148 UMKM yang terdaftar di Kecamatan Manisrenggo, dan sampel diambil menggunakan teknik purposive sampling. Analisis regresi berganda

menunjukkan bahwa tingkat literasi keuangan digital syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan e-banking syariah. Variabel kontrol seperti persepsi kemudahan dan kemanfaatan juga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat tersebut. Uji F juga menunjukkan nilai signifikan dengan F hitung sebesar 77,280 dan F tabel sebesar 2,766, serta nilai signifikansi 0,000 ( $<0,05$ ), yang mengindikasikan bahwa literasi keuangan digital syariah, persepsi kemudahan, dan persepsi kemanfaatan secara simultan mempengaruhi minat penggunaan e-banking syariah.

**Kata kunci:** Tingkat Pemahaman Keuangan Digital Syariah, Pandangan terhadap Kemudahan, Persepsi terhadap Manfaat, Ketertarikan dalam Memanfaatkan E-banking Syariah.

## 1. Pendahuluan

Perkembangan teknologi digital yang pesat, khususnya dalam sektor perbankan syariah, telah mengubah cara masyarakat berinteraksi dengan produk dan layanan keuangan. Masyarakat kini dituntut untuk memiliki pemahaman dan kemampuan dalam mengelola keuangan berbasis digital, baik dari segi manfaat maupun risiko yang mungkin timbul dari penggunaan layanan tersebut (Fisabilillah, Aji, & Prabowo, 2021). Literasi keuangan digital merujuk pada kemampuan seseorang untuk memahami, menganalisis, dan mengelola keuangan pribadi melalui teknologi digital yang tersedia (Prasad, Meghwal, & Dayama, 2018). Perkembangan ini menuntut adanya peningkatan literasi keuangan digital agar individu mampu mengambil keputusan finansial yang lebih baik. Rendahnya tingkat literasi keuangan digital dapat menyebabkan keputusan finansial yang buruk, yang pada gilirannya dapat mempengaruhi kesejahteraan seseorang (Rahayu, Ali, & Hidayah, 2022).

UMKM memiliki peran penting dalam perekonomian Indonesia, dan literasi keuangan syariah sangat relevan bagi para pelaku UMKM di negara ini. Indonesia, dengan populasi Muslim terbesar di dunia, menyaksikan peran sentral UMKM dalam mendorong pertumbuhan ekonomi dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat (Simangunsong, 2022). Pemerintah Indonesia terus mendorong pengembangan UMKM melalui berbagai kebijakan yang mendukung transformasi digital. Peningkatan jumlah pengguna internet di Indonesia juga mendorong sektor perbankan, termasuk perbankan syariah, untuk berinovasi dalam menyediakan produk dan layanan keuangan berbasis digital (Putri, 2020).

Dalam konteks ini, literasi keuangan digital syariah menjadi kunci bagi pelaku UMKM untuk beradaptasi dengan perkembangan teknologi. Literasi ini mencakup pemahaman dan pengetahuan terkait pengelolaan keuangan yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah, namun dalam konteks penggunaan teknologi digital. Literasi

keuangan yang baik tidak hanya meningkatkan kinerja UMKM, tetapi juga mendukung pertumbuhan bisnis di era digital (Bidasari, Sahrir, Goso, & Hamid, 2023). Pengetahuan yang memadai mengenai literasi keuangan digital syariah membantu pelaku UMKM memanfaatkan teknologi untuk pengelolaan keuangan yang lebih baik, sehingga mendorong pertumbuhan bisnis mereka di tengah perkembangan ekonomi digital.

Beberapa penelitian sebelumnya mengkaji pengaruh literasi keuangan terhadap minat penggunaan layanan perbankan digital. Ristianita (2022) menunjukkan bahwa persepsi kemudahan, kemanfaatan, dan kepercayaan secara signifikan mempengaruhi minat penggunaan e-banking. Namun, persepsi kemudahan dan kemanfaatan tidak selalu berhubungan positif dengan kepercayaan. Selain itu, Saputra (2022) menemukan bahwa literasi keuangan syariah memiliki pengaruh positif baik secara parsial maupun simultan terhadap minat penggunaan mobile banking syariah. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa faktor lain, seperti pendapatan dan kualitas layanan mobile banking, turut mempengaruhi minat pengguna.

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi pengaruh literasi keuangan digital syariah terhadap minat penggunaan layanan e-banking syariah di kalangan UMKM. Selain itu, penelitian ini juga mempertimbangkan persepsi kemudahan dan kemanfaatan sebagai variabel kontrol untuk memperkuat model estimasi. Dalam era digital yang semakin maju, pemahaman literasi keuangan digital syariah menjadi faktor penting bagi UMKM dalam memanfaatkan layanan e-banking syariah secara optimal.

## **2. Kajian Pustaka**

### **2.1 Literasi Keuangan Digital Syariah**

Literasi keuangan digital mengacu pada kemampuan individu untuk mengelola keuangan dengan memanfaatkan teknologi digital. Dalam konteks syariah, literasi keuangan digital juga mencakup pemahaman tentang prinsip-prinsip keuangan Islam yang diterapkan dalam platform digital, seperti perbankan syariah, investasi syariah, dan produk-produk keuangan syariah lainnya (Rahayu, Ali, Aulia, & Hidayah, 2022).

Studi menunjukkan bahwa semakin tinggi literasi keuangan digital syariah, semakin besar kemampuan individu dalam mengambil keputusan keuangan yang bijak dan memanfaatkan layanan keuangan digital secara optimal (Prasetya & Putra, 2020). Dengan kata lain, literasi keuangan digital yang baik memungkinkan pengguna untuk lebih terbuka terhadap adopsi teknologi baru, termasuk dalam layanan perbankan syariah (Bidasari, Sahrir, Goso, & Hamid, 2023).

### **2.2 Persepsi Kemudahan Dalam Penggunaan E Banking Syariah**

Persepsi kemudahan adalah sejauh mana seseorang meyakini bahwa menggunakan teknologi tertentu tidak memerlukan usaha yang berlebihan.

Dalam konteks e-banking syariah, persepsi kemudahan merujuk pada keyakinan pengguna bahwa layanan perbankan syariah berbasis digital mudah digunakan dan diakses (Davis, Bagozzi, & Warshaw, 1989). Riset terdahulu oleh Wijaya dan Sri (2023) menemukan bahwa persepsi kemudahan memiliki pengaruh signifikan terhadap minat adopsi mobile banking syariah di kalangan pelaku UMKM. Pengguna yang merasakan kemudahan dalam menggunakan layanan ini cenderung lebih tertarik dan lebih mungkin untuk mengadopsi teknologi tersebut (Ristiana, 2022).

### **2.3 Persepsi Kemanfaatan Dalam Penggunaan E Banking Syariah**

Persepsi kemanfaatan adalah keyakinan seseorang bahwa menggunakan teknologi tertentu akan meningkatkan kinerja atau memberikan manfaat. Dalam e-banking syariah, persepsi ini mengacu pada sejauh mana pengguna percaya bahwa penggunaan layanan ini akan mempermudah dan meningkatkan efisiensi pengelolaan keuangan mereka (Jaelani & Mutaqin, 2023).

Penelitian oleh Pratama dan Saputra (2019) mengungkapkan bahwa persepsi manfaat memiliki pengaruh signifikan terhadap minat penggunaan e-money di kalangan masyarakat Surabaya. Studi lain juga mendukung temuan ini, dengan menunjukkan bahwa persepsi manfaat menjadi salah satu faktor utama yang mendorong adopsi teknologi keuangan berbasis syariah (Saputra, 2022).

### **2.4 Kepercayaan Terhadap E Banking Syariah**

Kepercayaan terhadap teknologi digital adalah faktor penting dalam menentukan apakah seseorang akan menggunakan layanan keuangan digital, termasuk e-banking syariah. Kepercayaan terhadap keamanan, keandalan, dan kesesuaian layanan dengan prinsip-prinsip syariah menjadi landasan utama dalam adopsi teknologi ini (Fisabilillah, Aji, & Prabowo, 2021). Riset oleh Nurzanita dan Marlina (2020) menunjukkan bahwa kepercayaan dapat memediasi hubungan antara persepsi kemudahan dan minat penggunaan layanan keuangan digital.

### **2.5 Kerangka Konseptual dan Penyusunan Hipotesis**

Berdasarkan model **Technology Acceptance Model (TAM)** yang dikembangkan oleh Davis et al. (1989), persepsi kemudahan dan persepsi kemanfaatan adalah faktor kunci yang memengaruhi adopsi teknologi baru. TAM menjelaskan bahwa jika pengguna merasa bahwa teknologi tertentu mudah digunakan dan memberikan manfaat, maka kemungkinan besar mereka akan mengadopsi teknologi tersebut (Rahayu et al., 2022). Dalam konteks e-banking syariah, literasi keuangan digital syariah juga berperan penting dalam meningkatkan persepsi kemudahan dan kemanfaatan

pengguna, yang pada akhirnya meningkatkan minat pengguna untuk mengadopsi layanan tersebut.

Berdasarkan kajian literatur yang telah diuraikan, model penyusunan hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

**H<sub>1</sub>:** Literasi keuangan digital syariah berpengaruh positif terhadap minat penggunaan e-banking syariah.

**H<sub>2</sub>:** Persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan e-banking syariah.

**H<sub>3</sub>:** Persepsi kemanfaatan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan e-banking syariah.

**H<sub>4</sub>:** Kepercayaan berperan sebagai variabel mediasi antara persepsi kemudahan dan minat penggunaan e-banking syariah.

### 3. Metode Penelitian

Metode penelitian ini mengadopsi pendekatan kuantitatif untuk mengeksplorasi dinamika pelaku usaha UMKM di Kecamatan Manisrenggo, Kabupaten Klaten. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2022, di Kecamatan ini terdapat 147 UMKM yang telah memperoleh izin usaha, sementara satu UMKM lainnya masih belum memiliki izin tersebut. Dalam konteks ini, UMKM memiliki peranan penting dalam perekonomian lokal, yang mencakup aspek penciptaan lapangan kerja dan kontribusi terhadap produk domestik regional (Irawan, 2021).

Dalam penelitian ini, penarikan sampel dilakukan dengan kriteria tertentu yang relevan, sehingga terpilihlah 60 UMKM sebagai sampel. Kriteria penarikan sampel ini mencakup kapasitas UMKM serta lama usaha yang dijalankan hingga tahun 2023. Pemilihan sampel yang tepat sangat krusial untuk mendapatkan hasil yang representatif dan valid (Sugiyono, 2020).

Model analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda, yang memungkinkan peneliti untuk mengukur hubungan antara beberapa variabel independen dan satu variabel dependen. Metode ini sangat efektif dalam memberikan gambaran tentang seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Dalam konteks penelitian ini, variabel independen yang dianalisis meliputi literasi keuangan digital syariah, persepsi kemudahan, dan persepsi kemanfaatan. Sementara itu, variabel dependen yang menjadi fokus utama adalah minat pelaku UMKM dalam menggunakan e-banking syariah.

Pentingnya literasi keuangan digital syariah dalam konteks UMKM tidak bisa diabaikan, terutama dalam era digital yang terus berkembang. Menurut Rahmawati (2022), peningkatan literasi keuangan digital dapat memengaruhi keputusan pelaku usaha untuk mengadopsi layanan keuangan berbasis teknologi, termasuk e-banking syariah. Persepsi kemudahan dalam penggunaan layanan ini juga menjadi faktor yang

signifikan. Penelitian oleh Setiawan dan Tanjung (2021) menunjukkan bahwa semakin mudah akses dan penggunaan suatu layanan, semakin besar minat pelaku usaha untuk memanfaatkannya.

Selain itu, persepsi kemanfaatan, yang mengacu pada sejauh mana pengguna percaya bahwa menggunakan e-banking syariah akan meningkatkan kinerja usaha mereka, juga menjadi variabel kunci. Menurut Venkatesh et al. (2016), persepsi kemanfaatan dapat mendorong adopsi teknologi baru, yang sangat relevan untuk UMKM yang ingin meningkatkan efisiensi operasional mereka. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengestimasi pengaruh ketiga variabel independen tersebut terhadap minat penggunaan e-banking syariah, yang merupakan layanan keuangan yang sesuai dengan prinsip syariah dan memberikan solusi bagi pelaku UMKM. Melalui analisis tersebut, diharapkan penelitian ini dapat memberikan wawasan yang lebih dalam mengenai faktor-faktor yang memengaruhi penggunaan e-banking syariah oleh UMKM di Kecamatan Manisrenggo. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai dasar bagi pengambil kebijakan dan lembaga keuangan untuk merancang program yang dapat mendukung peningkatan literasi keuangan dan adopsi teknologi di kalangan pelaku usaha UMKM.

#### 4. Hasil dan Pembahasan

**Tabel 4.1 Tingkat Literasi Keuangan Digital Syariah**

Indikator	Nomer Pernyataan	Jumlah Jawaban					Skor	%
		STS	TS	N	S	SS		
konsep dasar keuangan syariah	1	3	27	21	8	1	157	52,3
	2	2	25	22	10	1	163	54,3
	3	3	20	26	9	2	167	55,6
	4	0	15	27	15	3	186	62
	5	0	15	35	8	2	177	59
	6	0	5	36	14	5	199	66,3
	7	0	8	33	16	3	194	64,6
	8	0	22	26	11	1	171	57
	9	1	25	23	8	3	167	55,6
	10	0	25	25	8	2	167	55,6
	11	0	18	27	10	5	182	60,6

	12	0	19	28	11	2	176	58,6
	13	0	18	27	11	4	181	60,3
	14	0	26	18	13	3	173	57,6
<b>Konsep</b>	15	0	15	26	14	5	189	63
<b>Dasar</b>	16	0	7	32	16	5	199	66,3
<b>Keuangan</b>	17	0	19	27	11	3	178	59,3
<b>Digital</b>	18	0	9	33	15	3	192	64
	19	0	8	27	20	5	202	67,3
	20	0	10	35	14	1	186	62
<b>Total Presentase</b>								1201,3
<b>Skor = (Jumlah Jawaban x Likert)</b>								
<b>Hasil Presentasi Tingkat Literasi Keuangan Digital Syariah</b>								60,06%

Sumber: data diolah penulis, 2024.

Berdasarkan analisis data yang tertera dalam tabel, diperoleh nilai total skor sebesar 1201,3 dari 20 pernyataan yang diujikan. Untuk menghitung rata-rata persentase nilai skor, nilai total tersebut dibagi dengan jumlah pernyataan, sehingga menghasilkan angka 60,06. Angka ini mencerminkan tingkat literasi keuangan digital syariah di kalangan pelaku UMKM di Kecamatan Manisrenggo, yang berada pada angka 60,06%. Dalam mengkategorikan tingkat literasi keuangan, Chen dan Volpe (1998) menyatakan bahwa literasi keuangan dapat dibagi menjadi tiga kategori: rendah ( $< 60$ ), sedang ( $60 \leq 80$ ), dan tinggi ( $> 80$ ). Dengan hasil pengukuran yang menunjukkan skor 60,06%, literasi keuangan digital syariah UMKM di Kecamatan Manisrenggo dapat dikategorikan sebagai sedang. Kategori ini menunjukkan bahwa walaupun pelaku UMKM memiliki pemahaman dasar mengenai literasi keuangan digital, masih terdapat ruang untuk peningkatan.

Literasi keuangan digital sangat penting bagi UMKM, terutama dalam era digitalisasi yang semakin berkembang. Penelitian oleh Mien et al. (2022) menegaskan bahwa literasi keuangan yang baik berkontribusi terhadap pengambilan keputusan yang lebih baik, termasuk dalam pengelolaan keuangan dan pemanfaatan teknologi keuangan. Di sisi lain, Yuliana et al. (2023) menyoroti bahwa literasi yang rendah dapat menyebabkan ketidakmampuan pelaku usaha dalam memanfaatkan produk keuangan yang sesuai dengan prinsip syariah, sehingga berdampak pada keberlangsungan usaha mereka. Tingkat literasi yang berada dalam kategori sedang

menunjukkan bahwa masih ada tantangan bagi pelaku UMKM untuk memahami sepenuhnya konsep keuangan digital syariah. Menurut Rahman et al. (2021), faktor-faktor yang memengaruhi literasi keuangan meliputi pendidikan, pengalaman, dan akses terhadap informasi keuangan. Oleh karena itu, peningkatan akses dan penyediaan informasi yang relevan sangat diperlukan untuk membantu UMKM memahami literasi keuangan digital dengan lebih baik.

Implementasi program pelatihan dan pendidikan keuangan digital dapat menjadi salah satu solusi untuk meningkatkan literasi di kalangan UMKM. Penelitian oleh Tanjung dan Puspitasari (2022) menunjukkan bahwa program pelatihan yang dirancang dengan baik dapat meningkatkan pengetahuan dan kepercayaan pelaku UMKM dalam menggunakan produk keuangan digital, termasuk e-banking syariah. Ini akan berdampak positif pada kemampuan mereka untuk mengambil keputusan keuangan yang lebih baik dan memanfaatkan layanan keuangan dengan efektif. Lebih lanjut, literasi keuangan digital syariah yang baik diharapkan dapat meningkatkan partisipasi UMKM dalam ekosistem keuangan syariah. Menurut Sari et al. (2023), peningkatan literasi ini tidak hanya bermanfaat bagi pelaku UMKM, tetapi juga berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi lokal dan nasional. Oleh karena itu, penting bagi pemerintah dan lembaga keuangan untuk berkolaborasi dalam merancang kebijakan dan program yang dapat mendukung peningkatan literasi keuangan digital syariah di kalangan UMKM.

Dengan demikian, hasil penelitian ini menggarisbawahi pentingnya upaya berkelanjutan untuk meningkatkan literasi keuangan digital syariah di kalangan pelaku UMKM. Hal ini akan memungkinkan mereka untuk lebih memanfaatkan peluang yang ada dalam dunia keuangan digital dan meningkatkan daya saing usaha mereka di era global yang semakin kompetitif.

### **Hasil Analisis Regresi Berganda**

Analisis regresi linier berganda diterapkan untuk mengevaluasi dampak beberapa variabel independen terhadap satu variabel dependen. Metode ini memungkinkan peneliti untuk memahami sejauh mana variabel-variabel independen tersebut saling berinteraksi dan memengaruhi variabel terikat. Dengan menggunakan model ini, kita dapat memperoleh wawasan yang lebih mendalam tentang hubungan antara faktor-faktor yang diteliti serta dampaknya terhadap hasil yang diinginkan (Hair et al., 2021).

Dalam penelitian ini, analisis regresi linier berganda dilakukan untuk menjelaskan pengaruh dari beberapa variabel independen terhadap variabel dependen yang ditentukan. Hasil dari analisis ini memberikan informasi penting tentang kekuatan dan arah hubungan antar variabel, yang dapat digunakan untuk membuat keputusan yang lebih tepat di bidang yang relevan. Misalnya, dengan



mengetahui pengaruh signifikan dari variabel-variabel tertentu, pemangku kepentingan dapat mengembangkan strategi yang lebih efektif untuk meningkatkan kinerja atau hasil yang diharapkan. Hasil analisis regresi linier berganda ini selanjutnya akan diuraikan untuk menunjukkan pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen yang diteliti.

**Tabel 4.2 Hasil Analisis Regresi**

Model		Unstandardized Coefficients	
		B	Std. Error
1	(Constant)	0.507	1.134
	Literasi Keuangan Digital Syariah (X1)	0.066	0.021
	Presepsi kemudahan (X2)	0.321	0.104
	Presepsi Kemanfaatan (X3)	0.362	0.114

*Sumber: SPSS data diolah penulis, 2024*

Berdasarkan pada tabel, maka persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

$$Y = 0,507 + 0,066X_1 + 0,321X_2 + 0,362X_3 + e$$

Nilai konstanta yang tercantum adalah 0,507, yang menunjukkan bahwa ketika variabel literasi keuangan digital syariah, persepsi kemudahan, dan persepsi kemanfaatan berada pada nilai 0, pengguna layanan e-banking syariah mengalami peningkatan sebesar 0,507.

Variabel literasi keuangan digital syariah (X1) menunjukkan pengaruh positif terhadap variabel dependen. Ini terlihat dari nilai koefisien yang mencapai 0,066, yang berarti jika nilai X1 meningkat sebesar 1 satuan, maka nilai Y akan bertambah sebesar 0,066 atau 6,6%.

Variabel persepsi kemudahan (X2) juga memberikan pengaruh positif terhadap variabel dependen. Hal ini dibuktikan dengan nilai koefisien sebesar 0,321, yang menunjukkan bahwa peningkatan 1 satuan pada X2 akan menyebabkan kenaikan nilai Y sebesar 0,321 atau 32,1%.

Variabel persepsi kemanfaatan (X3) memiliki pengaruh positif terhadap variabel dependen, terlihat dari nilai koefisien sebesar 0,362. Ini berarti bahwa jika X3 bertambah 1 satuan, nilai Y akan meningkat sebesar 0,362 atau 36,2%.

## Analisis Koefisien Determinasi

Tabel 4.3 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted Square	RStd. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.897 <sup>a</sup>	.805	.795	1.376	1.392

a. Predictors: (Constant), Presepsi Kemanfaatan (X3), Literasi Keuangan Digital Syariah (X1), Presepsi kemudahan (X2)

b. Dependent Variable: Minat Penggunaan E-Banking Syariah (Y)

Sumber: SPSS, data diolah penulis 2024

Dari tabel yang disajikan, terlihat bahwa nilai R-squared mencapai 0,805, yang diperoleh dari pengkuadratan nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,897, sehingga  $0,897 \times 0,897 = 0,805$  atau 80,5%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel independen, yaitu literasi keuangan digital syariah, persepsi kemudahan, dan persepsi kemanfaatan, mampu menjelaskan 80,5% dari variabel dependen, yaitu minat penggunaan e-banking. Sisa 19,5% dari variabel dependen tersebut dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Hasil ini menekankan pentingnya literasi keuangan digital dan persepsi pengguna terhadap kemudahan serta manfaat dalam meningkatkan minat penggunaan layanan e-banking. Sejalan dengan temuan ini, penelitian oleh Aremu dan Adeyemi (2021) menunjukkan bahwa literasi keuangan yang lebih tinggi dapat meningkatkan kepercayaan pengguna dalam menggunakan teknologi keuangan. Hal ini berarti bahwa upaya untuk meningkatkan literasi keuangan digital di kalangan pelaku usaha sangat penting, sehingga mereka dapat lebih memahami dan memanfaatkan layanan e-banking dengan efektif (Liu et al., 2023). Oleh karena itu, pengembangan program pendidikan keuangan menjadi sangat relevan untuk meningkatkan adopsi teknologi keuangan.

## 5. Analisis Pembahasan

### Tingkat Literasi Keuangan Digital Syariah

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan melalui distribusi kuesioner kepada responden, data yang terkumpul kemudian diolah menggunakan aplikasi Microsoft Excel. Dari analisis tersebut, terungkap bahwa tingkat literasi keuangan digital syariah di kalangan UMKM di Kecamatan Manisrenggo berada pada kategori sedang, dengan skor mencapai 60,06%. Temuan ini menunjukkan bahwa para pelaku UMKM masih belum sepenuhnya memahami konsep dan praktik

keuangan digital syariah, serta masih banyak pelaku UMKM yang kurang mengerti aspek-aspek penting dari keuangan digital yang berbasis syariah.

Temuan ini didukung oleh hasil wawancara langsung yang dilakukan dengan pelaku UMKM serta instansi terkait. Wawancara tersebut menunjukkan bahwa literasi keuangan digital syariah di kalangan UMKM masih berada di bawah potensi maksimal. Berbagai faktor mempengaruhi situasi ini, di antaranya adalah kurangnya penyuluhan dan pendampingan yang diberikan kepada UMKM mengenai keuangan digital oleh pemerintah dan lembaga terkait. Pendampingan yang telah dilakukan selama ini dinilai belum efektif, sebagian besar disebabkan oleh kendala dan keterbatasan yang dihadapi oleh instansi terkait dalam menjangkau seluruh pelaku UMKM.

Literasi keuangan digital yang tinggi sangat penting dalam konteks perkembangan ekonomi yang semakin cepat. Sebuah studi oleh Raza et al. (2022) menegaskan bahwa pemahaman yang baik tentang keuangan digital dapat meningkatkan keputusan finansial dan keberlanjutan bisnis. Namun, di lapangan, tantangan yang harus diatasi untuk mencapai tingkat literasi yang optimal masih signifikan.

Faktor lain yang berkontribusi terhadap rendahnya literasi ini adalah kurangnya kolaborasi antara instansi pemerintah dan lembaga penyedia jasa layanan keuangan syariah. Menurut penelitian oleh Alalwan et al. (2021), kolaborasi antara berbagai pihak sangat penting dalam mempromosikan literasi keuangan digital, khususnya di kalangan UMKM. Lembaga keuangan syariah dapat berperan aktif dalam menyediakan program pendidikan dan pelatihan yang diperlukan, serta membantu dalam penyuluhan mengenai manfaat dan cara penggunaan produk keuangan digital syariah.

Oleh karena itu, diperlukan sinergi antara pemerintah dan lembaga keuangan untuk meningkatkan efektivitas program literasi keuangan digital. Hal ini dapat mencakup penyelenggaraan seminar, workshop, serta program pendampingan yang bertujuan untuk memberikan pemahaman yang lebih mendalam kepada pelaku UMKM. Dengan demikian, UMKM tidak hanya memahami teori, tetapi juga dapat mengimplementasikan pengetahuan tersebut dalam praktik sehari-hari mereka.

Menghadapi era digitalisasi yang semakin maju, literasi keuangan digital syariah menjadi kunci untuk meningkatkan daya saing UMKM. Penelitian oleh Tanjung dan Puspitasari (2023) menunjukkan bahwa pemahaman yang baik tentang keuangan digital dapat meningkatkan adopsi layanan e-banking, yang sangat penting bagi pertumbuhan usaha. Dengan demikian, investasi dalam pendidikan keuangan digital dan kemitraan yang strategis antara berbagai pihak harus menjadi prioritas untuk mencapai tujuan tersebut. Secara keseluruhan,

untuk mencapai tingkat literasi keuangan digital syariah yang lebih tinggi di kalangan UMKM, diperlukan pendekatan yang lebih terintegrasi dan kolaboratif. Dengan meningkatkan pemahaman dan kemampuan pelaku usaha, kita dapat mendukung pertumbuhan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan di wilayah ini.

### **Pengaruh Tingkat Literasi Keuangan Digital Syariah Terhadap Minat Menggunakan E Banking Syariah**

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada responden, data yang diperoleh kemudian dianalisis menggunakan aplikasi SPSS. Hasil analisis menunjukkan bahwa nilai thitung (3,082) lebih besar daripada ttabel (2,00324), dengan nilai signifikansi yang lebih kecil dari 0,05 ( $0,03 < 0,05$ ). Temuan ini mengindikasikan bahwa variabel literasi keuangan digital syariah memiliki pengaruh signifikan secara parsial terhadap minat penggunaan e-banking syariah di kalangan pelaku usaha UMKM di Kecamatan Manisrenggo. Penelitian ini sejalan dengan temuan Aisyah dan Wicaksono (2020), yang mengungkapkan bahwa literasi keuangan syariah berdampak positif pada keputusan penggunaan produk perbankan syariah. Dalam studi mereka, kontribusi literasi keuangan syariah terhadap keputusan penggunaan produk perbankan mencapai 74,4%, sementara 25,6% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain. Hal ini menunjukkan bahwa literasi keuangan syariah memainkan peran penting dalam pengambilan keputusan terkait produk keuangan. Selain itu, penelitian oleh Jaelani dan Mutaqin (2023) juga menemukan bahwa literasi keuangan syariah berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan layanan lembaga keuangan syariah, dengan nilai signifikansi 0,000, yang juga berada di bawah 0,05.

Data kuantitatif tersebut diperkuat oleh wawancara kualitatif yang dilakukan kepada sejumlah responden dari pelaku UMKM serta instansi terkait. Hasil wawancara menunjukkan konsensus di antara responden bahwa tingkat literasi keuangan digital syariah berpengaruh signifikan terhadap minat mereka untuk menggunakan e-banking syariah. Responden dengan pemahaman yang rendah tentang keuangan digital syariah cenderung kurang berminat untuk memanfaatkan layanan tersebut, sedangkan mereka yang memiliki pemahaman yang baik menunjukkan minat yang lebih besar. Pihak instansi terkait yang diwawancarai juga menegaskan bahwa pemahaman tentang keuangan digital, khususnya yang berkaitan dengan syariah, berpengaruh terhadap minat penggunaan e-banking. Dari analisis ini, dapat disimpulkan bahwa literasi keuangan digital syariah mempengaruhi minat penggunaan e-banking syariah pada pelaku usaha UMKM di Kecamatan Manisrenggo. Data kuantitatif dan kualitatif dalam penelitian ini saling mendukung, menunjukkan keselarasan antara hasil analisis statistik dan wawancara yang dilakukan.

## **Pengaruh Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Menggunakan E Banking Syariah**

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan melalui kuesioner yang disebarakan kepada responden, data yang terkumpul kemudian dianalisis menggunakan aplikasi SPSS. Hasil analisis menunjukkan bahwa nilai thitung (3,082) lebih tinggi dibandingkan ttabel (2,00324) dan nilai signifikansi tercatat di bawah 0,05 ( $0,03 < 0,05$ ). Ini mengindikasikan bahwa variabel persepsi kemudahan memiliki pengaruh signifikan secara parsial terhadap minat penggunaan e-banking syariah di kalangan pelaku UMKM di Kecamatan Manisrenggo.

Hasil ini berbeda dengan temuan Muthi'ah dan Indrarini (2022), yang menyatakan bahwa persepsi kemudahan tidak memiliki pengaruh positif terhadap minat menggunakan dompet digital syariah. Namun, penelitian ini didukung oleh penelitian Wijaya dan Sri (2023), yang menemukan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan mobile banking oleh UMKM di Kota Palembang. Selain itu, Prasetya dan Putra (2020) juga mencatat bahwa persepsi kemudahan secara signifikan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan uang elektronik di Surabaya.

Data kuantitatif ini diperkuat oleh wawancara kualitatif yang dilakukan dengan beberapa responden dari pelaku UMKM serta instansi terkait. Hasil wawancara menunjukkan bahwa semua responden merasakan kemudahan saat menggunakan layanan keuangan digital. Meskipun mereka menyadari kemudahan yang ditawarkan, pemahaman mereka masih terbatas, dan banyak yang masih menggunakan layanan keuangan digital konvensional. Mereka sepakat bahwa kemudahan merupakan salah satu faktor utama dalam memilih layanan keuangan digital. Responden dari instansi terkait juga menekankan pentingnya persepsi kemudahan, di mana individu cenderung tertarik pada layanan yang memberikan dampak positif secara langsung. Persepsi kemudahan ini menjadi salah satu pendorong minat dalam menggunakan layanan keuangan digital, khususnya e-banking syariah.

## **Pengaruh Persepsi Kemanfaatan Terhadap Minat Penggunaan E Banking Syariah**

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada responden, data yang terkumpul dianalisis menggunakan aplikasi SPSS. Hasil analisis menunjukkan bahwa nilai thitung (3,171) lebih besar daripada ttabel (2,00324) dan nilai signifikansi tercatat di bawah 0,05 ( $0,02 < 0,05$ ). Ini mengindikasikan bahwa variabel literasi keuangan digital syariah secara signifikan

memengaruhi minat penggunaan e-banking syariah di kalangan pelaku UMKM di Kecamatan Manisrenggo.

Temuan ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Wijaya dan Sri (2023), yang menemukan bahwa persepsi kemanfaatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan mobile banking di UMKM Kota Palembang. Selain itu, Prasetya dan Putra (2020) juga mencatat bahwa persepsi pemanfaatan berkontribusi secara signifikan dan positif terhadap minat penggunaan e-money di masyarakat Surabaya.

Data kuantitatif di atas diperkuat oleh wawancara kualitatif yang dilakukan dengan beberapa responden dari pelaku UMKM serta instansi terkait. Hasil wawancara menunjukkan bahwa pelaku UMKM, terutama yang telah menggunakan produk keuangan digital, baik konvensional maupun syariah, mengakui manfaat positif dari produk tersebut. Manfaat yang dirasakan secara langsung mencakup kemudahan dalam melakukan transaksi kapan saja dan di mana saja sesuai kebutuhan. Persepsi tentang kemanfaatan ini berpengaruh langsung terhadap minat pelaku UMKM untuk menggunakan layanan keuangan digital.

Instansi terkait juga mengonfirmasi bahwa individu cenderung tertarik pada manfaat yang dapat dirasakan secara langsung. Dari data yang diperoleh di lapangan serta hasil dari penyuluhan dan pendampingan yang dilakukan, pelaku UMKM lebih memilih menggunakan produk yang memberikan manfaat nyata. Kesimpulannya, persepsi kemanfaatan berpengaruh terhadap minat dalam menggunakan e-banking syariah di kalangan pelaku usaha UMKM.

## 6. Kesimpulan

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa tingkat literasi keuangan digital syariah di kalangan pelaku UMKM di Kecamatan Manisrenggo berada pada kategori sedang, dengan skor 60,06%. Secara individual, literasi keuangan digital syariah memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap minat penggunaan e-banking syariah, dengan nilai thitung sebesar 3,082 dan signifikansi 0,03. Selain itu, persepsi kemudahan juga menunjukkan pengaruh positif terhadap minat tersebut, dengan nilai thitung 3,082 dan signifikansi 0,03. Di sisi lain, persepsi kemanfaatan memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap minat penggunaan e-banking syariah, dengan nilai thitung 3,171 dan signifikansi 0,02.

Secara simultan, literasi keuangan digital syariah, persepsi kemudahan, dan persepsi kemanfaatan terbukti berkontribusi secara positif terhadap minat penggunaan e-banking syariah. Hasil uji F menunjukkan signifikansi, di mana nilai F tabel adalah 2,766, dan nilai F hitung mencapai 77,280, yang berarti F hitung

lebih besar daripada F tabel, dengan nilai signifikansi 0,000 yang kurang dari 0,05. Temuan ini menegaskan bahwa literasi keuangan digital syariah serta persepsi kemudahan dan kemanfaatan memiliki dampak signifikan terhadap keputusan pelaku UMKM dalam mengakses produk dan fitur perbankan syariah. Oleh karena itu, perbankan syariah perlu merespons fenomena ini dengan mempertimbangkan penerapan strategi dalam manajemen operasional dan pembiayaan. Kegiatan operasional bank syariah memerlukan perencanaan yang matang agar dapat memenuhi kebutuhan segmen nasabah yang relevan. Terlebih lagi, produk berbasis digital harus diperhatikan, mengingat jumlah nasabah yang terbiasa dengan teknologi digital masih terbatas dibandingkan nasabah konvensional. Bank syariah diharapkan untuk memperluas jangkauan manfaat dan sasaran dalam penetrasi produk digital banking, sehingga dapat mengakomodasi kepentingan nasabah serta calon nasabah yang berpotensi.

## 7. Daftar Pustaka

- Aisyah, N., & Wicaksono, A. (2020). The impact of financial literacy on the use of Islamic banking products. *Journal of Islamic Finance*, 9(1), 12-20.
- Alalwan, A. A., Dwivedi, Y. K., & Rana, N. P. (2021). Digital marketing: The role of perceived value and customer satisfaction in influencing customer loyalty. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 59, 102377.
- Aremu, M. A., & Adeyemi, A. Y. (2021). Financial literacy and its impact on the performance of small and medium enterprises in Nigeria. *Journal of Business Research*, 124, 458-465.
- Bidasari, B. S., Sahrir, S., Goso, G., & Hamid, R. S. (2023). Peran literasi keuangan dan literasi digital dalam meningkatkan kinerja UMKM. *Owner*, 7(2), 1635–1645. <https://doi.org/10.33395/owner.v7i2.1404>
- Chen, H., & Volpe, R. P. (1998). An analysis of personal financial literacy among college students. *Financial Services Review*, 7(2), 107-128.
- Fisabilillah, L. S., Aji, T., & Prabowo, P. S. (2021). Literasi keuangan digital sebagai upaya pembekalan UMKM kampung binaan Go Digital. *DINAMIS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(2), 62–69. <https://doi.org/10.33752/dinamis.v1i2.501>
- Irawan, B. (2021). Peran UMKM dalam Perekonomian Lokal. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 15(2), 123-135.
- Jaelani, J., & Mutaqin, M. (2023). Financial literacy and its influence on the adoption of Islamic financial products. *International Journal of Financial Studies*, 11(2), 45-59.

- Liu, Y., Wang, L., & Zhang, R. (2023). The role of perceived usefulness in the adoption of digital banking by small and medium enterprises. *International Journal of Information Management*, 63, 102456.
- Mien, P., Thanh, T. T., & An, N. Q. (2022). The impact of financial literacy on financial management behavior of small and medium enterprises. *International Journal of Financial Studies*, 10(1), 25.
- Muthi'ah, U., & Indrarini, N. (2022). The effect of perceived ease of use on the intention to use sharia digital wallets. *Journal of Islamic Banking and Finance*, 12(1), 34-45.
- Prasad, H., Meghwal, D., & Dayama, V. (2018). Digital financial literacy: A study of households in Udaipur. *Journal of Business and Management*, 5(1), 23–32. <https://doi.org/10.3126/jbm.v5i0.27385>
- Prasetya, I., & Putra, A. (2020). Perception of ease of use and its impact on electronic money usage in Surabaya. *International Journal of Business and Management Invention*, 9(2), 23-30.
- Putri, R. M. (2020). Digital transformation in the banking sector: Indonesian perspectives. *Jurnal Ekonomi & Bisnis Indonesia*, 5(3), 151–170. <https://doi.org/10.24843/eja.2019.v27.i02.p04>
- Rahmawati, A. (2022). Literasi Keuangan Digital dan Dampaknya terhadap Adopsi E-Banking Syariah. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 10(1), 45-60.
- Rahman, A., Hossain, M., & Rahman, M. (2021). Financial literacy and its determinants among small business owners: Evidence from Bangladesh. *Journal of Small Business Management*, 59(2), 345-364.
- Rahayu, R., Ali, S., & Hidayah, R. (2022). The current digital financial literacy and financial behavior in Indonesian millennial generation. *Journal of Accounting and Investment*, 23(1), 78–94. <https://doi.org/10.18196/jai.v23i1.13205>
- Raza, S. A., Sadiq, M., & Batool, S. (2022). Financial literacy and its impact on small and medium-sized enterprises: Evidence from Pakistan. *International Journal of Finance & Economics*, 27(3), 3121-3131.
- Ristiana, N. (2022). Analisis pengaruh literasi keuangan digital terhadap minat mahasiswa dalam penggunaan layanan e-banking. *Jurnal Ekonomi Islam*, 7(30), 425–444.
- Saputra, A. (2022). Pengaruh literasi keuangan syariah, kepercayaan dan religiusitas terhadap penggunaan mobile banking syariah di Kecamatan Bebesen. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 10(1), 100–115. <https://doi.org/10.21043/jes.v10i1.6321>
- Sari, R., Putra, D., & Fajriani, L. (2023). The role of financial literacy in enhancing financial performance among SMEs in Indonesia. *Asian Journal of Business and Accounting*, 16(1), 99-120.



- Setiawan, D., & Tanjung, D. (2021). Persepsi Kemudahan dan Kemanfaatan terhadap Minat Adopsi E-Banking. *Jurnal Teknologi dan Sistem Informasi*, 8(3), 78-88.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Tanjung, H., & Puspitasari, D. (2022). The effectiveness of financial literacy training for small and medium enterprises. *Journal of Economic Studies*, 49(3), 589-604.
- Tanjung, H., & Puspitasari, D. (2023). The effectiveness of financial literacy programs for small and medium enterprises in Indonesia. *Journal of Economic Studies*, 50(1), 45-64.
- Venkatesh, V., Thong, J. Y. L., & Xu, X. (2016). Unified Theory of Acceptance and Use of Technology: A Synthesis and the Road Ahead. *Journal of the Association for Information Systems*, 17(5), 328-376.
- Wijaya, R., & Sri, M. (2023). The influence of perceived ease of use on mobile banking adoption among SMEs in Palembang. *Asian Journal of Accounting Research*, 8(1), 67-80.
- Yuliana, E., Maulana, A., & Rizki, R. (2023). The influence of digital financial literacy on the utilization of digital banking among SMEs. *Journal of Business Research*, 143, 654-663.