

RINGKASAN DATA | AKUNTANSI, MANAJEMEN, BISNIS, EKONOMI

Pengaruh Literasi dan Inovasi Keuangan terhadap Penggunaan Layanan Digital BSI di Parepare, Indonesia

Mohamad Azhar Anugrah¹, M. Musmulayadi², N. Nurfadhilah³, Trian Fisman Adisaputra⁴

^{1, 2, 3, 4} Department of Islamic Financial Management, Faculty of Islamic Economics and Business, IAIN Parepare. Parepare, Indonesia. Email: azharanugrah86@gmail.com¹, musmulyadi@iain.ac.id², nurfadhilah@gmail.com³, trianfismanadisaputra@gmail.com⁴

SEJARAH ARTIKEL

Diterima: 03 Februari 2025

Direvisi: 15 Mei 2025

Diterima: 27 Mei 2025

DOI

<https://doi.org/10.52970/grdis.v5i3.1088>

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh literasi dan inovasi keuangan terhadap keputusan penggunaan layanan digital Bank Syariah Indonesia (BSI) di Kota Parepare. Metode penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan analisis regresi berganda. Data diperoleh melalui instrumen penelitian yang diuji validitas dan keandalannya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan memiliki efek positif dan signifikan dengan koefisien regresi 0,350 ($p < 0,05$), dan inovasi keuangan juga memiliki efek positif dan signifikan dengan koefisien regresi 0,355 ($p < 0,05$) terhadap keputusan penggunaan layanan digital BSI. Secara bersamaan, kedua variabel ini memiliki pengaruh yang signifikan dengan nilai F-count 50,794 ($p < 0,05$) dan dapat menjelaskan 51,2% variasi keputusan menggunakan layanan BSI. Penelitian ini menyimpulkan bahwa peningkatan literasi keuangan dan pengembangan inovasi layanan perbankan penting dalam mendorong layanan digital BSI di Kota Parepare.

Kata kunci: Literasi Keuangan, Inovasi Keuangan, Layanan Digital, Bank Syariah Indonesia.

I. Perkenalan

Perkembangan era digital telah secara signifikan mengubah sistem perbankan syariah di Indonesia, menempatkan literasi keuangan sebagai elemen fundamental dalam pengelolaan keuangan masyarakat. Di daerah berkembang seperti Kota Parepare, tingkat pemahaman keuangan masyarakat masih membutuhkan perhatian khusus. Lusardi dan Mitchell mendefinisikan literasi keuangan sebagai kombinasi pengetahuan dan keterampilan penting dalam membuat keputusan keuangan yang tepat, termasuk memahami produk dan layanan perbankan syariah (Yushita, 2017). Fenomena transformasi digital tercermin dari perkembangan Bank Syariah Indonesia (BSI) yang ditandai dengan peningkatan substansial pengguna BSI Mobile. Pada tahun 2022, BSI Mobile mencatatkan pertumbuhan pengguna aktif dari 2,3 juta menjadi 3,8 juta pengguna, meningkat menjadi 4,5 juta pengguna pada tahun 2023, dan per Juni 2024, mencapai 7 juta pengguna. Pencapaian ini merupakan hasil dari transformasi digital perbankan syariah dan penerapan kebijakan pemerintah yang mendorong inklusi keuangan. Dalam konteks perkembangan tersebut, inovasi sistem keuangan berperan sebagai katalis dalam pengembangan sektor perbankan. Arner menegaskan bahwa inovasi keuangan berkontribusi pada peningkatan aksesibilitas dan efisiensi layanan keuangan (Ayuningtyas et al., 2024). Namun, kenyataan di Kota Parepare menunjukkan bahwa meskipun sebagian besar penduduk muslim tertarik dengan layanan perbankan syariah, keterbatasan sosialisasi dan pemahaman produk masih menjadi kendala utama.



2025. Penulis. Artikel akses terbuka ini didistribusikan di bawah lisensi Creative Commons Attribution (CC-BY-SA) 4.0.

Halaman |

Tinjauan literatur menunjukkan bahwa penelitian sebelumnya secara terpisah berfokus pada satu aspek, baik literasi keuangan atau inovasi digital. Studi Nadila (2021) dan Putri (2021) membatasi analisis pada dampak literasi keuangan terhadap minat dalam menggunakan produk perbankan syariah tanpa mempertimbangkan aspek inovasi digital. Sementara itu, penelitian Kasman dan Ruslan (2023) hanya mengkaji aspek inovasi digital mobile banking syariah tanpa menganalisis peran literasi keuangan dalam mengadopsi inovasi tersebut. Meskipun Lazriyani dan Yarham (2023) telah menggabungkan aspek literasi dan inklusi keuangan, penelitian mereka terbatas pada kelompok mahasiswa dan belum mempertimbangkan peran inovasi digital dalam preferensi penggunaan produk perbankan syariah.

Kesenjangan penelitian juga dilihat dari aspek metodologis, di mana sebagian besar penelitian menggunakan pendekatan tunggal - baik kuantitatif maupun kualitatif - dan berfokus pada segmen populasi tertentu seperti mahasiswa atau pelaku UMKM. Selain itu, konteks geografis penelitian sebelumnya belum secara khusus meneliti dinamika adopsi layanan digital perbankan syariah di daerah berkembang seperti Kota Parepare yang memiliki karakteristik sosial ekonomi dan tingkat literasi digital yang berbeda dari wilayah metropolitan. Sintesis komprehensif yang dilakukan oleh Menne (2023) mengidentifikasi tren pembangunan. Namun, belum memberikan analisis mendalam tentang interaksi antara literasi keuangan dan inovasi digital dalam konteks adopsi layanan perbankan syariah. Penelitian ini bertujuan untuk mengisi kesenjangan tersebut dengan secara bersamaan menganalisis pengaruh literasi keuangan dan inovasi digital terhadap keputusan masyarakat untuk mengadopsi layanan digital BSI, khususnya di daerah berkembang. Pendekatan ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih komprehensif tentang faktor-faktor yang mempengaruhi adopsi layanan digital perbankan syariah di masyarakat kontemporer. Meskipun penelitian ini telah memberikan kontribusi yang signifikan, ada kesenjangan dalam memahami interaksi antara literasi keuangan dan inovasi digital dalam mengadopsi layanan digital perbankan syariah, terutama di daerah berkembang seperti Kota Parepare. Penelitian ini bertujuan untuk mengisi kesenjangan ini dengan menganalisis pengaruh kedua faktor ini secara bersamaan terhadap keputusan masyarakat untuk mengadopsi layanan digital BSI. Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan dan inovasi digital terhadap keputusan masyarakat Kota Parepare untuk mengadopsi layanan digital BSI. Melalui eksplorasi komprehensif aspek literasi keuangan dalam pengambilan keputusan keuangan dan dampak inovasi mobile banking, penelitian ini diharapkan dapat mengembangkan program edukasi keuangan yang efektif dan meningkatkan partisipasi masyarakat dalam sistem perbankan syariah.

II. Tinjauan Literatur dan Pengembangan Hipotesis

Teori utama yang digunakan dalam penelitian ini adalah Technology Acceptance Model (TAM), salah satu model yang umumnya digunakan untuk menjelaskan penerimaan pengguna terhadap sistem teknologi informasi. TAM adalah pengembangan teoritis dari Theory of Reasoned Action (TRA) oleh Ajzen dan Fishbein. Davis pertama kali memperkenalkan model ini. TAM yang dikembangkan oleh Davis telah menambahkan dua konstruksi utama ke model TRA. Kemudahan penggunaan yang dirasakan dan kegunaan yang dirasakan adalah dua konstruksi utama yang ditambahkan. TAM menjelaskan bahwa dua konstruksi utama menentukan penerimaan pengguna terhadap sistem teknologi informasi. Konstruksi TAM yang tidak dimodifikasi terdiri dari lima konstruksi utama: kemudahan penggunaan yang dirasakan, kegunaan yang dirasakan, sikap terhadap penggunaan, niat perilaku untuk digunakan, dan penggunaan sistem aktual (STIKOM, 2017).

2.1. Literasi Keuangan

Literasi keuangan adalah kemampuan memahami kondisi keuangan dan konsep konsep keuangan untuk mengubah pengetahuan tersebut secara tepat menjadi perilaku (Gws & Febriaty, 2018). Menurut Tribuana (2020), dalam penelitiannya, literasi keuangan adalah kemampuan seseorang untuk mengelola keuangannya agar tidak ada kesulitan keuangan dalam hidupnya (Tribuana et al., 2020). Penelitian yang dilakukan oleh Kusumaningtyas & Sakti (2017) menyimpulkan bahwa literasi keuangan adalah serangkaian proses yang bertujuan untuk mengelola keuangan dan berpartisipasi dalam kehidupan ekonomi (Sada, 2022). Dari penjelasan ini, dapat disimpulkan bahwa literasi keuangan tidak hanya terbatas pada pemahaman teoritis tetapi juga mencakup implementasi praktis dalam pengelolaan keuangan sehari-hari dan partisipasi aktif dalam sistem ekonomi yang lebih luas.



2.2. Inovasi Keuangan

Inovasi keuangan dapat didefinisikan sebagai perubahan pasar bagi konsumen dan utang bisnis. Inovasi keuangan memiliki beragam kegiatannya, yaitu (1) menciptakan produk keuangan baru dengan Imlal yang diinginkan /disepakati oleh konsumen dan (2) menyediakan layanan keuangan baru seperti ATM, kartu tunai, dll. (Khalifaturofi'ah, 2019). Inovasi memainkan peran penting di sektor keuangan, termasuk perbankan. Perbankan harus menghasilkan produk baru dalam menjawab permintaan masyarakat yang lebih kreatif dan inovatif, sehingga perbankan dapat terjaga di tengah persaingan yang ketat (Ayuningtyas et al., 2024). Dengan hal ini, dapat disimpulkan bahwa inovasi keuangan merupakan perubahan signifikan di pasar yang berdampak pada konsumen dan bisnis, termasuk menciptakan produk keuangan baru dan menyediakan layanan seperti ATM (Automatic Teller Machine). Inovasi ini penting bagi sektor perbankan yang perlu mengembangkan produk kreatif untuk memenuhi permintaan masyarakat. Kemampuan beradaptasi dan inovasi menjadi kunci bagi bank untuk mempertahankan eksistensinya selama persaingan yang ketat.

2.3. Keputusan pembelian/penggunaan

Menurut Hadari, Nawawi mendefinisikan keputusan sebagai hasil dari mempertimbangkan sesuatu yang akan diterapkan dalam kehidupan nyata. Keputusan tersebut juga dapat diartikan sebagai hasil terbaik ketika memilih salah satu dari dua atau beberapa alternatif yang dihadapi. Pengambilan keputusan adalah proses atau rangkaian kegiatan yang menganalisis berbagai fakta, informasi, data, teori/pendapat yang akhirnya sampai pada satu kesimpulan yang dianggap terbaik dan paling tepat (Raihan, 2016). Individu atau kelompok membuat keputusan pembelian untuk memilih, membeli, menggunakan, dan memanfaatkan barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan atau keinginan mereka (Kotler & Keller, 2012; Sanjaya & Budiono, 2021). Berdasarkan uraian di atas, keputusan tersebut dihasilkan dari proses pertimbangan untuk melakukan aksi nyata, yang dipilih sebagai solusi terbaik dari beberapa alternatif yang ada. Pengambilan keputusan melibatkan analisis fakta, informasi, data, dan teori untuk mencapai kesimpulan yang tepat. Dalam konteks pembelian, keputusan adalah proses individu atau kelompok dalam memilih, membeli, dan menggunakan barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan atau keinginan mereka.

2.4. Hipotesis

Hipotesis adalah pernyataan sementara atau dugaan yang dirumuskan berdasarkan teori atau pengamatan awal, yang kemudian akan diuji melalui penelitian. Hipotesis berfungsi sebagai pedoman untuk penelitian, memberikan arahan tentang apa yang harus diuji dan diukur.

- H1 : Literasi keuangan berpengaruh positif terhadap keputusan masyarakat Kota Parepare untuk menggunakan layanan Bank Syariah Indonesia (BSI).
- H2 : Inovasi keuangan berpengaruh positif terhadap keputusan masyarakat Kota Parepare untuk menggunakan Bank Syariah Indonesia (BSI) services.
- H3 : Literasi keuangan dan inovasi keuangan secara bersamaan memiliki efek positif dan signifikan terhadap keputusan masyarakat Kota Parepare untuk menggunakan layanan Bank Syariah Indonesia (BSI).

III. Metode Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif, dengan data berupa angka yang dianalisis menggunakan metode statistik. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini bersifat asosiatif. Pendekatan asosiatif bertujuan untuk mengidentifikasi korelasi antara beberapa variabel. Dalam konteks ini, penelitian ini mengeksplorasi hubungan antara literasi keuangan dan inovasi keuangan dan keputusan untuk menggunakan layanan digital Islam Indonesia

Bank. Variabel penelitian ini meliputi literasi keuangan dan inovasi keuangan sebagai variabel independen dan keputusan untuk menggunakan layanan digital bank syariah sebagai variabel dependen.

3.1. Populasi dan sampel

Populasi adalah daerah generalisasi yang terdiri dari objek/subjek dengan kualitas dan karakteristik tertentu yang ditentukan oleh peneliti untuk diteliti dan kemudian ditarik kesimpulan. (Saran, 2013). Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Kota Parepare. Teknik pengambilan sampel menggunakan pengambilan sampel non-probabilitas, di mana tidak semua anggota populasi memiliki peluang yang sama untuk berada dalam sampel penelitian. (Saran, 2013). Metode yang digunakan adalah purposive sampling dengan tiga kriteria utama: pertama, menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia yang menggunakan layanan mobile banking. Kedua, berdomisili di Kota Parepare. Ketiga, memiliki akses ke layanan digital. Dengan kriteria yang telah ditentukan dan jumlahnya tidak diketahui, peneliti menggunakan rumus Lameshow untuk menghitung jumlah sampel dalam penelitian ini. Jumlah sampel yang dihasilkan dari menghitung rumus pertunjukan Lame's adalah 96.

$$n = \frac{z^2 p (1 - p)}{(d)^2}$$

Informasi:

n = Jumlah sampel

Z = Z skor pada kepercayaan 95% (1,96)

d = Alfa (0,10) atau kesalahan

pengambilan sampel = 10% p =

Perkiraan maksimum (0,5)

Dalam penelitian ini, pendataan menggunakan motif kuesioner; setiap pernyataan diukur menggunakan Skala Likert 5 poin dengan kriteria sebagai berikut:

Tabel 1. Skala Likert

Deskripsi	Skor
Sangat setuju	1
Setuju	2
Netral	3
Tidak setuju	4
Sangat tidak setuju	5

3.2. Metode analisis data

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan pendekatan statistik yang diolah melalui program Paket Statistik Ilmu Pengetahuan Sosial (SPSS) versi 26. Penelitian ini menerapkan beberapa tahapan analisis. Tahap pertama melibatkan pengujian instrumen penelitian yang terdiri dari dua komponen. Komponen pertama adalah uji validitas yang bertujuan untuk mengukur keakuratan setiap item dalam instrumen penelitian. Komponen kedua adalah uji keandalan yang mengevaluasi konsistensi dan keandalan alat ukur. Tahap kedua menerapkan tes asumsi klasik yang mencakup tiga tes. Pertama, uji normalitas dengan metode Kolmogorov-Smirnov memastikan normalitas distribusi data. Kedua, uji multikolinearitas melalui analisis nilai VIF dan toleransi digunakan untuk mendeteksi korelasi antar variabel independen. Ketiga, uji heteroscedastisitas dengan metode Glejser untuk mengevaluasi keseragaman varians residual. Tahap ketiga menguji hipotesis melalui beberapa analisis statistik. Analisis primer menggunakan regresi linier berganda dengan persamaan:

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



Informasi: Y = Keputusan masyarakat (variabel dependen) a = Konstanta b1, b2 = Koefisien regresi X1 = Literasi keuangan (variabel independen pertama) X2 = Inovasi keuangan (variabel independen kedua) e = Istilah kesalahan.

Selanjutnya, uji t dilakukan untuk menganalisis pengaruh individu dari setiap variabel independen, uji F untuk mengevaluasi pengaruh simultan variabel independen, dan uji koefisien penentuan (R^2) untuk mengukur seberapa banyak variabel independen dapat menjelaskan variasi variabel dependen dalam model penelitian.

IV. Hasil dan Diskusi

4.1. Hasil Statistik 4.1.1. Tes Validitas

Tabel 2. Hasil Tes Validitas

Variabel	Sig	Deskripsi
X1	> 0,05	Sah
X2	> 0,05	Sah
Y	> 0,05	Sah

Nilai signifikansinya adalah 0,05. Dengan demikian, instrumen penelitian untuk variabel X1, X2, dan Y dinyatakan valid secara statistik.

4.1.2. Uji Keandalan

Tabel 3. Uji Keandalan

Variabel	Sig	Deskripsi
X1	>0,60	Sah
X2	>0,60	Sah
Y	>0,60	Sah

Dari Tabel 3, nilai Alpha Cronbach lebih dari 0,60. Hal ini menunjukkan bahwa semua instrumen variabel dalam penelitian ini dapat diandalkan atau memenuhi kriteria, sehingga data yang digunakan untuk analisis selanjutnya dapat dipercaya dan layak.

4.1.3. Tes Normalitas

Tabel 4. Tes Normalitas

Variabel	Toleransi	Nilai	Deskripsi
Literasi Keuangan	0,412	2,426	Tidak ada Multikolinearitas
Inovasi Keuangan	0,412	2,426	Tidak ada Multikolinearitas

Berdasarkan Tabel 4, nilai signifikan asymp.sig. (2 berekor) sebesar 0,00 lebih kecil dari 0,05. Berdasarkan kriteria pengambilan keputusan Kolmogorov, ini menunjukkan bahwa data tidak didistribusikan secara normal. Oleh karena itu, asumsi dan pernyataan normalitas dalam model regresi tidak terpenuhi.

4.1.4. Tes Heteroscedastisitas

Berdasarkan hasil uji heteroscedastisitas, dapat dilihat bahwa tidak ada heteroscedastisitas pada variabel Literasi Keuangan karena memiliki nilai signifikansi 0,464 ($> 0,05$) yang berarti tidak ada heteroscedastisitas pada variabel ini, Inovasi Keuangan memiliki nilai signifikansi 0,001 ($< 0,05$) yang menunjukkan terjadinya heteroscedastisitas pada variabel ini, dan Keputusan Pembelian/Penggunaan memiliki nilai signifikansi 0,000 ($< 0,05$) yang menunjukkan bahwa terjadi heteroscedastisitas dalam variabel ini



4.1.5. Tes Analisis Regresi Berganda

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$
$$Y = 2.449 X_1 + 0,350 X_2 + e$$

Penjelasan:

Konstanta 2.449 menunjukkan bahwa meskipun nilai Literasi Keuangan nol, keputusan untuk membeli/menggunakan layanan digital Bank Syariah Indonesia akan tetap berada di angka 2.449. Koefisien regresi Inovasi Keuangan adalah 0,350, artinya setiap peningkatan 1 poin dalam Literasi Keuangan akan berdampak pada kenaikan tersebut, sehingga keputusan untuk membeli/menggunakan layanan digital Bank Syariah Indonesia akan tetap berada di angka 2.449, dengan asumsi variabel independen lainnya konstan. Kesalahan standar (e) adalah variabel acak yang mencerminkan semua faktor yang mempengaruhi Y, tetapi tidak termasuk dalam persamaan regresi penelitian ini.

4.1.6. Uji-T

Tabel 5. Uji-T

Koefisien A						
Pola	Koefisien Tidak Standar		Koefisien standar beta	t	Sig	
	B	Kesalahan standar				
1	(Konstan)	2.449	1.436		1.706	.091
	Literasi Keuangan	.350	.122	.320	2.866	.005
	Inovasi Keuangan	.355	.089	.447	4.006	.000

a. Variabel Dependen: Keputusan Pembelian/Penggunaan

Variabel Literasi Keuangan memiliki nilai t-count 2,866 dengan signifikansi 0,005 ($p < 0,05$), yang menunjukkan bahwa Literasi Keuangan sebagian memiliki efek positif yang signifikan terhadap Keputusan Pembelian/Penggunaan. Variabel Inovasi Keuangan memiliki nilai t-count 4,006 dengan signifikansi 0,000 ($p < 0,05$), menunjukkan bahwa Inovasi Keuangan juga sebagian memiliki efek positif yang signifikan terhadap Keputusan Pembelian/Penggunaan.

4.1.7. Uji-F

Tabel 6. Uji-F

Analisis Varians						
Pola		Jumlah kuadrat	DF	Rata-rata Persegi	F	Sig
1	Regresi	1416.351	2	708.176	50.794	000b
	Konstan	1296.607	93	13.942		
	Seluruh	2712.958	95			

sebuah. Tergantung variabel: Keputusan Pembelian/Penggunaan

b. Prediktor: (konstan), Inovasi Keuangan, Literasi Keuangan

Hasil uji F menunjukkan nilai F-count 50,794 dengan level signifikansi 0,000 ($p < 0,05$). Hal ini membuktikan bahwa variabel Literasi Keuangan dan Inovasi Keuangan secara bersamaan (bersama-sama) secara signifikan mempengaruhi Keputusan Pembelian/Penggunaan.



4.1.8. Uji Koefisien Penentuan (R^2)

Tabel 7. Tes R2

Ringkasan Model				
Jenis	R	R Square	R Disesuaikan Kuadrat	Std. Kesalahan Perkiraan
1	.723a	.522	.512	3.734
a. Prediktor: (Konstan), Inovasi Keuangan, Literasi Keuangan				

Nilai R Square sebesar 0,522 atau 52,2% dengan Adjusted R Square sebesar 0,512 atau 51,2% menunjukkan bahwa variabel Literasi Keuangan dan Inovasi Keuangan dapat menjelaskan variasi perubahan Keputusan Pembelian/Penggunaan sebesar 51,2%. Sebagai perbandingan, 48,8% sisanya dijelaskan oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam model penelitian ini. Nilai korelasi (R) 0,723 menunjukkan hubungan yang kuat antara variabel independen dan dependen.

4.2. Diskusi

- 4.2.1. Literasi keuangan berpengaruh positif terhadap keputusan masyarakat Kota Parepare untuk menggunakan layanan digital Bank Syariah Indonesia (BSI) KC ParePare.

Hasil penelitian menyebutkan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif terhadap keputusan masyarakat Kota Parepare untuk menggunakan jasa Bank Syariah Indonesia (BSI). Hal ini dibuktikan dengan nilai koefisien regresi 0,350 dan nilai signifikansi 0,005 ($p < 0,05$), yang menunjukkan pengaruh positif dan signifikan. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat literasi keuangan masyarakat, semakin tinggi kecenderungan mereka untuk menggunakan layanan BSI.

- 4.2.2. Inovasi keuangan berdampak positif terhadap keputusan masyarakat Kota Parepare untuk menggunakan layanan digital Bank Syariah Indonesia (BSI) KC Parepare

Berdasarkan hasil penelitian, disebutkan bahwa inovasi keuangan berpengaruh positif terhadap keputusan masyarakat Kota Parepare untuk menggunakan layanan Bank Syariah Indonesia (BSI). Analisis menunjukkan nilai koefisien regresi 0,355 dengan nilai signifikan 0,000 ($p < 0,05$). Hal ini menegaskan bahwa inovasi keuangan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan untuk menggunakan layanan BSI, dimana semakin baik inovasi keuangan yang ditawarkan, semakin tinggi tingkat penggunaan layanan.

- 4.2.3. Literasi keuangan dan inovasi keuangan secara bersamaan memberikan efek positif dan signifikan terhadap keputusan masyarakat Kota Parepare untuk menggunakan layanan Bank Syariah Indonesia (BSI).

Berdasarkan hasil penelitian, disebutkan bahwa literasi keuangan dan inovasi keuangan secara bersamaan memberikan efek positif dan signifikan bagi masyarakat Kota Parepare untuk menggunakan jasa Bank Syariah Indonesia (BSI). Hal ini dibuktikan dengan hasil uji-F, yang menunjukkan nilai hitungan-F 50,794 dengan signifikansi 0,000 ($p < 0,05$). Selanjutnya, nilai R Square yang Disesuaikan sebesar 0,512 menunjukkan bahwa kedua variabel independen tersebut dapat menjelaskan 51,2% dari variasi keputusan untuk menggunakan layanan BSI. Sebaliknya, 48,8% sisanya dijelaskan oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam model penelitian ini.

V. Kesimpulan

Berdasarkan analisis data penelitian tentang pengaruh literasi keuangan dan inovasi keuangan terhadap keputusan penggunaan layanan digital Bank Syariah Indonesia (BSI) di Kota Parepare, ditemukan beberapa temuan penting. Hasil uji validitas dan keandalan menunjukkan bahwa instrumen penelitian dapat diandalkan dan cocok untuk analisis, meskipun terdapat beberapa keterbatasan dalam normalitas data. Analisis regresi berganda mengungkapkan bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh positif dan signifikan dengan koefisien regresi



0,350 ($p < 0,05$). Pada saat yang sama, inovasi keuangan juga menunjukkan pengaruh positif dan signifikan dengan koefisien regresi 0,355 ($p < 0,05$) terhadap keputusan penggunaan layanan digital BSI.

Secara bersamaan, kedua variabel independen tersebut memiliki pengaruh yang signifikan, dibuktikan dengan nilai hitungan F- 50,794 ($p < 0,05$). Model penelitian ini menjelaskan 51,2% variasi keputusan untuk menggunakan layanan BSI, seperti yang ditunjukkan oleh nilai R Square yang Disesuaikan. Faktor lain di luar model penelitian menjelaskan 48,8% sisanya. Nilai korelasi (R) 0,723 menunjukkan hubungan yang kuat antara variabel independen dan dependen. Temuan ini menegaskan bahwa peningkatan literasi keuangan dan pengembangan inovasi layanan perbankan penting dalam mendorong layanan digital BSI di Kota Parepare. Oleh karena itu, upaya peningkatan literasi keuangan masyarakat dan pengembangan inovasi layanan perbankan perlu dilakukan secara berkesinambungan untuk meningkatkan adopsi layanan perbankan syariah di daerah.

Referensi

- Ayuningtyas, A., Arrahman, C. F., Salsabila, K. V., Armayza, M. A., Hardiyanti, N. S., & Suresman, E. (2024). 9 Inovasi Keuangan Syariah: Tinjauan dari Perspektif Mahasiswa Ekonomi Syariah. *JEKIS: Jurnal Ekonomi Islam*, 2(1).
- Khalifaturofi'ah, S. O. (2019). Inovasi Keuangan Perbankan di Indonesia. *Prosiding Senama*, 2, 11-20.
- Pulungan, DR, & Februari, H. (2018). Pengaruh gaya hidup dan literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif siswa. *Jurnal Penelitian Ilmu Manajemen*, 2(3), 103-110.
- Raihan, R. (2016). Pengambilan Keputusan dalam Kepemimpinan Manajemen Dakwah. *Jurnal Al-Bayan: Media untuk Studi dan Pengembangan Ilmu Dakwah*, 22(2).
- Sada, Y. M. V. K. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup dan Lingkungan Sosial terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa: Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup dan Lingkungan Sosial terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa. *Jurnal Literasi Akuntansi*, 2(2), 86-99.
- Sanjaya, S., & Budiono, H. (2021). Efek penggunaan media sosial dan e-wom pada keputusan pembelian dalam mediasi kepercayaan. *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan*, 3(4), 1147-1157.
- STIKOM, P. A. G. P.-S. (2017). Penerapan Metode TAM (Technology Acceptance Model) dalam penerapan Sistem Informasi Bazaar Banjar . *Pusat Penelitian Teknik dan Pendidikan Kecepatan*, 10(1).
- Sugiyono, D. (2013). Metode penelitian kualitatif dan kuantitatif serta R&D. Di Penerbit Alfabeta.
- Tribuana, L., Stie, A., & Subang, S. (2020). Pengaruh literasi keuangan, pengendalian diri, dan konformitas hedonistik terhadap perilaku konsumtif siswa. *Prisma (Platform Penelitian Mahasiswa Akuntansi)*, 1(1), 145-155.
- Yushita, A. N. (2017). Pentingnya literasi keuangan untuk pengelolaan keuangan pribadi. *Barometer Nominal Riset Akuntansi dan Manajemen*, 6(1), 11-26.

