

Pengaruh Tingkat Literasi Keuangan Syariah dan Persepsi Kemudahan Layanan Digital Terhadap Loyalitas Masyarakat Dusun Iburaja Menggunakan Tabungan BSI

Aprelya Franola¹, Luqman Hakim²

^{1,2}Universitas Negeri Surabaya

¹aprelya.22038@mhs.unesa.ac.id, ²luqmanhakim@unesa.ac.id

ABSTRACT

Digitalization in rural Islamic banking is still hindered by the digital divide and limited public cognitive understanding. This study aims to examine and analyze the partial and simultaneous effects of Sharia Financial Literacy and Perceived Ease of Digital Service on the loyalty of the Dusun Iburaja Community in using BSI Savings. A quantitative approach with a causal-associative design was applied. The population consisted of BSI customers in Dusun Iburaja, selected using the total sampling technique. Data were gathered through online questionnaires and evaluated using multiple linear regression analysis. The results show that partially, Sharia Financial Literacy has a positive and significant effect on customer loyalty and emerges as the most dominant predictor. The Perceived Ease of Digital Service variable also proves to have a positive and significant partial effect. Simultaneously, both independent variables significantly influence customer loyalty. The combination of these variables explains most of the variation in loyalty, while the remainder is influenced by factors outside the model. The study concludes that accelerating financial inclusion in rural areas requires a harmonious synergy between strengthening Sharia value education and simplifying digital platform operations to mitigate customers' psychological anxiety.

Keywords: BSI Mobile, digitalization, financial literacy, loyalty

ABSTRAK

Digitalisasi perbankan syariah di pedesaan masih terhambat oleh fenomena kesenjangan digital dan keterbatasan pemahaman kognitif masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh Tingkat Literasi Keuangan Syariah dan Persepsi Kemudahan Layanan Digital secara parsial maupun simultan terhadap Loyalitas Masyarakat Dusun Iburaja dalam Menggunakan Tabungan BSI. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan desain kausal-asosiatif. Populasi penelitian terdiri dari nasabah BSI di Dusun Iburaja yang dipilih menggunakan teknik total sampling. Data dikumpulkan melalui kuesioner daring dan dianalisis menggunakan regresi linear berganda. Hasil analisis menunjukkan bahwa secara parsial, Literasi Keuangan Syariah berpengaruh positif dan signifikan serta menjadi faktor penentu paling dominan dalam memengaruhi loyalitas masyarakat. Variabel Kemudahan Layanan Digital juga terbukti memiliki

pengaruh positif dan signifikan secara parsial. Secara simultan, kedua variabel independen tersebut berpengaruh signifikan terhadap loyalitas masyarakat. Kombinasi kedua variabel ini mampu menjelaskan sebagian besar variasi loyalitas masyarakat, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model. Simpulan penelitian menegaskan bahwa akselerasi inklusi keuangan di wilayah rural memerlukan sinergi harmonis antara penguatan edukasi nilai syariah dan penyederhanaan operasional platform digital untuk memitigasi hambatan psikologis nasabah.

Kata Kunci: BSI Mobile, digitalisasi, literasi keuangan, loyalitas

A. Pendahuluan

Di era globalisasi, kemajuan pesat teknologi digital telah mengubah lanskap keuangan secara mendasar, terutama dalam hal cara masyarakat mengakses layanan perbankan. Fenomena ini mendorong industri perbankan syariah untuk terus mengintensifkan digitalisasi layanan sebagai langkah strategis untuk menarik nasabah, meningkatkan kenyamanan, dan yang paling krusial adalah mempertahankan loyalitas mereka dalam jangka panjang (Agustiana et al., 2024). Namun, keberadaan infrastruktur digital yang canggih tidak secara otomatis menjamin tingkat loyalitas yang tinggi jika tidak selaras dengan kesiapan pengguna (Setiawan et al., 2024). Keberhasilan transformasi digital ini pada dasarnya bergantung pada bagaimana masyarakat menafsirkan dan menginternalisasi nilai-nilai di balik kemudahan akses yang disediakan (Rabbani dkk., 2021). Dalam ekosistem perbankan modern, loyalitas nasabah tidak lagi sekadar ditentukan oleh kedekatan fisik, melainkan oleh kapabilitas kognitif nasabah dalam memanfaatkan platform digital secara berkelanjutan. Oleh karena itu, akselerasi teknologi menuntut

masyarakat memiliki literasi digital yang cakap agar keberhasilan adopsi layanan keuangan berbasis aplikasi dapat tercapai secara inklusif (Setyowati & Rochmawati, 2021). Bagi bank syariah, penyediaan platform yang andal merupakan instrumen utama dalam memelihara komitmen dan loyalitas nasabah kontemporer (Dianti & Hakim, 2021).

Faktor fundamental pertama yang secara empiris membentuk pola perilaku ekonomi dan loyalitas masyarakat adalah kapasitas literasi keuangan yang mereka kuasai. Secara teoritis, penguasaan literasi keuangan yang memadai sangat mendasar dalam mengarahkan individu untuk melakukan pengelolaan keuangan pribadi dan penempatan dana secara bijak (Khoirunnisa & Rochmawati, 2021). Minimnya pemahaman kognitif mengenai tata kelola finansial sering kali menjadi pemicu utama kegagalan individu dalam merencanakan masa depan keuangan mereka (Aulianingrum & Rochmawati, 2021). Sebaliknya, pengetahuan keuangan (financial knowledge) yang representatif terbukti memberikan dampak positif dalam mentransformasi perilaku keuangan dan membimbing keputusan ekonomi masyarakat (Cahyani & Rochmawati,

2021). Lebih lanjut, penguasaan literasi keuangan bertindak sebagai variabel mediasi yang kuat dalam menerjemahkan sikap keuangan (financial attitude) menjadi sebuah komitmen loyalitas menabung yang akuntabel (Aida & Rochmawati, 2022). Dalam aktivitas finansial, kepemilikan modal kognitif yang matang juga berfungsi sebagai instrumen kontrol diri (self-control) agar terhindar dari perilaku konsumtif (Zuniarti & Rochmawati, 2021). Penguatan literasi terbukti secara nyata melahirkan kebiasaan positif dalam jangka panjang, yang tercermin melalui peningkatan perilaku menabung masyarakat pada lembaga keuangan formal (Rahmawati & Rochmawati, 2022). Pemahaman finansial yang mendalam ini sangat esensial dalam membentuk komitmen keuangan jangka panjang (Lestari & Rochmawati, 2023), mereduksi keraguan melalui penguatan kontrol diri (Putri & Rochmawati, 2022), serta memelihara retensi dana nasabah melalui edukasi finansial yang berkelanjutan (Nisa & Rochmawati, 2021). Di samping itu, efisiensi dalam perencanaan keuangan individu yang matang akan menstimulasi masyarakat untuk tetap setia menggunakan produk tabungan

yang aman dan terpercaya (Fitriani & Rochmawati, 2023).

Dalam konteks keuangan syariah, dimensi kognitif pelanggan memainkan peran yang lebih spesifik; pemahaman yang komprehensif tentang karakteristik produk tetap menjadi landasan utama bagi masyarakat dalam memilih instrumen keuangan yang selaras dengan prinsip-prinsip agama mereka (Hassan et al., 2022). Tingkat literasi keuangan syariah mencerminkan kemampuan individu untuk memahami prinsip-prinsip dasar keuangan syariah, termasuk larangan terhadap riba, gharar, dan maysir, serta kemampuan untuk mengelola dan memilih produk keuangan yang sesuai dengan ketentuan syariah (Bahtiar dkk., 2025). Secara khusus, tingkat literasi keuangan syariah, inklusi keuangan, serta aspek religiositas masyarakat memegang peranan yang sangat vital dalam memicu keputusan nasabah untuk menabung di bank syariah (Puji & Hakim, 2021). Pemahaman mendalam mengenai karakteristik dan product knowledge dari instrumen keuangan Islam akan mengeliminasi hambatan kognitif nasabah, sehingga memantapkan keyakinan mereka untuk bermitra dengan bank syariah (Thohari & Hakim,

2021). Literasi keuangan Islam berperan sebagai aset kognitif mendasar yang secara nyata memengaruhi pola perilaku dan niat masyarakat saat berinteraksi dengan ekosistem perbankan syariah modern (Hasan dkk., 2024). Melalui penguasaan literasi yang representatif, hambatan kognitif yang dihadapi nasabah dapat diminimalkan (Maulana et al., 2023), sehingga menumbuhkan persepsi bahwa operasional platform digital perbankan syariah jauh lebih praktis dan mudah diakses (Riawan & Kusnawan, 2022; Fatahillah & Hidayat, 2024).

Pembahasan ini diperkuat oleh berbagai jurnal internasional, salah satunya studi di *Journal of Islamic Accounting and Business Research* yang menegaskan bahwa tingkat literasi keuangan Islam dan religiositas memandu penerapan praktis dalam setiap proses pengambilan keputusan keuangan untuk mengeliminasi instrumen yang bertentangan dengan hukum syariah (Humaidi et al., 2021). Selain itu, literatur internasional kontemporer membuktikan bahwa literasi keuangan syariah bertindak sebagai katalis kognitif utama yang secara langsung memperkuat ikatan emosional, kepuasan, dan loyalitas

nasabah terhadap institusi perbankan syariah pilihan mereka (Ali et al., 2023).

Faktor fundamental kedua yang krusial dalam mengunci loyalitas nasabah pada era keuangan digital adalah persepsi kemudahan penggunaan layanan digital. Loyalitas nasabah perbankan syariah tidak tumbuh secara instan, melainkan dipengaruhi secara masif oleh kualitas layanan yang diberikan serta tingkat kepercayaan nasabah, di mana kepuasan nasabah bertindak sebagai jembatan utama untuk mengunci loyalitas jangka panjang tersebut (Winasih & Hakim, 2021). Persepsi kemudahan penggunaan platform digital pada dasarnya mencerminkan harapan individu bahwa berinteraksi dengan sistem teknologi tidak akan membutuhkan upaya fisik atau tekanan mental yang signifikan (Widyastuti dkk., 2022). Dalam ekosistem perbankan syariah, indikator ini terwujud melalui desain antarmuka yang ramah pengguna, jalur navigasi yang praktis, dan efisiensi waktu dalam menyelesaikan transaksi keuangan secara mandiri (Prasetyo & Arifin, 2023; Nasution & Adrianto, 2022). Bank Syariah Indonesia (BSI) menonjol sebagai pemain dominan dalam ekosistem ini, di mana aplikasi BSI

Mobile berhasil menggabungkan efisiensi transaksi komersial dengan fitur-fitur keagamaan dalam satu platform untuk memperkuat keunggulan kompetitifnya (Putra et al., 2023). Kemudahan yang dialami pelanggan bukan sekadar masalah kenyamanan teknis, melainkan faktor kunci dalam menghilangkan kompleksitas operasional keuangan digital. Oleh karena itu, persepsi kemudahan ini berfungsi sebagai jembatan psikologis yang menentukan kelanjutan penggunaan layanan, mengingat efisiensi sistem memiliki dampak langsung dalam menciptakan kepuasan dan loyalitas pengguna jangka panjang (Rahayu dkk., 2024). Aksesibilitas yang efisien merupakan alat strategis bagi bank syariah untuk meningkatkan keunggulan kompetitif sekaligus mempertahankan pelanggan di tengah persaingan yang ketat dalam industri keuangan saat ini (Ramadhan & Fitri, 2024).

Kajian dalam jurnal internasional terkemuka seperti *International Journal of Bank Marketing* menegaskan bahwa kualitas layanan digital (*digital service quality*) dan pengalaman pengguna (*user experience*) yang memuaskan merupakan pilar strategis yang paling dominan dalam mengamankan retensi

dan loyalitas nasabah perbankan di era inovasi (Amin et al., 2024). Ketika platform digital mampu meminimalkan friksi teknis dan memberikan kepuasan yang konsisten, nasabah cenderung menunjukkan loyalitas jangka panjang dan enggan beralih ke bank kompetitor (Sari & Sholahuddin, 2026). Sebaliknya, apabila platform digital dirasakan rumit atau membutuhkan beban mental berlebih, loyalitas pengguna di daerah rural akan menurun secara signifikan akibat adanya hambatan psikologis teknis (Hassan et al., 2022).

Penetrasi layanan berbasis digital ini diproyeksikan akan menjangkau semua segmen demografis, termasuk daerah pedesaan, namun pada kenyataannya pemanfaatan platform ini masih tersebar secara tidak merata, terutama di dalam komunitas lokal seperti penduduk Dusun Iburaja. Kesenjangan dalam adopsi teknologi ini diyakini dipengaruhi oleh perbedaan pemahaman mengenai produk keuangan syariah serta pandangan yang berbeda mengenai kepraktisan sistem digital yang disediakan (Sudarsono dkk., 2022; Anwar dkk., 2023; Fathoni & Shidiq, 2024). Berdasarkan hasil data survei awal (pra-penelitian) yang telah dilakukan di

Dusun Iburaja, ditemukan fenomena menarik di mana terdapat warga masyarakat yang menggunakan produk tabungan Bank Syariah Indonesia (BSI) dengan angka persentase mencapai 66%. Dominasi yang signifikan ini menjadi alasan kuat bagi peneliti untuk memilih Bank BSI sebagai objek kajian. Namun, distribusi pemanfaatan layanan digital yang tidak merata serta adanya potensi hambatan kognitif berupa terbatasnya literasi keuangan syariah berisiko memicu skeptisisme atau rendahnya tingkat loyalitas masyarakat terhadap produk tabungan BSI.

Kajian terdahulu yang dilakukan oleh Ali et al. (2023) membuktikan adanya pengaruh positif yang signifikan antara pemahaman keuangan syariah dan loyalitas emosional nasabah, namun studi tersebut terbatas pada masyarakat perkotaan (urban) yang memiliki akses internet stabil. Selaras dengan hal tersebut, Puji dan Hakim (2021) menganalisis bahwa literasi keuangan syariah meningkatkan loyalitas menabung secara signifikan, meski riset ini baru menguji "loyalitas menabung" pada tahap awal keputusan dan belum mengukur loyalitas penggunaan secara berkelanjutan. Pada dimensi teknologi, Setyowati dan

Rochmawati (2021) menunjukkan bahwa literasi digital mempermudah adaptasi sistem baru, namun analisis tersebut masih terbatas pada ruang lingkup pendidikan akuntansi dan belum mengintegrasikannya ke dalam keputusan retensi nasabah perbankan syariah. Sementara itu, studi internasional oleh Amin et al. (2024) membuktikan bahwa kemudahan sistem aplikasi perbankan komersial mengunci loyalitas nasabah secara signifikan, tetapi fokusnya masih berada pada perbankan konvensional tanpa mengaitkannya dengan literasi syariah nasabah. Keterbatasan ini juga diperkuat oleh riset Winasih dan Hakim (2021) yang menunjukkan bahwa loyalitas nasabah dapat dirawat melalui kepuasan layanan fisik, namun penelitian tersebut belum menyentuh evaluasi terhadap kemudahan layanan digital perbankan pasca-merger Bank Syariah Indonesia (BSI).

Lokus penelitian merupakan wilayah geografis, komunitas sosial, atau lingkungan spasial tertentu yang dipilih secara sengaja oleh peneliti sebagai tempat pengumpulan data empiris guna menguji validitas suatu teori atau fenomena dalam kondisi riil. Pemilihan Dusun Iburaja secara spesifik didasarkan pada adanya

urgensi fenomena paradoks antara tingkat dominasi pasar (market share) dan realitas adopsi teknologi pada komunitas pedesaan tersebut. Berdasarkan data pra-penelitian, Bank Syariah Indonesia (BSI) mencatatkan dominasi yang sangat signifikan di Dusun Iburaja dengan persentase pengguna mencapai 66% jika dibandingkan dengan institusi perbankan kompetitor lainnya. Angka ini mengindikasikan bahwa mayoritas masyarakat lokal sebenarnya telah memiliki basis kepercayaan awal yang kokoh terhadap produk tabungan BSI. Namun di sisi lain, wilayah rural ini masih didera oleh fenomena kesenjangan digital (digital divide), di mana pemanfaatan infrastruktur dan fitur digital perbankan teridentifikasi belum merata di seluruh lapisan warga. Kondisi tersebut memicu hambatan kognitif berupa keterbatasan literasi keuangan syariah serta tantangan psikologis masyarakat yang cenderung memandang platform digital BSI Mobile rumit atau memerlukan beban mental yang berat untuk dioperasikan. Jika kendala pemahaman substantif dan persepsi kerumitan teknologi ini dibiarkan, komitmen menabung masyarakat di tingkat akar rumput (grassroots) berisiko mengalami

degradasi yang dapat mengancam loyalitas nasabah dalam jangka panjang. Atas dasar kontradiksi empiris inilah Dusun Iburaja dipilih sebagai laboratorium lapangan yang sangat representatif untuk menguji, menganalisis, dan mengonfirmasi secara mendalam sejauh mana tingkat literasi keuangan syariah dan persepsi kemudahan layanan digital mampu memitigasi risiko kerumitan tersebut demi mengamankan loyalitas nasabah secara berkelanjutan.

B. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain penelitian kausal-asosiatif yang bertujuan untuk mengidentifikasi hubungan kausal sekaligus mengukur sejauh mana variabel independen berkontribusi terhadap variabel dependen. Fokus utama penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh tingkat literasi keuangan syariah (X1) dan persepsi kemudahan layanan digital (X2) sebagai variabel independen terhadap loyalitas masyarakat di Dusun Iburaja dalam menggunakan tabungan BSI sebagai variabel dependen (Y).

Populasi dalam penelitian ini terdiri dari penduduk yang tinggal di Dusun Iburaja dengan jumlah penduduk 204 jiwa. Teknik

pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling dengan pertimbangan bahwa tidak seluruh populasi memiliki karakteristik yang sesuai dengan fenomena yang diteliti. Oleh karena itu, sampel hanya untuk pengguna BSI sejumlah 30 orang yang memenuhi kriteria, sehingga data yang terkumpul valid dan tepat sasaran. Selanjutnya, data primer dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner daring dengan menggunakan instrumen tes dan pengukuran skala Likert 1–5 untuk memastikan gradasi penilaian responden terhadap setiap variabel yang diteliti.

Tabel 1. Indikator Variabel

Variabel	Indikator	Sumber Rujukan	Butir Soal
X1: Literasi Keuangan Syariah (Tes Objektif)	1. Pengetahuan Dasar	Bahtiar et al. (2025); Humaidi et al. (2021); OJK (2022)	1. Soal 1-6
	2. Pemahaman Produk		2. Soal 7-11
	3. Penerapan		3. Soal 12-14
X2: Persepsi Kemudahan Layanan Digital (Skala Likert 1–5)		Widyastuti et al. (2022); Prasetyo & Arifin (2023); Nasution & Adrianto (2022)	
	1. Antarmuka		1. Soal 1-7
	2. Efisiensi		2. Soal 8-12
Y: Loyalitas (Skala Likert 1–5)	1. Loyalitas Transaksi	Anwar et al. (2023)	1. Soal 1-5
	2. Loyalitas Referensial		2. Soal 6-9
	3. Loyalitas Preferensial		3. Soal 10-14

Sumber: Data diolah (2026)

Pemilihan Dusun Iburaja sebagai lokasi penelitian didasarkan pada aksesibilitas dan relevansi praktis, mengingat Bank Syariah Indonesia (BSI) merupakan satu-satunya lembaga perbankan yang menyediakan fasilitas ATM di wilayah tersebut, sehingga mayoritas masyarakat setempat secara alami menjadi basis pengguna. Dari perspektif ilmiah, fokus pada tingkat desa sangat penting untuk memahami dinamika kesenjangan digital, yang umumnya lebih menonjol di daerah pedesaan dibandingkan dengan daerah perkotaan. Melalui cakupan demografis yang homogen, analisis yang lebih mendalam dapat dilakukan untuk mengidentifikasi hambatan kognitif dan psikologis yang dihadapi masyarakat di tingkat akar rumput dalam mengadopsi teknologi keuangan syariah. Pemilihan daerah pedesaan ini juga sejalan dengan temuan Sudarsono dkk. (2022), yang menekankan bahwa faktor penentu adopsi perbankan syariah di dalam masyarakat lokal dipercepat secara signifikan oleh kemudahan alat teknologi yang dapat disesuaikan dengan karakteristik daerah setempat. Langkah strategis ini pada akhirnya selaras dengan orientasi BSI untuk memperluas layanan inklusif guna

menjangkau ceruk pasar terpencil yang belum terlayani secara optimal oleh jaringan cabang fisik.

Variabel pertama, literasi keuangan syariah (X1), dioperasionalkan melalui indikator-indikator seperti pengetahuan dasar tentang ekonomi syariah, pemahaman terhadap karakteristik produk perbankan syariah, serta kemampuan untuk membedakan fitur-fitur yang sesuai syariah dari praktik-praktik yang melibatkan riba, gharar, dan maysir (Bahtiar dkk., 2025; Humaidi dkk., 2021). Variabel kedua, persepsi kemudahan layanan digital (X2), diukur melalui dimensi desain antarmuka yang intuitif, kepraktisan navigasi pada aplikasi BSI Mobile, efisiensi waktu transaksi operasional, dan upaya mental minimal yang diperlukan pengguna untuk mengoperasikan sistem (Widyastuti et al., 2022; Prasetyo & Arifin, 2023; Nasution & Adrianto, 2022). Sementara itu, variabel loyalitas masyarakat (Y) didefinisikan melalui pemenuhan indikator loyalitas transaksional, preferensi referensial, dan kecenderungan pribadi untuk memprioritaskan penggunaan produk tabungan BSI daripada produk dari

penyedia jasa keuangan pesaing lainnya (Anwar et al., 2023).

Sebelum melanjutkan ke tahap analisis data inti, instrumen penelitian terlebih dahulu divalidasi oleh dosen pembimbing dan ahli materi, setelah itu instrumen dievaluasi melalui uji validitas dan reliabilitas untuk memastikan bahwa setiap item mampu mengukur variabel secara akurat dan konsisten. Selanjutnya, data yang dikumpulkan harus melalui serangkaian uji asumsi klasik, termasuk uji normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas. Prosedur ini sangat penting untuk memastikan bahwa estimasi dan interpretasi hasil penelitian bebas dari bias statistik, sehingga menjamin tingkat generalisasi yang tinggi serta kesesuaian dengan standar literasi dan kenyamanan teknologi (Sudarsono dkk., 2022).

Teknik analisis data yang digunakan adalah sebagai berikut: pertama, uji instrumen (uji validitas dan uji reliabilitas); kedua, uji asumsi klasik (uji heteroskedastisitas, uji multikolinearitas, uji normalitas); ketiga, uji hipotesis (analisis regresi linear berganda, uji parsial/uji-t, uji simultan/uji-F, dan koefisien korelasi) (Agustiana et al., 2024; Sari &

Sholahuddin, 2026). Selain itu, dilakukan analisis koefisien determinasi (R^2) untuk mengetahui sejauh mana kontribusi variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen, sementara sisanya dijelaskan oleh faktor lain di luar model penelitian ini. Seluruh proses pengolahan data statistik dilakukan dengan bantuan perangkat lunak SPSS.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Berdasarkan data yang dihimpun, mayoritas pengguna BSI adalah perempuan dengan persentase 54% dan laki-laki dengan persentase 46%. Karakteristik kepemilikan rekening tabungan menunjukkan temuan yang sepenuhnya homogen, dengan seluruh responden dipastikan memiliki rekening di BSI.

Tabel 2. Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	r Hitung	r Tabel (0,05)	Keterangan
X1	1	0,413	0,361	Valid
	2	0,460	0,361	Valid
	3	0,368	0,361	Valid
	4	0,409	0,361	Valid
	5	0,481	0,361	Valid
	6	0,421	0,361	Valid
	7	0,548	0,361	Valid
	8	0,424	0,361	Valid
	9	0,642	0,361	Valid
	10	0,465	0,361	Valid
	11	0,381	0,361	Valid
	12	0,532	0,361	Valid
	13	0,417	0,361	Valid

X2	14	0,491	0,361	Valid
	15	0,400	0,361	Valid
	16	0,637	0,361	Valid
	17	0,494	0,361	Valid
	18	0,550	0,361	Valid
	19	0,627	0,361	Valid
	20	0,645	0,361	Valid
	21	0,511	0,361	Valid
	22	0,677	0,361	Valid
	23	0,519	0,361	Valid
	24	0,645	0,361	Valid
	25	0,710	0,361	Valid
	26	0,585	0,361	Valid
Y	27	0,447	0,361	Valid
	28	0,591	0,361	Valid
	29	0,892	0,361	Valid
	30	0,816	0,361	Valid
	31	0,879	0,361	Valid
	32	0,916	0,361	Valid
	33	0,837	0,361	Valid
	34	0,904	0,361	Valid
	35	0,863	0,361	Valid
	36	0,860	0,361	Valid
	37	0,889	0,361	Valid
	38	0,817	0,361	Valid
	39	0,890	0,361	Valid
	40	0,904	0,361	Valid
	41	0,849	0,361	Valid
	42	0,892	0,361	Valid

Sumber: Data diolah (2026)

Berdasarkan data yang disajikan pada tabel di atas, ditemukan bahwa nilai kritis r adalah 0,361. Hasil analisis menunjukkan bahwa semua item pernyataan memiliki nilai korelasi yang melebihi nilai r tabel (0,361). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa semua item pernyataan dalam variabel tersebut valid dan layak digunakan pada analisis data selanjutnya.

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas

Keterangan	Cronbach's Alpha	N of Items
Kuesioner Soal	0,969	42

Sumber: Data diolah (2026)

Hasil uji reliabilitas menggunakan Cronbach's Alpha menunjukkan bahwa nilai alpha untuk instrumen penelitian sebesar 0,969 yang berada di atas 0,70. Hal ini mengindikasikan bahwa seluruh butir pertanyaan dalam kuesioner adalah konsisten dan dapat digunakan sebagai alat pengukur data.

Tabel 4. Hasil Uji Normalitas (Shapiro-Wilk)

Variabel	Statistic	df	Sig.	Keterangan
Literasi Keuangan Syariah	0,944	30	0,113	Normal
Kemudahan Layanan Digital	0,974	30	0,654	Normal
Loyalitas Masyarakat	0,931	30	0,052	Normal

Sumber: Data diolah (2026)

Berdasarkan hasil uji normalitas menggunakan uji Shapiro-Wilk, nilai signifikansi yang diperoleh adalah 0,113 untuk variabel Literasi Keuangan Syariah, 0,654 untuk variabel Kemudahan Layanan Digital, dan 0,052 untuk variabel Loyalitas Masyarakat. Nilai yang diperoleh melebihi 0,05 sehingga dapat disimpulkan data berdistribusi normal.

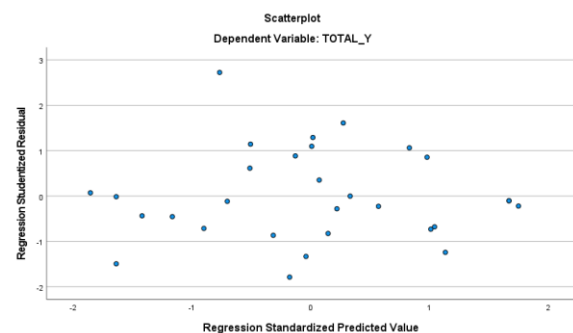
Tabel 5. Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel Independen	Tolerance	VIF	Keterangan
Kemudahan Layanan Digital	0,943	1,060	Tidak terjadi multikolinearitas
Literasi Keuangan Syariah	0,943	1,060	Tidak terjadi multikolinearitas

Sumber: Data diolah (2026)

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas, ditemukan bahwa masing-masing variabel memiliki nilai toleransi sebesar 0,943 dan nilai VIF untuk kedua variabel tersebut adalah 1,060, yang berada di bawah 10. Dengan demikian dapat disimpulkan model regresi yang digunakan bebas dari multikolinearitas.

Gambar 1. Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber: Data diolah (2026)

Berdasarkan hasil analisis heteroskedastisitas menggunakan diagram sebar, terlihat bahwa titik-titik data tersebar secara acak tanpa membentuk pola geometris tertentu, serta tersebar merata di atas dan di

bawah garis 0 pada sumbu Y. Hasil visualisasi ini menunjukkan bahwa model regresi yang diusulkan tidak menunjukkan adanya heteroskedastisitas, sehingga memenuhi asumsi klasik dalam analisis regresi.

Tabel 6. Hasil Uji Persamaan Regresi Linier Berganda

Model	B	Std. Error	Beta
Konstanta	11,342	8,505	-
Kemudahan Layanan Digital	0,470	0,184	0,296
Literasi Keuangan Syariah	2,280	0,385	0,687

Sumber: Data diolah (2026)

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda, persamaan empirisnya adalah $Y = 11,342 + 0,470X_2 + 2,280X_1$. Koefisien regresi untuk variabel Kemudahan Layanan Digital adalah 0,470, sedangkan variabel Literasi Keuangan Syariah sebesar 2,280; kedua nilai tersebut menunjukkan arah pengaruh yang positif. Variabel Literasi Keuangan Syariah diidentifikasi sebagai faktor paling dominan yang memengaruhi Loyalitas Masyarakat, dibuktikan dengan nilai koefisien beta terstandarisasi tertinggi sebesar 0,687.

Tabel 7. Hasil Uji Parsial (Uji t)

Model	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
Konstanta	11,342	8,505	-	1,334	0,194
Kemudahan Layanan Digital	0,470	0,184	0,296	2,555	0,017
Literasi Keuangan Syariah	2,280	0,385	0,687	5,928	<0,001

Sumber: Data diolah (2026)

Berdasarkan uji parsial (uji-t), Kemudahan Layanan Digital berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Masyarakat ($t = 2,555$; $\text{sig.} = 0,017 < 0,05$). Literasi Keuangan Syariah juga berpengaruh signifikan ($t = 5,928$; $\text{sig.} < 0,001$) dan menjadi faktor yang paling dominan dalam memengaruhi loyalitas masyarakat, ditunjukkan oleh nilai koefisien beta standar tertinggi sebesar 0,687.

Tabel 8. Hasil Uji Simultan (Uji F)

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	4630,420	2	2315,210	25,912	0,000
Residual	2412,380	27	89,347	-	-
Total	7042,800	29	-	-	-

Sumber: Data diolah (2026)

Berdasarkan hasil uji simultan (uji-F) yang ditunjukkan pada tabel ANOVA, nilai F yang dihitung sebesar

25,912 dengan tingkat signifikansi 0,000. Karena nilai probabilitas ini jauh lebih kecil daripada ambang batas 0,05, dapat disimpulkan bahwa variabel Kemudahan Layanan Digital dan Literasi Keuangan Syariah secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Loyalitas Masyarakat dalam Menggunakan Tabungan BSI.

Tabel 9. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
Regresi	0,811	0,657	0,632	9,45238

Sumber: Data diolah (2026)

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda pada tabel di atas, ditemukan nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,811, yang mengindikasikan adanya hubungan yang kuat antara variabel independen dengan variabel dependen. Selanjutnya, nilai R Square (koefisien determinasi) yang diperoleh adalah sebesar 0,657. Angka ini menunjukkan bahwa variabel independen yang terdiri dari Literasi Keuangan Syariah dan Kemudahan Layanan Digital secara simultan mampu menjelaskan sebesar 65,7% variasi Loyalitas Masyarakat, sedangkan sisanya sebesar 34,3%

dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian ini.

Pengaruh Persepsi Kemudahan Layanan Digital Terhadap Loyalitas Masyarakat Dusun Iburaja Menggunakan BSI

Hasil analisis regresi linear berganda menunjukkan bahwa Persepsi Kemudahan Layanan Digital berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Loyalitas Masyarakat Dusun Iburaja dalam menggunakan Tabungan BSI. Arah hubungan yang positif mengindikasikan bahwa semakin mudah platform digital BSI digunakan, semakin tinggi loyalitas masyarakat untuk menabung. Temuan ini mendukung teori bahwa persepsi kemudahan mencerminkan keyakinan individu bahwa interaksi dengan sistem teknologi tidak membutuhkan upaya fisik maupun mental yang berat (Widyastuti et al., 2022), sehingga meminimalkan friksi dan hambatan teknis dalam transaksi mandiri (Nasution & Adrianto, 2022). Hal ini penting dalam mengatasi kesenjangan digital di wilayah pedesaan seperti Dusun Iburaja, tempat kompleksitas operasional perbankan kerap memicu kecemasan teknis yang menurunkan loyalitas masyarakat. Desain antarmuka yang intuitif, navigasi

seederhana, dan efisiensi transaksi memungkinkan BSI mereduksi kerumitan tersebut menjadi pengalaman yang menyenangkan (Prasetyo & Arifin, 2023), sekaligus menjadi jembatan psikologis yang memengaruhi kepuasan pengguna jangka panjang (Rahayu et al., 2024). Integrasi fitur transaksi komersial dan religius pada BSI Mobile turut memperkuat daya tarik platform ini di kalangan warga dusun (Putra et al., 2023).

Temuan ini konsisten dengan berbagai penelitian perbankan syariah di Indonesia dalam beberapa tahun terakhir. Anwar et al. (2023) menegaskan bahwa persepsi kemudahan penggunaan BSI Mobile lebih dominan menarik nasabah baru dibanding promosi konvensional, sementara Sudarsono et al. (2022) menemukan bahwa kenyamanan teknologi lokal menjadi prediktor utama adopsi bank syariah di daerah sub-urban dan pedesaan. Hasil serupa juga dilaporkan oleh Sari & Sholahuddin (2026) serta Agustiana et al. (2024). Secara keseluruhan, penyederhanaan layanan digital menjadi strategi kunci bagi bank syariah untuk mendorong inklusi keuangan desa sekaligus memperkuat daya saing dan retensi

nasabah (Ramadhan & Fitri, 2024; Setiawan & Mugiyati, 2024).

Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Terhadap Loyalitas Masyarakat Menggunakan BSI

Hasil analisis regresi linear berganda menunjukkan bahwa Tingkat Literasi Keuangan Syariah berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Loyalitas Masyarakat Dusun Iburaja Menggunakan Tabungan BSI. Arah hubungan yang positif menunjukkan bahwa semakin tinggi pemahaman masyarakat tentang keuangan syariah, semakin besar pula loyalitas mereka untuk membuka dan menggunakan tabungan BSI. Literasi keuangan syariah bahkan menjadi faktor yang paling dominan, tercermin dari nilai koefisien beta terstandarisasi yang paling tinggi. Hal ini mengindikasikan bahwa masyarakat Dusun Iburaja menempatkan nilai religiositas sebagai pertimbangan utama dalam keputusan finansial mereka. Pemahaman mendalam tentang prinsip syariah, yaitu larangan riba, gharar, dan maysir, menjadi modal kognitif yang memandu perilaku dan niat masyarakat dalam ekosistem keuangan syariah (Bahtiar dkk., 2025; Hasan dkk., 2024), sekaligus merepresentasikan

kesadaran untuk mencapai kesejahteraan dunia-akhirat (falah) melalui instrumen yang halal (Sari dkk., 2023). Literasi yang memadai juga mengeliminasi hambatan kognitif dan skeptisisme terhadap bank syariah, sehingga memperkuat keyakinan bahwa produk BSI selaras dengan prinsip agama mereka.

Temuan ini konsisten dengan berbagai penelitian perbankan syariah di Indonesia dalam beberapa tahun terakhir. Sudarsono dkk. (2022) menemukan bahwa literasi keuangan syariah menjadi prediktor utama intensitas penggunaan layanan bank syariah di daerah sub-urban maupun rural, sementara literasi yang representatif terbukti meminimalkan hambatan kognitif dan mengikis persepsi kerumitan sistem perbankan (Maulana et al., 2023; Riawan & Kusnawan, 2022). Pemahaman ini juga berperan sebagai katalis transformasi perilaku keuangan dari metode konvensional menuju tabungan syariah digital (Fathoni & Shidiq, 2024), yang berbanding lurus dengan tingginya loyalitas adopsi layanan baru (Agustiana dkk., 2024). Secara keseluruhan, perluasan literasi di wilayah pedesaan efektif meminimalkan keraguan teknis

(Fatahillah & Hidayat, 2024) sekaligus menjadi instrumen penting bagi keputusan keuangan yang inklusif (Humaidi dkk., 2021).

Literasi Keuangan Syariah dan Persepsi Kemudahan Layanan Digital Terhadap Loyalitas Masyarakat Menabung di BSI

Hasil uji F menunjukkan bahwa Tingkat Literasi Keuangan Syariah dan Persepsi Kemudahan Layanan Digital secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Masyarakat Dusun Iburaja Menggunakan Tabungan BSI. Nilai koefisien determinasi mengindikasikan bahwa kombinasi kedua variabel independen tersebut mampu menjelaskan sebagian besar variasi loyalitas masyarakat, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain di luar model penelitian. Secara kontekstual, temuan ini menegaskan bahwa inklusi keuangan di wilayah rural memerlukan sinergi yang harmonis antara pemahaman nilai syariah dan kemudahan operasional teknologi keuangan. Ketidakseimbangan kedua aspek tersebut dapat memicu keengganan bertransaksi akibat rumitnya sistem atau menimbulkan keraguan atas kehalalan produk. Hasil ini sejalan dengan studi terdahulu yang

menyatakan bahwa loyalitas optimal terhadap perbankan syariah digital di daerah pelosok dicapai melalui penyelarasan edukasi prinsip syariah secara kognitif dan simplifikasi platform digital seperti BSI Mobile (Sudarsono et al., 2022; Ramadhan & Fitri, 2024; Agustiana et al., 2024; Sari & Sholahuddin, 2026).

D. Kesimpulan

Penelitian ini menyimpulkan bahwa Literasi Keuangan Syariah dan Persepsi Kemudahan Layanan Digital secara parsial maupun simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Masyarakat Dusun Iburaja dalam menggunakan produk Tabungan BSI, dengan literasi keuangan syariah sebagai faktor yang paling dominan. Implikasi strategis dari temuan ini menegaskan pentingnya sinergi antara edukasi nilai syariah secara berkelanjutan dan penyederhanaan akses teknologi operasional BSI Mobile guna mengatasi kesenjangan digital di wilayah pedesaan. Kendati demikian, penelitian ini masih terbatas pada lokus dan sampel yang relatif homogen, sehingga agenda penelitian mendatang disarankan untuk memperluas cakupan populasi serta mengintegrasikan variabel potensial lainnya, seperti

kualitas pelayanan kantor cabang fisik dan tingkat pendapatan nasabah.

Hasil penelitian ini memberikan rekomendasi strategis bagi berbagai pihak, di mana manajemen Bank Syariah Indonesia (BSI) disarankan untuk mengintensifkan program edukasi dan workshop prinsip ekonomi Islam di wilayah pedesaan serta mempertahankan kesederhanaan fitur BSI Mobile yang dilengkapi pendampingan teknologi guna mengatasi kesenjangan digital. Sejalan dengan hal tersebut, Pemerintah Desa dan Tokoh Masyarakat diharapkan dapat membangun kemitraan strategis dengan perbankan syariah untuk memfasilitasi literasi keuangan dan digitalisasi di tingkat akar rumput agar masyarakat pedesaan semakin mandiri. Sementara itu, bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk memperluas cakupan sampel dan wilayah geografis serta mengintegrasikan variabel potensial lain seperti tingkat religiositas, kualitas layanan kantor cabang, pendapatan, dan social trust guna memperoleh gambaran yang lebih komprehensif terkait loyalitas nasabah perbankan syariah.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustiana, R., dkk. (2024). Inovasi teknologi perbankan syariah dan retensi nasabah di era digital. *Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 12(1), 45–58.
- Aida, N., & Rochmawati. (2022). Pengaruh financial attitude terhadap komitmen menabung mahasiswa dengan literasi keuangan sebagai variabel mediasi. *Jurnal Pendidikan Akuntansi (JPAK)*, 10(2), 115–127.
- Ali, M., et al. (2023). Islamic financial literacy, emotional attachment, and customer loyalty in Islamic banking: An empirical study. *Journal of Islamic Marketing*, 14(4), 982–1001.
- Amin, M., et al. (2024). Digital service quality, user experience, and customer retention in contemporary banking innovation. *International Journal of Bank Marketing*, 42(2), 210–231.
- Anwar, K., dkk. (2023). Analisis minat nasabah baru terhadap penggunaan platform BSI Mobile di wilayah sub-urban. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(3), 340–352.
- Aulianingrum, R., & Rochmawati. (2021). Analisis literasi keuangan dan perencanaan keuangan pribadi masyarakat. *Jurnal Riset Pendidikan Akuntansi*, 5(1), 12–23.
- Bahtiar, A., dkk. (2025). Mengukur kapasitas kognitif masyarakat desa terhadap implementasi prinsip ekonomi Islam tanpa riba. *Jurnal Akuntansi Syariah Kontemporer*, 6(1), 77–89.
- Cahyani, D. A., & Rochmawati. (2021). Pengaruh financial knowledge dan financial attitude terhadap perilaku keuangan masyarakat lokal. *Jurnal Konsep Bisnis dan Manajemen*, 8(2), 143–155.
- Dianti, R., & Hakim, L. (2021). Strategi pemeliharaan retensi nasabah perbankan syariah melalui aplikasi mobile. *Jurnal Perbankan Syariah*, 2(2), 89–102.
- Fatahillah, M., & Hidayat, A. (2024). Hambatan psikologis kognitif dan adopsi sistem fintech syariah di pedesaan. *Jurnal Transaksi Digital Islam*, 4(1), 33–46.
- Fathoni, A., & Shidiq, M. (2024). Transformasi perilaku keuangan masyarakat rural dari metode konvensional ke tabungan digital syariah. *Jurnal Inklusi Keuangan Desa*, 3(2), 101–114.
- Fitriani, S., & Rochmawati. (2023). Efisiensi perencanaan keuangan individu dan loyalitas penggunaan produk tabungan pada lembaga keuangan formal. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 11(1), 56–68.
- Hasan, H., dkk. (2024). Aset kognitif keuangan Islam dan pengaruhnya terhadap pola perilaku ekonomi masyarakat modern. *Jurnal Keuangan Islam Tradisional dan Modern*, 7(2), 120–135.
- Hassan, M. A., et al. (2022). Digital divide and cognitive barriers in adopting Islamic banking products among rural communities. *Journal of Islamic Financial Studies*, 8(3), 204–219.
- Humaidi, A., et al. (2021). The role of Islamic financial literacy and religiosity in financial decision-making process. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, 12(5), 680–697.

- Khoirunnisa, A., & Rochmawati. (2021). Pengaruh penguasaan literasi keuangan terhadap tata kelola finansial pribadi nasabah. *Jurnal Edukasi Akuntansi*, 9(1), 24–36.
- Lestari, P., & Rochmawati. (2023). Pembentukan komitmen keuangan jangka panjang melalui penguatan modal kognitif. *Jurnal Teori dan Riset Akuntansi*, 11(2), 88–99.
- Maulana, I., et al. (2023). Minimizing cognitive barriers of rural bank customers through tailored education. *Indonesian Journal of Islamic Economics*, 5(2), 142–155.
- Nasution, H., & Adrianto, Z. (2022). Dimensi kemudahan teknologi dan implikasinya terhadap minimalisasi usaha mental transaksi perbankan. *Jurnal Sistem Informasi Perbankan*, 3(4), 215–228.
- Nisa, K., & Rochmawati. (2021). Pengaruh edukasi finansial berkelanjutan terhadap retensi dana nasabah perbankan. *Jurnal Manajemen Keuangan*, 10(3), 175–186.
- Otoritas Jasa Keuangan (OJK). (2022). Strategi nasional literasi keuangan Indonesia (SNLKI) 2021–2025: Akselerasi inklusi keuangan digital. OJK.go.id.
- Prasetyo, B., & Arifin, M. (2023). Desain antarmuka aplikasi perbankan syariah dan kepuasan nasabah di area rural. *Jurnal Teknologi dan Keuangan Syariah*, 2(1), 50–64.
- Puji, L. S., & Hakim, L. (2021). Pengaruh literasi keuangan syariah, inklusi keuangan, dan religiositas terhadap minat menabung di bank syariah. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan Syariah*, 4(2), 121–134.
- Putra, F. A., et al. (2023). Integrating commercial transactions and religious features: A competitive advantage of BSI Mobile. *Journal of Islamic Financial Tech*, 2(3), 112–126.
- Putri, A. R., & Rochmawati. (2022). Pengaruh self-control dan literasi keuangan dalam mereduksi keraguan investasi masyarakat. *Jurnal Riset Akuntansi dan Keuangan*, 10(1), 40–53.
- Rabbani, M. R., et al. (2021). Fintech innovations in Islamic banking: Kesiapan pengguna dan internalisasi nilai akses kemudahan. *International Journal of Islamic Economics and Finance*, 4(2), 245–262.
- Rahayu, S., dkk. (2024). Efisiensi sistem aplikasi perbankan digital sebagai jembatan psikologis kepuasan nasabah jangka panjang. *Jurnal Aplikasi Manajemen dan Bisnis*, 10(1), 78–91.
- Rahmawati, E., & Rochmawati. (2022). Peningkatan perilaku menabung masyarakat melalui penguatan instrumen literasi keuangan. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 15(2), 132–144.
- Ramadhan, A., & Fitri, N. (2024). Aksesibilitas digital sebagai alat strategis bank syariah dalam mempertahankan pelanggan rural. *Jurnal Manajemen Perbankan*, 13(1), 15–29.
- Riawan, R., & Kusnawan, A. (2022). Pengaruh kemudahan teknologi aplikasi mobile terhadap persepsi kepraktisan nasabah lokal. *Jurnal Riset Manajemen Sistem Informasi*, 6(2), 95–108.

- Sari, D. P., dkk. (2023). Kesadaran falah dan perilaku pemilihan instrumen keuangan halal di pedesaan. *Jurnal Ekonomi Syariah Teoretis dan Praktis*, 10(3), 180–195.
- Sari, M., & Sholahuddin, A. (2026). Digital banking friction and user retention: An empirical study on customer loyalty in shifting environments. *Jurnal Dinamika Akuntansi dan Bisnis*, 13(1), 12–28.
- Setiawan, A., dkk. (2024). Kesiapan pengguna teknologi dan loyalitas jangka panjang nasabah bank syariah pasca transformasi digital. *Jurnal Riset Bisnis Modern*, 8(2), 201–215.
- Setiawan, E., & Mugiyati. (2024). Strategi perluasan layanan inklusif bank syariah pada ceruk pasar terpencil. *Jurnal Finansial Kebijakan Publik*, 5(2), 88–99.
- Setyowati, R., & Rochmawati. (2021). Urgensi literasi digital dalam adaptasi sistem baru teknologi keuangan berbasis aplikasi. *Jurnal Pendidikan Akuntansi (JPAK)*, 9(3), 322–335.
- Sudarsono, H., dkk. (2022). Faktor penentu adopsi layanan perbankan syariah digital pada masyarakat lokal pedesaan. *Jurnal Keuangan dan Perbankan*, 26(2), 410–425.
- Thohari, A., & Hakim, L. (2021). Pengaruh product knowledge keuangan Islam terhadap eliminasi hambatan kognitif nasabah. *Jurnal Studi Ekonomi Islam*, 12(1), 67–80.
- Widyastuti, T., dkk. (2022). Penerimaan teknologi keuangan: Menguji ekspektasi usaha fisik dan tekanan mental pengguna. *Jurnal Perilaku Konsumen Digital*, 4(2), 105–118.
- Winasih, R., & Hakim, L. (2021). Pengaruh kualitas pelayanan fisik, kepuasan, dan kepercayaan terhadap loyalitas nasabah perbankan syariah. *Jurnal Manajemen Teori dan Terapan*, 14(3), 289–304.
- Zuniarti, K., & Rochmawati. (2021). Peran modal kognitif keuangan dan self-control dalam memitigasi perilaku konsumtif. *Jurnal Riset Pendidikan Ekonomi*, 6(2), 88–101.