

JURNAL EKONOMIKA SYARIAH

Jornal of Economic Studies

Vol. 3 No. 1 Januari - Juni 2019

PENGARUH PENGETAHUAN DAN SIKAP TERHADAP PERILAKU MEMILIH BANK SYARIAH DENGAN FAKTOR RELIGIUSITAS SEBAGAI MODERATING VARIABLE

Asri Handayani, Heru Aulia Azman, Ismail Novel

PENGARUH FINANCIAL LITERACY TERHADAP PREFERENSI MASYARAKAT KABUPATEN TANAH DATAR MEMILIH PRODUK-PRODUK PENDANAAN PERBANKAN SYARIAH

Febby Irfayunita, Hesi Eka Putri

ANALISIS FAKTOR – FAKTOR KONSUMSI BERAS ORGANIK DAN NON ORGANIK DI PADANGPANJANG, SUMATERA BARAT

Yimmi Syavardie, Imran, Juarsa Badri

PENGARUH STORE ATMOSPHERE TERHADAP IMPULSE BUYING YANG DIMODERASI OLEH FAKTOR MASHLAHAH

Fitria Astari, Ismail Novel, Anne Putri

PENERAPAN BAURAN PROMOSI PADA SALURAN DISTRIBUSI BAGI PRODUK UMKM DI KOTA PADANG

Erna Susanti, Dimas Perdana Oskar

PENGARUH RELIGIUSITAS DAN BUDAYA TERHADAP PRILAKU KONSUMEN MUSLIM DALAM MEMBELI MAKANAN KAFE

Rezkina Hayati, Iiz Izmuddin, Anne Putri

PENGARUH PRINSIP ACCOUNTABILITY DAN INDEPENDENCY TERHADAP PREFERENSI MUZAKKI MEMBAYAR ZAKAT DI LEMBAGA AMIL ZAKAT IZI PKPU KOTA BUKITTINGGI

Septia Susanti, Aidi Aji



Pengaruh *Financial Literacy* Terhadap Preferensi Masyarakat Kabupaten Tanah Datar Memilih Produk-Produk Pendanaan Perbankan Syariah

Febby Irfayunita

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam LAIN Bukittinggi
febbyirfa@gmail.com

Hesi Eka Puteri

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam LAIN Bukittinggi
hesiekaputeri@gmail.com

Diterima: 14 Mei 2019

Direvisi : 23 Mei 2019

Diterbitkan: 30 Juni 2019

Abstract

The purpose of this study investigates whether financial literacy affects the preferences of choosing the funding product at Islamic Banks. The research method used is a quantitative method that uses a sample of 385 customers of Islamic banks in Tanah Datar district, under condition 2018, this study reveals that financial literacy is positively associated with the preferences of choosing funding products. This finding offer the empirical evidence of the importance on the relationship of financial literacy to the preferences of choosing the funding product. It indicates that the financial literacy is a important point in Islamic banks that will make peoples turn to Islamic banks . Furthermore, this research recommends strategy of increasing market share of Islamic Bank by increasing public's finance literacy.

Keyword: Financial literacy, Preferences, Islamic Bank

Abstrak

Tujuan dari Studi ini adalah untuk menganalisis apakah literasi keuangan mempengaruhi preferensi dalam memilih produk pendanaan di Bank Syariah. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan menggunakan sampel 385 pelanggan bank syariah di Kabupaten Tanah Datar, pada tahun 2018, penelitian ini mengungkapkan bahwa literasi keuangan berhubungan positif dengan preferensi memilih produk pendanaan. Temuan ini menawarkan bukti empiris tentang pentingnya hubungan antara literasi keuangan dengan preferensi dalam memilih produk pendanaan. Ini menunjukkan bahwa literasi keuangan merupakan poin penting pada bank syariah akan membuat orang beralih ke bank syariah. Selanjutnya, penelitian ini merekomendasikan strategi meningkatkan pangsa pasar Bank Islam dengan meningkatkan literasi keuangan publik.

Kata Kunci: Literasi Keuangan, Preferensi, Perbankan Syariah

LATAR BELAKANG

Financial literacy mempunyai pengertian melek keuangan, menurut buku pedoman Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia, yang dimaksud dengan *financial literacy* adalah rangkaian proses atau aktivitas untuk meningkatkan

pengetahuan (*knowledge*), keyakinan (*confidence*) dan ketrampilan (*skill*) konsumen dan masyarakat luas sehingga mereka mampu mengelola keuangan yang lebih baik.¹ Survey Otoritas Jasa Keuangan

¹ Otoritas Jasa Keuangan, *Literasi, Edukasi, dan Inklusi Keuangan*, (Jakarta: Direktorat Literasi dan Edukasi, 2004), h. 4

pada Tahun 2016 yang dipublikasi pada Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia Revisit 2017 menjelaskan bahwa persentasi *Financial literacy* syariah berada pada posisi 8,1% yang diartikan bahwa dari 100 penduduk Indonesia hanya 8 orang yang mengetahui tentang lembaga keuangan syariah, hal ini jauh tertinggal dari indeks *Financial literacy* konvensional yang berada di posisi 29,5%.² Fungsi dari indeks ini dibutuhkan untuk melihat perkembangan jasa keuangan di tengah masyarakat.

Berdasarkan Survey Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan 2016 di Pulau Sumatera, salah satu provinsi yang memiliki persentase terendah adalah Provinsi Sumatera Barat dengan persentase 11.1% dan menduduki posisi ke-3 dari 10 provinsi yang ada di Pulau Sumatera.³ Sedangkan Provinsi Sumatera Barat merupakan provinsi yang menjunjung tinggi falsafah dasar *adat basandi syara' syara' basandi kitabullah* yang merupakan refleksi dari sikap hidup mengutamakan prinsip-prinsip agama sebagai pedoman dasar dalam kehidupan masyarakatnya, yang mengindikasikan bahwa sistem perbankan syariah dapat berkembang dengan baik di Sumatera Barat.

² Otoritas Jasa Keuangan, *Literasi, Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia Revisit 2017*, (Jakarta: Direktorat Literasi dan Edukasi, 2004), h. 54

³ Otoritas Jasa Keuangan, *Literasi, Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia Revisit 2017*, (Jakarta: Direktorat Literasi dan Edukasi, 2004), h. 52

Salah satu kabupaten yang menjadikan falsafah *adat basandi syara' syara' basandi kitabullah* sebagai visi dari kabupetannya adalah Kabupaten Tanah Datar. Kabupaten Tanah Datar merupakan kabupaten tertua di Sumatera Barat dan memiliki masyarakat mayoritas muslim, keadaan seperti ini seharusnya menjadi suatu peluang yang sangat besar untuk berkembang perbankan syariah di Kabupaten Tanah Datar. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) penduduk mayoritas di Kabupten Tanah Datar adalah penduduk muslim (Badan Pusat Statistik 2016). Sebagaimana Sebagaimana tabel di bawah ini:

Tabel 1. Persentase Penduduk Berdasarkan Agama Kabupaten Tanah Datar Tahun 2017

Persentase Penduduk berdasarkan Agama di Kabupaten Tanah Datar			
Agama	2015	2016	2017
Islam	99.99	99.99	99.99
Protestan	0.01	0.01	0
Katolik	0	0	0.01
Budha	0	0	0
Hindu	0	0	0
Total	100	100	100

Sumber: Kabupaten Tanah datar Dalam Angka 2018

Di lihat dari data di atas, 99,99 % penduduk Kabupaten Tanah Datar adalah muslim, hai ini mengindikasikan bahwa ada peluang berkembangnya perbankan syariah di Kabupaten Tanah Datar, Akan tetapi

data di atas berbanding terbalik dengan keberadaan kantor perbankan syariah yang mencerminkan eksistensi perbankan syariah itu sendiri di Kabupaten Tanah Datar. Dari 5 (lima) tahun belakang, di Kabupaten Tanah Datar hanya memiliki 2 (dua) Kantor Cabang Pembantu Bank Umum Syariah yang berada di jantung kota Kabupaten Tanah Datar yaitu berada di Pasar Batusangkar yakni Bank Mandiri Syariah KCP Batusangkar yang masih beroperasi hingga sekarang, dan Bank Mega Syariah KCP Batusangkar yang tidak lagi beroperasi. 1 (satu) Kantor Kas Bank Pembiayaan Rakyat Syariah yang berada di Kecamatan Lima Kaum, dan 1 (satu) Unit Usaha Syariah yaitu Bank Nagari Syariah yang juga berada di Pasar Batusangkar, serta 1 (satu) Bank Pembiayaan Rakyat Syariah yakni BPRS Haji Miskin yang berada di Pandai Sikek yaitu perbatasan antara Kabupaten Tanah Datar dan Kabupaten Agam.

Alasan masyarakat belum menggunakan jasa perbankan syariah karena masyarakat belum adanya pemahaman mengenai prinsip-prinsip syariah yang ditetapkan, hal ini disebabkan karena kurangnya sosialisasi dari lembaga perbankan syariah. Untuk persoalan nisbah bagi hasil, masyarakat memahami bahwa tidak adanya perbedaan antara perbankan syariah dan perbankan konvensional. Hal ini mengindikasikan bahwa pemahaman atau *Financial literacy* masyarakat Kabupaten

Tanah Datar terhadap perbankan syariah belum maksimal.

Penelitian yang berhubungan dengan *Financial literacy* dilakukan oleh Susnaningsih Muat, Desrir Miftah dan Hesty Wulandari menyatakan bahwa Tingkat literasi keuangan memiliki pengaruh terhadap keputusan pinjaman pribadi.⁴ Yashica Putri Rizkina dan Kartini menjelaskan bahwa *Financial literacy* tidak secara otomatis diikuti dengan pengambilan keputusan keuangan yang baik.⁵

Selain itu penelitian lainnya juga menunjukkan bahwa ada hubungan antara keputusan menggunakan produk perbankan dengan *Financial literacy* dilihat dari Borden yang dikutip oleh Robb dan Woodyard menjelaskan bahwa belum jelas adanya korelasi antara literasi keuangan dan perilaku dalam menggunakan lembaga keuangan, karena tidak ada penelitian yang menemukan pengaruh literasi keuangan (*Financial literacy*) terhadap perilaku seseorang.⁶

⁴ Susnaningsih Muat, Desrir Miftah, Dkk, *Analisis Tingkat Literasi Keuangan dan Dampaknya Terhadap Keputusan Peminjaman Pribadi*, (Economic and Business Research Festiva, 2014). H 476

⁵ Yashica Putri Rizkina dan Kartini, *Analisis Nisbah Financial Literacy dan Financial Behavior Mahasiswa S-1 Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia*, (Jurnal Mandiri Universitas Islam Indonesia, 2017), h. 97-98

⁶ Robb, C.A and Woodyard, A.S, *Assosiation for Financial Counseling and Plang Education*. 2011

FINANCIAL LITERACY

Financial literacy merupakan kemampuan untuk mengelola keuangan pribadi.⁷ Sedangkan menurut Manurung literasi keuangan adalah keterampilan dan pengetahuan yang memungkinkan seorang individu untuk membuat keputusan dan efektif dengan semua sumber daya keuangan mereka.⁸ Dalam penelitian Irin Widyawati mengartikan bahwa literasi keuangan sebagai kemampuan untuk memahami kondisi keuangan serta konsep-konsep keuangan dan untuk memahami kondisi keuangan serta konsep-konsep keuangan dan untuk mengubah pengetahuai itu secara tepat dalam perilaku.⁹

Menurut Otoritas Jasa Keuangan menyatakan bahwa literasi diartikan sebagai kemampuan memahami, jadi literasi keuangan adalah kemampuan mengelola dana yang dimiliki agar berkembang dan hidup bisa lebih sejahtera di masa yang akan datang. OJK menyatakan bahwa misi penting dari literasi keuangan adalah untuk melakukan edukasi di bidang keuangan kepada masyarakat Indonesia agar dapat

mengelola keuangan secara cerdas, supaya rendahnya pengetahuan tentang industri keuangan dapat diatasi.¹⁰ Indikator dalam *Financial literacy* adalah:

1. Pengetahuan matematis an pengetahuan standar seperti angka dasar dan kemampuan dalam memahami.
2. Pemahaman keuangan mengenai sifat dasar dan bentuk uang, bagaimana uang digunakan dan konsekuensi dari keputusan konsumsi.
3. Kompetensi keuangan seperti memahami ciri-ciri utama dari layanan dasar keuangan, sikap dalam menggunakan uang dan tabungan, memahami pencatatan keuangan dan menyadari pentingnya membaca dan memeliharanya.
4. Sadar akan risiko-risiko yang berhubungan dengan produk keuangan dan memahami hubungan natra risiko dan pendapatan.
5. Tanggung jawab keuangan, yaitu kemampuan untuk membuat keputusan yang tepat mengenai isu-isu keuangan, mengetahui hak dan tanggung jawab konsumen, kemampuan, dan kepercayaan untuk mencari bantuan ketika sesuatu berjalan tidak semestinya.¹¹

⁷ Yashica Putri Rizkina dan Kartini, *Analisis Nisbah Financial Literacy dan Financial Behavior Mahasiswa S-1 Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia*, (Jurnal Mandiri Universitas Islam Indonesia, 2017), h. 78

⁸ Adler Manurung, *Sucesfull financial planer a complete guide*, (Jakarta: Grasindo, 2009), h. 24

⁹ Irin Widyati, *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Literasi Keuangan Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Branwijaya*, (2012), h.97-98

¹⁰ Otoritas Jasa Keuangan, *Literasi, Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia Revisit 2017*, (Jakarta: Direktorat Literasi dan Edukasi, 2004), h. 52

¹¹ Emmanuel Kojo Oseifuah, *Financial Literacy and Youth Enterpreneurship in South Africa*,

PREFERENSI

Perilaku konsumen adalah tindakan-tindakan yang dilakukan oleh individu, kelompok, atau organisasi yang berhubungan dengan proses pengambilan keputusan dalam mendapatkan, menggunakan barang-barang, atau jasa ekonomis yang dapat dipengaruhi lingkungan (Mangkunegara 2002).¹²

Menurut Hawkin, Best dan Coney dikutip dari Suryani menjelaskan perilaku konsumen merupakan studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi dan proses yang dilakukan untuk memilih, mengamankan, menggunakan, dan menghentikan produk, jasa, pengalaman, atau ide untuk memuaskan kebutuhannya dan dampaknya terhadap konsumen dan masyarakat.¹³

Preferensi adalah sebagai pilihan suka atau tidak suka oleh seseorang terhadap suatu produk barang atau jasa yang digunakan. Menurut Kotler preferensi konsumen merupakan kesukaan konsumen dari berbagai pilihan produk dan atau jasa yang ada. Preferensi konsumen dapat mengukur tingkat kegunaan dan nilai relatif penting setiap atribut yang terdapat pada

(African Journal of Economic and Manajement Studies, 2010), h. 164-182

¹² A.A Anwar Prabu Mangkunegara, *Perilaku Konsumen*, (Bandung: PT. Refika Aditama, 2002), h. 4

¹³ Tatik Suryani, *Perilaku Konsumen: Implikasi Pada Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008), h. 6

suatu produk atau jasa.¹⁴ Preferensi tidak bisa dihilangkan dari bagaimana berperilaku. Ada beberapa proses yang dilalui dalam berperilaku bagi seorang konsumen yaitu:

1. Menggali Kebutuhan

Proses membeli atau mengkonsumsi dimulai dengan pengenalan masalah atau kebutuhan. Setiap konsumen memiliki masalah dan kebutuhan yang berbeda-beda sehingga membuat hal tersebut dapat membedakan pengambilan keputusan pada setiap konsumen.

2. Pencarian Informasi

Sebelum mengambil keputusan untuk membeli pada kita akan melakukan pencarian informasi terhadap barang yang akan dibeli. Bisa dari segi merek, kualitasnya ataupun harga dari barang tersebut.

Proses ini guna lebih meyakinkan untuk membeli suatu produk atau barang nantinya. Informasi bisa diketahui lewat media cetak atau *online* karena pada saat ini teknologi sudah semakin berkembang sehingga dapat memudahkan konsumen untuk mendapatkan informasi suatu produk yang sesuai kebutuhan.

3. Evaluasi Alternatif

Setelah melalui tahap pencarian informasi, konsumen akan menghadapi sejumlah merek yang dapat dipilih.

¹⁴ Fahd Noor dan Yulizar Djamiludin Sanrego, *Preferensi Masyarakat Pesantren Terhadap Bak Syariah (Studi Kasus DKI Jakarta)*, Jurnal Tazkia Islamic Business dan Financial Review, h. 66

Pemilihan alternatif ini mulai dari suatu proses evaluasi tertentu.

4. Keputusan Pembelian

Dalam pengambilan keputusan, konsumen membentuk pilihan mereka diantara merek yang tergabung dealam perangkat pilihan. Konsumen mungkin juga membentuk suatu pilihan untuk membeli dan cenderung membeli merek yang disukainya.

Keputusan pembelian adalah proses pengintegrasian yang mengkombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua perilaku alternatif atau lebih, dan memilih salah satu di antaranya.¹⁵

5. Perilaku Pasca Pembelian

Dengan pembelian yang sudah terjadi, maka individu berhak menentukan tingkat kepuasan yang ia dapat setelah melakukan proses pembelian.¹⁶

METODE PENELITIAN

Penelitian ini termasuk penelitian kuantitatif dengan jenis penelitian korelasional (*correlation research*). Dalam penelitian ini, peneliti ingin melihat hubungan antara variabel *Financial literacy* dengan preferensi masyarakat memilih produk pendanaan di Kabupaten Tanah

Datar Lokasi penelitian dilakukan di Kabupaten Tanah Datar yang terdiri dari kecamatan yang mempunyai akses lebih dekat dengan Perbankan Syariah yang terdiri dari 4 kecamatan yaitu Kecamatan X Koto, Kecamatan Rambatan, Kecamatan Lima Kaum, Kecamatan Sungai Tarab. Data yang digunakan adalah data primer primer yang bersumber dari sampel penelitian, yaitu masyarakat dan melakukan transaksi dengan perbankan syariah. Jumlah sampel yang digunakan sebanyak 385 orang.

Penelitian ini menggunakan analisis data dengan software WarpPLS. PLS merupakan analisis persamaan struktural (SEM) berbasis varian yang secara simultan dapat melakukan pengujian model pengukuran sekaligus pengujian model struktural. Pengujian model pengukuran dalam PLS dievaluasi berdasarkan *convegant* dan *discriminant validity*. Indikator-indikator diukur dari nilai *Outer Loading model (measurement model)*. *Convergant validity* dikatakan tinggi apabila nilai *Outer Loading* atau korelasi skor indikator dengan skor struktur di atas 0.7, tetapi jika skor *loading* antara 0.5-0.6 tidak menghapus indikator yang memiliki skor tersebut selama skor AVE > 0.5.¹⁷ Sedangkan untuk reliabilitas dievaluasi berdasarkan *composite realibility* untuk setiap blok indikator dari nilai *Outer*

¹⁵ J. Paul Peter dan Jerry C. Olson, *Consumer Behavior, Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran. Diterjemahkan oleh Damos Sibombing (Jakarta: Erlangga, 2000), h 162*

¹⁶ M Sangadji, dan Sopiah, *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*, (Yogyakarta: Penerbit Andi, 2013), h. 121

¹⁷ Imam Ghozali, *Structural Equation Modeling Metode Alternatid dengan Partial Least Square PSL*, (Semarang: Badan Penerbit UNDIP, 2006), h. 37

Loading model.¹⁸ Pada model struktural (*inner model*) digunakan untuk menguji hipotesis. Tujuan dari *inner model* adalah untuk melihat hubungan antar variabel.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Financial literacy* terhadap preferensi masyarakat Kabupaten Tanah Datar dalam memilih produk-produk pendanaan perbankan syariah. Berdasarkan tujuan penelitian di atas, dapat dirumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut:

H_0 : Tidak ada pengaruh langsung *Financial literacy* terhadap preferensi masyarakat memilih produk pendanaan perbankan syariah.

H_1 : Ada pengaruh positif antara *Financial literacy* terhadap preferensi masyarakat memilih produk pendanaan perbankan syariah

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Karakteristik Responden

Karakteristik responden dalam penelitian ini terdiri dari jenis kelamin, umur, pekerjaan, dan pendapatan perbulan. Hal ini dapat dilihat pada tabel. 2 di bawah in:

Tabel. 2 Karakteristik Responden

N o	KARAKTE RISTIK	INDIKATO R	PERS ENTA SE
1.	Jenis Kelamin	Perempuan	50,4%
		Laki-Laki	49,6%
	Jumlah		100%
2.	Usia	20-25 tahun	9,1
		26-30 tahun	9,9
		31-35 tahun	24,4
		36-40 tahun	25,7
		>40 tahun	30,9
	Jumlah		100%
3.	Pekerjaan	Pegawai Swasta	10,6
		Pegawai Negeri	60,5
		Karyawan Swasta	15,8
		Mahasiswa	7,0
		Ibu Rumah Tangga	2,3
		Wiraswasta	3,6
		Jumlah	
4.	Pendapata n Perbulan	1.000.000-2.000.000	14,8
		2.100.000-3.000.000	11,4
		3.100.000-4.000.000	27,5
		4.000.000-5.000.000	44,9
		>5.000.000	1,3
		Jumlah	

Sumber: Data Olahan, 2019

¹⁸ Mahfud Sholihin, Dwi Ratmono, *Analisis SEM-PLS dengan WarpPLS 3.0 untuk Hubungan Nonlinier dan Penelitian Sosial dan Bisnis*, (Yogyakarta: Andi, 2013), h. 57

2. Uji Instrumen Penelitian

a. Uji Model Fit

Pada penelitian ini, uji kecocokan disajikan dalam tabel di bawah ini:

Tabel. 3 Uji Model Fit

No	Jalur	Direct Effect	
		Koefisien	P-Value
1.	APC	0.670	<0.001
2.	ARS	0.0449	<0.001

Sumber: Data Primer Diolah, 2018

Hasil uji kecocokan model yang ditampilkan pada tabel. 2. Menunjukkan bahwa hasil estimasi telah memenuhi *goodness of fit* yaitu nilai APC dan ARS signifikan secara statis.

b. Uji Validitas dan Reliabilitas

1) Uji Validitas

Pada penelitian ini uji validitas dapat dilihat pada tabel. 3 di bawah ini:

Tabel. 4. Nilai Outer Loading Variabel Financial literacy

Variabel	Financial literacy	AVE	P-Value
FL1	0.664	0.518	<0.001
FL4	0.769		<0.001
FL6	0.782		<0.001
FL7	0.812		<0.001
FL8	0.826		<0.001
FL9	0.615		<0.001
FL10	0.693		<0.001
FL11	0.687		<0.001
FL12	0.765		<0.001
FL13	0.671		<0.001

FL14	0.736		<0.001
FL15	0.618		<0.001
FL16	0.694		<0.001

Sumber: Data Primer Diolah, 2018

Dari hasil olahan pada tabel 4. tersebut, dua indikator yang dihapus karena tidak memenuhi syarat nilai *Outer Loading* yaitu indikator FL2 dan FL5. Maka indikator variabel lainnya telah memenuhi *convergent validity* pada variabel nisbah bagi hasil yang merupakan bagian dari *outer model* yaitu memiliki faktor loading >0.70 atau antara 0.50 sampai 0.60 dengan AVE >0.50 yaitu dengan nilai 0,518. Dan untuk variabel preferensi masyarakat, juga dilakukan uji validitas hasil dari uji tersebut dapat dilihat pada tabel 4 di bawah ini:

Tabel. 5. Nilai Outer Loading Variabel Preferensi

Variabel	Preferensi	AVE	P-Value
PF2	0.704	0.512	<0.001
PF3	0.763		<0.001
PF4	0.765		<0.001
PF5	0.770		<0.001
PF7	0.774		<0.001
PF8	0.687		<0.001
PF9	0.715		<0.001
PF10	0.611		<0.001
PF12	0.729		<0.001
PF13	0.664		<0.001
PF14	0.695		<0.001
PF15	0.696		<0.001

Sumber: Data Primer Diolah dengan WarpPLS 6.0, 2018

Dari hasil olahan pada tabel 4. tersebut, ada 3 indikator yang dihapus karena tidak memenuhi syarat nilai *Outer Loading* yaitu indikator PF1, PF 6 dan PF 11. Maka indikator variabel lainnya telah memenuhi *convergent validity* pada variabel nisbah bagi hasil yang merupakan bagian dari *outer model* yaitu memiliki faktor loading >0.70 atau antara 0.50 sampai 0.60 dengan AVE >0.50 yaitu dengan nilai 0,512.

Sedangkan untuk *discriminant validity* ini ditunjukkan dengan akar kuadrat AVE lebih besar daripada koefisien korelasi antar konstruk pada masing-masing kolom, maka *discriminant validity* memiliki nilai baik, hal ini bisa dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 6. Discriminant Validity

	FL	PF
FL	(0.720)	0.644
PF	0.644	(0.716)

Sumber: Data Primer Diolah dengan WarpPLS 6.0, 2018

Tabel. 5 di atas memperlihatkan bahwa kriteria *discriminant validity* telah terpenuhi, hal ini ditunjukkan dengan akar kuadrat AVE lebih besar daripada koefisien korelasi antar konstruk pada masing-masing kolom. Hasil ini menunjukkan bahwa masing-masing indikator dari setiap variabel dapat mengukur variabel tersebut secara tepat daripada dengan variabel lain. Yaitu variabel FL dapat dengan tepat mengukur variabel FL dinyatakan dengan akar kuadrat FL ke FL sebesar 0.72 lebih besar dari akar kuadrat AVE FL ke PF sebesar 0.644.

Variabel PF dapat dengan tepat mengukur variabel PF dinyatakan dengan akar kuadrat PF ke PF sebesar 0.716 lebih besar dari akar kuadrat PF ke FL sebesar 0,644.

2) Uji Realibilitas

Uji reliabilitas instrumen dalam penelitian ini diukur dengan dua kriteria yaitu nilai *composite reliability* dan *cronbachs alpha* untuk setiap variabel pada konstruk reflektif. Suatu variabel dikatakan reliabel jika nilai *composite reliability* dan *cronbachs alpha* > 0.70 (Ghozali 2006). Pada penelitian ini uji reliabilitas sudah memenuhi syarat nilai *composite reliability* dan *cronbachs alpha* > 0.70, hal ini dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel. 7. composite reliability dan cronbachs alpha

No	Variabel	Cronbachs Alpha	Composite Reliability	Ket
1	Financial literacy	0.921	0.933	Reliabel
2	Preferensi	0.913	0.926	Reliabel

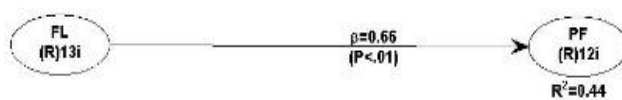
Sumber: Data Primer Diolah dengan WarpPLS 6.0, 2018

Berdasarkan tabel 6 di atas, untuk variabel *Financial literacy* nilai skor *cronbach's alpha* adalah 0.921 dengan *composite reliability* 0.933, nilai *composite reliability* dan *cronbach's alpha* variabel preferensi adalah 0.926 dan 0.913. jadi dapat disimpulkan bahwa ketiga variabel dalam penelitian ini telah memenuhi *composite reliability* dan *cronbach alpha's* dengan nilai skor > 0.7.

c. Uji *inner Model*

Uji *inner model* digunakan untuk menguji indikasi pengaruh variabel *financial literacy* terhadap preferensi masyarakat. Hasil dari uji ini disajikan dalam gambar di bawah ini:

Gambar 1. Pengaruh *Financial literacy* terhadap Preferensi Masyarakat



Dari gambar di atas, dapat dijelaskan bahwa *Financial literacy* mampu mempengaruhi secara positif dan signifikan Preferensi masyarakat menggunakan produk penghimpunan dana dengan R² sebesar 0.44 dengan tingkat signifikansi P-Value 0.01. dari penjelasan di atas dapat diterangkan bahwa pada hasil pengujian ini adalah H₁ diterima yaitu ada pengaruh positif dan signifikan secara langsung antara *Financial literacy* terhadap preferensi masyarakat memilih produk pendanaan perbankan syariah.

Berdasarkan hasil di atas, dapat dimaknai bahwa ada pengaruh *Financial literacy* terhadap preferensi masyarakat menggunakan produk pendanaan perbankan syariah di Kabupaten Tanah Datar, hal ini berarti semakin tinggi tingkat *Financial literacy* masyarakat, akan

semakin tinggi juga preferensi masyarakat memilih menggunakan produk pendanaan pada perbankan syariah.

Penelitian ini menguatkan penelitian yang dilakukan Muat dan Miftah yang menjelaskan bahwa tingkat literasi keuangan memiliki pengaruh terhadap keputusan pinjaman pribadi¹⁹ dan berbanding terbalik dengan penelitian Rizikina yang menyatakan bahwa *Financial literacy* tidak secara otomatis diikuti dengan pengambilan keputusan keuangan yang baik²⁰, serta penelitian yang dilakukan (Robb dan Woodyard 2011) yang menyatakan bahwa bahwa belum jelas adanya korelasi antara literasi keuangan dan perilaku dalam menggunakan lembaga keuangan, karena tidak ada penelitian yang menemukan pengaruh literasi keuangan (*Financial literacy*) terhadap perilaku seseorang.²¹

¹⁹ Susnaningsih Muat, Desrir Miftah, Dkk, *Analisis Tingkat Literasi Keuangan dan Dampaknya Terhadap Keputusan Peminjaman Pribadi*, (Economic and Business Research Festiva, 2014). H 476

²⁰ Yashica Putri Rizikina dan Kartini, *Analisis Nisbah Financial Literacy dan Financial Behavior Mahasiswa S-1 Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia*, (Jurnal Mandiri Universitas Islam Indonesia, 2017), h. 97-98

²¹ Robb, C.A and Woodyard, A.S, *Assosiation for Financial Counseling and Plang Education*. 2011

KESIMPULAN

Hasil penelitian menyimpulkan bahwa peningkatan *Financial literacy* yang dilakukan oleh masyarakat Kabupaten Tanah Datar yang menjadi responden dalam penelitian ini mampu meningkatkan preferensi masyarakat dalam memilih produk-produk pendanaan yang ditawarkan oleh perbankan syariah, baik dalam produk Deposito, Tabungan Wadiah, Tabungan Mudharabah atau variasi dari produk-produk pendanaan lainnya.

Saran bagi para praktisi perbankan syariah lebih bisa mengenalkan lagi produk-produk yang terdapat dalam perbankan syariah, khususnya produk-produk pendanaan, agar masyarakat memahami dan menjadikan perbankan syariah sebagai lembaga keuangan yang dipilih dalam transaksi keuangan mereka.

Bagi peneliti selanjutnya agar lebih meluaskan lagi wilayah penelitian yang dari beberapa kecamatan menjadi semua kecamatan di Kabupaten Tanah Datar maupun kecamatan di Kabupaten/Kota lainnya. Bagi peneliti selanjutnya dapat menambah variabel independen yang dapat mempengaruhi preferensi masyarakat memilih produk-produk pendanaan perbankan syariah.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik. Kabupaten Tanah Datar dalam Angka. Tanah Datar: Badan Pusat Statistik Kabupaten Tanah Datar, 2016.
- Chen, Haiyang dan Ronald P. Volpe. 1998. *An Analysis of Personal Financial Literacy Among College Students*, *Financial Services Review*
- Ghozali, Imam. *Struktural Equation Modelling Metode Alternatif dengan Partial Least Square PLS*. Semarang: Penerbit UNDIP, 2006.
- Mangkunegara, A.A Anwar Prabu. *Perilaku Konsumen*. Bandung: PT. Refika Aditama, 2002.
- Manurung, Adler. *Succesfull finacial planer a complete guide*. Jakarta: Grasindo, 2009.
- Muat, Susnaningsih, Desrir Miftah, and Hesty Wulandari. "Analisis Tingkat Literasi Keuangan dan Dampaknya Terhadap Keputusan Pinjaman Pribadi." *Economic and Business Research Festiva*, 2014: 465-478.
- Noor, Fahd, and Yulizar Djamiludin Sanrego. "Preferensi Masyarakat Pesantren Terhadap Bak Syariah (Studi Kasus DKI Jakarta)." *Jurnal Tazkia Islamic Business dan Financial Review*, 2011.
- Oseifuah, Emmanuel Kojo. "Financial Literacy and Youth

- Enterpreneurship in South Africa." *African Journal of Economic and Manajement Studies*, 2010: 164-182.
- Otoritas Jasa Keuangan. Literasi, Edukasi, dan Inklusi Keuangan. Jakarta: Direktorat Literasi dan Edukasi, 2004.
- , Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia Revisit 2017. Jakarta: OJK, 2017.
- Rizkina, Yashica Putri, and Kartini. "Analisis Nisbah Financial Literacy dan Financial Behavior Mahasiswa S-1 Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia." *Jurnal Mandiri Universitas Islam Indonesia*, 2017: 76-99.
- Robb, C.A, and A.S. Woodyard. "Assosiation for Financial Counseling and Plang Education." 2011.
- Rosulong, Ismail, 2011. *Pemahaman Nasabah Tentang Konsep Mudharabah (Study pada BMT Anugerah Abadi Makassar)*. *Jurnal Ilmu Ekonomi Balance*
- Sangadji, E.M, and Sopiah. *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai Himpunan*. Yogyakarta: Andi, 2013.
- Sholihin, Mahfud, and Dwi Ratmono. Analisis SEM-PLS dengan WarpPLS 3.0 untuk Hubungan Nonlinier dan Penelitian Sosial dan Bisnis. Yogyakarta: Andi, 2013.
- Suryani, Tatik. *Perilaku Konsumen: Implikasi Pada Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008.
- Thomson, Sue dan Lisa De Bortoli, *Pisa 2105: Financial Literacy in Australia*. 2017. Australia: Australia Council fot Educational Research
- Widyati, Irin. "Faktor-faktor yang Mempengaruhi Literasi Keuangan Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya ." 2012.