



“DETERMINAN KEPUTUSAN MENABUNG PENGUSAHA MUSLIM KOTA MAKASSAR PADA BANK SYARIAH”

¹Muh. Arfah Basri, ²Rika Dwi Ayu Parmitasari, ³Amiruddin K.

^{1,2, 3}*UIN Alauddin Makassar, Indonesia*

¹arfah367@gmail.com, ²rparmitasari@uin-alauddin.ac.id, ³amiruddin@uin-alauddin.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh langsung dan pengaruh tidak langsung variabel *profit sharing*, religiusitas dan layanan *digital banking* terhadap keputusan menabung pengusaha muslim Kota Makassar pada Bank Syariah dengan literasi keuangan Syariah sebagai variabel intervening. Penelitian ini jenis penelitian kuantitatif dengan pendekatan asosiatif kausal. Populasi pada penelitian ini adalah pengusaha muslim Kota Makassar dan merupakan nasabah pada bank Syariah. Sampel pada penelitian berjumlah 105 responden. Data primer dalam penelitian diperoleh melalui kuesioner yang dibagikan kepada responden kemudian diolah menggunakan bantuan SmartPLS versi 4.0.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis pengaruh langsung: variabel *profit sharing* berpengaruh signifikan terhadap literasi keuangan syariah, *religiusitas* berpengaruh tidak signifikan terhadap literasi keuangan syariah, layanan *digital banking* berpengaruh signifikan terhadap literasi keuangan syariah, *profit sharing* berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung, *religiusitas* berpengaruh tidak signifikan terhadap keputusan menabung, layanan *digital banking* berpengaruh tidak signifikan terhadap keputusan menabung. literasi keuangan syariah berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung. Sedangkan pengaruh tidak langsung: variabel *profit sharing* melalui literasi keuangan syariah berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung, *religiusitas* melalui literasi keuangan syariah berpengaruh tidak signifikan terhadap keputusan menabung, dan layanan *digital banking* melalui literasi keuangan syariah berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung.

Kata Kunci: *Profit Sharing*, Religiusitas, Layanan *Digital Banking*, Keputusan Menabung, Literasi Keuangan Syariah

ABSTRACT

This study aims to determine the direct and indirect effects of profit sharing variables, religiosity and digital banking services on the savings decisions of Muslim entrepreneurs in Makassar City at Islamic Banks with Islamic financial literacy as an intervening variable. This research is a quantitative research type with a causal associative approach. The populations in this study were Muslim entrepreneurs in Makassar City and were customers of Islamic banks. The sample in the study amounted to 105 respondents. Primary data in the study were



obtained through questionnaires distributed to respondents and then processed using Smart-PLS version 4.0.

Based on the result of testing the direct influence hypothesis: the profit sharing variable has a significant effect on Islamic financial literacy, religiosity has an insignificant effect on Islamic financial literacy, digital banking services have a significant effect on Islamic financial literacy, profit sharing has a significant effect on savings decisions, religiosity has an insignificant effect on savings decisions, digital banking services have an insignificant effect on savings decisions. Islamic financial literacy has a significant effect on saving decisions. While indirect effects: profit sharing variables through Islamic financial literacy have a significant effect on saving decisions, religiosity through Islamic financial literacy has an insignificant effect on saving decisions, and digital banking services through Islamic financial literacy have a significant effect on saving decisions.

Keywords: Profit Sharing, Religiosity, Digital Banking Services, Saving Decisions, Islamic Financial Literacy

PENDAHULUAN

Ekonomi Syariah di Indonesia terus berkembang. Hal ini dapat dibuktikan dengan berdirinya berbagai Lembaga keuangan Syariah. Dengan berdirinya Bank Muamalat sebagai Bank Umum Syariah pertama di Indonesia pada tahun 1992, maka berdirilah Lembaga keuangan syariah pertama. Sebagaimana dinyatakan dalam Undang-undang Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2008, Bank Syariah adalah Bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan Norma Syariah dan menurut jenisnya terdiri dari Bank Umum Syariah dan Pembiayaan Rakyat Syariah. Jumlah penduduk Indonesia mencapai 277,75 juta jiwa pada tahun 2022, yang mana 241,7 juta jiwa atau 87 persennya beragama Islam, namun hal ini tidak menjamin bahwa perkembangan perbankan syariah akan berjalan sesuai rencana. Pada tahun 2022, tercatat bank Syariah baru mencapai 59,93 juta atau hanya sekitar 10%, sementara bank konvensional telah mencapai 466,93 juta rekening nasabah atau 90% dari total nasabah yang memanfaatkan rekening konvensional.

Data dari Badan Pusat Statistik Sulawesi Selatan tahun 2022 menunjukkan bahwa Kota Makassar memiliki jumlah penduduk terbanyak, dengan jumlah penduduk sebanyak 1.423.877 jiwa dan 1.244.741 jiwa atau 87,19% penduduknya beragama Islam dibandingkan dengan jumlah penduduk yang beragama lain. Perbankan syariah sangat diuntungkan dengan jumlah penduduk muslim yang besar tersebut. Di Kota Makassar sendiri jumlah penduduk usia produktif 15-60 tahun saat ini sangat besar, yakni sebanyak 946.950 jiwa atau 66,33% yang berada pada usia produktif. Oleh karena pertumbuhan perbankan syariah memerlukan dukungan tidak hanya dari perbankan syariah itu sendiri tetapi juga dari masyarakat khususnya para pelaku usaha, hal ini dapat menjadi peluang yang menjanjikan bagi perbankan syariah di Kota Makassar. Berdasarkan data dari Dinas Perindustrian Kota Makassar, jumlah pelaku usaha pada tahun 2022 sekitar 1,5 juta unit usaha yang ikut serta dalam bidang UMKM dari berbagai bidang



usaha modern seperti makanan, sandang dan papan, bahan bangunan dan karet, logam dan perkakas, serta barang kerajinan. Seorang pelaku usaha menjadikan bank sebagai alat penting dalam menjalankan tugas pekerjaannya, misalnya dalam melakukan transaksi dengan rekan kerja atau pada hakikatnya sebagai tempat menabung. Karena seperti diketahui bahwa pelaku usaha merupakan orang-orang yang senantiasa menggunakan produk dan jasa di bidang keuangan untuk menunjang kegiatan usahanya, maka dapat dijadikan sebagai salah satu pendorong peningkatan bagi perbankan syariah.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan dari beberapa pengusaha muslim yang ada di Kota Makassar terkait keputusan menabung pada Bank Syariah menyatakan bahwa salah satu pertimbangan memilih bank syariah yaitu karena di dalam kegiatan operasional perbankan Syariah tidak adanya sistem bunga atau riba, melainkan menggunakan sistem bagi hasil yang dianjurkan dalam Islam serta layanan *digital banking* yang disediakan oleh bank Syariah semakin memudahkan nasabah dalam melakukan transaksi. Keputusan memilih atau tidaknya pengusaha muslim untuk menabung di Bank Syariah dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor. Fenomena dari hasil observasi awal ini dapat dilihat bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku pengusaha muslim di Kota Makassar untuk menabung pada Bank Syariah antara lain faktor *profit sharing* (bagi hasil), faktor religiusitas dan faktor layanan *digital banking*.

Beberapa bukti empiris menyatakan adanya keterkaitan antara *profit sharing*, religiusitas, *digital banking* dengan keputusan nasabah. Diantaranya penelitian Sari, dkk. (2017) menyatakan bahwa terdapat pengaruh pemanfaatan bagi hasil terhadap pilihan menabung di Bank Muamalat Cabang Madiun. Penelitian yang dilakukan oleh Faqih (2020) menyatakan bahwa bagi hasil mempengaruhi minat nasabah untuk menabung. Selanjutnya, faktor religiusitas (agama) yang sepenuhnya menjauhi riba menjadi variabel pendorong dalam menentukan pilihan menabung. Menurut penelitian Atikhi (2020), keputusan menabung di Bank Syariah sangat dipengaruhi oleh faktor religiusitas. Hal ini didukung oleh hasil penelitian Apriyanti (2021) yang menunjukkan bahwa variabel religiusitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung pada bank syariah. Penelitian Sundari dan Haryanti (2022) menyatakan bahwa nasabah merasa senang dengan layanan perbankan digital Bank NTB Syariah dikarenakan transaksi cepat, aman serta fitur yang sangat lengkap. Begitu pula dengan penelitian yang dilakukan oleh Syafridayd kk. (2020) memperoleh hasil bahwa pertama, sudut pandang dominan yang memengaruhi seseorang dalam memutuskan untuk memanfaatkan layanan keuangan Syariah adalah kesan reputasi dan aksesibilitas asosiasi dan inovasi. Subbagian yang berlaku dari penilaian reputasi adalah keagamaan (hukum keselarasan syariah/menjauhi riba). Subbagian yang berlaku dari aksesibilitas organisasi dan inovasi adalah ketersediaan *SMS/web/internet banking*. Berbeda dengan penelitian Indah Pangestuti, dkk. (2019) menyatakan bahwa variabel keuntungan nisbah (bagi hasil) tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah menabung pada bank Syariah Mandiri Cabang Samarinda. Penelitian yang dilakukan oleh Firdaus dan



Noor (2017) menunjukkan bahwa faktor religiusitas tidak berpengaruh secara signifikan terhadap pengambilan keputusan untuk menabung di bank Syariah. Penelitian Cupian dkk. (2022) menyatakan bahwa tidak adanya pengaruh signifikansi kemudahan dan kemanfaatan terhadap minat menggunakan *digital banking* Syariah.

Perbedaan hasil penelitian antara *profit sharing*, religiusitas dan *digital banking* terhadap keputusan menabung pada bank Syariah mendorong peneliti untuk menambahkan variabel intervening karena diduga selain ketiga faktor tersebut, ada variabel yang turut mempengaruhi keputusan menabung diantaranya yaitu literasi keuangan Syariah. Dalam kajian ini, menggunakan literasi keuangan Syariah sebagai variabel mediasi dengan alasan bahwa penelitian terdahulu menggunakan literasi keuangan Syariah sebagai variabel independent yang dapat secara langsung mempengaruhi variabel dependen, khususnya keputusan menabung. Dengan demikian, agar dapat memperoleh suatu kajian secara tersusun penting untuk melakukan penelitian lebih dalam terkait dengan pengaruh, *profit sharing*, religiusitas, dan layanan *digital banking* terhadap keputusan menabung pengusaha muslim kota Makassar pada bank Syariah dengan literasi keuangan Syariah sebagai variabel mediasi.

TINJAUAN PUSTAKA

A. *Theory of Planned Behavior* (TPB)

Dalam *Theory of Planned Behavior* yang dikembangkan oleh Ajzen (1991) dijelaskan bahwa niat berperilaku dipengaruhi oleh tiga variabel yaitu sikap terhadap perilaku (*attitude toward behavior*), norma subjektif (*subjective norm*) dan kontrol keperilakuan yang dirasakan (*perceived behavior control*). Secara spesifik *Theory of Planned Behavior* mengemukakan adanya tiga determinan niat yang bersifat independen, yaitu:

1. Sikap terhadap perilaku yang menunjukkan tingkatan dimana seseorang mempunyai evaluasi yang baik atau kurang baik tentang perilaku tertentu.
2. Norma subyektif sebagai faktor sosial menunjukkan tekanan sosial yang dirasakan untuk melakukan atau tidak melakukan tindakan/perilaku.
3. Kontrol keperilakuan yang dirasakan (*perceived behavioral control*), menunjukkan mudahnya atau sulitnya melalukan tindakan dan dianggap sebagai cerminan pengalaman masa lalu di samping halangan atau hambatan yang terantisipasi. (Malik, dkk., 2019)

Theory of planned behavior atau biasa disebut perilaku berencana dapat dihubungkan dengan perilaku menabung. Adanya perbankan Syariah ini diharapkan mampu meningkatkan minat menabung pengusaha muslim agar meningkat perekonomian Syariah. Fauzi menyatakan bahwa berdasarkan teori yang dikemukakan Ajzen dimana minat dipengaruhi dengan sikap terhadap perilaku (Fauzi, 2020). Literasi keuangan Syariah memiliki pengaruh positif terhadap keputusan seseorang. Sebab semakin tinggi literasi seseorang maka akan mempengaruhi seseorang berpikir atau mengambil keputusan untuk menerapkan ilmu yang didapatkan. Semakin seseorang mengetahui produk dari suatu bank



maka semakin mengenal dan mengetahui manfaat dari penggunaan produk tersebut. Sebab itu, semakin seseorang memahami suatu produk maka seseorang akan tertarik untuk memutuskan menggunakan produk tersebut.

B. Keputusan Menabung

Keputusan menabung adalah tindakan-tindakan yang secara langsung terlibat dalam usaha memperoleh, menentukan produk dan jasa termasuk proses pengambilan keputusan menabung dan mengikuti tindakan tersebut (Nugroho, 2014). Kotler (2007) menjelaskan bahwa keputusan nasabah menabung adalah pengambilan keputusan yang dilakukan oleh nasabah atau konsumen untuk menggunakan jasa bank syariah. Nasabah dalam mengambil keputusan untuk menabung pastinya akan melalui beberapa tahapan pengambilan keputusan.

C. Literasi Keuangan Syariah

Dengan literasi keuangan, diharapkan masyarakat memiliki pengetahuan, keterampilan, dan keyakinan yang cukup terhadap lembaga keuangan serta seluruh layanan dan produknya. Keyakinan yang dimaksud seperti dalam melakukan aktivitas keuangan yaitu mencatat rencana investasi, pengeluaran, menyusun rencana anggaran, dan sebagainya (Otoritas Jasa Keuangan, 2017). Literasi keuangan syariah adalah penjabaran lebih luas dari literasi keuangan. Literasi keuangan syariah memiliki hubungan yang erat dengan kemampuan seseorang memahami produk dan jasa lembaga keuangan syariah. Literasi keuangan syariah adalah kemampuan seseorang dari aspek pengetahuan, sikap, dan perilaku keuangan syariah dalam mengelola keuangan berdasarkan prinsip keuangan syariah. Literasi Keuangan Syariah (Setiawaty, dkk., 2018)

D. Profit Sharing

Bagi hasil adalah suatu sistem pengolahan dana dalam perekonomian Islam yakni pembagian hasil usaha antara pemilik modal dan pengelola (Antonia, 2001). Bagi hasil dikenal dengan istilah *profit sharing*. Menurut kamus ekonomi *profit sharing* berarti pembagian laba. Sistem bagi hasil merupakan sistem dimana dilakukannya perjanjian atau ikatan bersama di dalam melakukan kegiatan usaha. Di dalam usaha tersebut diperjanjikan adanya pembagian hasil atas keuntungan yang akan didapat kepada kedua belah pihak atau lebih (Wahab, 2016).

E. Religiusitas

Religiusitas adalah bentuk aspek *religi* yang telah dihayati oleh individu di dalam hati. Makna religiusitas dapat digambarkan melalui beberapa aspek-aspek yang harus dipenuhi sebagai petunjuk mengenai bagaimana cara menjalankan hidup dengan benar agar manusia bisa mencapai kebahagiaan (Karim, 2011). Sikap religiusitas merupakan integrasi secara kompleks antara pengetahuan agama, perasaan serta tindakan keagamaan dalam diri seseorang (Wahyuddin, 2011).

F. Layanan Digital Banking

Digital banking merupakan layanan kegiatan perbankan menggunakan sarana elektronik atau digital milik bank di mana nasabah melakukan aktivitas perbankan secara mandiri (Skinner, 2014). *Digital Banking* meliputi sistem yang memungkinkan nasabah baik individu ataupun bisnis untuk mengakses rekening,



menggunakan transaksi atau mendapatkan informasi produk atau jasa bank melalui jaringan pribadi ataupun publik.

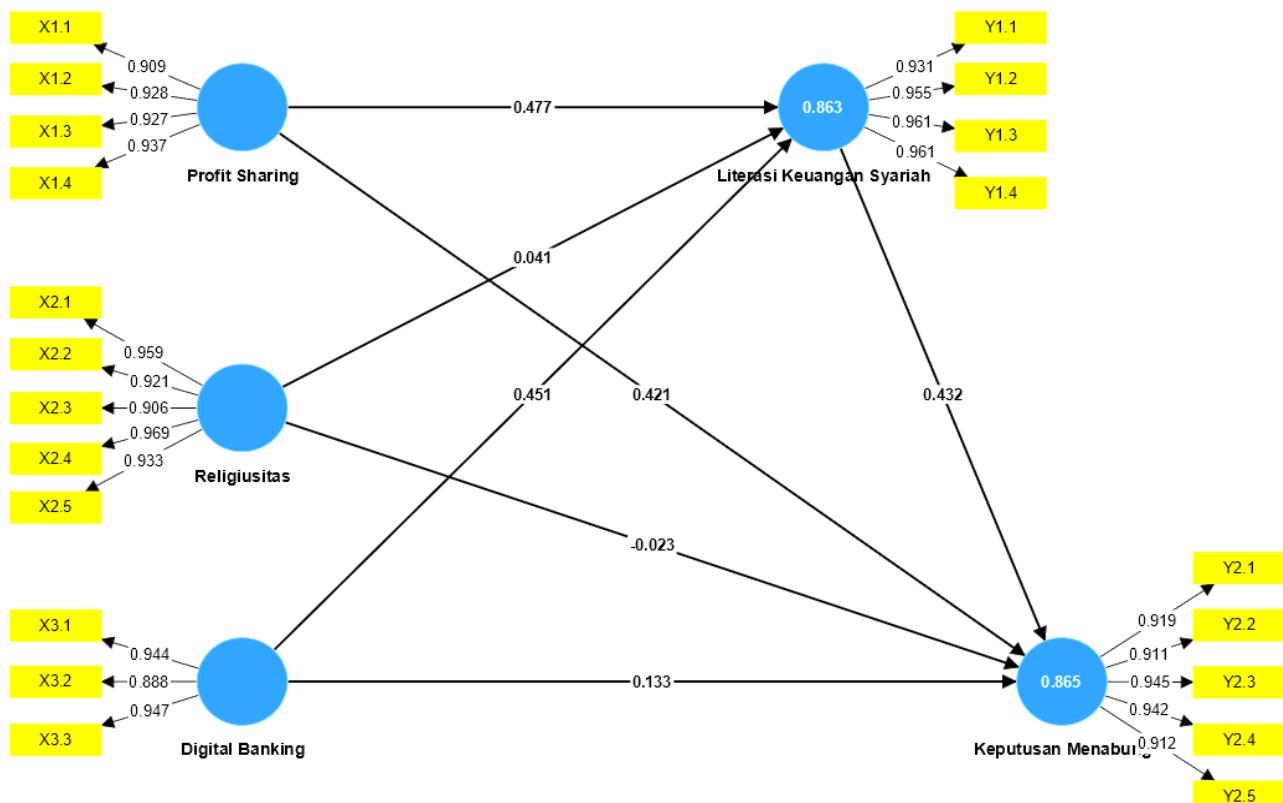
METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan pendekatan asosiatif kausal. Populasi pada penelitian ini yaitu pengusaha muslim yang ada di Kota Makassar. Adapun jumlah sampel dalam penelitian ini sebesar 105 responden. Metode pengumpulan data diperoleh melalui angket yang disebarluaskan kepada responden. Teknik analisis data menggunakan bantuan aplikasi smart PLS. Adapun dalam pengujian hipotesis dari setiap konstruk yang ada, pengujian tersebut didapatkan melalui metode *bootstrap* pada aplikasi smartPLS. Pengujian hipotesis dilakukan pada *path coefficient* yang mana untuk mengetahui signifikan atau tidaknya setiap variabel.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Analisis Model Pengukuran (*Outer Model*)

1. Uji Validitas Konvergen (*Convergent Validity*)



Gambar 4.1 Hasil Estimasi Model PLS



Dari gambar 1 menunjukkan bahwa tidak ada data yang memiliki loading faktor di bawah 0,70. Maka hal ini menunjukkan bahwa semua indikator valid dan juga ideal untuk mengukur konstruk latennya, oleh karena data di atas dapat diolah kepada tahap selanjutnya.

Tabel 4.1 Hasil Nilai Loading Factor

Variabel	Indikator	Loading Faktor	Keterangan
<i>Profit Sharing</i>	X1.1	0.909	Valid
	X1.2	0.928	Valid
	X1.3	0.927	Valid
	X1.4	0.937	Valid
<i>Religiusitas</i>	X2.1	0.959	Valid
	X2.2	0.921	Valid
	X2.3	0.906	Valid
	X2.4	0.969	Valid
	X2.5	0.933	Valid
<i>Digital Banking</i>	X3.1	0.944	Valid
	X3.2	0.888	Valid
	X3.3	0.947	Valid
<i>Literasi Keuangan Syariah</i>	Y1.1	0.931	Valid
	Y1.2	0.955	Valid
	Y1.3	0.961	Valid
	Y1.4	0.961	Valid
<i>Keputusan Menabung</i>	Y2.1	0.919	Valid
	Y2.2	0.911	Valid
	Y2.3	0.945	Valid
	Y2.4	0.942	Valid
	Y2.5	0.912	Valid

(Sumber : Data diolah, 2024)

Hasil olah data menggunakan aplikasi Smart-PLS versi 4 dapat dilihat pada tabel di atas bahwa nilai *outer model* atau korelasi antara konstruk dengan variabel sudah memenuhi syarat *convergent validity* dikarenakan semua indikator memiliki loading faktor > 0.70 . Selanjutnya yang perlu diperhatikan yaitu nilai AVE > 0.5 . Adapun tabel 4.15 hasil nilai AVE sebagai berikut:

Tabel 4.2 Hasil Nilai AVE

	Cronbach's alpha	Keandalan komposit (rho_a)	Keandalan komposit (rho_c)	Rata-rata varians diekstraksi (AVE)
<i>Digital Banking</i>	0.918	0.924	0.948	0.859
<i>Keputusan Menabung</i>	0.958	0.959	0.968	0.857
<i>Literasi Keuangan Syariah</i>	0.966	0.966	0.975	0.907
<i>Profit Sharing</i>	0.944	0.944	0.960	0.856
<i>Religiusitas</i>	0.966	0.967	0.973	0.879



(Sumber : Data diolah, 2024)

Hasil pengolahan dengan menggunakan smart-PLS versi 4. dapat dilihat pada tabel di atas bahwa nilai *AVE* dari setiap variabel > 0,5 yang berarti hal tersebut menunjukkan validitas konvergen yang baik, variabel laten menjelaskan rata-rata lebih dari setengah varasi indikator. Maka dapat dikatakan bahwa nilai tersebut telah menunjukkan persentase konstrak mampu menjelaskan variasi yang ada di indikator.

Berdasarkan tabel 2 juga dapat dilihat bahwa nilai *cronbachs alpha* untuk semua variabel > 0,7 yang berarti seluruh nilai *cronbach alpha* pada setiap konstruk sudah reliabel dan juga diterima karena sudah bernilai di atas 0,7 yang didukung oleh teori (Ghozali & Laten, 2020). Selanjutnya nilai *composite reliability* memiliki nilai > 0,70 untuk seluruh konstruk yang berarti seluruh nilai konstruk sudah mencapai nilai *composite reliability* yang baik, karena nilai sudah di atas 0,7 yang sesuai dengan teori (Ghozali & Laten, 2020). Oleh karen itu, tidak ditemukan permasalahan reliabilitas pada model yang dibentuk. Sehingga dapat disimpulkan bahwa penelitian ini mendapatkan nilai *Cronbachs alpha* dan *composite reliability* yang reliabel dan baik.

2. Uji Validitas Diskriminan (*Discriminant Validity*)

Tabel 4.3 Hasil Nilai *Fornell Larcker*

	Digital Banking	Keputusan Menabung	Literasi Keuangan Syariah	Profit Sharing	Religiusitas
Digital Banking	0.927				
Keputusan Menabung	0.852	0.926			
Literasi Keuangan Syariah	0.890	0.907	0.952		
Profit Sharing	0.842	0.899	0.892	0.925	
Religiusitas	0.906	0.825	0.855	0.849	0.938

(Sumber : Data diolah, 2024)

Dalam uji validitas diskriman, variabel yang sedang diuji harus mempunyai nilai lebih tinggi jika dibandingkan dengan variabel lain. (Ghozali & Latan, 2020). Dari hasil nilai *Fornell-Lacker* sudah menunjukkan pada tiap variabelnya berkorelasi tinggi di masing-masing variabel jika dibandingkan dengan variabel lain. Maka dapat disimpulkan bahwa nilai *fornell Larcker* sudah mempunyai validitas diskriminan yang baik.

B. Analisis Model Struktural (*Inner Model*)

1. Nilai *Coefficient Determination* (R^2)

Tabel 4.4 Hasil Nilai *R-Square*

	R-square	Adjusted R-square
Keputusan Menabung	0.865	0.860
Literasi Keuangan Syariah	0.863	0.859

(Sumber : Data diolah, 2024)

Tabel di atas menunjukkan bahwa nilai *R-Square* untuk variabel keputusan menabung adalah sebesar 0,865 yang berarti model mampu menjelaskan sebesar



86,5% untuk variabel yang mempengaruhi keputusan menabung dan 13,5% sisanya akan dijelaskan konstruk lain. Untuk variabel literasi keuangan Syariah diperoleh sebesar 0,863 yang berarti model mampu menjelaskan sebesar 86,3% untuk variabel yang mempengaruhi literasi keuangan Syariah dan 13,7% sisanya akan dijelaskan konstruk lain.

2. Nilai *Predictive Relevance* (Q^2)

Tabel 4.5 Hasil Nilai *Q-Square*

	Q^2 <i>Prediksi</i>
Keputusan Menabung	0,818
Litrasi Keuangan Syariah	0,849

(Sumber : Data diolah, 2024)

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa nilai Q^2 keputusan menabung sebesar $0,818 > 0$ dan literasi keuangan Syariah sebesar $0,849 > 0$ yang berarti nilai Q^2 dinyatakan baik karena lebih besar dari nol.

3. Model *Fit*

Tabel 4.6 Hasil Nilai *Model Fit*

	<i>Model Jenuh (saturated)</i>	<i>Perkiraan Model</i>
SRMR	0,042	0,042

(Sumber : Data diolah, 2024)

Berdasarkan tabel di atas nilai SRMR sebesar 0,042 yang menunjukkan bahwa nilai tersebut artinya fit karena $0,042 < 0,10$.

4. *Goodness of Fit* (GoF)

Tabel 4.7 Hasil Nilai *GoF Index*

<i>Rerata AVE</i>	<i>Rerata R Square</i>	<i>GoF Index</i>
0,872	0,864	0,868

(Sumber : Data diolah, 2024)

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa nilai GoF sebesar 0,868 artinya penelitian ini memiliki nilai GoF besar, sehingga dapat disimpulkan bahwa model dalam penelitian valid serta mempunyai kinerja baik dan dapat dijelaskan antara hubungan setiap konstruk.

5. Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dapat dinilai dari uji signifikansi pada tabel *total effect* yang dapat diketahui melalui tabel *t-statistik* dan *p-values*. Skor *path coeffisien* ataupun *inner model* yang ditunjukkan oleh nilai *t-statistik* harus $> 1,96$ untuk hipotesis dua ekor (*two-tailed*) dan $> 1,64$ untuk hipotesis satu ekor (*one-tailed*) untuk pengujian hipotesis pada *alpha* 5%. (Abdillah & Jogiyanto, 2021). Berikut ini hasil pengujian dari Smart PLS dalam analisis *bootstrapping* berikut:

Tabel 4.8 Hasil Nilai *Total Effect*

	<i>Sampel asli (O)</i>	<i>Rata-rata sampel (M)</i>	<i>Standar deviasi (STDEV)</i>	<i>T statistik (O/STDEV)</i>	<i>Nilai P (P values)</i>
Profit Sharing -> Literasi Keuangan Syariah	0.477	0.464	0.085	5.622	0.000



Religiusitas -> Literasi Keuangan Syariah	0.041	0.073	0.158	0.263	0.793
Digital Banking -> Literasi Keuangan Syariah	0.451	0.431	0.115	3.911	0.000
Profit Sharing -> Keputusan Menabung	0.421	0.405	0.137	3.059	0.002
Religiusitas -> Keputusan Menabung	-0.023	-0.006	0.133	0.169	0.865
Digital Banking -> Keputusan Menabung	0.133	0.128	0.116	1.148	0.251
Literasi Keuangan Syariah -> Keputusan Menabung	0.432	0.436	0.118	3.650	0.000

(Sumber : Data diolah, 2024)

Berdasarkan hasil pengujian dengan *bootstrapping* dari analisis Smart-PLS pada tabel di atas sebagai berikut berikut:

1) Pengaruh *profit sharing* terhadap literasi keuangan Syariah

Berdasarkan hasil olah data menggunakan smart-PLS pada tabel di atas menunjukkan *profit sharing* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap literasi keuangan Syariah, hal ini dapat dilihat nilai koefisien *profit sharing* terhadap literasi keuangan Syariah sebesar 0,477 dengan nilai *t-statistict* $5,622 > 1,96$ dan nilai *p-values* $0,000 < 0,05$. Dengan demikian, dapat dapat disimpulkan bahwa hipotesis pertama (H_1) diterima.

2) Pengaruh religiusitas terhadap literasi keuangan Syariah

Berdasarkan hasil olah data menggunakan Smart-PLS pada tabel di atas menunjukkan religiusitas tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap literasi keuangan Syariah, hal ini dapat dilihat nilai koefisien religiusitas terhadap literasi keuangan Syariah sebesar 0,041 dengan nilai *t-statistict* $0,263 < 1,96$ dan nilai *p-values* $0,793 > 0,05$. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa hipotesis kedua (H_2) ditolak.

3) Pengaruh layanan *digital banking* terhadap literasi keuangan Syariah

Berdasarkan hasil olah data menggunakan smart-PLS pada tabel di atas menunjukkan layanan *digital banking* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap literasi keuangan Syariah, hal ini dapat dilihat nilai koefisien layanan *digital banking* terhadap literasi keuangan Syariah sebesar 0,451 dengan nilai *t-statistict* $3,911 > 1,96$ dan nilai *p-values* $0,000 < 0,05$. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa hipotesis ketiga (H_3) diterima.

4) Pengaruh *Profit sharing* terhadap keputusan menabung

Berdasarkan hasil olah data menggunakan smart PLS pada tabel di atas menunjukkan *profit sharing* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan menabung, hal ini dapat dilihat nilai koefisien *profit sharing* terhadap keputusan menabung sebesar 0,421 dengan nilai *t-statistict* $3,059 > 1,96$ nilai *p-values* $0,002 < 0,05$. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa hipotesis keempat (H_4) diterima.

5) Pengaruh religiusitas terhadap keputusan menabung

Berdasarkan hasil olah data menggunakan smart-PLS pada tabel di atas menunjukkan religiusitas tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan menabung, hal ini dapat dilihat nilai koefisien religiusitas terhadap keputusan menabung sebesar -0,023 dengan nilai *t-statistict* $0,169 < 1,96$ dan nilai



$p-values$ $0,865 > 0,05$. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa hipotesis kelima (H_5) ditolak.

6) Pengaruh layanan *digital banking* terhadap keputusan menabung

Berdasarkan hasil olah data menggunakan smart-PLS pada tabel di atas menunjukkan layanan *digital banking* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan menabung, hal ini dapat dilihat nilai koefisien layanan *digital banking* terhadap keputusan menabung sebesar $0,133$ dengan nilai t -statistik $1,148 < 1,96$ dan nilai p -values $0,251 > 0,05$. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa hipotesis Keenam (H_6) ditolak.

7) Pengaruh literasi keuangan Syariah terhadap keputusan menabung

Berdasarkan hasil olah data menggunakan Smart PLS pada tabel di atas menunjukkan literasi keuangan Syariah memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan menabung, hal ini dapat dilihat nilai koefisien literasi keuangan Syariah terhadap keputusan menabung sebesar $0,432$ dengan nilai t -statistik $3,650 > 1,96$ dan nilai p -values $0,000 < 0,05$. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa hipotesis ketujuh (H_7) diterima.

Adapun parameter untuk melihat hubungan tidak langsung antara variabel laten eksogen maupun laten endogen ditinjau melalui tabel *specific indirect effects*.

Tabel 4.9 Hasil Nilai Spesific Indirect Effects

	Sampel asli (O)	Rata-rata sampel (M)	Standar deviasi (STDEV)	T statistik ($/O/STDEV/$)	Nilai P (P values)
Profit Sharing -> Literasi Keuangan Syariah -> Keputusan Menabung	0.206	0.202	0.064	3.211	0.001
Religiusitas -> Literasi Keuangan Syariah -> Keputusan Menabung	0.018	0.032	0.073	0.247	0.805
Digital Banking -> Literasi Keuangan Syariah -> Keputusan Menabung	0.195	0.190	0.077	2.531	0.011

(Sumber : Data diolah, 2024)

8) Pengaruh *profit sharing* melalui literasi keuangan Syariah terhadap keputusan menabung

Berdasarkan hasil olah data menggunakan smart-PLS pada tabel di atas menunjukkan *profit sharing* melalui literasi keuangan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan menabung, hal ini dapat dilihat nilai koefisien *profit sharing* melalui literasi keuangan Syariah terhadap keputusan menabung sebesar $0,206$ dengan nilai t -statistik $3,211 > 1,96$ dan nilai p -values $0,001 < 0,05$. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa hipotesis kedelapan (H_8) diterima.

9) Pengaruh religiusitas melalui literasi keuangan Syariah terhadap keputusan menabung

Berdasarkan hasil olah data menggunakan smart-PLS pada tabel di atas menunjukkan religiusitas melalui literasi keuangan syariah tidak memiliki pengaruh



yang signifikan terhadap keputusan menabung, hal ini dapat dilihat nilai koefisien religiusitas melalui literasi keuangan Syariah terhadap keputusan menabung sebesar 0,018 dengan nilai *t-statistic* $0,247 < 1,96$ dan nilai *p-values* $0,805 > 0,05$. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa hipotesis kesembilan (H_9) ditolak.

- 10) Pengaruh layanan *digital banking* melalui literasi keuangan Syariah terhadap keputusan menabung

Berdasarkan hasil olah data menggunakan smart-PLS pada tabel di atas menunjukkan layanan *digital banking* melalui literasi keuangan Syariah memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan menabung, hal ini dapat dilihat nilai koefisien layanan *digital banking* melalui literasi keuangan Syariah terhadap keputusan menabung sebesar 0,195 dengan nilai *t-statistic* $2,531 < 1,96$ dan nilai *p-values* $0,011 < 0,05$. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa hipotesis kesepuluh (H_{10}) diterima.

Pembahasan

1. Pengaruh *Profit sharing* terhadap Literasi Keuangan Syariah

Pada penelitian ini *profit sharing* berpengaruh signifikan terhadap literasi keuangan Syariah pada pengusaha muslim kota Makassar. Artinya semakin besar nisbah bagi hasil yang ditawarkan oleh perbankan Syariah, maka semakin tinggi tingkat literasi keuangan Syariah pengusaha muslim kota Makassar. Karena dalam pelaksanaan kerangka pembagian keuntungan di bank Islam menggunakan proporsi pembagian keuntungan. Proporsi pembagian keuntungan merupakan angka yang sangat penting dalam menentukan pembagian keuntungan di bank Syariah. Sebab, sudut pandang proporsi pembagian keuntungan merupakan sudut pandang yang disepakati secara umum antara kedua belah pihak yang melakukan transaksi. Ada beberapa faktor yang perlu dipertimbangkan ketika menghitung rasio pembagian keuntungan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rosulong (2011) yang menunjukkan bahwa produk dengan sistem bagi hasil mempengaruhi literasi atau pemahaman nasabah. Penelitian ini juga konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Irfayunita, dkk. (2019), yang menyatakan bahwa variabel sistem bagi hasil (*profit sharing*) mempengaruhi literasi keuangan seseorang dan memiliki pengaruh yang signifikan.

2. Pengaruh *Religiusitas* terhadap Literasi Keuangan Syariah

Pada penelitian ini religiusitas berpengaruh tidak signifikan terhadap literasi keuangan Syariah pada pengusaha muslim kota Makassar. Meskipun mayoritas penduduk beragama Islam, tetapi pemahaman pengusaha muslim tentang keuangan Syariah masih rendah. Hal ini dibuktikan rendahnya pemahaman masayarakat tentang riba dan perbedaan dasar antara bank Syariah dengan bank konvensional. pengusaha muslim kota Makassar masih beranggapan bahwa sistem yang ada di bank Syariah sama saja dengan sistem yang ada di bank konvensional. Hasil penelitian ini dibuktikan dengan penelitian yang dilakukan oleh Wibowo & Nurkin (2018) dan Eliza (2018) yang menyatakan bahwa variabel religiusitas tidak berpengaruh signifikan terhadap literasi keuangan syariah.



3. Pengaruh Layanan *Digital Banking* terhadap Literasi Keuangan Syariah

Pada penelitian ini layanan *digital banking* berpengaruh signifikan terhadap literasi keuangan syariah pada pengusaha muslim kota Makassar. Semakin baik layanan *digital banking* yang diberikan, maka semakin tinggi tingkat literasi keuangan Syariah pengusaha muslim kota Makassar. Pasalnya, dengan tersedianya layanan perbankan digital, para pelaku usaha muslim di Makassar akan semakin gencar mencari informasi tentang produk dan layanan perbankan digital yang ditawarkan oleh bank syariah. Alhasil, mereka pun akan semakin melek dan berpengetahuan tentang keuangan syariah. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Yasin, dkk. (2021) menyatakan bahwa layanan *digital banking* seperti *m-banking* seperti *i-banking* berpengaruh signifikan terhadap literasi keuangan Syariah.

4. Pengaruh *Profit Sharing* terhadap Keputusan Menabung

Pada penelitian ini *profit sharing* berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung pada pengusaha muslim kota Makassar. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat bagi hasil yang baik akan memberikan kontribusi yang cukup signifikan dalam mendorong pengusaha muslim kota Makassar untuk menabung di bank Syariah. Adanya pemahaman bagi hasil pada bank Syariah maka diharapkan dapat meningkatkan keputusan nasabah untuk menabung pada bank Syariah. Berbagai penelitian menemukan bahwa perilaku seseorang dalam memutuskan menabung pada bank Syariah karena adanya dorongan dalam memperoleh keuntungan. Salah satu daya tarik nasabah untuk menabung atau menyimpan uang di bank Syariah adalah tingkat bagi hasil yang ditawarkan oleh lembaga keuangan ini. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Daulay (2010), Sari, dkk. (2017), Zidni & Fitanto (2022) dan Azhar, dkk., (2023) menyatakan bahwa variabel bagi hasil memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan menabung.

5. Pengaruh *Religiusitas* terhadap Keputusan Menabung

Pada penelitian ini religiusitas berpengaruh tidak signifikan terhadap keputusan menabung pengusaha muslim kota Makassar pada bank Syariah. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat religiusitas seseorang tidak berpengaruh terhadap keputusan pelaku usaha muslim di Kota Makassar untuk menabung di bank syariah. Individu yang taat beragama atau religius tinggi belum tentu tertarik untuk menabung di bank syariah. Begitu pula dengan orang yang terbukti kurang religius tidak serta merta mengurungkan niatnya untuk menabung di bank Syariah. Meskipun pada penelitian ini, variabel religiusitas berpengaruh tidak signifikan terhadap keputusan menabung pengusaha muslim kota Makassar pada bank syariah, bukan berarti variabel religiusitas tidak penting, akan tetapi bisa jadi karena adanya faktor lain yang menghubungkan antara variabel religiusitas dengan variabel lain. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Firdaus & Noor (2017), Pakkawaru (2018) dan Putra, dkk. (2021) yang menyatakan bahwa religiusitas tidak berpengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan mahasiswa muslim menabung di bank Syariah.

6. Pengaruh Layanan *Digital Banking* terhadap Keputusan Menabung



Pada penelitian ini pengaruh layanan *digital banking* berpengaruh tidak signifikan terhadap keputusan menabung pengusaha muslim kota Makassar pada bank Syariah. Hal ini menunjukkan bahwa layanan *digital banking* mempunyai peranan yang penting dalam meningkatkan keputusan menabung pada bank Syariah. Dengan kata lain semakin baik layanan *digital banking* yang ditawarkan kepada nasabah akan semakin berpengaruh terhadap keputusan memilih bank Syariah, demikian sebaliknya jika semakin kurang baik layanan *digital banking* yang ditawarkan kepada nasabah maka akan menyebabkan keputusan memilih bank Syariah semakin rendah. Meskipun pada penelitian ini, variabel layanan *digital banking* berpengaruh tidak signifikan terhadap keputusan menabung pengusaha muslim kota Makassar pada bank syariah, bukan berarti variabel layanan *digital banking* tidak penting, akan tetapi bisa jadi karena adanya faktor lain yang menghubungkan antar variabel layanan *digital banking* dengan variabel lain. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Suryani dkk, (2023), Fathurrahman dan Suhada (2023) dan Putri (2023) yang menyatakan bahwa layanan *m-banking* tidak berpengaruh signifikan terhadap minat dan preferensi menabung pada bank Syariah.

7. Pengaruh Literasi Keuangan Syariah terhadap Keputusan Menabung

Pada penelitian ini literasi keuangan Syariah berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung pada pengusaha muslim kota Makassar. Hal ini menunjukkan bahwa pengusaha muslim kota Makassar memiliki literasi keuangan syariah yang baik. Pandangan seseorang terhadap situasi keuangan dipengaruhi oleh literasi keuangan mereka, yang juga menentukan kemampuan mereka untuk membuat keputusan keuangan dan manajerial yang cerdas. Selain itu, pengetahuan keuangan dapat. Literasi keuangan juga dapat membantu seseorang merencanakan keuangan mereka di masa depan dengan membuat keputusan yang baik di masa sekarang. Semakin tinggi tingkat literasi keuangan yang dimiliki maka akan semakin baik dalam pengambilan keputusan. Tingkat literasi keuangan Syariah yang baik akan memberikan kontribusi yang cukup signifikan dalam mendorong pengusaha muslim kota Makassar untuk menabung di bank Syariah. Hasil penelitian sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Handida (2018) yang menyatakan bahwa tingkat literasi keuangan Syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan masyarakat muslim menggunakan produk perbankan syariah di DIY. Penelitian yang dilakukan oleh Aisyah & Wicaksono (2020), Rachmatulloh & Solekah (2021), dan Fadhilah & Yuliafitri (2023) yang menyatakan bahwa literasi keuangan Syariah berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung di bank Syariah.

8. Pengaruh *Profit Sharing* melalui Literasi Keuangan Syariah terhadap Keputusan Menabung

Berdasarkan hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa *profit sharing* melalui literasi keuangan Syariah berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung. Jika ditinjau dari teori, Husnelly dalam Cahya, dkk (2020) menegaskan bahwa faktor yang menjadi pertimbangan seseorang dalam menginvestasikan uangnya di bank Syariah adalah karena adanya sistem bagi hasil. Ketika konsumen menaruh



uangnya di bank syariah yang kini beroperasi, maka literasi keuangan syariah dengan sendirinya akan meningkat. Pengetahuan tentang keuangan syariah diharapkan dapat meningkatkan kesadaran dan wawasan masyarakat dalam memilih produk perbankan syariah yang tepat. Peningkatan pengetahuan keuangan masyarakat, khususnya konsumen, tentunya akan bermanfaat bagi perbankan syariah karena akan meningkatkan dan memperluas peluang menabung. Hal ini berarti konsumen akan mempunyai lebih banyak kesempatan untuk memilih item pendanaan pada perbankan syariah, semakin tinggi nisbah bagi hasil yang ditawarkan oleh perbankan syariah, dan hal ini akan diikuti dengan peningkatan literasi keuangan.

Hasil penelitian ini dapat dilihat bahwa variabel literasi keuangan Syariah berhasil memediasi pengaruh variabel *profit sharing* terhadap keputusan menabung pengusaha muslim kota Makassar pada bank Syariah. Hal ini dapat dilihat pada pengujian secara langsung variabel *profit sharing* berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung pengusaha muslim kota Makassar pada bank Syariah. Serta pada pengujian tidak langsung pengaruh variabel *profit sharing* melalui literasi keuangan Syariah berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung pengusaha muslim kota Makassar pada bank Syariah. Maka dapat disimpulkan bahwa peran variabel literasi keuangan Syariah dalam hubungan antara *profit sharing* terhadap keputusan menabung adalah sebagai variabel mediasi sebagian atau *partial mediation*. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Irfayunita, dkk., (2019) menunjukkan bahwa pengaruh tidak langsung (*indirect effect*), Literasi keuangan memediasi hubungan antara nisbah bagi hasil dengan preferensi pemilihan produk pemberian perbankan Syariah. Maksudnya literasi keuangan Syariah mampu mendorong sistem bagi hasil bank Syariah untuk memberikan keputusan menabung pada bank Syariah.

9. Pengaruh *Religiusitas* melalui Literasi Keuangan Syariah terhadap Keputusan Menabung

Berdasarkan hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa *religiusitas* melalui literasi keuangan Syariah berpengaruh tidak signifikan terhadap keputusan menabung. Jika ditinjau dari teori, religiusitas merupakan bagian dari agama yang mampu ditanamkan dalam jiwa manusia, sejauh mana pemahaman dan informasi tentang agama yang dianutnya (Ancok, 2001). Segala tindakan dan pandangan hidup seseorang akan dipengaruhi oleh ajaran agamanya jika telah dihayatinya. Khususnya dalam ajaran Islam, segala bentuk gerak atau tindakan manusia, khususnya umat Islam, telah diatur dalam Al-Qur'an, Hadits atau Ijtihad. Islam telah mengatur pengelolaan keuangan sedemikian rupa sehingga ada unsur halal dan haram (riba), terutama dalam hal lembaga keuangan atau individu yang mengelola keuangannya. Seseorang yang sangat religius hampir pasti akan berusaha menghindari riba dan mengelola uangnya sesuai dengan syariat. Legalisme merupakan tingkat keterhubungan seseorang dengan agamanya. Seseorang akan mampu mengambil keputusan keuangan yang sesuai dengan kebutuhannya di dunia dengan tetap mempertimbangkan tanggung jawabnya di



akhirat jika memiliki literasi keuangan syariah yang terdiri dari pengetahuan, keterampilan dan rasa percaya diri.

Hasil penelitian ini dapat dilihat bahwa variabel literasi keuangan Syariah tidak berhasil memediasi pengaruh variabel religiusitas terhadap keputusan menabung pengusaha muslim kota Makassar pada bank Syariah. Hal ini dapat dilihat pada pengujian secara langsung variabel religiusitas berpengaruh tidak signifikan terhadap keputusan menabung pengusaha muslim kota Makassar pada bank Syariah. Begitu juga dengan pengujian tidak langsung pengaruh variabel religiusitas melalui literasi keuangan Syariah berpengaruh tidak signifikan terhadap keputusan menabung pengusaha muslim kota Makassar pada bank Syariah. Maka dapat disimpulkan bahwa peran variabel literasi keuangan syariah dalam hubungan antara religiusitas terhadap keputusan menabung adalah bukan sebagai variabel mediasi. Hal ini sejalan dengan penelitian Mustofa (2020) menunjukkan bahwa estimasi pengaruh tidak langsung (*indirect effect*) religiusitas memiliki pengaruh tidak langsung secara positif terhadap peningkatan minat masyarakat dalam memilih Lembaga keuangan Syariah melalui literasi keuangan Syariah. Namun memiliki pengaruh lemah (*weakly significant*). Maksudnya literasi keuangan Syariah tidak mampu mendorong religiusitas untuk memberikan keputusan menabung pada bank Syariah.

10. Pengaruh Layanan *Digital Banking* melalui Literasi Keuangan Syariah terhadap Keputusan Menabung

Berdasarkan hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa layanan *digital banking* melalui keputusan menabung sangat dipengaruhi oleh literasi keuangan Islam. Jika ditinjau dari teori, mengingat Indonesia memiliki potensi ekonomi digital terbesar di Asia Tenggara, literasi keuangan yang kuat saat ini sangat penting, terutama di bidang digital. Istilah "digitalisasi perbankan" mengacu pada kerangka kerja inovasi keuangan yang akan menyederhanakan layanan perbankan bagi pengguna. Melalui pengembangan teknologi, perbankan dapat membangun citra loyalitas nasabah di sektor keuangan itu sendiri. Selain itu, digitalisasi perbankan membawa peluang yang lebih besar bagi bank untuk menghubungi masyarakat yang berdomisili jauh dari kantor bank untuk mendapatkan layanan yang diberikan. Dengan adanya layanan tersebut memudahkan nasabah dan masyarakat mengakses layanan yang ditawarkan oleh bank Syariah. Akan semakin tinggi tingkat literasi keuangan masyarakat, maka akan semakin banyak masyarakat yang memanfaatkan produk dan layanan keuangan Syariah. Literasi keuangan syariah memberi manfaat yang baik bagi layanan keuangan Syariah. Menurut Faidah (2019) menyatakan bahwa literasi keuangan memiliki dampak besar bagi seorang individu untuk melakukan *saving*.

Hasil penelitian ini dapat dilihat bahwa variabel literasi keuangan Syariah berhasil memediasi pengaruh variabel layanan *digital banking* terhadap keputusan menabung pengusaha muslim kota Makassar pada bank Syariah. Hal ini dapat dilihat pada pengujian secara langsung variabel layanan *digital banking* berpengaruh tidak signifikan terhadap keputusan menabung pengusaha muslim kota Makassar pada bank Syariah. Sedangkan pada pengujian tidak langsung



pengaruh variabel layanan *digital banking* melalui literasi keuangan Syariah berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung pengusaha muslim kota Makassar pada bank Syariah. Maka dapat disimpulkan bahwa peran variabel literasi keuangan Syariah dalam hubungan antara layanan *digital banking* terhadap keputusan menabung adalah sebagai variabel mediasi sempurna atau *complete mediation*. Hal ini sejalan dengan penelitian Putri (2023) menunjukkan bahwa literasi keuangan berperan sebagai *intervening* dalam hubungan antara layanan digital perbankan dengan perilaku minat untuk menabung. Maksudnya literasi keuangan Syariah mampu mendorong layanan *digital banking* untuk memberikan keputusan menabung pada bank Syariah.

KESIMPULAN DAN SARAN

1. *Profit Sharing* berpengaruh signifikan terhadap literasi keuangan Syariah pada pengusaha muslim kota Makassar.
2. *Religiusitas* berpengaruh tidak signifikan terhadap literasi keuangan Syariah pada pengusaha muslim kota Makassar.
3. Layanan *digital banking* berpengaruh signifikan terhadap literasi keuangan Syariah pada pengusaha muslim kota Makassar.
4. *Profit sharing* berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung pengusaha muslim kota Makassar pada Bank Syariah.
5. *Religiusitas* berpengaruh tidak signifikan terhadap keputusan menabung pengusaha muslim kota Makassar pada Bank Syariah.
6. Layanan *digital banking* berpengaruh tidak signifikan terhadap keputusan menabung pengusaha muslim kota Makassar pada Bank Syariah.
7. Literasi keuangan Syariah berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung pengusaha muslim kota Makassar pada Bank Syariah.
8. *Profit sharing* melalui literasi keuangan Syariah berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung pengusaha muslim kota Makassar pada Bank Syariah. Hal ini berarti literasi keuangan Syariah berhasil memediasi pengaruh variabel *profit sharing* terhadap keputusan menabung pengusaha muslim kota Makassar pada bank Syariah.
9. *Religiusitas* melalui literasi keuangan Syariah berpengaruh tidak signifikan terhadap keputusan menabung pengusaha muslim kota Makassar pada Bank Syariah. Hal ini berarti literasi keuangan Syariah tidak berhasil memediasi pengaruh variabel religiusitas terhadap keputusan menabung pengusaha muslim kota Makassar pada bank Syariah.
10. Layanan *digital banking* melalui literasi keuangan Syariah berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung pengusaha muslim kota Makassar pada Bank Syariah. Hal ini berarti literasi keuangan Syariah berhasil memediasi pengaruh variabel layanan *digital banking* terhadap keputusan menabung pengusaha muslim kota Makassar pada bank Syariah.

Saran



Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa variabel *profit sharing* mendapatkan penilaian yang paling rendah dari responden, oleh sebab itu pihak manajemen bank syariah hendaknya meningkatkan sosialisasi mengenai *Profit sharing* karena variabel *profit sharing* juga dapat meningkatkan nasabah untuk menabung pada bank Syariah.

REFERENSI

- Agustianto. (2014). Membangun Literasi Keuangan Syariah. *Diakses online pada laman: <http://www.agustiantocentre.com>*
- Aisyah, S. & Wicaksono, R.S. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah terhadap Keputusan Menggunakan Produk perbankan Syariah (studi mahasiswa ekonominsyariah dan perbankan Syariah wilayah kabupaten Bantul Yogyakarta). *Aghniya Jurnal Ekonomi Islam*, 02(1), 92-100.
- Aisyah. (2019). Analisis Pengaruh Literasi Keuangan Syariah terhadap Keputusan Menggunakan Produk Perbankan Syariah (Studi Mahasiswa Ekonomi Syariah dan Perbankan Syariah Wilayah Kabupaten Bantul Yogyakarta). *Aghniya Jurnal Ekonomi Islam*, 473-485.
- Akmal, H. dan Saputra, Y.E. (2019). Analisis Tingkat Literasi Keuangan Mahasiswa FEBI IAIN Imam Bonjol Padang. *JEBI (Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam)*, 1(2).
- Anwar, H. (2014). Proses Pengambilan Keputusan untuk Mengembangkan Mutu Madrasah. *Jurnal Pendidikan Islam*, 8(1), 39.
- Aprian, dkk. (2021). Pengaruh *Mobile Banking* dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah Menabung di Bank BRI Cabang Manna. *Journal Of Indonesian Management*, 1(3), 174-179.
- Apiyanti, L. (2021). Analisis Faktor-faktor yang Berpengaruh terhadap Keputusan Nasabah Memilih Bank Syariah”, *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(03), 1366-1371.
- Atikhi, M.W. (2020). Pengaruh Religiusitas, *Maqashid* dan Aksesibilitas terhadap Keputusan Menjadi Nasabah (Studi Kasus pada Nasabah Bank Syariah Mandiri KCP Sukarno Hatta). *Jurnal Ilmiah*, 1-12.
- Azhar, I.A. Suprapto, R. dan Fuad, N.A. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Bagi Hasil terhadap Keputusan Menabung pada Nasabah di Bank Syariah Indonesia Cabang Rogojampi. *Jurnal Perbankan Syariah Darussalam (JPSDA)*, 3(1), 61-73.
- Aziz, F.A. & Irfangi, A. (2021). *Analysis of Profit-Sharing Knowledge and Bank Interest on Understanding of Sharia Banking Operational Management and Its Implications For Saving Students In Sharia Banking*. PJAEE, 18(3), 525-538.
- Churry, “Literasi Keuangan Digital Meningkat di Tengah Pandemi”, <https://www.itworks.id/33720/literasi-keuangan-digital-meningkat-di-tengah-pandemi.html>.



- Cupian, dkk. (2022). Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Menggunakan Bank Digital Syariah pada Generasi Z: Studi Kasus di Kota Bogor. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(02), 1679-1688.
- Daulay, R. (2010). Analisis Pelayanan dan Bagi Hasil terhadap Keputusan Menabung Nasabah pada Bank Syariah di Kota Medan. *Jurnal Ekonomi*, 10, 1693-7619.
- Djuwita, D. dan Yusuf, A.A. (2018). Tingkat literasi Keuangan Syariah di Kalangan UMKM dan Dampaknya terhadap Perkembangang Usaha. *Al-Amwal, Jurnal ekonomi dan perbankan Syariah*, 10(1), 107- 112.
- Eliza, A. (2019). Literasi Keuangan Islam dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya (Studi pada Dosen dan Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Uin Raden Intan Lampung). *Valid Jurnal Ilmiah* 16(1), 17-28.
- Fadhillah, M.N. dan Yuliafitri, I. (2023). Pengaruh literasi keuangan Syariah, Bagi hasil, Pendapatan dan Kualitas Layanan *Digital m-banking* terhadap Keputusan Menabung Generasi Milenial di Bank Syariah. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam XIII*, 2, 98-110.
- Faozan, A. (2022). *The Influence of Customer Perception About Profit Sharing, Promotion and Quality of Service on The Customer Interest in Saving at BRI Syari'ah Branch Purwokerto*. *Ijtimā'iyya: Journal of Muslim Society Research*, 7(2), 141-160.
- Faqih, F.A. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Bagi Hasil terhadap Minat Menabung Nasabah pada Tabungan Marhamah PT. Bank Sumut KCP Syariah Karya. *Al-Infaq: Jurnal Ekonomi Islam*, 11(1), 1-17.
- Fathurrahman, A. dan Suhada, A.Z. (2023). Determinan yang Mempengaruhi Minat Menabung Milenial di Bank Syariah. *Jurnal Adz-Dzahab*, 8(2), 243-255.
- Fatimah, S.B. dan Hendratmi, A. (2020). Digitalisasi pada Bank Mandiri Syariah di Tengah Persaingan dan Perubahan Teknologi. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan*, 7(4), 795.
- Firdaus, S.R. dan Noor, I. (2017). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan untuk Menabung di Bank Syariah (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya Angkatan 2013). *Jurnal Ilmiah*, 1-15.
- Fuazi. (2020). Pengaruh Religiusitas dan Literasi Keuangan Syariah Mahasiswa terhadap Minat menjadi Nasabah di Bank Syariah. *Jurnal Ilmiah UNNES*, 484.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbitan UDIP, 2013
- Ghozali, I. L. H. (2020). *Partial Least Squares: Konsep, Teknik, dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0 (2nd ed.)*. In Badan Penerbit – Undip.
- Ghufron, dan Risnawati. (2010). *Teori-Teori Psikologi*. Yogyakarta: Ar-ruzz Media Group.



- Hadinda, R.D. (2018). Pengaruh Tingkat Pengetahuan, Kualitas Layanan dan Tingkat Literasi Keuangan Syariah terhadap Pengambilan Keputusan Masyarakat Muslim Menggunakan Produk Perbankan Syariah di Daerah Istimewa Yogyakarta. *Jurnal Economia*, 14(1), 84-90.
- Herdiyanty, I.F. dan Utama, S. (2017). Analisis Tingkat Literasi Keuangan Syariah serta Pengaruhnya terhadap Minat Mahasiswa Menjadi Nasabah pada Lembaga Keuangan Syariah (Studi Kasus Pada Mahasiswa Non Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta). *Jurnal Ilmiah*.
- Hidayat, R. (2016). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi *Consumer Decision Making Process* (Studi Kasus Rumah Makan Bebek Sinjay Madura). *Journal of Industrial Engineering & Management Systems*, 9(2), 79.
- Irfayunita. dkk. (2019). Pengaruh Nisbah Bagi Hasil Terhadap Preferensi Masyarakat Memilih Produk-Produk Pendanaan Pada Perbankan Syariah Dengan Faktor Financial Literacy Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Benefita*, 4(1), 14-25.
- Kardiyem. (2021). Pengaruh Religiusitas, Pendidikan Keluarga, dan Sosialisasi Keuangan terhadap Literasi Keuangan Syariah dengan Kecerdasan Intelektual sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Ekonomi & Pendidikan*, 18(1), 37.
- Kementerian Dalam Negeri (Kemendagri) *di akses www.dataindonesia.id*
- Kotler, Philip. (2011). *Manajemen Pemasaran. Edisi kesebelas, jilid 1*. Jakarta: PT Indeks, Kelompok Gramedia.
- Laily, N. (2013). Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perilaku Mahasiswa dalam Mengelola Keuangan. *Jurnal Pendidikan Akuntansi Universitas Negeri Malang*, 1(4), 14.
- LPS. (2022). Indonesia Deposit Insurance Corporation: Distribusi Simpanan Bank Umum.
- Lubis, S. (2021). *Hukum Ekonomi Islam*. Jakarta: Sinar Grafika.
- Maisur, M. dan Sabri. (2015). Pengaruh Prinsip Bagi Hasil, Tingkat Pendapatan, Religiusitas dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Menabung Nasabah pada Bank Syariah di Banda Aceh. *Jurnal Magister Akuntansi* 2, 2.
- Meiati dan Jayanto. (2019). Pengaruh Religiusitas, Lingkungan Sosial, Pengalaman Kerja, Tingkat Pendidikan terhadap Literasi Keuangan Syariah Karyawan Perbankan Syariah di Purwokerto.
- Otoritas Jasa Keuangan, Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia, Otoritas Jasa Keuangan, 2017.
- Pakkawaru, I. (2018). Pengaruh Tingkat Religiusitas, Kualitas Layanan, terhadap Keputusan Menabung dan Informasi sebagai Variabel Moderating. *Jurnal Bilancia*, 12(2), 10.
- Pangestuti, I. dkk. (2019). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Menabung pada Bank Syariah Mandiri Cabang Samarinda. *Jurnal Ilmu Ekonomi Mulawarman (JIEM)*, 4,(1).



- Putra, W. dkk. (2021). Pengaruh religiusitas dan pemahaman terhadap keputusan mahasiswa muslim menabung di bank Syariah. *JIEM: Jurnal Ilmu Ekonomi Mulawarman*, 6(3).
- Rachmatulloh, D.P. dan Solekah, N.A. (2021). Antecedents of Saving Decision at Sharia Banks: Islamic Financial Literacy, Religiosity and Service Quality (Studies on Millennial Generation). *Al-Tijary Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*.
- Rahim. dkk. (2016). *Factor Analysis of Islamic Financial Literacy and Its Determinants: A Pilot Study*. International Soft Science Conference, 413–418.
- Republik Indonesia, *Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah*.
- Rosulong, I. (2011). Pemahaman Nasabah Tentang Konsep Mudharaba (Studi Pada BMT Anugerah Abadi Makasar). *Jurnal Ilmu Ekonomi Balance*, 40.
- Sari, N.E. dkk. (2017). Penerapan Prinsip Bagi Hasil dan Pengaruhnya terhadap Keputusan Menabung pada Nasabah Bank Muamalat Kantor Cabang Madiun. *Jurnal Pendidikan Ekonomi UM Metro*, 5(2), 60-67.
- Seftarita, C. dan Azra, U. (2017). Analisis Peluang Penggunaan Layanan Keuangan Digital (Lkd) Pada Masyarakat Kabupaten Aceh Besar Provinsi Aceh. *Jurnal Ekombis III*, 1, 1–16.
- Setyorin, E.E. (2021). Pengaruh Pelayanan dan Produk Tabungan Bagi Hasil terhadap Keputusan Menabung pada Bank Syariah Mandiri Cabang Pasuruan. *An-Nisbah; Jurnal Perbankan Syariah*, 2(2), 168-176.
- Shofwa, Y. (2016). Pengaruh Kualitas Produk dan Religiusitas terhadap Keputusan Nasabah Produk Simpanan pada BSM Cabang Purwokerto. *Jurnal Ekonomi Islam (Islamic Economics Journal)*, 4,(1).
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
sulsel.bps.go.id
- Sundari, L. dan Haryanti, P. (2022). Strategi Bank NTB Syariah dalam Meningkatkan Kepuasan Nasabah melalui Layanan Digital di Masa Pandemi Covid-19. *JIES: Journal of Islamic Economics Studies*, 3(1), 15–25.
- Suryani, D.F. dkk. (2023). Pengaruh Layanan *M-Banking*, Religiusitas, dan Pengetahuan Perbankan Syariah terhadap Preferensi Menabung Masyarakat di Bank Syariah. *Ekonomi, Keuangan, Investasi dan Syariah (EKUITAS)*, 5(1), 157-165.
- Susilawaty, L. dan Nicola. (2020). Pengaruh Layanan Perbankan Digital Pada Kepuasan Nasabah Perbankan. *Jurnal Manajemen Maranatha*, 19(2), 179–190.
- Syafrida, I. dkk. (2019). Keputusan Penggunaan Jasa Perbankan Syariah: Perspektif Nasabah Milenial. *BISNIS: Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam* 8(1), 49-66.



- Vebiana, V. (2018). Perbankan Digital, Pengalaman Pelanggan, dan Kinerja Keuangan Bank Syariah. *9th Industrial Research Workshop and National Seminar*, 747–751.
- Wibowo, Y.R. dan Nurkhin, A. (2018). *The Mediating Role of Religiosity in the Influence of Family Education Snd Financial Socialization On The Islamic Financial Literacy*. In: Proceedings of the 2nd International Conference on Learning Innovation.
- Yasin, R.M. dkk. (2021). Analisis Pengaruh Layanan Digital Perbankan Syariah terhadap Literasi Keuangan Syariah Generasi Milenial. *Jurnal Baabu Al-ilmi*, 6(1), 75-89.
- Zahriyan, M.Z. (2016). Pengaruh Literasi Keuangan dan Sikap terhadap Uang pada Perilaku Pengelolaan Keuangan Pribadi. *STIE Perbanas Surabaya*, 2.
- Zidni, M.T. dan Fitanto, B. (2022). Pengaruh Bagi Hasil Literasi Keuangan dan Kepercayaan terhadap Keputusan Menggunakan Produk Tabungan Koperasi BMT UGT Sidogiri Kecamatan Sukun Kota Malang. *Islamic Economics and Finance in Focus*, 1(4), 331-344.