

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian, literasi keuangan syariah, religiositas, dan kualitas layanan terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat masyarakat Jabodetabek dalam memilih layanan pembiayaan di PT Bank Syariah Indonesia (BSI), dengan koefisien jalur masing-masing sebesar 0,400, 0,364, dan 0,374, serta model penelitian mampu menjelaskan 44,3% variasi minat (R^2 Adjusted = 0,443). Literasi keuangan syariah menjadi variabel dengan pengaruh paling dominan, yang mengindikasikan bahwa pemahaman terhadap prinsip dan produk keuangan Islam merupakan pertimbangan rasional utama bagi calon nasabah, diikuti oleh kualitas layanan yang mencerminkan persepsi kemudahan dalam mengakses pembiayaan, serta religiositas yang membentuk dorongan normatif untuk memilih produk yang sesuai dengan ajaran Islam. Temuan ini secara langsung merespons fenomena perlambatan pertumbuhan pembiayaan BSI dari 21,26% pada tahun 2022 menjadi 9,50% pada tahun 2024, di tengah kesenjangan antara tingkat literasi keuangan syariah nasional yang mencapai 43,42% dan inklusi syariah yang masih stagnan di 13,41% pada tahun 2025, sehingga peningkatan minat masyarakat memerlukan kombinasi strategi penguatan edukasi literasi, komunikasi nilai religiositas dalam pemasaran, serta perbaikan berkelanjutan kualitas layanan agar pengetahuan dan keyakinan yang sudah dimiliki masyarakat dapat terkonversi menjadi keputusan penggunaan pembiayaan syariah secara nyata.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini masih memiliki beberapa keterbatasan. Variabel yang digunakan hanya mencakup literasi keuangan syariah, religiositas, dan kualitas layanan, sehingga faktor-faktor lain yang berpotensi memengaruhi minat memilih layanan pembiayaan di PT BSI, seperti kepercayaan (trust), kemudahan akses digital, promosi, lokasi, tingkat margin pembiayaan, maupun kepuasan nasabah, belum dianalisis lebih lanjut dalam penelitian ini. Selain itu, penelitian hanya melibatkan responden yang berdomisili atau beraktivitas di wilayah Jabodetabek

dengan karakteristik yang didominasi oleh Karyawan PNS dan Karyawan BUMN berusia produktif 31–40 tahun, sehingga penelitian ini belum sepenuhnya merepresentasikan kondisi masyarakat di seluruh Indonesia. Di samping itu, pengumpulan data yang dilakukan melalui kuesioner masih mengandalkan persepsi responden, sehingga memungkinkan adanya bias persepsi maupun bias sosial, khususnya pada variabel religiositas yang bersifat normatif, tidak dapat dihindari sepenuhnya. Meskipun demikian, penelitian ini tetap dilaksanakan dengan prosedur yang sistematis sehingga hasil yang diperoleh dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan kajian mengenai minat masyarakat dalam memilih layanan pembiayaan syariah di Indonesia.

5.3 Saran

1. Aspek Teoritis

Bagi akademisi, penelitian selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan model penelitian dengan menambahkan variabel lain yang berpotensi memengaruhi minat memilih layanan pembiayaan syariah, ataupun menambahkan faktor pemoderasi seperti tingkat pendapatan atau pengalaman menggunakan layanan perbankan. Peneliti selanjutnya juga disarankan untuk memperluas cakupan wilayah ke luar Jabodetabek serta memperbesar jumlah sampel dan diversifikasi segmen responden, misalnya dengan memasukkan kelompok wirausahawan atau masyarakat perdesaan, agar diperoleh gambaran yang lebih komprehensif dan generalisasi temuan yang lebih variatif dan luas mengenai faktor apa saja yang memengaruhi minat masyarakat dalam memilih layanan pembiayaan di PT BSI.

2. Aspek Praktisi

- a) Bagi PT Bank Syariah Indonesia (BSI) dan lembaga keuangan syariah, temuan penelitian ini dapat dijadikan bahan pertimbangan dalam memperkuat program edukasi literasi keuangan syariah kepada masyarakat secara aktif dan berkelanjutan, baik melalui platform digital, workshop, maupun kolaborasi dengan lembaga pendidikan. Mengingat literasi keuangan syariah mencerminkan variabel dengan pengaruh terbesar dalam penelitian ini, BSI perlu memastikan bahwa calon nasabah memiliki pemahaman yang memadai terhadap akad-

akad pembiayaan syariah, manfaatnya secara ekonomi, serta keunggulan kompetitifnya dibandingkan produk perbankan konvensional. Selain itu, BSI juga perlu meningkatkan standar kualitas layanan secara konsisten pada seluruh dimensi, khususnya keandalan dan daya tanggap pegawai dalam proses pembiayaan, serta memperkuat komunikasi berbasis nilai syariah dalam strategi pemasaran sebagai upaya mendorong konversi minat menjadi keputusan penggunaan layanan secara nyata.

- b) Bagi pemerintah dan regulator, khususnya Otoritas Jasa Keuangan (OJK), temuan penelitian ini dapat dijadikan bahan pertimbangan dalam merancang kebijakan yang tidak hanya berfokus pada peningkatan pengetahuan masyarakat terhadap keuangan syariah, tetapi juga pada percepatan konversi literasi menjadi perluasan akses keuangan syariah yang nyata. Mengingat masih lebarnya kesenjangan antara tingkat literasi syariah nasional (43,42%) dan tingkat inklusi syariah (13,41%) pada tahun 2025, regulator diharapkan dapat merancang insentif kebijakan yang mendorong masyarakat untuk beralih ke produk keuangan syariah secara aktif, serta mendorong perbankan syariah untuk terus meningkatkan kualitas layanan agar mampu bersaing dengan perbankan konvensional.
- c) Bagi masyarakat, khususnya calon nasabah yang berniat memilih layanan pembiayaan syariah, penelitian ini diharapkan dapat mendorong peningkatan pemahaman terhadap produk dan prinsip keuangan syariah, serta mendorong penerapan nilai-nilai keislaman dalam setiap keputusan keuangan sehari-hari. Masyarakat diharapkan lebih proaktif dalam mencari informasi mengenai akad-akad pembiayaan yang tersedia dan menilai kualitas layanan institusi keuangan sebagai salah satu dasar pertimbangan, sehingga pilihan yang diambil tidak hanya berlandaskan aspek religius semata, tetapi juga mempertimbangkan aspek kemanfaatan dan kesesuaian dengan kebutuhan keuangan secara komprehensif demi mencapai kesejahteraan keuangan yang lebih baik dan berkelanjutan