

---

## Literasi Keuangan Syariah dan *Perceived Usefulness* terhadap Penggunaan *E-Service*

---

**Dewi Fitriana\***

Universitas Hasyim Asy'ari, Tebuireng, Jombang  
*dewifitriana1419@gmail.com*

**Peni Haryanti**

Universitas Hasyim Asy'ari, Tebuireng, Jombang  
*peniha1190@gmail.com*

### **Abstract**

*The development of technological knowledge encourages us to continue to innovate in launching new products in the economic sector so as not to be left behind by the times. As a form of keeping up with technological developments, one of the innovations in sharia banking services that use technology systems is e-service. Sharia financial literacy factors and perceived benefits are taken into account in making decisions about using these services. The aim of this research is to determine the magnitude of the influence of sharia financial literacy and perceived benefits on decisions to use electronic services by customers using BSI Mobile KC Jombang. The method used in this research is quantitative. BSI Mobile KC Jombang customers are the population of this research. The sampling method is a purposive sampling technique with the characteristics of BSI KC Jombang customers who use BSI Mobile and have made transactions using BSI Mobile. The sampling method used the Sovlin method and obtained 100 respondents. Next, the respondent data was analyzed using data analysis methods, namely data validity testing, classical assumption testing, and hypothesis testing. The research results show that partially or simultaneously sharia financial literacy and perceived benefits have a positive influence on the decision to use e-services among customers using BSI Mobile KC Jombang.*

### **Keywords**

*sharia financial literacy, perceived usefulness, decision to use, e-service*

---

\* Corresponding Author

**Abstrak**

Berkembangnya ilmu teknologi mendorong untuk terus berinovasi dalam meluncurkan produk-produk baru di sektor perekonomian agar tidak tertinggal zaman. Sebagai bentuk mengikuti perkembangan teknologi, salah satu inovasi pada layanan perbankan syariah yang menggunakan sistem teknologi adalah adanya *e-Service*. Faktor literasi keuangan syariah dan *perceived usefulness* diperhitungkan untuk mengambil keputusan menggunakan layanan tersebut. Tujuan dari penelitian ini untuk menentukan besar pengaruh literasi keuangan syariah dan *perceived usefulness* terhadap keputusan untuk menggunakan *e-Service* oleh nasabah pengguna BSI Mobile KC Jombang. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Nasabah BSI Mobile KC Jombang merupakan populasi dari penelitian ini. Metode penentuan sampel adalah teknik *purposive sampling* dengan karakteristik nasabah BSI KC Jombang yang menggunakan BSI Mobile dan pernah melakukan transaksi menggunakan BSI Mobile. Metode pengambilan sampelnya menggunakan metode Sovlin dan sampel yang didapat sebanyak 100 responden. Selanjutnya data responden tersebut dianalisis dengan metode analisis data yaitu uji keabsahan data, uji asumsi klasik, dan uji hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial maupun simultan literasi keuangan syariah dan *perceived usefulness* memiliki pengaruh positif terhadap keputusan untuk menggunakan *e-service* pada nasabah pengguna BSI Mobile KC Jombang.

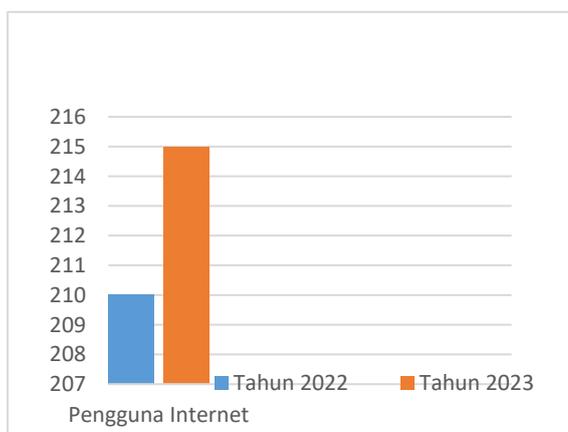
**Kata kunci**

literasikeuangansyariah, *perceived usefulness*, keputusan penggunaan, *e-service*

**Pendahuluan**

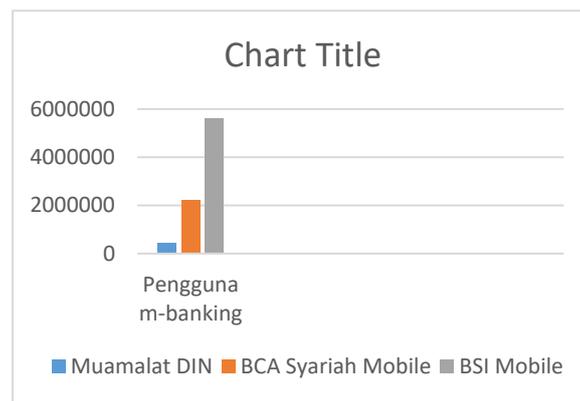
Pada era globalisasi ilmu pengetahuan dan teknologi berkembang pesat. Hal tersebut memberikan dampak pada kebiasaan manusia untuk mengakses informasi dan layanan elektronik. Perkembangan di berbagai sektor lain juga semakin pesat karena berkembangnya teknologi. Salah satunya yakni pada sektor ekonomi. Berkembangnya teknologi, sektor ekonomi menjadi lebih produktif dan efisien. Oleh karena itu, perkembangan teknologi di sektor perekonomian dapat mendorong kita untuk terus berinovasi meluncurkan produk-produk baru di sektor perekonomian supaya tidak tertinggal zaman (Hendra & Ningrum, 2023).

Data pengguna internet di Indonesia dari tahun 2022 sampai tahun 2023 mengalami peningkatan yang cukup signifikan. Data peningkatan pengguna internet tersebut dapat dilihat pada gambar 1. Berdasarkan pada gambar 1, dengan adanya perkembangan teknologi, penggunaan internet di Indonesia mengalami peningkatan. Berdasarkan gambar 1, pada tahun 2022 pengguna internet di yaitu sebanyak 210jt jiwa kemudian mengalami peningkatan 1,17% pada tahun 2023 menjadi 78,9% atau sebanyak 215jt jiwa. Berdasarkan gender, pengguna internet terbanyak yaitu laki-laki sebesar 51,19% sedangkan perempuan sebesar 48.81%.



**Gambar 1. Data Pengguna Internet Tahun 2023**

Sumber: Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, <https://www.apjii.or.id> diunduh pada 12 November 2023



**Gambar 2. Pertumbuhan Transaksi M-Banking Perbankan Syariah**

Sumber: kontan.co.id, 2023

<https://keuangan.kontan.co.id> diakses pada 8 November 2023

Berdasarkan prinsip syariah, bank syariah menjalankan kegiatan usahanya dan mempunyai fungsi menghimpun dana, menyalurkannya dalam bentuk pembiayaan, dan memberikan jasa. Seiring berjalannya waktu, persaingan dalam dunia perbankan semakin meningkat walaupun bank syariah masih memiliki sedikit bank, cabang, dan aset dibandingkan dengan bank konvensional. Perkembangan perbankan syariah saat ini dapat dilihat dari terwujudnya penggabungan merger tiga bank syariah yang ada di Indonesia pada tahun 2021, yaitu Bank Syariah Mandiri (BSM), Bank Negara Indonesia Syariah (BNIS), dan Bank Rakyat Indonesia Syariah (BRIS) ([www.bankbsi.co.id](http://www.bankbsi.co.id)).

Sebagai bentuk dalam mengikuti perkembangan teknologi, pada sistem bank syariah juga melakukan penerapan teknologi. Penerapan teknologi dalam bank syariah tidak hanya bertujuan untuk membantu operasional bank tetapi juga membantu dalam melayani nasabah. Salah satu inovasi pada layanan perbankan syariah yang menggunakan sistem teknologi adalah adanya *e-service*. *E-service* menjadi alternatif yang semakin populer bagi nasabah untuk mengakses layanan perbankan syariah, seperti *internet banking*, *mobile banking*, dan *SMS banking*. inovasi layanan tersebut merupakan bentuk perkembangan teknologi (Tartila & Asmuni, 2022).

Penggunaan *e-service* pada perbankan syariah saat ini sangat diminati oleh nasabah, khususnya penggunaan *mobile banking*. Hal itu dikarenakan transaksi dengan menggunakan *mobile banking* dirasa lebih cepat, praktis, mudah dan efisien. Nasabah hanya perlu melakukan satu sentuhan pada *smartphone* untuk bertransaksi tanpa harus

mendatangi cabang atau mesin ATM. Berdasarkan data dari [bisnis.com](http://bisnis.com), Bank Indonesia mencatat peningkatan transaksi digital sebesar 39,39% pada kuartal I dan II tahun 2021 dibandingkan tahun sebelumnya dan memproyeksikan peningkatan transaksi digital sebesar 30,1% hingga sisa tahun 2021.

Menurut gambar 2 dapat dilihat bahwa data dari [kontan.co.id](http://kontan.co.id) per 30 Juni 2023, jumlah pengguna aplikasi Muamalat DIN tercatat sekitar 434.000 atau meningkat 27% dibandingkan periode yang sama tahun lalu. Dari gambar 2 juga dapat dilihat bahwa transaksi BCA Syariah juga mengalami peningkatan, tercatat sekitar 2,2 juta meningkat 45,6% yoy.

Untuk memperluas basis pelanggannya, PT Bank Syariah Indonesia (BSI) terus mengembangkan produk layanan digitalnya. Salah satu contohnya yaitu layanan BSI Mobile, yang saat ini digunakan oleh 5,6 juta dari 18 juta nasabah BSI. Hal tersebut menunjukkan perbedaan yang signifikan antara jumlah pengguna BSI Mobile dan jumlah nasabah BSI. Hal ini dikarenakan masih kurangnya pengetahuan terkait produk dan kepercayaan nasabah terhadap aplikasi tersebut.

Naiknya jumlah penggunaan *e-service* pada bank syariah khususnya penggunaan *mobile banking*, tentunya terdapat faktor yang memengaruhi seseorang untuk menggunakannya, diantaranya literasi keuangan syariah. Keuangan syariah yang dimaksud yaitu transaksi keuangan yang sesuai dengan hukum islam (Haryanti *et al.*, 2023) dan (Rohman *et al.*, 2023). Karena masyarakat kurang memahami keuangan syariah, mereka tidak

memahami pentingnya lembaga keuangan syariah, yang berdampak pada bagaimana mereka menggunakan layanan keuangan syariah (Haryanti *et al.*, 2020). Literasi keuangan syariah mampu membantu masyarakat dalam mengatur keuangan mereka dan memilih produk perbankan syariah (Haryanti & Azmi, 2023). Penelitian terkait literasi keuangan syariah juga dilakukan oleh Isnaeni yang menemukan keputusan untuk menggunakan produk perbankan syariah dipengaruhi oleh pengetahuan tentang literasi keuangan syariah (Isnaeni *et al.*, 2024).

Faktor lain dalam penggunaan *mobile banking* yaitu *perceived usefulness*. *Perceived usefulness* atau biasa disebut dengan persepsi manfaat, artinya ketika seseorang percaya bahwa menggunakan teknologi akan meningkatkan kinerja mereka. Hal ini sejalan dengan teori *Technology Acceptance Model* (TAM) yang dikembangkan oleh Venkatesh dan Davis (2000) dengan salah satu indikatornya adalah *perceived usefulness*. Seseorang akan lebih tertarik dalam menggunakan layanan keuangan yang berbasis teknologi digital yang dirasakan dapat lebih bermanfaat dan menguntungkan dalam aktivitas kegiatan sehari-harinya dalam meningkatkan kinerja dalam pekerjaannya. Pada penelitian yang telah dilakukan sebelumnya menyatakan bahwa persepsi manfaat yang dapat mempengaruhi keputusan menggunakan aplikasi *mobile banking* (Nurzanita & Marlina, (2020) dan (Rewah *et al.*, 2022).

Peneliti melakukan studi pada nasabah pengguna BSI Mobile KC Jombang, karena Kota Jombang merupakan kota yang memiliki budaya pesantren. Dilihat dari sisi lingkungan dan budaya pesantren, masyarakat Jombang sudah semakin terbuka dengan bank syariah. BSI KC Jombang sendiri bertempat di pusat kota, tempat yang strategis menjadikan pilihan masyarakat untuk menggunakan jasa layanan BSI.

## Landasan Teori

### Keputusan Penggunaan

Keputusan pembelian pada konsumen adalah tindakan yang mereka ambil untuk memilih suatu produk yang dibelinya sesuai dengan keinginan atau kebutuhan konsumen tersebut (Kotler & Amstrong, 2018). Menurut Taimiyah, pengambilan keputusan dalam Islam merupakan jenis musyawarah. Prinsip-prinsip slam seperti adil, amanah, stiqomah, dan kejujuran menentukan pengembalian keputusan dalam slam (Putri *et al.*, 2020). Allah berfirman dalam Qs. Al-mran ayat 159 sebagai berikut:

وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ

Artinya: “...dan bermusyawarahlah dengan mereka dalam segala urusan (penting). Kemudian, apabila engkau telah membulatkan tekad, bertawakallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah mencintai orang-orang yang bertawakal.”

Menurut tafsir Muhammad Quraish Shihab, kata musyawarah diambil dari kata *syawara* yang artinya mengeluarkan madu dari sarang lebah. Konsep ini mencakup apa pun yang dapat diambil atau diambil dari orang lain, bahkan pendapat. Lebah yang menghasilkan madu adalah contoh sifat musyawarah, yaitu disiplin, kerja sama, tidak merusak kecuali diganggu, serta menghasilkan manfaat. Pesan terakhir dari ayat tersebut dalam konteks musyawarah adalah setelah musyawarah usai, kata “*fa dza ‘azamta fa tawakkal ‘ala Allah*” berarti “apabila telah bulat tekad, laksanakanlah dan berserah dirilah kepada Allah” (Shihab, 2002).

Dalam pengambilan keputusan penggunaan produk, kita ditentukan untuk memilih produk yang halal dan yang terbaik, sehingga produk tersebut dapat dijamin atas kualitasnya. Selain itu dalam hadits Rasulullah riwayat Muslim dari Hurairah r.a. juga disebutkan bahwa:

وَإِنَّ اللَّهَ أَمَرَ الْمُؤْمِنِينَ بِمَا أَمَرَ بِهِ الْمُرْسَلِينَ فَقَالَ تَعَالَى : يَا أَيُّهَا الرُّسُلُ كُلُوا مِنَ الطَّيِّبَاتِ وَاعْمَلُوا صَالِحاً - وَقَالَ تَعَالَى : يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا كُلُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا رَزَقْنَاكُمْ

Artinya: “...Dan sesungguhnya Allah memerintahkan orang beriman sebagaimana dia memerintahkan para rasul-Nya dengan firmanNya: Wahai Para Rasul makanlah yang baik-baik dan beramal shalihlah. Dan Dia berfirman: Wahai orang-orang yang beriman makanlah yang baik-baik dari apa yang Kami rizkikan kepada kalian...” (HR. Muslim)

Dalam hadits tersebut menegaskan bahwa Allah hanya menerima yang baik dan halal. Dari hal tersebut dapat diketahui bahwa pentingnya memilih produk dan layanan yang halal.

### Litrasi Keuangan Syariah

Literasi keuangan syariah merupakan perluasan dari literasi keuangan konvensional yang menggabungkan prinsip-prinsip syariah Islam. Ini mencakup pengetahuan, pemahaman, dan kemampuan seseorang dalam mengelola keuangan untuk mencapai kesejahteraan (Purwanto *et al.*, 2023).

Dalam keuangan syariah, ada banyak aspek keuangan, seperti mengelola aset dan harta, membuat rencana keuangan seperti dana pensiun, investasi, dan asuransi, serta memberikan bantuan keuangan kepada masyarakat seperti wakaf, infaq, shadaqah, dan zakat (Salim *et al.*, 2022).

Menurut pandangan Islam kita diajarkan untuk mengelola keuangan dan tidak menghambur-hamburkannya, seperti yang dijelaskan pada QS. Al-Furqon ayat 67 berikut:

وَالَّذِينَ إِذَا أَنْفَقُوا لَمْ يُسْرِفُوا وَلَمْ يَقْتُرُوا وَكَانَ بَيْنَ ذَلِكَ قَوَامًا

Artinya: “Dan (termasuk hamba-hamba Tuhan Yang Maha Pengasih) orang-orang yang apabila menginfakkan (harta), mereka tidak berlebihan, dan tidak (pula) kikir, di antara keduanya secara wajar.”

Menurut tafsir Muhammad Quraish Shihab, ayat tersebut mengindikasikan bahwa para hamba Allah memiliki kekayaan yang memungkinkan mereka untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari mereka. Dengan demikian, mereka dapat menyisihkan sebagian dari harta mereka, sekecil atau sebesar apapun tu. Kata “*qawaman*” dalam ayat tersebut berarti “adil”, “moderasi”, dan “pertengahan”. Melalui perintah ini, Allah SWT dan Nabi Muhammad SAW mendorong umat manusia untuk menjaga harta benda mereka dengan cara tidak membuang-buangnya sehingga habis, tetapi juga dengan tidak menimbunnya dengan mengorbankan keluarga, kebutuhan, atau orang-orang yang membutuhkan (Shihab, 2002). Selain itu, dalam riwayat Abu Hurairah, Rasulullah bersabda:

إِنَّ اللَّهَ يَكْرَهُ لَكُمْ قِيلَ وَقَالَ، وَكَثْرَةَ السُّؤَالِ، وَإِضَاعَةَ الْمَالِ

Artinya: “Sesungguhnya Allah membenci bagimu yaitu banyak bicara, banyak bertanya, dan menyia-nyiaakan harta.” (HR. Muslim dan Ahmad)

Dalam hadits tersebut dijelaskan bahwa Allah membenci tiga hal: banyak bicara, banyak bertanya, dan menghambur-hamburkan harta. Menjaga harta dengan baik namun tidak menjadikannya kikir seperti mengeluarkannya untuk hal yang bermanfaat bagi orang lain merupakan bagian dari pengelolaan keuangan yang baik.

### **Perceived Usefulness**

Menurut Davis, persepsi manfaat mengacu pada pengguna sistem teknologi yang diyakini akan menguntungkan penggunaanya (Putri *et al.*, 2020).

Davis (1989) menciptakan teori Model Penerimaan Teknologi (TAM), yang diadaptasi dari *Theory of Reasoned Action* (TRA). Model ini berfokus pada penerimaan teknologi oleh pengguna. Teori TAM menggambarkan pemanfaatan teknologi sebagai aplikasi subjektif individu untuk meningkatkan produktivitas organisasi ketika menggunakan sistem aplikasi yang relevan (Paramita & Hidayat, 2023). Menurut pandangan Islam, setiap muslim diwajibkan untuk bermanfaat bagi orang lain karena ini merupakan bentuk kebaikan seperti yang tertuang dalam Qs. Al-sra ayat 7 berikut:

إِنْ أَحْسَنْتُمْ أَحْسَنْتُمْ لِأَنْفُسِكُمْ وَإِنْ أَسَأْتُمْ فَلَهَا فَإِذَا جَاءَ وَعْدُ الْآخِرَةِ لِيَسُؤُوا وَجُوهَكُمْ وَلِيَدْخُلُوا الْمَسْجِدَ كَمَا دَخَلُوهُ أَوَّلَ مَرَّةٍ وَلِيَبُذِّرُوا مَا عَلَوْا تَتْبِيرًا

Artinya: “Jika kamu berbuat baik (berarti) kamu berbuat baik bagi dirimu sendiri dan jika kamu berbuat jahat, maka (kejahatan) itu bagi dirimu sendiri, dan apabila datang saat hukuman bagi (kejahatan) yang kedua, (Kami datangkan orang-orang lain) untuk menyuramkan muka-muka kamu dan mereka masuk ke dalam mesjid, sebagaimana musuh-musuhmu memasukinya pada kali pertama dan untuk membinasakan sehabis-habisnya apa saja yang mereka kuasai.”

Menurut tafsir dari Muhammad Quraish Shihab, pada ayat tersebut, terdapat penekanan bahwa hasil dari tindakan seseorang, baik itu positif maupun negatif akan berdampak secara langsung pada dirinya sendiri, bukan kepada orang lain. Pesan dari ayat tersebut yaitu bahwa setiap perbuatan yang dilakukan akan berdampak langsung pada pelakunya. Orang yang berbuat baik akan merasakan manfaat dari kebajikannya, begitu juga sebaliknya bagi mereka yang melakukan tindakan yang tidak baik (Shihab, 2002).

Selain itu dalam hadits riwayat Ahmad, ath-Thabrani, dan ad-Daruqutni, Rasulullah SAW bersabda:

خَيْرُ النَّاسِ أَنْفَعُهُمْ لِلنَّاسِ

Artinya: “Sebaik-baik manusia adalah yang paling bermanfaat bagi manusia lain.” (HR. Ahmad, Thabrani, dan Daruqutni) (Shihab, 2002)

Dalam hadits tersebut mengajarkan bahwa kita harus bermanfaat untuk orang lain. *Perceived usefulness* suatu produk layanan harus memberikan manfaat bagi penggunaanya. Hal ini sesuai dengan ajaran islam tersebut bahwa sesuatu yang bermanfaat untuk orang lain merupakan hal yang baik.

**Metode Penelitian**

Metode yang digunakan pada penelitian ini menggunakan strategi dalam eksplorasi dengan penelitian lapangan. Teknik dalam penelitian ini dengan menggunakan teknik statistik kuantitatif. Teknik kuantitatif yang disebut positivisme digunakan untuk fokus pada populasi atau tes yang tidak ambigu, memanfaatkan instrumen penelitian, dan menguraikan informasi secara kuantitatif atau terukur untuk menguji teori yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2020).

Penulis menggunakan jumlah nasabah yang melakukan aktivasi BSI Mobile dari tahun 2021-2023 sebagai populasi penelitian ini yaitu sebanyak 6.471 nasabah karena BSI merupakan gabungan dari berbagai bank syariah yang melakukan merger pada tahun 2021, sehingga data tersebut mencakup seluruh nasabah dari bank-bank tersebut dan memberikan gambaran yang komprehensif tentang

penggunaan layanan mobile banking syariah setelah merger tersebut.

Penelitian ini menggunakan strategi *nonprobability sampling*, artinya tidak semua anggota populasi mempunyai peluang yang sama untuk terpilih menjadi sampel (Sugiyono, 2020). Pemeriksaan menggunakan teknik pemeriksaan purposif. Pemeriksaan menggunakan persamaan Slovin sebanyak 100 responden.

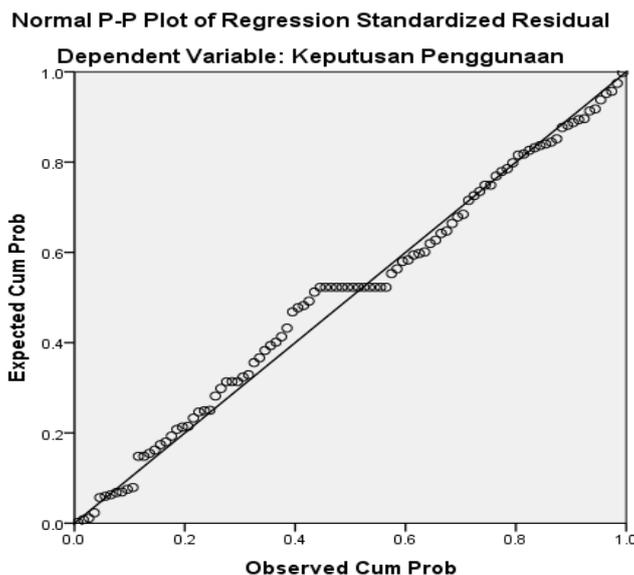
**Hasil dan Pembahasan**

Penelitian ini dilakukan untuk mempelajari bagaimana literasi keuangan syariah dan *perceived usefulness* berdampak pada keputusan untuk menggunakan *e-service* pada nasabah pengguna BS Mobile KC Jombang. Penelitian ini melakukan uji Kolmogorov Smirnov untuk memastikan data berdistribusi normal.

**Tabel 1. Uji Kolmogorov Smirnov**

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.68112396
Most Extreme Differences	Absolute	.084
	Positive	.064
	Negative	-.084
Test Statistic		.084
Asymp. Sig. (2-tailed)		0.078

Sumber: (Output SPSS, 2024)



**Gambar 3 Grafik P-P Plot**

Sumber: (Output SPSS, 2024)

**Tabel 2. Hasil Uji Regresi Linier Berganda**

Variabel Independen	Koefisien Regresi
Literasi Keuangan Syariah (X2)	0,310
Perceived Usefulness (X3)	0,481
Konstanta = 4,873	

Sumber: (Output SPSS, 2024)

Tabel 1 menunjukkan bahwa probabilitas yang didapat sebesar 0,078. Sehingga dapat dikatakan bahwa model regresi ini berdistribusi normal, karena 0,078 lebih dari 0,05. Selain itu penelitian ini juga menguji normalitas dengan menggunakan P-P Plot yang hasilnya dapat dilihat pada gambar 3.

Pada tabel 2 dapat dilihat bahwa persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + e$$

$$Y = 4,873 + 0,310X1 + 0,481X2 + e$$

Nilai konstanta sebesar 4,873 menunjukkan bahwa keputusan penggunaan *e-service* adalah sebesar 4,873 jika variabel literasi keuangan syariah, *perceived usefulness*, dan keputusan penggunaan *e-service* sama dengan nol. Dengan demikian nilai koefisien beta pada variabel literasi keuangan

syariah sebesar 0,310 menunjukkan bahwa setiap peningkatan variabel literasi keuangan syariah sebesar satu unit maka akan meningkatkan keputusan penggunaan *e-service* sebesar 0,310 satuan. Sebaliknya, penurunan satu unit pada variabel literasi keuangan syariah akan menurunkan pilihan penggunaan *e-service* sebesar 0,310 dengan anggapan lain tetap stabil.

Nilai koefisien beta pada variabel *perceived usefulness* sebesar 0,481 artinya setiap perluasan pada variabel *perceived usefulness* sebesar satu satuan maka akan mengakibatkan peningkatan keputusan penggunaan *e-service* sebesar 0,481 satuan. Sebaliknya, penurunan satu unit pada variabel *perceived usefulness* akan menurunkan pilihan penggunaan *e-service* sebesar 0,481 dengan asumsi lain tetap stabil. Kemudian dilakukan uji  $R^2$  yang dapat dilihat pada tabel terlampir.

**Tabel 3. Hasil Uji  $R^2$** 

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.681 <sup>a</sup>	.463	.452	2.726

a. Predictors: (Constant), Perceived Usefulness, Literasi Keuangan Syariah

b. Dependent Variable: Keputusan Penggunaan

Sumber: (Output SPSS, 2024)

**Tabel 4. Hasil Uji Simultan**

F hitung	F tabel	Sig.	Adjusted R Square
41,833	3,090	0,000	0,452

df N1 = 2

df N2 = 97

Probabilitas = 0,05

Sumber: (Output SPSS, 2024)

**Tabel 5. Uji Parsial**

Variabel Independen	t Hitung	t Tabel	Sig.	Kesimpulan
Literasi Keuangan Syariah (X1)	3,069	1,661	0,003	Diterima
Perceived Usefulness (X2)	5,390	1,661	0,000	Diterima

df = 97 dan  $\alpha = 0,05$

Sumber: (Output SPSS, 2024)

Dari table 3 terlihat bahwa penelitian ini memiliki nilai adjusted R sebesar 0,452. Hasil tersebut menunjukkan bahwa variable literasi keuangan syariah dan *perceived usefulness* dapat memberikan makna terhadap 45,2% keputusan nasabah. Sedangkan 54,8% disebabkan oleh beberapa faktor yang tidak diteliti dalam penelitian ni.

Dari tabel 4 terlihat bahwa antara variabel literasi keuangan syariah dan *perceived usefulness* terhadap keputusan penggunaan *e-service* diperoleh nilai F hitung sebesar 41,833 dengan F tabel sebesar 3,090 dimana F hitung > F tabel dengan tingkat signifikansi 0,000 atau dibawah standar 0,05. Sehingga dapat dikatakan bahwa variabel literasi keuangan syariah sekaligus *perceived usefulness* memengaruhi keputusan penggunaan *e-service*, sehingga H3 diterima.

Uji hipotesis selanjutnya dilakukan uji parsial. Adapun hasil terebut dapat dilihat pada table 5.

Berdasarkan tabel 5 dapat dilihat bahwa variabel literasi keuangan syariah mempunyai nilai t hitung sebesar 3,069 > t tabel 1,661 dan nilai (sig) sebesar 0,003 < 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H1 diterima, artinya variabel literasi keuangan syariah berpengaruh positif secara parsial terhadap keputusan penggunaan *e-service* pada nasabah BSI Mobile KC Jombang. Sedangkan untuk variabel *perceived usefulness* memiliki nilai t hitung sebesar 5,390 > t tabel 1,661 dan nilai (sig) sebesar 0,00 < 0,05. Jadi sangat mungkin beralasan bahwa H2 diakui dan H0 ditolak, yang menyiratkan bahwa variabel *perceived usefulness* memengaruhi keputusan penggunaan *e-service* pada nasabah pengguna BSI Mobile KC Jombang.

Dampak dari penelitian ini sesuai dengan penelitian (Isnaeni *et al.*, 2024) yang menyatakan bahwa literasi keuangan syariah memengaruhi pilihan nasabah untuk memanfaatkan produk perbankan. Selain itu, penelitian ini juga memperkuat penelitian (Randha *et al.*, 2024) dan (Purwanto *et al.*, 2023) yang menemukan bahwa literasi keuangan syariah

memengaruhi pilihan nasabah.

Menurut teori Purwanto bagi konsumen produk layanan keuangan syariah dan masyarakat umum, literasi keuangan syariah sangatlah penting tidak hanya untuk mengenali dan memahami lembaga keuangan syariah beserta produk dan layanannya, tetapi juga mampu mengubah risiko keuangan agar sesuai dengan prinsip syariah, sehingga mampu meningkatkan kesejahteraan mereka (Purwanto *et al.*, 2023). Seperti yang diajarkan oleh slam bahwa kita harus mengelola keuangan dan tidak menghambur-hamburkannya. Seperti yang tertuang dalam QS. Al-Furqon ayat 67 berikut:

وَالَّذِينَ إِذَا أَنْفَقُوا لَمْ يُسْرِفُوا وَلَمْ يَقْتُرُوا وَكَانَ بَيْنَ ذَلِكَ قَوَامًا

Artinya: *Dan (termasuk hamba-hamba Tuhan Yang Maha Pengasih) orang-orang yang apabila menginfakkan (harta), mereka tidak berlebihan, dan tidak (pula) kikir, di antara keduanya secara wajar.*

Ayat tersebut menjelaskan bahwa sebagai umat Islam, disarankan untuk tidak melampaui batas dalam mengeluarkan harta, namun juga tidak boleh menjadi kikir atau pelit. Sikap yang diinginkan adalah sikap yang seimbang, adil, dan penuh kebaikan dalam memberikan untuk kepentingan umum dan kebaikan bersama (Shihab, 2002).

Selain itu dalam hadits yang diriwayatkan oleh Abu Hurairah, Rasulullah bersabda:

إِنَّ اللَّهَ يَكْرَهُ لَكُمْ قِيلَ وَقَالَ، وَكَثْرَةَ السُّؤَالِ، وَإِضَاعَةَ الْمَالِ

Artinya: *“Sesungguhnya Allah membenci bagimu yaitu banyak bicara, banyak bertanya, dan menyia-nyiaikan harta.”* (HR. Muslim dan Ahmad)

Dalam hadits tersebut dijelaskan bahwa ada tiga hal yang dibenci oleh Allah yaitu banyak bicara, banyak bertanya, dan menghambur-hamburkan harta. Menjaga harta dengan baik namun tidak menjadikannya kikir seperti mengeluarkannya

untuk hal yang bermanfaat bagi orang lain merupakan bagian dari pengelolaan keuangan yang baik. Dengan literasi keuangan syariah yang baik dapat memengaruhi nasabah pengguna BSI Mobile untuk menggunakan *e-service* dalam mengelola hartanya.

Penelitian (Rewah *et al.*, 2022; Nurzanita & Marlina, 2020; Putri *et al.*, 2020; Gupta & Varma, 2019) yang menyatakan bahwa *perceived usefulness* berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan. Tingkat *perceived usefulness* memengaruhi keputusan nasabah terhadap sistem tersebut apabila nasabah BSI KC Jombang merasakan manfaat dari penggunaan BSI Mobile, termasuk kecepatan operasi yang lebih cepat, peningkatan kinerja, peningkatan produktivitas, dan kemudahan dalam menjalankan operasi perbankan.

Teori Davis yaitu *Technology Acceptance Model* (TAM) yang menyatakan bahwa alasan utama pengguna memilih sistem teknologi adalah *perceived usefulness* (Putri *et al.*, 2020). Hal ini dapat diartikan bahwa apabila nasabah BSI KC Jombang mengetahui dan merasakan manfaat dari BSI Mobile maka nasabah akan memutuskan untuk menggunakan layanan tersebut. Dengan memberikan manfaat kepada nasabah sistem mampu memengaruhi keputusan nasabah untuk menggunakannya. Hal ini sesuai dengan ajaran Islam yang mengatakan bahwa setiap muslim harus membantu orang lain karena itu adalah bentuk dari kebaikan seperti yang tertuang dalam Qs. Al-sra ayat 7 berikut:

إِنْ أَحْسَنْتُمْ أَحْسَنْتُمْ لِأَنْفُسِكُمْ وَإِنْ أَسَأْتُمْ فَلَهَا فَإِذَا جَاءَ وَعْدُ الْآخِرَةِ لِيَسُورُوا  
وُجُوهَكُمْ وَلِيَدْخُلُوا الْمَسْجِدَ كَمَا دَخَلُوهُ أَوَّلَ مَرَّةٍ وَلِيُتَبِّرُوا مَا عَلُوا تَتَبِيرًا

Artinya: “Jika kamu berbuat baik (berarti) kamu berbuat baik bagi dirimu sendiri dan jika kamu berbuat jahat, maka (kejahatan) tu bagi dirimu sendiri, dan apabila datang saat hukuman bagi (kejahatan) yang kedua, (Kami datangkan orang-orang lain) untuk menyuramkan muka-muka kamu dan mereka masuk ke dalam mesjid, sebagaimana musuh-musuhmu memasukinya pada kali pertama dan untuk membinasakan sehabis-habisnya apa saja yang mereka kuasai.”

Ayat tersebut menjelaskan bahwa orang yang berbuat baik akan merasakan manfaat dari kebajikannya, begitu juga sebaliknya bagi mereka yang melakukan tindakan yang tidak baik (Shihab, 2002). Sehingga apabila *e-service* memberikan banyak manfaat maka akan banyak orang yang

menggunakannya, Rasulullah SAW bersabda:

خَيْرُ النَّاسِ أَنْفَعُهُمْ لِلنَّاسِ

Artinya: “Sebaik-baik manusia adalah yang paling bermanfaat bagi manusia lain.” (HR. Ahmad, Thabrani, dan Daruqutni)

Dalam hadits tersebut mengajarkan bahwa kita harus bermanfaat untuk orang lain. Dengan memberikan manfaat kepada nasabah sistem mampu memengaruhi keputusan nasabah untuk menggunakannya. *Perceived usefulness* terhadap *e-service* harus tinggi dalam artian suatu *e-service* harus memberikan manfaat bagi penggunaannya. Karena tujuan utama dari suatu layanan adalah dapat memberikan manfaat bagi penggunaannya. Sehingga *perceived usefulness* dapat memengaruhi nasabah pengguna BSI Mobile untuk menggunakan *e-service*.

Dalam penelitian lain diungkapkan faktor yang memengaruhi keputusan penggunaan diantaranya promosi (Randha *et al.*, 2024), *Islamic branding* dan religiusitas (Salim *et al.*, 2022), *perceived ease of use* dan *perceived risk* (Rewah *et al.*, 2022), dan *perceived credibility* oleh (Putri *et al.*, 2020).

Keputusan nasabah dalam menggunakan produk layanan perbankan menjadi faktor yang perlu diperhatikan, karena keputusan nasabah untuk menggunakan jasa layanan tersebut menjadi tolak ukur keberhasilan penyediaan jasa perbankan. Semakin banyak pengguna berarti jasa layanan yang diberikan mampu memenuhi kebutuhan nasabah. Dalam mengambil keputusan nasabah diharapkan mampu untuk bertanggungjawab atas keputusan tersebut, terlebih keputusan untuk menggunakan suatu produk. Hal tersebut terkandung dalam Qs. Al-mran ayat 159 sebagai berikut:

وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ

Artinya: “...dan bermusyawarahlah dengan mereka dalam segala urusan (penting). Kemudian, apabila engkau telah membulatkan tekad, bertawakallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah mencintai orang-orang yang bertawakal.”

Ayat tersebut menjelaskan bahwa sebagai bentuk taqwa kepada Allah, kita diperintahkan untuk bermusyawarah dan bertekad bulat untuk melakukannya sesuai dengan syariat Islam. Setelah kesepakatan dicapai kita harus bertanggung jawab

atas pilihan kita (Shihab, 2002)

Selain tu dalam Hadist Rasulullah riwayat Muslim dari Hurairah r.a. juga disebutkan bahwa:

وَأَنَّ اللَّهَ أَمَرَ الْمُؤْمِنِينَ بِمَا أَمَرَ بِهِ الْمُرْسَلِينَ فَقَالَ تَعَالَى : يَا أَيُّهَا الرُّسُلُ كُلُّوا مِنَ الطَّيِّبَاتِ وَاعْمَلُوا صَالِحاً – وَقَالَ تَعَالَى : يَا أَيُّهَا مَا رَزَقْنَاكُمْ ... الَّذِينَ آمَنُوا كُلُوا مِنْ طَيِّبَاتِ

Artinya: “...Dan sesungguhnya Allah memerintahkan orang beriman sebagaimana dia memerintahkan para rasul-Nya dengan firman-Nya: Wahai Para Rasul makanlah yang baik-baik dan beramal shalihlah. Dan Dia berfirman: Wahai orang-orang yang beriman makanlah yang baik-baik dari apa yang Kami rizkikan kepada kalian...” (HR. Muslim)

Pada hadits tersebut menegaskan dari pernyataannya bahwa Allah SWT hanya dapat menerima semua hal yang baik-baik saja dan juga halal, sehingga dapat diketahui bahwa pentingnya dalam memilih suatu produk dan suatu layanan yang beroperasi menjalankan kegiatannya dilakukan secara halal. Nasabah pengguna pada aplikasi layanan BSI Mobile banking dapat memutuskan untuk menggunakan layanan *e-service* di perbankan syariah, karena mereka memilih produk layanan perbankan yang terhindar dari riba. Adanya pengetahuan mengenai literasi keuangan yang berbasis syariah, dan *perceived usefulness* dapat memengaruhi keputusan nasabah dalam menggunakan aplikasi layanan *e-service* BSI Mobile banking.

## Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilaksanakan, diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Literasi keuangan syariah berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan *e-service* pada nasabah pengguna BSI Mobile KC Jombang.
2. *Perceived usefulness* berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan *e-service* pada nasabah pengguna BSI Mobile KC Jombang.
3. Literasi keuangan syariah dan *perceived usefulness* secara simultan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan *e-service* pada nasabah pengguna BSI Mobile KC Jombang.

## Keterbatasan Penelitian

Penulis memahami bahwa penelitian ini sebenarnya memiliki kekurangan dan keterbatasan. Adapun keterbatasan dalam penelitian ini yaitu jumlah responden pada penelitian ini sebanyak 100 responden sebagai nasabah di bank BSI KC Jombang. Model penelitian terdiri dari variabel independen yang berfokus hanya pada variabel literasi keuangan syariah dan variabel *perceived usefulness* dengan variabel dependennya adalah *e-service*.

## Saran

Kepada pihak manajemen bank BSI dapat meningkatkan literasi keuangan pada jenis syariah dengan melakukan sosialisasi dan mengadakan iklan atau kegiatan yang berkaitan dengan informasi dan pengetahuan mengenai bank syariah, karena semakin banyak masyarakat yang mengetahui lebih jauh pada keuangan syariah dapat menjadi nasabah pada bank BSI cabang Jombang. Selain itu kepada pihak manajemen BSI dapat meningkatkan kegunaan dan manfaat layanan *mobile banking* dengan melakukan pengembangan dan penambahan fitur-fitur yang berkaitan dengan layanan kepada nasabah, karena nasabah yang merasa pada penggunaan mobile lebih bermanfaat dapat meningkatkan penggunaan pada *e-service*.

Untuk penelitian selanjutnya dapat mengembangkan penelitian ini terkait dengan pengetahuan masyarakat mengenai keputusan penggunaan jasa layanan bank syariah dan dapat melakukan penelitian terhadap berbagai komponen yang dapat memengaruhi keputusan untuk menggunakan *e-service*, serta dapat memperluas jangkauan wilayah penelitian. Pada penelitian lain diungkapkan faktor yang memengaruhi keputusan penggunaan *e-service* diantaranya promosi, *slamic branding*, religiusitas, *perceived ease of use*, *perceived risk*, pendapatan, dan *perceived credibility*.

## Daftar Pustaka

- Gupta, R., & Varma, S. (2019). A structural equation model to assess behavioural intention to use biometric enabled e-banking services in India. *Int. J. Business Information Systems*, 31(4), 555–572. <https://doi.org/10.1504/JBS.2019.101586>
- Haryanti, P., & Azmi, M. F. (2023). Literasi Keuangan Syariah Terhadap Penggunaan Fintech Syari'ah Mahasiswa Gen Z. *Al-Iqtishod: Jurnal Ekonomi Syariah*, 5(2), 289–302. <https://doi.org/10.51339/iqtis.v5i2.1260>

- Haryanti, P., Hidayati, A., Rodliyah, I., Nisful Laili, C., & Saraswati, S. (2020). Sosialisasi Literasi Keuangan Syariah Pada Anak Usia Dini. *JIPEMAS: Jurnal Inovasi Hasil Pengabdian Masyarakat*, 3(2), 136. <https://doi.org/10.33474/jipemas.v3i2.6584>
- Haryanti, P., Sopingi, I., Hidayat, A., & Ciptanila Yuni K, K. (2023). Literasi Keuangan Syariah Untuk Generasi Z di SMK Perguruan Muallimat Cukir. *SANSTEKNOPAK: Prosiding Seminar Nasional Sains, Teknologi, Ekonomi, Pendidikan Dan Keagamaan*, 7, 296–304.
- Hendra, & Ningrum, Laila. Dwi. (2023). Pengaruh Globalisasi Terhadap Bisnis Internasional. *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*. Volume 4 Nomor 1, Page 696-707.
- Isnaeni, N., Lubis, P., & Nuratika, V. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah dan Teknologi E-Banking Terhadap Keputusan Masyarakat Menggunakan Produk-Produk Bank Syariah (Studi Guru SMP dan SMA T Ash-Shiddiqi Batang Hari). *Neraca: Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 2(3), 297–301. <https://doi.org/10.572349/neraca.v2i3.1218>
- Kotler, P dan Amstrong. (2018). Prinsip-prinsip Marketing Edisi Ke Tujuh. Penerbit Salemba Empat. Jakarta.
- Nurzanita, R., & Marlina, N. (2020). Pengaruh Persepsi manfaat Terhadap Keputusan Penggunaan Gopay di Surabaya Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening. *AKUNTABEL: Jurnal Akuntansi Dan Keuangan Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 17(2), 277–288. <https://doi.org/10.30872/jakt.v17i2.7390>
- Paramita, D. A., & Hidayat, A. (2023). The effect of perceived ease of use, perceived usefulness, and perceived benefits on interest in using Bank Syariah Indonesia mobile banking. *International Journal of Research in Business and Social Science* (2147- 4478), 12(5), 01–09. <https://doi.org/10.20525/ijrbs.v12i5.2643>
- Purwanto, J., Noviarita, H., & qbal, M. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Terhadap Keputusan Transaksi Mudharabah Pada Tenaga Pendidik SMA. *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance*, 6 (November), 710–717. [https://doi.org/10.25299/jtb.2023.vol6\(2\).15300](https://doi.org/10.25299/jtb.2023.vol6(2).15300)
- Putri, A., Nasution, A. W., & Seri, E. (2020). Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use Dan Perceived Credibility Terhadap Keputusan Menggunakan M-Banking Dimasa Covid-19. *Jurnal Imiah Akuntansi Budgeting*, 1(2), 53–62. <https://doi.org/10.51510/budgeting.v1i2.474>
- Randha, Z. N., Suhar, & Martaliah, N. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah dan Promosi Terhadap Keputusan Nasaba Dalam Memilih Produk Bank Riau Kepri Syariah. *EKSYA: Jurnal Ekonomi Syariah*, 5(1), 35–60. <https://doi.org/10.56874/eksya.v5i1.1711>
- Rewah, A. T., Mangantar, M., & Saerang, R. T. (2022). The Effect Of Perceived Usefulness , Perceived Ease Of Use , And Perceived Risk On Behavioral ntenction Of E-Wallet User ( Case Study : Manado ). *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(4), 717–724. <https://doi.org/10.35794/emba.v10i4.43547>
- Rohman, R. Y., Fauziyah, S., & Sopingi, . (2023). Pengaruh Fintech Syariah Terhadap Literasi Keuangan Syariah Pada Mahasiswa Ormawa Fakultas Ekonomi. *JIES: Journal of slamic Economics Studies*, 4(2), 115–123. <https://doi.org/10.33752/jies.v4i2.5750>
- Salim, F., Arif, S., & Devi, A. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, slamic Branding, dan Religiusitas terhadap Keputusan Mahasiswa Dalam Menggunakan Jasa Perbankan Syariah: Studi Pada Mahasiswa FA Universitas Ibn Khaldun Bogor Angkatan 2017-2018. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis slam*, 5(2), 226–244. <https://doi.org/10.47467/elmal.v5i2.752>
- Shihab, M. Q. (2002). Tafsir Al-Misbah Pesan, Kesan dan Keserasian Al-Qura'an. n Perpustakaan Nasional (Volume 9). Lentera Hati.
- Sugiyono. (2020). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D (2nd ed). Alfabeta.
- Tartila, Muzayyana., Asmuni. (2022). Strategi Industri Perbankan Syariah dalam Menghadapi Era Digital. *Jurnal Imiah Ekonomi slam*, 8(03), hal: 3310-3316.

