

Peran Religiusitas Sebagai Variabel Moderating Pengetahuan, Persepsi Produk Bank Syariah dan Literasi Keuangan Terhadap Minat Investasi Syariah

Dwi Nur Agustin^{1*}, Luqman Hakim²

¹Universitas Negeri Surabaya, dwi.18031@mhs.unesa.ac.id

²Universitas Negeri Surabaya, luqmanhakim@unesa.ac.id

Abstrak

Progress perkembangan perbankan syariah yang ada di Indonesia terbilang cukup signifikan sehingga banyak yang menggunakan produk-produk yang berasaskan syariah, salah satunya yaitu investasi syariah. Selain karena syariat Islam, ada beberapa faktor yang mempengaruhi mahasiswa untuk investasi syariah yaitu pengetahuan, persepsi produk bank syariah dan literasi keuangan. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh pengetahuan, persepsi produk bank syariah dan literasi keuangan dengan religiusitas sebagai variabel moderating pada minat investasi syariah. Riset ini memanfaatkan metode penelitian kuantitatif dengan *purposive sampling* sebagai teknik pengambilan sampel dengan jumlah responden sebanyak 100 mahasiswa. *Googleform* digunakan sebagai instrument penelitian guna memperoleh keakuratan hasil. Kemudian data dianalisis menggunakan Permodelan Persamaan Struktural. Dari hasil analisis riset ini, pengetahuan mampu mempengaruhi minat investasi syariah meskipun kurang signifikan terhadap variabel minat investasi syariah sedangkan persepsi produk bank syariah dan literasi keuangan berpengaruh positif serta signifikan terhadap minat investasi syariah. Kemudian religiusitas dapat memoderasi pengetahuan, persepsi produk bank syariah dan literasi keuangan terhadap minat investasi syariah.

Kata Kunci : Pengetahuan; persepsi produk bank syariah; literasi keuangan; religiusitas; minat investasi syariah

Abstract

The progressive development of sharia banking in Indonesia is quite significant, so many use sharia-based products, one of which is sharia investment. Apart from Islamic law, several factors influence students to invest in sharia: knowledge, perceptions of sharia banking products, and financial literacy. This study was conducted to determine the effect of knowledge, perceptions of sharia bank products, and financial literacy with religiosity as a moderating variable on sharia investment interest. This research utilizes quantitative research methods with *purposive sampling* as a sampling technique with 100 students as respondents. *Google form* is used as a research instrument to obtain the accuracy of the results. Then the data were analyzed using Structural Equation Modeling. From the results of this research analysis, knowledge can influence interest in sharia's investment. However, it is less significant on the variable interest in sharia investment. At the same time, the perceptions of Sharia bank products and financial literacy have a positive and significant effect on interest in Sharia investment. Then religiosity can moderate knowledge, perceptions of sharia bank products, and financial literacy on sharia investment interest.

Keywords: Knowledge; perceptions of sharia bank products; financial literacy; religiosity; sharia investment interest

*✉ Corresponding author: dwi.18031@mhs.unesa.ac.id

PENDAHULUAN

Progress dari berkembangnya perbankan syariah di Indonesia dikatakan cukup signifikan. Hingga tahun 2020, Bank Umum Syariah (BUS) mempunyai 14 lembaga, Unit Usaha Syariah (UUS) mempunyai 20 lembaga, dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) mempunyai 163 lembaga. Dengan demikian, total jumlah lembaga yang dimiliki oleh perbankan syariah ialah 197 (OJK, 2020). Meskipun perkembangan bank syariah cukup signifikan, akan tetapi tidak menjadikan perbankan syariah nomor satu. Market share perbankan syariah pada tahun 2020 sebesar 6,18% dibandingkan dengan bank konvensional (OJK, 2020). Padahal sebagai muslim kita diajarkan untuk menjalankan syariat islam secara menyeluruh, meliputi segala aspek kehidupan baik dari segi aktivitas perbankan, politik, sosial dan sebagainya. Berdasarkan hasil penelitian (Mbawuni & Nimako, 2018) menyimpulkan bahwa tampaknya ada perbedaan tajam antara peringkat Muslim dan non-Muslim mengenai pengenalan perbankan syariah. Sementara Muslim memiliki persepsi yang lebih baik tentang pengenalan *Islamic Banking* dan dukungan yang lebih kuat untuk niat adopsi *Islamic Banking*, non-Muslim tidak memiliki pandangan yang sama

Berdasarkan observasi awal peneliti kepada mahasiswa Pendidikan Akuntansi Universitas Negeri Surabaya yang telah menempuh mata kuliah perbankan syariah yang menjadi objek pra penelitian, didapatkannya hasil bahwasanya 68% dari keseluruhan mahasiswa yang telah menjalani mata kuliah perbankan syariah mempunyai akun tabungan di bank syariah, namun hal tersebut dikarenakan tuntutan tugas kuliah yang diberikan untuk membuat akun tabungan di bank syariah sehingga hanya 32% dari responden yang memahami produk bank syariah.

Pengetahuan yang rendah mengenai bank syariah memicu rendahnya minat menabung pada bank tersebut. Dari sini bisa disimpulkan bahwasanya semakin banyak pengetahuan mengenai bank syariah yang didapatkan oleh seseorang maka peluang guna terhubung dengan bank tersebut juga semakin besar (Himmah, 2017). Pengetahuan investasi yang dimiliki seseorang investor ialah salah satu aspek yang digunakan buat mengawali berinvestasi di bank syariah. Investasi yang merupakan bagian dari kehidupan dalam bermuamalah yang mana meskipun tidak dicantumkan secara kentara pada sebuah Al-Qur'an, namun dalam kitab tersebut terdapat pedoman yang diberikan untuk memanfaatkan harta sebagai modal usaha dan berbasis syariah. Dengan maksud guna meraih keuntungan di masa selanjutnya, investasi ialah komitmen atas beberapa dana ataupun hal lainnya yang dicoba di waktu sekarang (Syaifullah dkk., 2019). Sedangkan pengetahuan investasi syariah yang dimiliki oleh mahasiswa dapat diperoleh melalui mata kuliah Akuntansi Syariah, seminar ataupun *workshop* yang diselenggarakan oleh instansi resmi ataupun suatu forum. Penelitian dari (Aini dkk., 2019) pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang memperlihatkan bahwasanya pengetahuan perihal investasi tidak mempengaruhi untuk melakukan investasi syariah. Namun pada (Darmawan, 2018) menunjukan bahwasanya pengetahuan perihal investasi berdampak positif pada minat melakukan investasi. Riset ini sesuai dengan *theory planned of behavior* yakni seseorang yang mempunyai wawasan perihal investasi dengan tingkat yang besar maka orang tersebut akan merasakan begitu percaya diri pada preferensi investasinya. Pengetahuan masyarakat yang kurang mengenai investasi dan berkeinginan mendapat return ataupun keuntungan yang besar membuat sebagian dari masyarakat tertipu oleh investasi bodong. Minimnya pengetahuan dalam investasi menggambarkan sebab utama pemicu penipuan berkedok investasi.

Faktor lain selain pengetahuan yang mempengaruhi minat berinvestasi ialah persepsi mengenai produk di bank syariah dimana di dalamnya terdapat jasa atau produk yang tidak tersedia di bank konvensional misalnya seperti musyarakah, mudharabah, murabahah dan lain sebagainya. Dalam produk tersebut tentu tidak diterapkannya sistem bunga seperti apa yang diterapkan oleh bank pada umumnya. Hadirnya bank syariah dapat diminati oleh masyarakat dan mungkin pula tidak. Beragamnya persepsi, perilaku serta sikap warga terhadap bank syariah, di antara lain diakibatkan oleh pemahaman yang diterima oleh pihak masyarakat mengenai perbankan syariah masih terbilang rendah dan bank konvensional yang masih dominan dikalangan masyarakat. Disamping itu, konstitusi serta kebijakan yang beredar belum sepenuhnya mengakomodasikan operasional dari bank syariah dan masih terdapatnya keterbatasan sumber daya insani serta teknologi perbankan syariah, sehingga eksistensi perbankan konvensional lebih unggul dibanding perbankan syariah (Rusdianto & Ibrahim, 2017) menjelaskan bahwa ciri khas yang dimiliki produk bank syariah memberikan manfaat serta berdampak

baik kepada nasabah maupun lembaga keuangan. Namun pada penelitian (Belwal & Al Maqbali, 2019) menunjukkan bahwa persepsi pelanggan dan prospek menunjukkan bahwa *Islamic Banking* harus hidup berdampingan dengan perbankan konvensional dan tidak ada indikasi bahwa yang pertama akan menggantikan yang terakhir.

Teknologi dan ilmu pengetahuan berkembang dengan cepat seiring dengan perkembangan zaman. Dengan perkembangan tersebut dapat merubah pola pikir manusia, seperti menciptakan manusia yang hedonistic dan fenomena perilaku konsumtif yang sering muncul pada kehidupan remaja dan anak muda di Indonesia (Mulyaningtyas dkk., 2020). Demikian pula di kalangan Mahasiswa, dengan kemajuan pengetahuan, teknologi dan informasi menyebabkan bertambahnya kebutuhan mereka. Apalagi dengan semakin gencarnya informasi dan iklan yang mereka terima dari social media membuat mahasiswa cenderung konsumtif dalam menggunakan dana pribadi, sehingga muncul berbagai masalah yang berhubungan dengan uang. Permasalahan yang berhubungan dengan keuangan muncul dikarenakan kurangnya pengetahuan mahasiswa tentang bagaimana memanfaatkan dan mengatur keuangan secara bijaksana. Kurangnya literasi dan pengetahuan keuangan sangat sering terjadi dikalangan anak muda, sesuai dengan penelitian dari yang menunjukkan tingkat literasi keuangan pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi yang masih rendah.

Selain pengetahuan dan persepsi produk bank syariah, literasi keuangan juga dapat memberikan pengaruh terhadap minat investasi syariah. Literasi Keuangan ialah ilmu yang ada pada setiap individu mengenai keuangan serta keahlian dalam manajemen dengan maksud guna bisa melakukan suatu keputusan terkait keuangannya dengan efisien (Margaretha F. &, 2015). Secara khusus, jika literasi keuangan syariah masuk pada kategori tingkat yang rendah hal tersebut akan berdampak pada pertumbuhan suatu ekonomi dan sulitnya dalam melakukan pengaksesan lembaga keuangan syariah. Sebaliknya, jika literasi keuangan syariah termasuk dalam kategori yang tinggi maka grafik pertumbuhan pembiayaan pembangunan akan meningkat dan pembangunan ekonomi akan terdorong. Isu ini diyakini berdasarkan pemahaman masyarakat untuk investasi serta menabung di lembaga keuangan syariah termasuk bank syariah. Jika masyarakat menitipkan sebagian dana yang mereka miliki pada bank syariah, maka literasi keuangan syariah akan mengalami meningkat (Thohari & Hakim, 2021).

Berdasarkan pemaparan diatas, literasi keuangan berkontribusi penting dikalangan masyarakat khususnya mahasiswa sebagai civitas akademika. Remaja khususnya mahasiswa pada saat ini kecenderungan sangat mudah menghabiskan uang dan masih belum memahami nilai produktif, mereka tidak berorientasi bahwa investasi akan menguntungkan di masa yang akan datang. Berdasarkan riset (Kamakia dkk., 2017) mengatakan bahwa salah satu aspek kesejahteraan social ialah literasi keuangan. Literasi keuangan (*financial literacy*) diperlukan untuk menghindari permasalahan yang timbul seputar keuangan, sebab seseorang acapkali dihadapkan dengan *Trade Off*, yakni keadaan yang dialami oleh seseorang dimana mereka terpaksa harus mengorbankan suatu kepentingan demi kepentingan dari orang lain (Audini, 2020). Chen dan Volpe (1998) pun menyatakan bahwa rendahnya tingkat literasi keuangan dikalangan mahasiswa disebabkan minimnya bimbingan personal finance di universitas. Riset dari Nidar dan Bestari (2012) mengemukakan bahwasanya pengetahuan umum keuangan mahasiswa masih tergolong rendah. Penelitian lain menjabarkan bahwasanya literasi keuangan mampu memberikan dampak pada seseorang untuk melakukan investasi (HC & Gusaptono, 2020). Akan tetapi hal tersebut berlawanan dengan hasil riset dari Ariani (2015) yang mengungkapkan literasi keuangan tidak signifikan pengaruhnya pada keputusan investasi.

Religiusitas juga diharapkan mempengaruhi keputusan investasi syariah. Religiusitas ialah kombinasi aktivitas yang saling berkaitan antara ilmu agama, emosi yang tertanam dalam diri, serta sikap yang diterapkan kala melaksanakan kewajiban keagamaan (Zuhiryan & Nurlinda, 2018). Sedangkan menurut (Hasanah, 2019) religiusitas ialah bentuk dari sistem kepercayaan yang diyakini dengan memahami nilai-nilai penting yang telah terbentuk di dalam agama tersebut dan mempengaruhi tindakan dan tingkah laku seseorang sewaktu mengambil suatu keputusan dengan alternative yang tersedia. Menurut (Abou-Youssef dkk., 2015) mengemukakan bahwasanya religiusitas nasabah dapat menjadi aspek yang dapat mempengaruhi dalam pemilihan suatu bank. Segi religius diharapkan sangat dekat dengan minat berinvestasi syariah mahasiswa Perguruan Tinggi Negeri LPTK di Indonesia, sebagaimana pendapat (Hasanah, 2019) bahwa religiusitas merupakan bentuk atas adanya suatu agama yang telah diyakini dengan mendalami nilai esensinya yang mana kemudian timbul suatu alternatif pilihan pada perilaku dan sikap sewaktu memutuskan suatu hal. Penelitian dari (Fatmah, 2005)

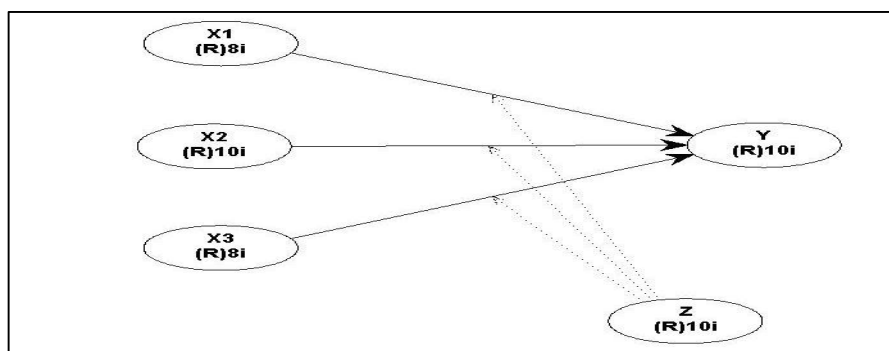
religiusitas memiliki pengaruh yang signifikan pada keputusan investasi syariah, namun beberapa penelitian menyatakan hasil yang berbeda yaitu religiusitas tak memberikan pengaruh signifikan pada keputusan seseorang untuk melakukan investasi syariah (Lestari, 2013).

Alasan dipilihnya variabel bebas yang terdiri dari pengetahuan, persepsi produk bank syariah dan literasi keuangan yang berpengaruh pada minat investasi syariah dengan religiusitas sebagai variabel moderating sebab variabel tersebut memiliki kontribusi yang besar pada minat investasi syariah mahasiswa dan juga ini sesuai dengan penjabaran gap research sebelumnya. Oleh karena itu peneliti memiliki rasa ketertarikan guna menganalisis lebih mendalam perihal minat investasi syariah dengan memfokuskan pada mahasiswa prodi pendidikan akuntansi angkatan 2019 dan 2018 Perguruan Tinggi Negeri LPTK di Indonesia. Pemilihan subjek ini berlandas pada mereka yang telah mengikuti dan menjalani pembelajaran pada mata kuliah yang mampu memberikan dorongan untuk melakukan investasi syariah. Disamping itu, pengkajian faktor-faktor yang diperkirakan mampu mempengaruhi minat investasi syariah juga di analisis lebih lanjut. Sehingga judul dari pengadaaan riset ini “Pengaruh Pengetahuan, Persepsi Produk Bank Syariah dan Literasi Keuangan Terhadap Minat Investasi Syariah Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderating pada Mahasiswa Perguruan Tinggi Negeri di Indonesia”.

METODE PENELITIAN

Penelitian dengan mengimplementasikan metode kuantitatif dan dalam penganalisaan secara statistik dan hasilnya dalam wujud angka. Riset ini menganalisa pengaruh Pengetahuan (X1), Persepsi Produk Bank Syariah (X2), dan Literasi Keuangan (X3), terhadap Minat Investasi Syariah Mahasiswa (Y) dengan Religiusitas (Z) sebagai Variabel Moderating.

Populasi ditujukan pada mahasiswa Perguruan Tinggi Negeri LPTK di Indonesia yaitu Universitas Negeri Surabaya, Universitas Negeri Malang, Universitas Negeri Semarang, Universitas Negeri Yogyakarta, Universitas Pendidikan Indonesia, Universitas Halu Oleo Kendari, Universitas Negeri Medan, dan Universitas Negeri Makassar dengan jurusan pendidikan akuntansi. Adapun teknik dalam penentuan sampel yakni *purposive sampling* dimana dalam pengambilan sampel data berlandas pada kriteria tertentu (Sugiyono, 2017). Malhotra (2006:291) menyatakan bahwa untuk menaksir kuota dari sampel yakni dengan lima kali dari total keseluruhan indikator, dan dalam riset ini menggunakan 100 responden dari tujuh perguruan tinggi negeri LPTK. Kriteria sampel ialah mahasiswa aktif pada perkuliahan semester ganjil tahun 2021/2022, telah menempuh mata kuliah perbankan syariah atau akuntansi syariah. Berikut merupakan desain riset ini :



Sumber: Data diolah peneliti (2022)

Gambar 1. Desain Riset

Dalam teknik pengumpulan data, instrumen yang digunakan yaitu kuesioner. Instrumen pada pengetahuan bank syariah dengan 7 pernyataan, produk bank syariah dengan 9 pernyataan, literasi keuangan dengan 7 pernyataan, religiusitas dengan 8 pernyataan, minat investasi syariah dengan 10 pernyataan dan total 41 pernyataan. Jenis kuesioner ini ialah kuisisioner tertutup, dimana responden menjawab berdasarkan jawaban yang sesuai dengan

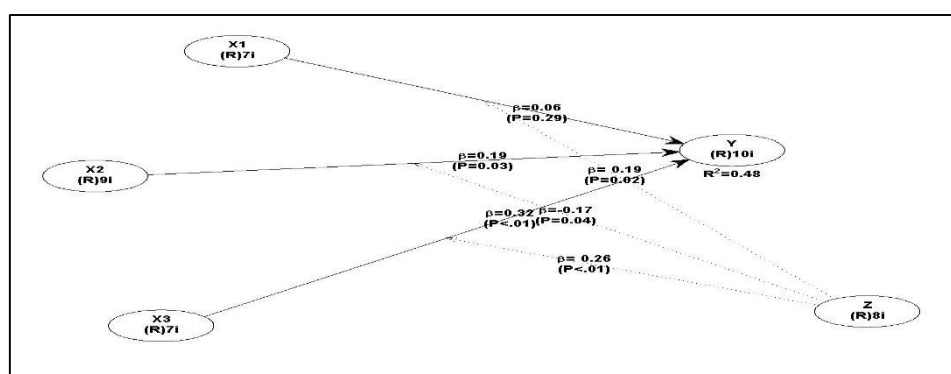
pilihan jawaban di kuisioner. Skala yang dipakai yakni skala likert, yang terdiri atas 1) Sangat Tidak Setuju 2) Tidak Setuju 3) Ragu-ragu 4) Setuju 5) Sangat Setuju.

Sebelum kuesioner dibagikan, peneliti melakukan pengujian pada validitas dan reliabilitasnya. Pengujian instrumen dilakukan guna melihat kevalidan dan keandalan dari kuisioner tersebut. Pengujian reliabilitas dan validitas kuesioner dengan menggunakan aplikasi Soland 2.1. Metode penganalisaan menggunakan Permodelan Persamaan Struktural (*Structural Equation Modelling*) dengan pendekatan WarpPLS yang memanfaatkan aplikasi WarpPLS 7.0.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji validitas dan reliabilitas dilaksanakan pada 25 responden mahasiswa Universitas Negeri Surabaya program studi Pendidikan Akuntansi dengan bantuan aplikasi Soland 2.1. Pada uji validitas dan reliabilitas tersebut mendapatkan hasil bahwa keseluruhan pertanyaan seputar variabel dependen dan independen dikatakan reliabel dengan Koefisien *Alpha Cronbach* menunjukkan angka $> 0,60$. Pada uji validitas keseluruhan item dari masing-masing variable hasilnya valid dengan r terkoreksi $> 0,30$, dimana instrumen layak dipergunakan sebagai alat pengambil data.

Pada WarpPLS terdapat beberapa ukuran indikator kesesuaian dan kualitas model serta hasil dari penganalisan disajikan dengan kriteria yang sesuai, ideal, dan dapat diterima untuk setiap skor. Menurut (Solimun dkk., 2017) nilai *Goodness of fit* p-value untuk APC dan ARS $< 0,05$, dan untuk AVIF dan AFVIF dapat diterima jika ≤ 5 . Berlandaskan pada pengujian didapatkan hasil APC=0,197 $p=0,010$, ARS=0,482 $p<0,001$, AVIF=1,807, dan AFVIF=4,529, sehingga hasil dari *goodness of fit* dikatakan signifikan dan ideal. Menurut *output* dari WarpPLS, model analisis riset ini yakni:



Sumber: Data diolah peneliti (2022)

Gambar 2. Model Riset WarpPLS

Tabel 1.
Hasil Uji Hipotesis

No.	Hubungan Antar Variabel		Path Coefficients	P Values	Keterangan
1.	X1	Y	0,056	0,286	Tidak Signifikan
2.	X2	Y	0,188	0,025	Signifikan
3.	X3	Y	0,318	$<0,001$	Sangat Signifikan
4.	Z*X1	Y	-0,189	0,025	Signifikan
5.	Z*X2	Y	-0,172	0,037	Signifikan
6.	Z*X3	Y	0,258	0,003	Sangat Signifikan

Sumber: Data diolah peneliti (2022)

Menurut gambar 2 dan tabel 1, *output* dari hasil analisis dengan menggunakan bantuan aplikasi WarpPLS dan penjabaran pembahasan hasil mengacu pada metode *resampling* dan *t-test* sebagai berikut :

Pengaruh Pengetahuan Terhadap Minat Investasi Syariah Pada Mahasiswa Perguruan Tinggi Negeri LPTK di Indonesia

Berlandaskan pada hasil analisa data, menyatakan jika Pengetahuan (X1) tidak signifikan pada minat mahasiswa dalam melakukan investasi syariah. Ini menunjukkan jika H1 ditolak ($p\text{ value} = 0,286$) sesuai dengan riset (Aini dkk., 2019) yang mengemukakan pengetahuan tidak berpengaruh pada minat mahasiswa dalam berinvestasi syariah. Dan berbanding terbalik dengan hasil dari (Adiningtyas & Hakim, 2022) yang mengemukakan pengetahuan mempengaruhi langsung minat berinvestasi syariah. Dalam hal ini dapat diketahui bahwasanya pengetahuan tidak menjamin seutuhnya guna individu berminat investasi di modal pasar syariah. Dengan demikian hasil riset ini tidak membuktikan bahwasanya tingkat pengetahuan yang tinggi maka makin tinggi pula minat mahasiswa dalam berinvestasi pada pasar modal syariah (Zulchayra dkk., 2020)

Pengetahuan merupakan keseluruhan akan sesuatu hal yang spesifik dari seseorang dimana mereka mengetahui dan memahaminya. Dengan mengantongi pengetahuan mereka akan mengetahui bahwasanya prinsip-prinsip keuangan islam bersifat unik karena secara menyeluruh mempromosikan keadilan dan kebajikan di antara para pihak pada khususnya dan anggota masyarakat pada umumnya (Jibril dkk., 2021). Pada bangku perkuliahan, mahasiswa dibekali ilmu investasi syariah pada mata kuliah Akuntansi Syariah atau Perbankan Syariah tetapi di era yang serba teknologi masyarakat khususnya mahasiswa lebih senang mencari tau segala hal pada *social media* termasuk tentang investasi syariah, tetapi pada dasarnya jika hanya pengetahuan saja tentu tidak menumbuhkan minat pada mahasiswa untuk berinvestasi syariah, melainkan harus didukung oleh beberapa faktor lainnya baik dari *eksternal* maupun *internal* dari mahasiswa tersebut. Edukasi atau pengetahuan tidak sepenuhnya menunjukkan pengaruh terhadap minat investasi, karena calon penginvestor menganggap penyuluhan mengenai pengetahuan seputar melakukan investasi di pasar modal syariah kurang menarik.

Dalam riset ini indikator terdiri atas pengenalan bank syariah dimana basisnya bebas riba, pengetahuan reputasi bank syariah, pengetahuan bahwa bank syariah menawarkan kegiatan halal saja, perihal pembiayaan, berdasarkan kepercayaan agama islam, pengetahuan jenis dan ragam produk, prosedur pembukaan rekening, pelanggan bank syariah. Dari keseluruhan indikator tersebut setidaknya mampu menaksir tingkat pengetahuan yang dimiliki oleh para responden guna kepentingan hasil riset yang valid dan konkret.

Pengaruh Persepsi Produk Bank Syariah Terhadap Minat Investasi Syariah Pada Mahasiswa Perguruan Tinggi Negeri LPTK di Indonesia

Berlandas pada hasil analisa data, Persepsi Produk Bank Syariah (X2) berdampak signifikan pada minat investasi syariah. Ini menunjukkan jika H2 diterima ($p\text{ value} = 0,025$). Sejalan dengan penelitian (Asriana dkk., t.t.) bahwa variabel persepsi memberikan hasil yang positif dan signifikan terhadap minat investasi syariah. Persepsi mengenai produk bank syariah ialah bagian dari salah satu faktor yang mampu memberikan dampak pada minat menggunakan bank syariah. Persepsi adalah titik awal lahirnya tindakan seseorang, atau persepsi ialah suatu wujud dari sikap yang nantinya bisa jadi dilakukannya. Dalam dunia bisnis persepsi dan kesadaran customer begitu penting guna menggapai keberhasilan usahanya (Jibril dkk., 2021). Menurut (Rahmawaty, 2014) persepsi ini merupakan suatu bentuk dari tingkat pengetahuan atau wawasan dan pahamiannya masyarakat pada produk dan layanan bank syaria'h. Seperti yang dijabarkan oleh beberapa ahli ekonomi islam, bahwasanya salah satu penghambat perkembangan bank syariah adalah masih rendahnya kesadaran masyarakat mengenai produk dan operasional bank syariah, sehingga tidak banyak yang mengetahui produk tersebut. Implikasi penerapannya yaitu jika seseorang mempunyai persepsi yang baik terhadap produk bank syariah maka minat orang tersebut akan semakin tinggi untuk berhubungan dengan produk-produk tersebut, salah satunya yaitu investasi syariah. Dan sebaliknya, jika seseorang mempunyai persepsi yang buruk terhadap produk bank syariah maka semakin kecil kemungkinan orang tersebut berhubungan dengan bank syariah. Dalam hasil penelitian (Abdullahi & Shahrudin, 2016) dimana para responden

mempunyai persepsi dan memahami konsep yang kuat mengenai perbankan syariah sehingga ketika mereka ditanyai seumpama tidak mendapatkan keuntungan untuk menyimpan uangnya didalam bank tersebut selama satu tahun dan lebih dari 45% responden setuju guna berada di bank syariah sebab tidak ingin berurusan dengan bunga. Maka dari itu sesuai hasil dalam riset ini, persepsi produk bank syariah mempengaruhi minat mahasiswa dalam berinvestasi syariah secara signifikan.

Indikator dari riset ini yakni sistem dan prinsip bank syariah, kesamaan bank syariah dan bank konvensional, produk yang beraneka ragam, tingkat risiko menabung di bank syariah, persepsi produk bank syariah, keuntungan investasi syariah, sistem bagi hasil tidak merugikan, persepsi bagi hasil dan riba, bagi hasil yang membantu nasabah, pendapat orang terdekat mengenai produk bank syariah. Dari keseluruhan indikator tersebut setidaknya mampu menaksir tingkat persepsi yang dimiliki oleh para responden guna kepentingan hasil riset yang valid dan konkret.

Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Minat Investasi Syariah Pada Mahasiswa Perguruan Tinggi Negeri LPTK di Indonesia

Berlandas pada hasil analisa data, Literasi Keuangan (X3) berdampak sangat signifikan terhadap Minat Investasi Syariah. Ini memperlihatkan jika H3 diterima ($p\text{ value} < 0,001$). Hal ini sejalan dengan riset (Harahap & Bustami, 2021) bahwa literasi keuangan secara signifikan dapat mempengaruhi mahasiswa IAIN Kerinci dalam berinvestasi di galeri investasi syariah. Perspektif dari (Margaretha & Pambudhi, 2015) menyatakan bahwa literasi keuangan ialah ilmu yang ada pada diri individual mengenai keuangan dan kapabilitas manajemen dengan maksud supaya mampu mengambil suatu keputusan yang efektif. Meskipun di tahun 2021 tingkat literasi keuangan masyarakat perihal pasar modal dikisaran angka 4,9% (Ramadhan, 2021). Literasi keuangan berkaitan dengan *money management*. Semakin tinggi akan tingkat literasi keuangan pada seseorang tersebut, maka akan semakin baik pula cara manajemen keuangannya (Baiq Fitri Arianti & Khoirunnisa Azzahra, 2020). Dan hal tersebut juga berhubungan dengan minat investasi, semakin baik literasi keuangan seseorang maka minat investasi dalam dirinya pun semakin tinggi. Manajemen akan keuangan pribadi merupakan bagian dari konsep pengelolaan keuangan di tingkat individual. Manajemen keuangan, yang terdiri dari perencanaan keuangan, manajemen, dan proses manajemen, sangat penting untuk mencapai kesuksesan *financial*.

Kegiatan manajemen terdiri dari kegiatan perencanaan untuk mengamankan pendapatan yang dihasilkan untuk digunakan ke berbagai tujuan. Sehingga literasi keuangan sangat diperlukan dalam seseorang untuk mengatur siklus *financial* nya, agar terhindar dari kekurangan dan bisa *saving money*. Di era 4.0 yang serba canggih tentu membuat kaum mahasiswa memiliki sifat *hedonisme*. Banyak sekali aplikasi online yang memudahkan mereka untuk mendapatkan sesuatu seperti jika ingin makanan bisa membuka aplikasi Grabfood, shopeefood, dan lain sebagainya tanpa mengeluarkan tenaga untuk keluar rumah. Hal tersebut akan berkelanjutan sehingga munculah sifat *hedonisme*, dimana seseorang hanya fokus bersenang-senang demi kepuasan pribadi tanpa memikirkan masa depan. Sifat tersebut yang harus dihindari, dan untuk menghindarinya kita perlu literasi keuangan yang baik dan bisa melakukan *saving money* dengan cara investasi syariah agar terbebas dan riba.

Indikator dari riset ini yakni sifat uang, penganjuran penggunaan produk bank syariah, pengeluaran sesuai kebutuhan, penyisihan uang guna menabung, penyisihan uang guna investasi, pencatatan utang piutang, pembuatan anggaran dan perencanaan keuangan, penggunaan e-wallet menimbulkan keborosan. Dari keseluruhan indikator tersebut setidaknya mampu menaksir tingkat literasi keuangan yang dimiliki oleh para responden guna kepentingan hasil riset yang valid dan konkret.

Religiusitas sebagai variabel Moderating Pengetahuan Terhadap Minat Investasi Syariah Pada Mahasiswa Perguruan Tinggi Negeri LPTK di Indonesia

Berlandas pada hasil uji analisa, memperlihatkan bahwa Religiusitas (Z) dapat memoderasi antara pengetahuan dan minat investasi syariah. Hal ini menunjukkan jika $p\text{-value } 0,025 < 0,050$, sehingga H4 dinyatakan diterima. Dalam riset ini religiusitas merupakan variabel *pure moderating* yang artinya variabel religiusitas murni sebagai variabel moderasi dan tidak berperan sebagai variabel penjelas ataupun prediktor (Solimun dkk., 2017). Peran religiusitas sendiri tidak berpengaruh terhadap variabel minat investasi tetapi jika berinteraksi dengan variabel pengetahuan mampu mempengaruhi minat

investasi syariah secara signifikan. Religiusitas dalam berinteraksi antara pengetahuan dan minat investasi syariah hasilnya dinyatakan signifikan. Seseorang dengan pengetahuan keuangan yang baik akan cenderung memilih instrument investasi terbaik (Nur Alfianto & Nugroho, 2020). Ditambah dengan religiusitas pribadi tiap individu dimana aspek ini merupakan faktor yang mampu mendorong mereka berminat berinvestasi di apsa modal syariah.

Hasil riset ini selinier dengan (Rokhani & Nurkhin, 2021) jika pengetahuan yang dimoderasi oleh religiusitas berdampak signifikan terhadap minat menggunakan produk syariah. Berdasarkan nilai koefisien interaksi pengetahuan dengan minat investasi syariah, religiusitas sebagai variabel yang memperlemah. Maknanya, jika religiusitas sebagai variabel moderasi dan memiliki nilai yang negatif, maka meningkatnya suatu pengetahuan bisa juga meningkatkan minat investasi syariah, tetapi dapat menurun dengan keberadaan religiusitas sebagai variabel moderasi. Implikasinya yaitu jika seseorang memiliki pengetahuan yang tinggi maka hal tersebut akan meningkatkan minat investasi syariah, tetapi pengetahuan tersebut memperimbangan religiusitas sebagai salah satu faktor yang mempengaruhi seseorang untuk investasi syariah, hal tersebut menyebabkan minat investasi seseorang menurun. Hal tersebut dikarenakan investasi syariah tidak dikhususkan untuk muslim saja, tetapi non-muslim juga diperkenankan untuk investasi syariah, selain itu investasi syariah juga memiliki banyak kelebihan selain terhindar dari riba dan halal yaitu memiliki *low risk* sehingga religiusitas tidak mampu memperkuat hubungan antara pengetahuan dan minat investasi syariah.

Religiusitas sebagai variabel Moderating Persepsi Produk Bank Terhadap Minat Investasi Syariah Pada Mahasiswa Perguruan Tinggi Negeri LPTK di Indonesia

Berlandas pada hasil uji analisa memperlihatkan bila Religiusitas (Z) mampu memoderasi antara persepsi produk bank syariah dengan minat investasi syariah. Hal ini dapat dilihat dari $p\text{-value}$ $0,037 < 0,50$, yang menunjukkan bahwa H_5 diterima. Variabel religiusitas bertindak sebagai variabel *Quasi Moderating* yang maknanya variabel religiusitas baik secara mandiri maupun berinteraksi dengan variabel persepsi produk bank syariah berpengaruh signifikan terhadap variabel minat investasi syariah. Peran religiusitas dalam berinteraksi antara persepsi produk bank syariah dan minat investasi syariah hasilnya yakni signifikan. Menurut (Kanzu & Soesanto, 2016) bahwa persepsi produk bank syariah yang dimoderasi oleh religiusitas menyatakan hasil yang signifikan pada minat menabung di bank syariah. Religiusitas berperan sebagai variabel yang memperlemah, berdasarkan nilai koefisien interaksi persepsi produk bank syariah dengan minat investasi syariah. Artinya, jika religiusitas sebagai variabel moderasi dan nilainya negatif, maka meningkatnya persepsi produk mampu memberikan dampak pula pada meningkatnya minat investasi syariah, namun bisa mengalami penurunan dengan adanya religiusitas sebagai variabel moderating. Religiusitas ini merupakan satu kontruksi penting agama dalam menjelaskan perilaku konsumen dimana orang yang sangat religious akan menilai dunia melalui pedoman agama dan akibatnya akan mengintergrasikan agama ke dalam sebagian besar hidupnya (Md Husin dkk., 2021).

Religiusitas sebagai variabel Moderating Literasi Keuangan Terhadap Minat Investasi Syariah Pada Mahasiswa Perguruan Tinggi Negeri LPTK di Indonesia

Berdasarkan hasil dari uji analisa diketahui Religiusitas (Z) mampu memoderasi literasi keuangan pada minat investasi syariah. Hal tersebut dapat dilihat dari $p\text{-value}$ sebesar $0,003 < 0,50$, yang artinya H_6 dinyatakan diterima. Variabel religiusitas bertindak sebagai variabel *Quasi Moderating* atau moderasi semu. Pada *Quasi Moderating* variabel religiusitas baik secara mandiri maupun berinteraksi dengan literasi keuangan mempengaruhi minat investasi syariah dengan sangat signifikan. Peran religiusitas dalam berinteraksi antara variabel literasi keuangan dengan minat investasi syariah menyatakan hasil yang sangat signifikan. Mengacu pada nilai koefisien interaksi literasi keuangan dengan minat investasi syariah, religiusitas berkontribusi sebagai variabel yang memperkuat, dibuktikan dengan nilai positif yaitu 0,258. Artinya, disaat nilai koefisien dari variabel religiusitas tersebut positif, maka terdapat peningkatan pada variabel literasi keuangan sehingga berpengaruh pula terhadap meningkatnya minat seseorang dalam investasi syariah. Hal tersebut didukung oleh riset (Fauziah, 2019) yaitu literasi keuangan dan religiusitas secara bersamaan mempengaruhi minat investasi syariah. Implikasinya dengan adanya religiusitas mampu mempengaruhi keputusan

mahasiswa untuk investasi syariah, namun sebelum memutuskan untuk investasi syariah, mahasiswa juga diperlukan untuk mempunyai literasi keuangan yang baik agar dapat mengelola uang dengan baik juga. Menurut hasil riset (Lajuni dkk., 2018) yang mengemukakan religiusitas dengan literasi keuangan berpengaruh secara signifikan pada perilaku keuangan masyarakat dan pada akhirnya mengurangi kesulitan keuangan sehingga pemerintah perlu mendukung kegiatan pendidikan agama dan keuangan yang berkontribusi guna membantu masyarakat meningkatkan literasi keuangan mereka.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil uji analisis data pada riset ini, kesimpulannya yakni: 1) Tidak terdapat dampak yang signifikan antara pengetahuan dengan minat investasi syariah pada mahasiswa perguruan tinggi negeri LPTK di Indonesia, 2) Terdapat dampak yang signifikan antara persepsi produk bank syariah dengan minat investasi syariah mahasiswa perguruan tinggi negeri LPTK di Indonesia, 3) Terdapat dampak yang sangat signifikan antara literasi keuangan dengan minat investasi syariah mahasiswa perguruan tinggi negeri LPTK di Indonesia, 4) Religiusitas mampu menjadi variabel yang memoderasi hubungan antara pengetahuan dengan minat investasi syariah pada mahasiswa perguruan tinggi negeri LPTK di Indonesia, 5) Religiusitas mampu menjadi variabel yang memoderasi hubungan antara persepsi produk bank syariah dengan minat investasi syariah mahasiswa perguruan tinggi negeri LPTK di Indonesia, 6) Religiusitas mampu menjadi variabel yang memoderasi hubungan antara literasi keuangan terhadap minat investasi syariah pada mahasiswa perguruan tinggi negeri LPTK di Indonesia. Mengacu pada hasil analisa yang telah dikemukakan maka beberapa saran yang dapat peneliti sumbangkan yakni 1) Riset ini dapat menjadi referensi seputar investasi syariah bagi universitas, 2) Riset ini bisa menjadi landasan dosen untuk lebih mengenalkan mahasiswa tentang investasi syariah melalui mata kuliah Akuntansi Syariah, 3) Untuk penelitian selanjutnya dapat menambahkan variabel moderating atau independen lainnya seperti resiko investasi, modal minimal, atau *Return on Assets (ROA)*. Penelitian ini dibatasi hanya pada faktor pengetahuan, persepsi produk bank syariah, literasi keuangan terhadap minat investasi syariah dengan sampel mahasiswa perguruan tinggi LPTK di Indonesia yang telah atau sedang menempuh mata kuliah akuntansi syariah atau perbankan syariah.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullahi, S., & Shahrudin, A. (2016). Knowledge And Awareness Of Islamic Banking And Finance In Macedonia: An Empirical Evidence. *Journal of Global Business and Social Entrepreneurship (GBSE)*, 2 (4), 12.
- Adiningtyas, S., & Hakim, L. (2022). Pengaruh Pengetahuan Investasi, Motivasi, dan Uang Saku terhadap Minat Mahasiswa Berinvestasi di Pasar Modal Syariah dengan Risiko Investasi sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8, 9. <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v8i1.4609>
- Aini, N., Maslichah, & Junaidi. (2019). Pengaruh Pengetahuan Dan Pemahaman Investasi, Modal Minimum Investasi, Return, Risiko Dan Motivasi Investasi Terhadap Minat Mahasiswa Berinvestasi Di Pasar Modal (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Kota Malang). *E-Jra*, 08 (05), 38–52.
- Asriana, N., Bacmid, S., Ms, S., & Jalil, A. (t.t.). *Pengaruh Persepsi Dan Modal Minimal Terhadap Minat Investasi Di Pasar Modal Syariah (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palu)*.
- Audini, A. F. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Keputusan Investasi Dengan Perilaku Keuangan Sebagai Variabel Moderasi. *Niagawan*, 9 (2), 102. <https://doi.org/10.24114/niaga.v9i2.19035>
- Baiq Fitri Arianti & Khoirunnisa Azzahra. (2020). Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Literasi Keuangan: Studi Kasus UMKM Kota Tangerang Selatan. *Jurnal Manajemen dan Keuangan*, 9 (2), 156–171. <https://doi.org/10.33059/jmk.v9i2.2635>

- Belwal, R., & Al Maqbali, A. (2019). A study of customers' perception of Islamic banking in Oman. *Journal of Islamic Marketing*, 10 (1), 150–167. <https://doi.org/10.1108/JIMA-02-2016-0008>
- Fauziah, L. N. (2019). Analisis Pengaruh Tingkat Literasi Keuangan Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Investasi Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Uin Maulana Malik Ibrahim Malang. *Etheses of Maulana Malik Ibrahim State Islamic University*.
- Harahap, S. B., & Bustami, Y. (2021). *Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Minat Investasi*. 2 (2), 75–82.
- Hasanah, F. (2019). Pengaruh Tingkat Religiusitas, Pengetahuan, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Preferensi Menabung Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palembang Pada Bank Syariah. *BALANCE Jurnal Akuntansi dan Bisnis*, 4 (1), 485. <https://doi.org/10.32502/jab.v4i1.1815>
- HC, R. H. K., & Gusaptono, R. H. (2020). The Impact of Financial Literacy on Investment Decisions Between Saving and Credit: Studies on Sharia Bank Customers in the Special Region of Yogyakarta. *Journal of Economics and Business*, 3 (4). <https://doi.org/10.31014/aio.1992.03.04.291>
- Himmah, N. F. (2017). Pengaruh Pengetahuan Tentang Bank Syariah, Kelompok Referensi dan Edukasi Masyarakat Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah Jawa Timur. *Universitas Negeri Surabaya*.
- Jibril, B. T., Hamid, K. T., Muhammad, A. D., & Rabi'u, W. T. (2021). Awareness and Perception of Customers on Islamic Banking Products and Services: A Meta-Synthesis. *Journal of Accounting Research, Organization and Economics*, 4 (3), 234–247. <https://doi.org/10.24815/jaroe.v4i3.20057>
- Kamakia, M. G., Mwangi, C. I., & Mwangi, M. (2017). Financial Literacy and Financial Wellbeing of Public Sector Employees: A Critical Literature Review. *European Scientific Journal, ESJ*, 13 (16), 233. <https://doi.org/10.19044/esj.2017.v13n16p233>
- Kanzu, H. Al, & Soesanto, H. (2016). Analisis Pengaruh Persepsi Kualitas Pelayanan Dan Percieved Value Meningkatkan Minat Menabung Ulang (Studi Pada Bni Syariah Semarang). *Jurnal Studi Manajemen & Organisasi*, 13, 14–27.
- Lajuni, N., Bujang, I., Karia, Abd. A., & Yacob, Y. (2018). Religiosity, Financial Knowledge, And Financial Behavior Influence On Personal Financial Distress Among Millennial Generation. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 20 (2). <https://doi.org/10.9744/jmk.20.2.92-98>
- Lestari, W. (2013). Religiusitas Dan Persepsi Risiko Dalam Pengambilan Keputusan Investasi Pada Perspektif Gender. *Journal of Business and Banking*, 3 (2), 189. <https://doi.org/10.14414/jbb.v3i2.236>
- Mbawuni, J., & Nimako, S. G. (2018). Muslim and non-Muslim consumers' perception towards introduction of Islamic banking in Ghana. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, 9 (3), 353–377. <https://doi.org/10.1108/JIABR-04-2016-0050>
- Md Husin, M., Aziz, S., & Choon Hee, O. (2021). Stock Investment Decision: The Impacts of Investor's Perceived Trust, Religiosity and Attitude. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 11 (1), Pages 400-418. <https://doi.org/10.6007/IJARBS/v11-i1/7777>
- Mulyaningtyas, I. F., Soesatyo, Y., & Sakti, N. C. (2020). Pengaruh Pengetahuan Tentang Bank Syariah Dan Literasi Keuangan Terhadap Minat Menabung Siswa Pada Bank Syariah Di Kelas XI IPS MAN 2 Kota Malang. *Jurnal Ekonomi Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 8 (1), 53. <https://doi.org/10.26740/jepk.v8n1.p53-66>

- Nur Alfianto, A., & Nugroho, A. (2020). The Impact of Islamic Finance Knowledge and Religiosity on Gold Investment Behavior: An Extended of The Theory of Planned Behavior. *Proceedings of the 2nd International Conference of Business, Accounting and Economics, ICBAE 2020*, 5 - 6 August 2020, Purwokerto, Indonesia. Proceedings of the 2nd International Conference of Business, Accounting and Economics, ICBAE 2020, 5 - 6 August 2020, Purwokerto, Indonesia, Purwokerto, Indonesia. <https://doi.org/10.4108/eai.5-8-2020.2301010>
- OJK. (2020). Snapshot Perbankan Syariah Indonesia September 2020. *Otoritas Jasa Keuangan*, 6.
- Rahmawaty, A. (2014). Pengaruh Persepsi Tentang Bank Syari'Ah Terhadap Minat Menggunakan Produk Di Bni Syari'Ah Semarang. *Addin*, 8 (1), 1–28.
- Ramadhan, R. J. & N. F. (2021). *EL-ECOSY: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Islam Minat Investasi Di Pasar Modal Syariah Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Suryakencana Cianjur Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam , Universitas Suryakencana * Corresponding Author e-mai. 01* (02).
- Rokhani, S., & Nurkhin, A. (2021). Pengaruh Pengetahuan dan Karakteristik Bank Terhadap Minat Menabung Mahasiswa di Bank Syariah Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderasi. *Business and Accounting Education Journal*, 2 (2), 221–229. <https://doi.org/10.15294/baej.v2i2.50651>
- Rusdianto, H., & Ibrahim, C. (2017). Pengaruh Produk Bank Syariah Terhadap Minat Menabung Dengan Persepsi Masyarakat Sebagai Variabel Moderating Di Pati. *Equilibrium: Jurnal Ekonomi Syariah*, 4 (1), 43. <https://doi.org/10.21043/equilibrium.v4i1.1837>
- Solimun, Fernandes, A. A. R., & Nurjannah. (2017). *Metode Statistika Multivariat* (Pertama). UB Press.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Syaifullah, M., Fachrurazi, F., Achmad, F., Usman, S. A., & Wahyuni, R. (2019). Manajemen Strategi Galeri Investasi Syariah Dalam Meningkatkan Minat Mahasiswa Untuk Berinvestasi Di Pasar Modal Syariah. *Al-Mashrafiyah: Jurnal Ekonomi, Keuangan, dan Perbankan Syariah*, 3 (2), 108. <https://doi.org/10.24252/al-mashrafiyah.v3i2.10037>
- Thohari, C., & Hakim, L. (2021). Peran Religiusitas Sebagai Variabel Moderating Pembelajaran Perbankan Syariah, Literasi Keuangan Syariah, Product Knowledge Terhadap Keputusan Menabung Di Bank Syariah. *Jurnal Pendidikan Akuntansi (JPAK)*, 9 (1), 46–57.
- Zulchayra, Z., Ibrahim, A., & Fitria, A. (2020). Pengaruh Sosialisasi Dan Pengetahuan Terhadap Minat Investasi Di Pasar Modal Syariah (Studi Pada Mahasiswa di Banda Aceh). *JIIHBIZ:Global Journal of Islamic Banking and Finance.*, 2 (2), 138. <https://doi.org/10.22373/jihbiz.v2i2.8645>