

## Pengaruh Kemudahan Akses Pembiayaan, Sosialisasi Produk Dan Literasi Nasabah Terhadap Eksistensi Bank Syariah Indonesia (BSI) Di Pedesaan

Aydiny Ummy Nurhalim Harahap<sup>1\*</sup>, Tuti Anggraini<sup>2)</sup>

<sup>1,2</sup>Universitas Islam Negeri (UIN) Sumatera Utara

\*Email korespondensi: [aydinyummy23@gmail.com](mailto:aydinyummy23@gmail.com)

### Abstract

*This study aims to determine the effect of ease of access to financing, product socialization and customer literacy on the existence of Indonesian Islamic Banks (BSI) in rural areas. This research was conducted in the village of Wonosari, Tanjung Morawa, Deli Serdang. This research is a type of quantitative research using primary data. The sampling technique in this study was to use a saturated sample so that the number of samples in this study was 99 respondents from the total population. The data analysis technique in this study used the SPSS statistical tool. The results of this study indicate that ease of access, product socialization and customer literacy have a positive and significant effect on the existence of a bank. This is shown from the results of the tests carried out. From the research results it is also known that the coefficient of determination is 0.741. This means that 74.1% of bank existence is influenced by ease of access, product socialization and customer literacy, while the remaining 25.9% of bank existence is influenced by other variables not examined in this study.*

**Keywords:** *Ease Of Access To Financing, Product Socialization, Customer Literacy, Bank Existence.*

**Saran sitasi:** Harahap, A. U., & Anggraini, T. (2023). Pengaruh Kemudahan Akses Pembiayaan, Sosialisasi Produk Dan Literasi Nasabah Terhadap Eksistensi Bank Syariah Indonesia (BSI) Di Pedesaan. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(01), 1153-1158. doi: <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v9i1.8347>

**DOI:** <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v9i1.8347>

### 1. PENDAHULUAN

Islam merupakan agama yang mengandung ajaran secara komprehensif dan sempurna serta mengatur seluruh aspek kehidupan manusia, tidak hanya aspek yang berhubungan dengan sang pencipta namun juga termasuk aspek ekonomi. Salah satu bentuk kegiatan ekonomi adalah perbankan. Sistem perbankan di Indonesia mempunyai dua bentuk yaitu perbankan konvensional yang menganutsistem bunga dan perbankan syariah yang menganut sistem bagi hasil.

Dalam Undang-undang No 21 Tahun 2008 pasal 1 menjelaskan bahwa Perbankan Syariah merupakan segala sesuatu yang menyangkut tentang Bank Syariah dan Unit Usaha Syariah yang melakukan kegiatan usaha, cara dan proses kegiatannya berdasarkan prinsip syariah. Yang dimaksud dengan prinsip syariah yaitu aturan perjanjian berdasarkan hukum Islam antara pihak Bank dengan pihak lain dalam penyimpanan dana dan permbiayaan serta kegiatan lainnya sesuai dengan aturan Islam (Hapsari,

2014). Bank syariah di Indonesia mengalami pertumbuhan yang signifikan ditandai dengan bertambahnya jumlah Bank Umum Syariah serta Unit Usaha Syariah. Meningkatnya bank syariah tidak hanya didukung oleh sumber daya manusia yang professional, akan tetapi juga dipengaruhi oleh faktor yang lain seperti faktor kesadaran umat Islam untuk bertransaksi secara syariah (Djuwita, 2018). Khalid How-ladar, Kepala Islamic Finance Moody's, menjelaskan bahwa rendahnya kesadaran masyarakat terhadap ekonomi syariah khususnya perbankan syariah menjadi salah satu tantangan terbesar dalam mengembangkan keuangan syariah (Fatimah, 2017).

Pemahaman yang rendah terhadap perbankan syariah terjadi salah satu faktornya kurangnya sosialisasi yang tepat dan efektif dari pihak perbankan syariah. Permasalahan tersebut bisa mempengaruhi minat masyarakat terhadap perbankan syariah itu sendiri, oleh karena itu yang harus dilakukan oleh pihak perbankan syariah yaitu meningkatkan sosialisasi kepada semua lini masyarakat dan

mengajak tokoh masyarakat serta ulama dalam menyampaikan sosialisasi kepada umat. Efektifitas sosialisasi perbankan syariah sangat penting dan perlu ditingkatkan (Ivan Rahmat Santoso, 2019), guna untuk menegakkan Islam secara menyeluruh termasuk dalam hal muamalah. Untuk mencapai tujuan tersebut diperlukan perbaikan untuk mensosialisasikan perbankan syariah di masyarakat terutama masyarakat pedesaan, karena masih awam dan menganggap bank syariah sama saja dengan bank konvensional. Peran sosialisasi dari bank syariah dan tokoh masyarakat sekitar dibutuhkan untuk meningkatkan pengetahuan masyarakat mengenai perbankan syariah.

Mayoritas agama yang dianut di Indonesia merupakan Islam, namun dalam kenyataannya masih ada orang Islam yang belum menjadi nasabah bank syariah walaupun pada dasarnya mereka mengetahui bank syariah menganut prinsip syariah. Banyak terjadi kesalahpahaman antarmasyarakat mengenai bank syariah dikarenakan kurangnya pemahaman masyarakat terkait produk yang ada dalam bank syariah.

Sosialisasi dan pemahaman tentang perbankan syariah dapat meningkatkan eksistensi perbankan syariah. Sehingga tidak terjadi kesalahpahaman karena kurang optimal sosialisasi dan informasi antara praktek akad atau produk dalam perbankan syariah. Dalam meningkatkan Eksistensi Bank Syariah Indonesia (BSI) di pedesaan maka tak terlepas dari faktor-faktor yang mempengaruhi eksistensi bank itu sendiri. Terdapat banyak faktor yang mempengaruhi eksistensi bank di pedesaan, diantaranya Kemudahan Akses Pembiayaan, Sosialisasi Produk Dan Literasi Nasabah. Kemudahan akses dalam menggunakan produk perbankan diartikan sebagai kemudahan seseorang pengguna teknologi dalam bertransaksi. Dalam hal ini diartikan juga sebagai suatu tingkatan dimana seseorang percaya bahwa teknologi dapat dengan mudah dipahami dan mudah digunakan. Jika nasabah percaya dengan teknologi yang ada dan mudah untuk digunakan atau di akses maka nasabah akan menggunakannya. Dan sebaliknya jika sulit untuk digunakan atau diakses dan tidak percaya akan teknologi informasi yang ada maka nasabah tidak akan menggunakannya lagi. Kemudahan akses dalam menggunakan produk perbankan menjadi suatu hal yang amat penting guna meningkatkan dan mempertahankan eksistensi dari bank tersebut. artinya semakin mudah produk bank dijangkau dan dipahami

masyarakat maka akan baik bagi perbankan karena akan meningkatkan nilai profitabilitasnya juga.

Menurut Beck dan Demircug-kunt, (2006) berpendapat bahwa kemudahan akses pembiayaan memungkinkan masyarakat di Negara berkembang untuk melakukan investasi produktif untuk memperluas bisnis mereka dan untuk memperoleh teknologi terbaru, sehingga memastikan daya saing mereka, dan mendorong inovasi. Selain dari kemudahan akses, sosialisasi produk menjadi hal yang penting selanjutnya dalam meningkatkan eksistensi bank karena dengan sosialisasi kita dapat mengenal, mengetahui dan memahami satu sama lain. Sosialisasi merupakan sarana paling ampuh untuk menarik minat nasabah dan mempertahankan nasabah. Karena salah satu tujuan sosialisasi adalah menginformasikan segala jenis produk yang ditawarkan perusahaan dan berusaha untuk menarik dan mempengaruhi calon nasabah baru. Sosialisasi produk juga berguna untuk memperkenalkan dan memasarkan produk-produknya di tengah-tengah masyarakat mereka melakukan sosialisasi produk-produk pembiayaan yang bertujuan untuk meningkatkan jumlah nasabah dan memahami kebutuhan dan keinginan dari nasabah agar produk dapat terjual dan tercapainya tujuan perusahaan yaitu meningkatkan keuntungan.

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia sosialisasi adalah usaha untuk mengubah milik perseorangan menjadi milik umum. Menurut Oseifuah (2010), sosialisasi merupakan proses mempelajari norma, nilai, peran, dan semua persyaratan lainnya yang diperlukan untuk memungkinkan partisipasi yang efektif dalam kehidupan sosial. Jadi sosialisasi dapat diartikan sebagai proses belajar bagi seseorang atau sekelompok orang selama hidupnya untuk mengenali pola-pola hidup, nilai-nilai dan norma sosial agar ia dapat berkembang menjadi pribadi yang bisa diterima oleh kelompoknya.

Selanjutnya, Literasi keuangan nasabah diartikan sebagai kemampuan seorang individu untuk mengambil keputusan dalam mengelola keuangan pribadinya (Widayanti, 2017). Menurut buku pedoman Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia yang diterbitkan Otoritas Jasa Keuangan (2016b), mendefinisikan literasi keuangan adalah rangkaian proses atau aktivitas untuk meningkatkan ketrampilan (*skill*), pengetahuan (*knowledge*), keyakinan (*confidence*) yang mempengaruhi sikap (*attitude*) dan perilaku (*behaviour*) untuk meningkatkan kualitas pengambilan keputusan dan

dapat mengatur keuangan mereka luas sehingga mereka mampu mengelola keuangan dengan lebih baik. Sedangkan menurut Ningrum (2018) menyatakan bahwa literasi keuangan terdiri dari sejumlah kemampuan dan pengetahuan mengenai keuangan yang dimiliki oleh seseorang untuk mampu mengelola atau menggunakan sejumlah uang untuk meningkatkan taraf hidupnya dan bertujuan untuk mencapai kesejahteraan. Pengungkapan indeks literasi keuangan ini sangat penting dalam melihat peta sesungguhnya mengenai tingkat pengetahuan masyarakat terhadap fitur, manfaat dan risiko, hak dan kewajiban mereka sebagai pengguna produk dan jasa keuangan. Hal ini berarti bahwa Tingkat literasi keuangan yang tinggi dapat mengakibatkan pada meningkatnya penggunaan produk dan jasa keuangan di Indonesia yang secara langsung juga berakibat pada meningkatnya market share keuangan syariah di Indonesia. Dalam literasi keuangan ada beberapa aspek keuangan yang harus diukur untuk mengetahui tingkat literasi seseorang. Beck (2006) menyatakan bahwa literasi keuangan dibagi menjadi empat aspek, yaitu:

- a. Pengetahuan Keuangan Umum Meliputi pemahaman yang berkaitan dengan petahuan dasar tentang keuangan pribadi.
- b. Simpan dan Pinjam Meliputi pengetahuan yang berkaitan dengan tabungan dan pinjaman seperti penggunaan kartu kredit.
- c. Investasi Meliputi pengetahuan tentang suku bunga pasar, reksadana dan risiko investasi.

**2. METODE PENELITIAN**

Jenis data yang digunakan adalah data kuantitatif jenis penelitian asosiatif yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh ataupun hubungan antara dua variabel atau lebih. Data kuantitatif adalah data informasi yang berupa simbol angka atau bilangan. Sumberdata dalam penelitian ini adalah data primer. Metode pengumpulan data menggunakan penyebaran angket, dan studi dokumentasi. Penelitian ini dilakukan pada didesa Wonosari, Tanjung Morawa, Deli Serdang. Adapun populasi dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat desa di wonosari dengan berjumlah 9.950 orang atau 2.400 KK. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representative (mewakili) maka penulismenggunakan penelitian ini menggunakan rumus *slovin*, yaitu:

$$n = \frac{N}{1 + N \cdot e^2}$$

Dengan perhitungan sebagai berikut:

$$n = \frac{9.950}{1 + 9.950 \cdot 10\%^2}$$

$$n = \frac{9.950}{1 + 9.950(0.1)^2}$$

$$n = \frac{9.950}{1 + 9.950(0.01)}$$

$$n = \frac{9.950}{1 + 99.5}$$

$$n = \frac{9950}{100.5}$$

n = 99 orang

**3. HASIL DAN PEMBAHASAN**

**Uji Asumsi Klasik**

**3.1. Uji Normalitas**

Tabel 1  
Hasil Uji Normalitas

	Kemudah an Akses	Sosialisasi Produk	Literasi Nasabah
N	29	29	29
Normal Mean	20,52	21,10	19,69
Parameter Std. s <sup>a,b</sup> Deviation	2,935	2,304	1,628
Most Absolute	,126	,140	,147
Extreme Positive	,126	,104	,147
Difference Negative s	-,112	-,140	-,100
Test Statistic	,126	,140	,147
<b>Asymp. Sig. (2- tailed)</b>	<b>,200<sup>c,d</sup></b>	<b>,156<sup>c</sup></b>	<b>,111<sup>c</sup></b>

a. Test distribution is Normal.

Hasil dari uji normalitas pada tabel diatas menggunakan uji Kolmogrov Smirnov (KS) yang menunjukkan nilai Asymp. Sig (2-tailed) diatas > 0,05 yang berarti data dalam penelitian ini berdistribusi normal.

**3.2. Uji Multikoleniaritas**

Tabel 2  
Hasil Uji Multikoleniaritas

Model	T	Sig.	Collinearity Statistics	
			Tolerance	VIF
1 (Constant)	3,513	,020		
Kemudahan	2,163	,040	,509	1,964
Sosialisasi Produk	2,489	,020	,480	2,083
Literasi Nasabah	3,675	,010	,853	1,173

a. Dependent Variable: Eksistensi bank

Hasil pengujian pada tabel di atas menunjukkan bahwa VIF tidak lebih dari 10 dan nilai tolerance tidak kurang dari 0,1. Hal ini berarti tidak terjadi gejala multikolinearitas.

**3.3. Uji Heterokedastisitas**

Tabel 3  
Hasil Uji Heterokedastisitas

Model	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
Kemudahan	,309	2,163	,040
Sosialisasi Produk	,366	2,489	,020
Literasi Nasabah	,405	3,675	,010

Hasil pengujian tabel diatas menunjukkan, Semua nilai signifikansi variabel di atas lebih besar dari 0,05, artinya tidak terjadi heterokedastisitas.

**3.4. Analisis Regresi Linear Berganda**

Berdasarkan tabel diatas tersebut diperoleh regresi linier berganda sebagai berikut:

Tabel 4  
Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients	
	B	Std. Error
1 (Constant)	7,023	1,999
Kemudahan	,158	,073
Sosialisasi Produk	,238	,096
Literasi Nasabah	,373	,102

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e.$$

$$Y = 7,023 + 0,158 X_1 + 0,238 X_2 + 0,373 X_3 + e.$$

Interpretasi dari persamaan regresi linier berganda adalah :

- a. Jika segala sesuatu pada variabel-variabel bebas dianggap nol (0) maka nilai eksistensi bank (Y) menurun sebesar 7,023%.
- b. Jika terjadi peningkatan kemudahan akses (X1) sebesar 1%, berarti bahwa jika kemudahan akses semakin baik dengan asumsi variabel lain tetap maka eksistensi bank (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0,158%.
- c. Jika terjadi peningkatan sosialisasi produk (X2) sebesar 1%, berarti bahwa jika motivasi kerja semakin ditingkatkan dengan asumsi variabel lain

tetap maka eksistensi bank (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0,238%.

- d. Jika terjadi peningkatan literasi nasabah kerja (X3) sebesar 1%, berarti bahwa jika lingkungan kerja ditingkatkan dengan asumsi variabel lain tetap maka eksistensi bank (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0,373%.

**3.5. Uji Signifikan Simultan (Uji F)**

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa  $F_{hitung}$  sebesar 23,786 sedangkan  $F_{tabel}$  sebesar 2,32 yang dapat dilihat pada  $\alpha = 0,05$  (lihat lampiran tabel F). Probabilitas signifikan jauh lebih kecil dari 0,05 yaitu  $0,000 < 0,05$ , maka model regresi dapat dikatakan bahwa dalam penelitian ini kemudahan akses, sosialisasi produk, literasi nasabah secara simultan berpengaruh signifikan terhadap eksistensi bank.

Tabel 5  
Hasil Uji F

Model	F	Sig.
1 Regression	23,786	,000 <sup>b</sup>
Residual		
Total		

- a. Dependent Variable: Eksistensi Bank
- b. Predictors: (Constant), kemudahan akses, sosialisasi produk, literasi nasabah

Berdasarkan tabel diatas, diketahui Probabilitas signifikan jauh lebih kecil dari 0,05 yaitu  $0,000 < 0,05$ , maka model regresi dapat dikatakan bahwa dalam penelitian ini kemudahan akses, sosialisasi produk, literasi nasabah secara simultan berpengaruh signifikan terhadap eksistensi bank

**3.6. Uji Signifikan Parsial (Uji t)**

Tabel 6  
Hasil Uji T

Model	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
Kemudahan	,309	2,163	,040
Sosialisasi Produk	,366	2,489	,020
Literasi Nasabah	,405	3,675	,010

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa :

- a. Pengaruh kemudahan terhadap eksistensi bank. Pengujian signifikan dengan kriteria pengambilan keputusan :

Ha diterima dan Ho ditolak, apabila  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau Sig.  $t < \alpha$

Ha ditolak dan Ho diterima, apabila  $t_{hitung} < t_{tabel}$  atau Sig.  $t > \alpha$

$t_{hitung}$  sebesar 2,163 sedangkan  $t_{tabel}$  sebesar 1,708 dan signifikan sebesar 0,040, sehingga  $t_{hitung} 2,163 > t_{tabel} 1,708$  dan signifikan  $0,040 < 0,05$ , maka Ha diterima dan Ho ditolak, yang menyatakan secara parsial kemudahan berpengaruh signifikan terhadap eksistensi bank.

b. Pengaruh sosialisasi produk terhadap eksistensi bank. Pengujian signifikan dengan kriteria pengambilan keputusan :

Ha diterima dan Ho ditolak, apabila  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau Sig.  $t < \alpha$

Ha ditolak dan Ho diterima, apabila  $t_{hitung} < t_{tabel}$  atau Sig.  $t > \alpha$

$t_{hitung}$  sebesar 2,489 sedangkan  $t_{tabel}$  sebesar 1,708 dan signifikan sebesar 0,020, sehingga  $t_{hitung} 2,489 > t_{tabel} 1,708$  dan signifikan  $0,020 < 0,05$ , maka Ha diterima dan Ho ditolak, yang menyatakan secara parsial sosialisasi produk signifikan terhadap eksistensi bank.

c. Pengaruh literasi nasabah terhadap eksistensi bank. Pengujian signifikan dengan kriteria pengambilan keputusan :

Ha diterima dan Ho ditolak, apabila  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau Sig.  $t < \alpha$

Ha ditolak dan Ho diterima, apabila  $t_{hitung} < t_{tabel}$  atau Sig.  $t > \alpha$

$t_{hitung}$  sebesar 3,675 sedangkan  $t_{tabel}$  sebesar 1,708 dan signifikan sebesar 0,10, sehingga  $t_{hitung} 3,675 > t_{tabel} 1,708$  dan signifikan  $0,10 < 0,05$ , maka Ha diterima dan Ho ditolak, yang menyatakan secara parsial literasi nasabah berpengaruh signifikan terhadap eksistensi bank.

**3.7. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Tabel 5

Hasil Uji Koefisien Determinasi

Mod- el	R R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin- Watson
1	,861 <sup>a</sup>	,741	,709	,807	2,205

a. Predictors: (Constant), kemudahan akses, sosialisasi produk, literasi nasabah

b. Dependent Variable: Eksistensi bank

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi, angka *Adjusted R Square* menunjukkan koefisien

determinasi atau peranan *variance* (variabel independen dalam hubungan dengan variabel dependen) dengan angka *Adjusted R Square* sebesar 0.741 menunjukkan bahwa 74,1% variabel eksistensi bank yang bisa di jelaskan oleh variabel independen. Sisanya 25.9% di jelaskan oleh faktor lain.

**4. KESIMPULAN DAN SARAN**

**4.1. Kesimpulan**

a. Kemudahan akses berpengaruh positif dan signifikan terhadap eksistensi bank. Hal tersebut ditunjukkan dari hasil uji t hitung sebesar 2,613 dengan signifikansi 0,040, dan koefisien regresi sebesar 0,158.

b. Sosialisasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap eksistensi bank. Hal tersebut ditunjukkan dari hasil uji t hitung sebesar 2,489 dengan signifikansi 0,020, dan koefisien regresi sebesar 0.238.

c. Literasi nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap eksistensi bank. Hal tersebut ditunjukkan dari hasil uji t hitung sebesar 3,675 dengan signifikansi 0,10, dan koefisien regresi sebesar 0.373.

Dari hasil penelitian juga diketahui nilai koefisien determinasi sebesar 0,741. Hal ini berarti 74,1% eksistensi bank dipengaruhi oleh kemudahan akses, sosialisasi produk dan literasi nasabah, sedangkan sisanya 25,9% eksistensi bank dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

**4.2. Saran**

Peneliti berharap agar penelitian selanjutnya dapat menambah periode variabel-variabel independen lain yang mungkin memiliki pengaruh terhadap eksistensi bank di Indonesia karena masih terdapat sekitar 25,9% yang tidak dapat dijelaskan di penelitian ini.

**5. REFERENSI**

Beck, T., dkk. (2006). *Small And Medium-Zise Enterprises: Access To Finance As A Growth Constraint*

Djuwita, D. (2018). *Tingkat Literasi Keuangan Syariah di Kalangan UMKM dan adampaknya terhadap Perkembangan Usaha*. Jurnal Al-Amwal. Vol. 10.

Fatimah, Nurul, Destyan. (2017). *Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa (Perbandingan Mahasiswa Ekonomi dan Non Ekonomi*.

Hapsari, P. P., dkk. (2014). *Pengaruh Usaha Kecil Menengah (UKM) terhadap Pertumbuhan Ekonomi Daerah di Pemerintah Kota Batu*. Jurnal Wacana.

Ningrum, Indah, & Asrowati. (2018). *Analisis Faktor Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Pelaku UMKM Kota Makassar (studi Kasus Pasar Sentral)*. Jurnal. Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta.

Oseifuah, K. E. (2010). Financial literacy and youth entrepreneurship in South Africa. *African Journal of Economic and Management Studies*, 1(2), 164–182.

Widayanti, R, dkk. (2017). *Pengaruh Financial Literacy Terhadap Keberlangsungan Usaha (Business Sustainability) pada UMKM Desa Jatisari*. *jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis* Vol. 18.