



Volume 7 Nomor 1, Juni 2023

DOI: <https://doi.org/10.37726/ee.v7i1.777>

# Pengaruh *Financial Literacy* Terhadap Minat Masyarakat Menggunakan Produk Perbankan PT. BPR Araya Arta

Sri Wahyuningsih<sup>1</sup>, Sutriningsih<sup>2</sup>, Endang Syta Triana<sup>3</sup><sup>123</sup> Politeknik Piksi Ganesha Indonesia

Jl. Letjend Suprpto No.73 Kebumen Kode Pos 54311 Jawa Tengah Indonesia

<sup>1</sup>yuni\_delpipo@yahoo.co.id (Korespodensi)<sup>2</sup>sutri318@gmail.com

## ABSTRAK

Pemahaman Financial literacy perlu selalu ditingkatkan agar tercipta peluang transaksi keuangan pada dunia perbankan. Adanya edukasi Financial literacy bagi masyarakat memegang peranan penting dalam perbankan karena Financial literacy akan membantu masyarakat dalam manajemen keuangan yang baik agar terhindar dari permasalahan financial. Corona Virus 19 berdampak pada sektor perbankan dikarenakan adanya pembatasan. Tujuan untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan terhadap minat masyarakat dalam menggunakan produk perbankan. Populasi penelitian ini adalah pelanggan PT. Deposito BPR Araya Arta selama dua tahun terakhir. Metode yang digunakan deskriptif kuantitatif dengan sampel 100 responden yang diambil secara purposive sampling. Alat analisis yang digunakan adalah analisis linier sederhana dengan bantuan program SPSS 25. Hasil penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan antara Financial literacy dan minat pada PT. BPR Araya Arta sebesar 31,7%, yang artinya adanya Financial literacy akan berdampak pada penggunaan produk-produk dan jasa atau transaksi di Lembaga keuangan.

**Kata Kunci:** Financial literacy , Minat Menggunakan Produk

## ABSTRACT

Understanding of financial literacy needs to be constantly improved in order to create opportunities for financial transactions in the banking world. Financial literacy education for the community plays an important role in banking because financial literacy will help the community in good financial management to avoid financial problems. Corona Virus 19 has an impact on the banking sector due to restrictions. The aim is to determine the effect of financial literacy on people's interest in using banking products. The population of this research is PT. Deposits at BPR Araya Arta for the last two years. The method used is descriptive

EKSISBANK (Ekonomi Syariah dan Bisnis Perbankan), Volume 7, Nomor 1, Juni 2023

<https://journal.sties-purwakarta.ac.id/index.php/EKSISBANK/>

ISSN: 2654-8526 (Media Online) 2599-2708 (Media Cetak)

quantitative with a sample of 100 respondents taken by purposive sampling. The analytical tool used is simple linear analysis with the help of the SPSS 25 program. The results of this study indicate that there is a significant influence between financial literacy and interest in PT. BPR Araya Arta is 31.7%, which means that financial literacy will have an impact on the use of products and services or transactions in financial institutions.

**Keywords:** Financial Literacy, Interest in Using Products

## I. PENDAHULUAN

Perkembangan perbankan dalam kondisi baik dan titik balik dari tahun ke tahun akibat dampak pandemi. Prospek optimis pemulihan perbankan tercermin dari keyakinan masyarakat dan pelaku industri terhadap permintaan kredit dan penyediaan dana untuk tumbuh positif. Dalam menghadapi pertumbuhan tersebut, perbankan tetap menerapkan strategi yang berhati-hati dan selektif dalam menganalisis dan menjaga stabilitas sistem keuangan. Perbankan menjadi garda terdepan dalam pemulihan stabilitas ekonomi. Untuk itu, bank memperkuat struktur personalianya melalui pelatihan-pelatihan rutin untuk memahami nasabah dan calon nasabah.

Didasarkan pada bagaimana mengukur indeks literasi dan inklusi keuangan masyarakat di Indonesia OJK melakukan sebuah Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) (Ojk.go.id. 2022), yang dilakukan di 76 lokasi di provinsi dengan jumlah responden 14.634. Jika dibandingkan dengan hasil sebelumnya terjadi peningkatan sebesar 49,68 persen sedangkan pada tahun 2019 sebesar 38,03 persen. Artinya ini menunjukkan gap antara literasi dan inklusi yang semakin menurun dari 38,16 persen di tahun 2019 menjadi 35,42 persen di tahun 2022, hasil tersaji pada tabel berikut ini:

Tabel 1.1

Literasi dan Inklusi

Indeks	2019	2022
Literasi	38,03%	49,68%
Inklusi	76,19%	85,10%
Gap	38,16%	35,42%

Sumber: Ojk.go.id

Jika didasarkan atas gender berdasarkan informasi survey indeks literasi untuk pertama kalinya wanita/perempuan menghasilkan literasi dan inklusi yang lebih tinggi sebesar 50,33 persen, sehingga pada tahun 2022 OJK mengundang kaum wanita menjadi target melakukan arah strategi financial literacy, namun begitu untuk inklusi kaum laki-laki memiliki indeks yang sangat tinggi 86,28%, jika dibandingkan dengan indeks inklusi wanita sebesar 83,88%. Paparan data tersaji sebagai berikut:

Tabel 1.2

Literasi dan Inklusi Berdasarkan Gender

Jenis Kelamin	2019	2022
Literasi	Laki-laki	39,94%
	Wanita	36,13%
Inklusi	Laki-laki	77,24%
	Wanita	75,15%

Mengapa Financial literacy menjadi penting dan menjadi pilar? Karena pada dasarnya kehidupan kita adalah keuangan, yang memerlukan pengelolaan yang baik sehingga sosialisasi terkait literasi itu menjadi fokus utama pada lembaga keuangan baik bank dan non bank. *Financial literacy* akan mengedukasi masyarakat agar terhindar dari masalah keuangan. Financial literacy tidak hanya penting untuk orang dewasa penting juga dilakukan edukasi terkait keuangan pada anak-anak agar bisa memahami sejak dini.

Pada saat ini perubahan-perubahan besar dilakukan oleh industri perbankan pada beberapa tahun terakhir. Adanya regulasi perbankan membuat industri perbankan

menjadi lebih kompetitif. Oleh karena itu, Otoritas Jasa Keuangan (OJK) memberikan dorongan peningkatan literasi dan inklusi keuangan nasional di perbankan. Financial literacy merupakan serangkaian kegiatan yang dirancang untuk meningkatkan pengetahuan (*knowledge*), keterampilan (*skill*) dan kepercayaan diri (*confidence*) konsumen dan masyarakat umum dengan harapan dapat mengelola keuangan pribadinya dengan lebih baik (OJK.go.id,2017).

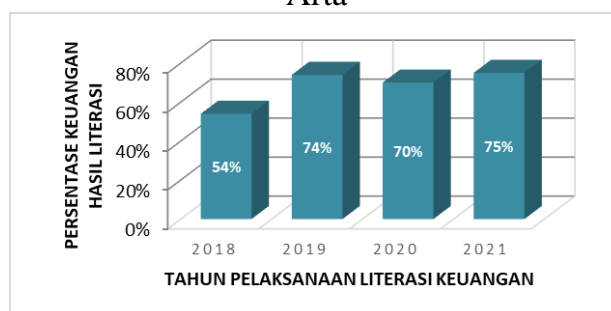
Penelitian menunjukkan bahwa beberapa negara telah menjadikan pendidikan keuangan sebagai program nasional, namun di beberapa negara, seperti Indonesia, financial literacy masih tergolong rendah. Itu sebabnya kami mengidentifikasi lima alasan berikut mengapa penting untuk mengajarkan pendidikan keuangan sejak usia muda. Alasan pertama sebagai pembentuk karakter seseorang dalam mengatur keuangan, kedua membantu pengelolaan keuangan, selanjutnya bisa terhindar dari penipuan, sebagai pengasah strategi keuangan agar bisa maksimal, dan terakhir sebagai pedoman stabilitas keuangan. Adapun riset-riset yang menjadi dasar penelitian ini sebagai penguat adalah riset yang dilakukan oleh (Ruwaidah 2020) yang menyatakan bahwa rendah *market share* perbankan syariah dibandingkan dengan perbankan nasional sebesar 5,95 persen, yang disebabkan oleh rendahnya Financial literacy perbankan syariah pada masyarakat. Pengambilan keputusan yang buruk dimulai dengan literasi keuangan yang buruk, pengambilan keputusan yang buruk menyebabkan manajemen keuangan yang buruk dan tidak efektif yang membuat orang rentan terhadap krisis keuangan (Ningtyas 2019).

Atas dasar dua kajian diatas penulis tertarik untuk mengkaji tentang Financial literacy pada salah satu perbankan yang berada di

kabupaten Kebumen. Perbankan perlu selalu meningkatkan pemahaman *Financial literacy* untuk meningkatkan peluang transaksi keuangan yang diharapkan bisa meningkatkan *market share* produknya. Pada tahap awal observasi diperoleh informasi bahwa PT. BPR Araya Arta telah melakukan edukasi *Financial literacy* kepada masyarakat secara berkesinambungan dan yang hasilnya progress selalu positif.

Gambar 1.1

Grafik Indeks Literasi Pada PT. BPR Araya Arta



Mengacu pada data diatas pada tahun 2019-2021 indeks survey Financial literacy mengalami peningkatan namun tidak begitu signifikan jika dibandingkan dengan pada tahun 2018, ini disebabkan terjadi wabah Corona Virus 19 dan adanya pembatasan yang dilakukan oleh pemerintah sehingga berpengaruh pada berbagai sektor termasuk perbankan salah satunya pada PT. BPR Araya Arta Kebumen. Fenomena dasar mulai terjadinya perkembangan positif pada pemulihan ekonomi pasca terjadinya wabah corona virus 19, maka perlu dilakukan studi Financial literacy yang dilakukan oleh BPR Araya Arta pada tahun 2022, untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan terhadap minat masyarakat dalam menggunakan produk perbankan.

## II. TINJAUAN PUSTAKA

### A. Financial Literacy

Menurut OJK, literasi keuangan adalah pengetahuan, keahlian, dan keyakinan yang

mempengaruhi perilaku masyarakat untuk meningkatkan kualitas pengelolaan keuangan dan pengambilan keputusan untuk mencapai kesejahteraan. Financial literacy merupakan kemampuan pemahaman untuk mencapai tingkat pemahaman yang baik, sehingga pemahaman, perilaku, dan keahlian merupakan hal yang berpengaruh terhadap Financial literacy Schimitz dan Bova (2013) (Lusardi dan Mitchell, 2014).

Pentingnya literasi keuangan bagi masyarakat telah diungkap melalui studi yang dilakukan oleh (Yushita 2017), (MERTHA DEWI and Purbawangsa 2018), (Faidah 2019), (Gultom B.T, HS Renol S, and Siagian L 2022) dan (Sun and Lestari 2022) kajian ini menyatakan adanya pengaruh positif dan signifikan perilaku keuangan.

## **B. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Timbulnya Minat**

Ketertarikan/minat tidak tiba-tiba datang dari dalam secara individu. Ketertarikan pada seseorang dapat muncul melalui suatu proses. Apa adanya, perhatian dan interaksi dengan lingkungan, maka minat ini dapat berkembang. Kemunculan minat ini biasanya ditandai dengan adanya motivasi, perhatian, kegembiraan, kemampuan dan kecocokan atau kesesuaian (Soraya 2015). Marleni berpendapat bahwa minat dapat diungkapkan dengan menyatakan bahwa orang menyukai satu hal lebih dari yang lain, juga dapat diungkapkan dengan berpartisipasi dalam suatu kegiatan (Safitri and Nurmayanti 2018). Metha berpendapat minat terhadap jasa keuangan adalah kecenderungan nasabah untuk menggunakannya produk keuangan atau melakukan tindakan yang berkaitan dengan kemampuan nasabah untuk bertransaksi di Bank (Andespa 2018). Crow and Crow 2001 dalam (Abdul Rouf 2011) menyatakan bahwa ada tiga faktor yang mempengaruhi munculnya minat:

### **1. Faktor pendorong internal**

Hal ini mengarah pada faktor-faktor yang berhubungan dengan kebutuhan internal yang dimiliki individu, seperti dorongan fisik, motivasi, pertahanan terhadap rasa lapar, rasa takut, rasa sakit, dan rasa ingin tahu yang membangkitkan minat inkuiri.

### **2. Motivator sosial**

Hal ini dapat menyebabkan adaptasi terhadap lingkungan, menjadi diterima dan diakui oleh lingkungan, atau menerima kegiatan untuk memenuhi tuntutan sosial seperti pekerjaan dan mendapatkan status, perhatian dan pengakuan.

### **3. Faktor emosional atau perasaan**

Artinya minat berkaitan erat dengan perasaan dan emosi. Keberhasilan dalam aktivitas yang didorong oleh minat membawa rasa senang dan memperkuat minat yang ada. Jika tidak, kegagalan mengurangi minat individu.

## **C. Indikator Minat**

Menurut Akbar dalam Nisa (Ien Rohmatun Nisa 2021) terdapat beberapa indikator minat yaitu:

1. Kepentingan komersial atau kecenderungan individu untuk membeli barang
2. Minat refrensional, minat yang menggambarkan perilaku orang yang cenderung mengasosiasikan dirinya dengan produk yang dibelinya sebagaimana juga dibeli orang lain dalam kaitannya dengan pengalaman konsumsinya.
3. Minat preferensi yaitu yang menggambarkan perilaku individu dengan preferensi dominan terhadap suatu produk. Preferensi ini hanya dapat diubah jika hasil keputusannya mengalami peristiwa negatif.

4. Minat eksploratif, ini mewakili perilaku seseorang yang terus mencari informasi tentang produk yang diminati dan mencari informasi yang mendukung atribut positif produk, kompetitif seperti meningkatkan pangsa pasar dan mengalahkan pesaing dapat menggerogoti keuntungan perusahaan.

#### **D. Kajian Terdahulu**

Pada bagian ini, peneliti mencantumkan hasil penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan penelitian yang sedang dilakukan, kemudian merangkum baik penelitian yang dipublikasikan maupun yang tidak dipublikasikan.

Analisis Tingkat Literasi Keuangan, 2016 oleh Yogi Saputra (Akmal dan Saputra 2016). Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat literasi keuangan dari 100 responden dalam katagori sedang. Persamaan menggunakan pendekatan kuantitatif dengan analisa deskriptif, sedangkan perbedaannya penelitian Yogi dengan sampel mahasiswa 1293 sedangkan sampel dalam riset ini menggunakan sampel masyarakat yang menjadi nasabah pada BPR Araya Arta.

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Literasi Keuangan Terhadap Minat Menjadi Nasabah, 2018 (Agus Susilo 2018). Kualitas pelayanan dan literasi keuangan secara parsial berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat menjadi nasabah BTM Amanah Bina Insan. Persamaan: Metode penelitian menggunakan metode kuantitatif. Perbedaan: Teknik dalam pengambilan sampel pada penelitian Agus Susilo menggunakan teknik simple random sampling. Sedangkan, pada penelitian ini menggunakan teknik non probability sampling.

Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Pengelolaan Keuangan, 2020 oleh (Riki Ilman Nugraha 2020). Literasi tentang pengetahuan

dasar keuangan, simpanan dan kredit, investasi, dan asuransi berpengaruh signifikan terhadap pengelolaan keuangan UMKM. Persamaan: Menggunakan metode purposive sampling Perbedaan : Sampel untuk UMKM, sedangkan riset ini sampel nasabah BPR Araya Arta.

Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Terhadap Minat Mahasiswa Menggunakan Produk Bank Syariah, 2021 oleh (Nadila 2021). Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat literasi keuangan syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa menggunakan produk bank syariah. Persamaan: Metode pengambilan sampel sama-sama dengan purposive sampling Perbedaan: Variabel yang digunakan pada penelitian Nadila adalah literasi keuangan dengan indikator pengetahuan, kemampuan dan kepercayaan (Remund, D. L; 2010). Sedangkan pada penelitian ini menggunakan variabel literasi keuangan dengan indikator Basic Personal Finance, Tabungan dan Pinjaman, Investasi dan Asuransi.

### **III. METODE PENELITIAN**

Metode riset menggunakan studi literatur dengan menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif, dengan menggunakan alat penelitian untuk mempelajari populasi dan sampel tertentu, menganalisis data kuantitatif dan mencoba menjelaskan dan mengevaluasi hipotesis yang telah ditentukan sebelumnya, dapat dilihat sebagai metodologi penelitian positivis. Mukhtar dan Erna (Widodo 2000) metode penelitian deskriptif mengungkapkan pengetahuan seluas-luasnya tentang subjek yang diteliti pada waktu tertentu.

Riset ini memiliki populasi sebesar 3.535 konsumen PT BPR Araya Arta Kebumen dari lingkungan sekitar yang telah melakukan simpanan selama dua tahun terakhir. Sampel diambil dengan menggunakan rumus slovin

sebesar 100 responden dengan kriteria sebagai berikut:

1. Usia responden nasabah simpanan PT. BPR Araya Arta Kebumen usia di atas 21 tahun.
2. Responden dalam penelitian ini adalah nasabah simpanan PT. BPR Araya Arta Kebumen selama 2 tahun terakhir

Teknik pengumpulan data digunakan dengan angket (kuesioner), dengan menggunakan skala likert. Indikator penelitian yang menggunakan skala likert dapat dibuat baik pertanyaan terbuka dan tertutup, dengan pembobotan :

- |                              |     |
|------------------------------|-----|
| a. Sangat Setuju (SS)        | = 5 |
| b. Setuju (S)                | = 4 |
| c. Netral (N)                | = 3 |
| d. Tidak Setuju (TS)         | = 2 |
| e. Sangat Tidak Setuju (STS) | = 1 |

Adapun definisi operasional dan indikator serta pengukuran sebagai berikut:

### 1. Variabel *Financial literacy* (X):

*Financial literacy* adalah pengetahuan, keterampilan, dan keyakinan yang mempengaruhi sikap dan tindakan untuk meningkatkan kualitas pengambilan keputusan dan pengelolaan keuangan untuk mencapai kesejahteraan.

Indikator:

- a. Pengetahuan Dasar Keuangan Pribadi (*Basic Personal Finance*)
- b. Tabungan dan Pinjaman (*Saving and borrowing*)
- c. Investasi (*Investment*)
- d. Asuransi (*Insurance*)

### 2. Variabel Minat Masyarakat (Y):

Minat merupakan rasa tertarik dan suka pada suatu objek yang berasal dari pikiran individual (keinginan sendiri) atau dari apa yang mereka lihat dan tanpa adanya paksaan dari siapapun ataupun pihak manapun.

**Indikatornya:**

1. Minat Transaksional
2. Minat Refrensional
3. Minat Preferensi
4. Minat Eksploratif

Uji statistika yang dilakukan diantaranya uji intrumen validitas dan reabilitas, asumsi klasik (uji normalitas, heteroskedastisitas dan multikolinearitas). Sedangkan untuk menguji hipotesis dilakukan dengan analisis linear berganda, uji t, uji f dan uji koefisien diterminasi. Persamaan regresi yang digunakan adalah regresi linier sederhana:

$$Y = a + b X$$

Y = subjek dalam variabel dependen yang diprediksikan.

a = Nilai Y, ketika Nilai X = 0 (nilainya konstan)

b = Bila b (+) maka naik, dan bila (-) maka terjadi penurunan, yang didasarkan adanya angka peningkatan/penurunan pada variabel dependen yang didasarkan pada variabel independent.

X = subjek pada variabel independent yang mempunyai nilai tertentu.

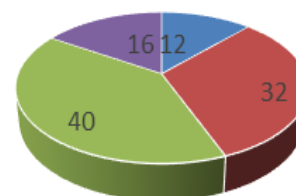
## IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

### A. Deskripsi Statistik Responden

Mayoritas responden yang mengisi kuisisioner berusia 26-35 tahun sebesar 40 persen, sisanya rentang usia 36-40 tahun sebesar 32 persen, 21-25 tahun sebesar 16 persen dan >40 hanya sebesar 12 persen.

Diagram 4.1

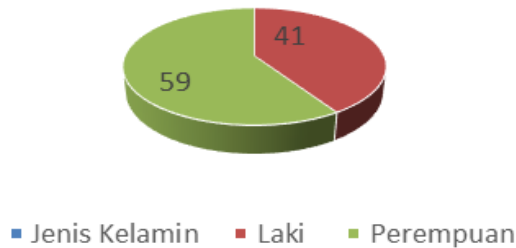
Responden Berdasarkan Usia



■ >40 ■ 36-40 ■ 26-35 ■ 21-25

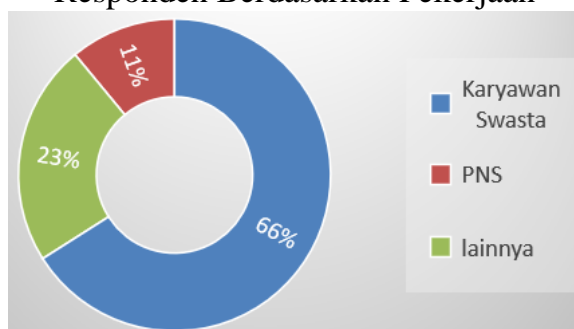
Mayoritas yang mengisi kuesioner *Financial literacy* adalah berjenis kelamin wanita sebesar 59% , sisanya sebesar 41 laki-laki.

Diagram 4.2  
Responden Berdasarkan Jenis Kelamin



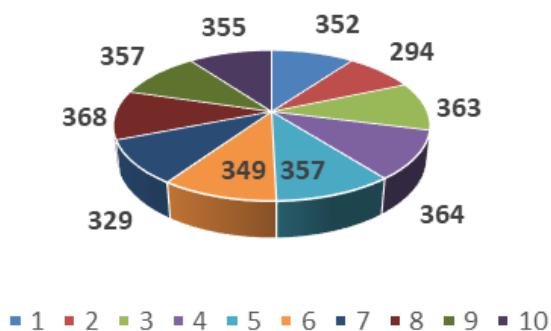
Jika didasarkan pekerjaan terlihat yang mendominasi karyawan swasta sebesar 66%, sisanya lainnya.

Diagram 4.3  
Responden Berdasarkan Pekerjaan



Hasil dari butir pertanyaan yang di isi oleh 100 respoden menghasilkan nilai-nilai item hasilnya sebagai berikut:

Diagram 4.4  
Responden Variabel Literasi



Pada item pertanyaan dengan butir yang memiliki nilai tertinggi sebesar 364 terdapat pada indikator “Saya memahami dengan baik sebelum melakukan pinjaman penting untuk melakukan perjanjian kredit di bank terutama dalam hal kelayakan kredit”, dan *indicator Financial literacy* yang paling rendah ada pada butir indicator “Saya menggunakan perencanaan keuangan untuk mempertimbangkan biaya pengeluaran sehari-hari”, dengan total nilai sebesar 294. Sedang untuk minat masyarakat terlihat pada diagram berikut:

Diagram 4.5  
Responden Variabel Minat Masyarakat

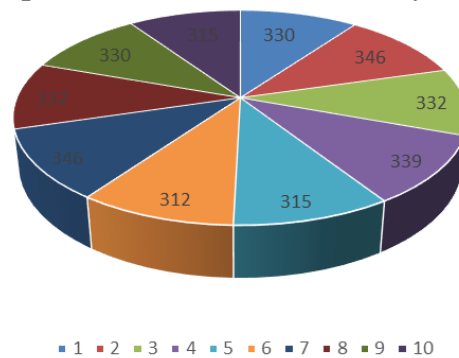


Diagram diatas terdapat nilai butir pertanyaan yang memiliki nilai tertinggi pada “ Saya akan menjadi nasabah di PT BPR Araya Arta Kebumen atas keinginan sendiri”, sedangkan nilai terendah pada butir pertanyaan “ Saya berminat menabung di PT BPR Araya Arta Kebumen karena mendapat rekomendasi dan informasi dari kerabat dan orang terdekat saya”.

**B. Hasil Uji Instrumen**

**1. Uji Validitas Variabel *Financial Literacy***

Berdasarkan tabel dibawah ini diketahui bahwa  $r_{hitung} > r_{tabel}$  maka semua item pernyataan yang ada pada kuesioner untuk variabel *Financial literacy* (X) dinyatakan valid.

Tabel 4.1  
Hasil Uji Validitas Variabel *Financial literacy*

Item	r hitung	r tabel	status
X.1	,832	,1966	valid
X.2	,532	,1966	valid
X.3	,609	,1966	valid
X.4	,803	,1966	valid
X.5	,608	,1966	valid
X.6	,845	,1966	valid
X.7	,618	,1966	valid
X.8	,653	,1966	valid
X.1	,832	,1966	valid

**2. Uji Validitas Variabel Minat**

Uji validitas variabel Minat dijelaskan sebagai berikut:

Pernyataan yang ada pada kuesioner Minat (Y) dinyatakan memenuhi syarat semua item valid dengan hasil  $r_{hitung} > r_{tabel}$

**3. Uji Reabilitas.**

Semua butir pernyataan dalam kuesioner yang di uji dinyatakan valid dengan koefisien reabilitas tertera dalam tabel dibawah ini, yang memiliki nilai Alpa Cronbach  $> 0.60$  (Ghozali 2011). Dengan hasil r-alfa masing-masing lebih besar dari 0,60.

Tabel 4.2  
Hasil Uji Reabiliti

Variabel	R Alpha	Syarat Reliabel	Keterangan
Financial literacy (X)	,875	$\alpha > 0,60$	Reliabel
Minat (Y)	,880	$\alpha > 0,60$	Reliabel

**4. Uji Asumsi Klasik**

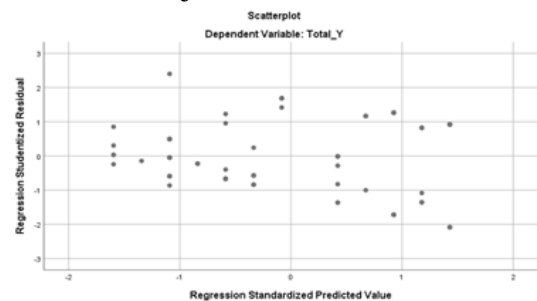
Tujuan dari uji heteroskedastisitas adalah menguji ada tidaknya ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya dalam suatu model regresi. Jika varians dari residual tetap sama dari satu

pengamatan ke pengamatan lainnya, dikatakan homoskedastisitas, jika berbeda dikatakan heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang tidak menunjukkan heteroskedastisitas (Ghozali 2013).

**5. Uji heteroskedastisitas**

Hasil scatterplot dari sebaran data terlihat tidak beraturan dan tidak ada pola tertentu, maka disimpulkan tidak ada heteroskedastisitas, selanjutnya bisa dilihat dari gambar dibawah:

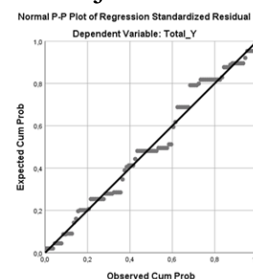
Gambar 4.1  
Hasil Uji heteroskedastisitas



**6. Uji Normalitas Data**

Untuk normalitas data, kurva plot probabilitas dapat digunakan asalkan data yang digunakan terdistribusi normal ketika titik-titik pada grafik terdistribusi sepanjang diagonal dan dikompresi. Berikut hasil uji normalitas untuk data kurva plot berdistribusi normal:

Gambar 4.2  
Hasil Uji Normalitas



Model terpenuhi asumsi normalitas dengan adanya titik-titik tersebar disekitar garis searah garis.



## 7. Uji Parsial (Uji t)

Pengaruh variabel independent terhadap dependen dilakukan dengan uji t (Ghozali, 2011). Perbandingan uji parsial dilakukan pada tingkat signifikansinya uji t dengan hasil dari penelitian ini. Hipotesis diuji pada tingkat signifikansi 5% atau 0,05. Jika nilai signifikansi  $t < 0,05$  maka secara parsial variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen (Ghozali 2011). Hasil uji-t adalah sebagai berikut:

Tabel 4.3  
Hasil Uji T  
Coefficients<sup>a</sup>

Modl	Unstandardized Coefficients B	Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
Constant)	10,827	3,255		3,326	,001
Total_X	,645	,094	,569	6,848	,000

a. Dependent Variable: Total\_Y

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas, tingkat signifikansi variabel *financial literacy* (X) ditunjukkan sebesar  $0,00 < ; 0,05$  dan hasil perhitungan memiliki  $t_{hitung}$  6,848  $t_{tabel}$  1,660, sehingga dapat disimpulkan *financial literacy* berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat.  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima.

## 8. Uji Regresi Linear Sederhana

Analisis ini digunakan untuk mengetahui arah (positif atau negatif) hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat apakah positif atau negatif, serta untuk memprediksi nilai variabel terikat dan menentukan apakah nilai variabel dependen variabel bebas akan bertambah atau berkurang. Hasil analisis regresi linier sederhana ditunjukkan pada tabel di bawah ini:

Berdasarkan hasil pada tabel 5 ditemukan statistik persamaan regresi :

$$Y = 10,827 + 0,645 X$$

Persamaan regresi tersebut dapat dijelaskan:

$\alpha = 10,827$  adalah nilai konstanta menunjukkan bahwa jika tidak adanya *Financial literacy* atau sama dengan 0, maka minat masyarakat menggunakan produk nilainya sebesar 10,827.

$b = 0,645$  adalah nilai koefisien menunjukkan bahwa jika nilai *Financial literacy* bernilai sebesar 1 point, maka minat masyarakat menggunakan produk akan meningkat sebesar 0,645.

## 9. Koefisien Determinasi

Kemampuan model dalam menjelaskan variasi variabel dependen diukur melalui koefisien determinasi ( $R^2$ ). Nilai Adjusted R Square bisa terlihat pada:

Tabel 4.4  
Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,569	,324	,317	3,718	1,465

a. Predictors: (Constant), Total\_X

b. Dependent Variable: Total\_Y

Dari perhitungan regresi pada Tabel 3.11 bahwa koefisien determinasi yang diperoleh (corrected R-squared) adalah sebesar 0,317. Artinya 31,7% variabel minat masyarakat menggunakan PT. BPR Araya Arta Kebumen dijelaskan oleh variabel *financial literacy*, sisanya dipengaruhi oleh variabel lainnya.

## C. PEMBAHASAN

Jika dalam literasi keuangan dan inklusi yang dilakukan oleh OJK responden laki-laki mendominasi survey maka pada riset disini yang mendominasi adalah wanita sebesar 59%, sedang jika dilihat dari segi usia yang paling dominan usia 26-35 tahun sebesar 40% dari 100 responden.

Pemahaman literasi keuangan yang memperoleh angka tertinggi ada pada mereka sudah memiliki pemahaman yang tinggi tentang pertimbangan peminjaman kredit, sedang dari pengetahuan literasi keuangan yang masih perlu ditingkatkan ada pada perencanaan keuangan pada aktivitas sehari-hari. Sisi minat masyarakat dalam menggunakan produk PT. Bank Araya Arta yang rendah, mereka belum memiliki kesadaran penuh ditingkat rekomendasi produk walaupun ada rekomendasi dari orang terdekat belum tentu mereka berminat. Nilai positifnya ada pada bahwa para responden memiliki keputusan sendiri untuk menggunakan produk pada PT. BPR Araya Arta karena adanya kemudahan dalam bertransaksi. Bahwa elemen edukasi dengan promosi *Word to Mouth* harus lebih di efektifkan sebagai komunikasi namun ini bisa dilakukan jika yang merekomendasikan bukan dari orang yang memiliki kepentingan didalamnya (diuntungkan), tapi atas dasar kesadaran dan kepercayaan dari pengguna yang secara sukarela mampu meningkatkan minat terhadap PT. BPR Araya Arta.

Hasil uji t-statistik menunjukkan bahwa variabel *Financial literacy* (X) memiliki nilai t sebesar 6,848 dan nilai t tabel sebesar 1,660;  $H. t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ , ( $6,848 > 1,660$ ), dengan nilai signifikansi 0,000 lebih besar dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa minat masyarakat untuk menggunakan PT. Variabel *Financial literacy* (X) berpengaruh positif dan signifikan terhadap BPR Araya Arta Kebumen.

Berdasarkan uji koefisien determinasi, R-square adalah 0,317. Hal ini menunjukkan bahwa variabel *Financial literacy* dapat mempengaruhi 31,7% minat kelompok sasaran menggunakan PT. BPR Araya Arta Kebumen sedangkan sisanya 68,3% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

Temuan penelitian ini mendukung penilaian Huriyatul Akmal dan Yogi Eka (2016) bahwa *financial literacy* berada pada level sedang. Kemampuan membaca dan menulis yang baik setiap orang dapat meningkatkan kualitas hidupnya di masa depan. Untuk memperkuat pemahaman masyarakat tentang keuangan dan minatnya dalam memanfaatkan produk bank, lembaga keuangan dituntut untuk dapat mendorong masyarakat untuk memahami pengelolaan keuangan melalui upaya sosialisasi *financial literacy*. Seiring dengan studi Nadila dari tahun 2021 yang menemukan bahwa faktor-faktor yang berkaitan dengan *financial literacy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa untuk mengadopsi produk bank. Tingkat literasi yang tinggi dapat memotivasi minat masyarakat.

## V. KESIMPULAN

Minat masyarakat menggunakan PT. BPR Araya Arta Kebumen dipengaruhi secara positif dan signifikan sebesar 31,7% oleh variabel *Financial literacy*. Hal ini menunjukkan bahwa minat masyarakat untuk menggunakan PT. BPR Araya Arta Kebumen meningkat seiring dengan meningkatnya pengetahuan keuangan. Mengingat saling ketergantungan antara masyarakat dan lembaga keuangan, layanan keuangan juga dapat memperoleh manfaat dari *Financial literacy*. *Financial literacy* berpengaruh signifikan terhadap Minat. Hal ini menunjukkan bahwa minat masyarakat terhadap PT. BPR Araya Arta Kebumen meningkat seiring dengan meningkatnya *Financial literacy*. Mengingat saling ketergantungan antara masyarakat dan lembaga keuangan, layanan keuangan juga dapat memperoleh manfaat dari *Financial literacy*. Sosialisasi terhadap *Financial literacy* perlu selalu ditingkat kedepannya sehingga *marketshare* bisa selalu meningkat.

Bagi peneliti kedepan diharapkan untuk mengkaji lebih dalam misalnya manajemen risiko, manajemen keuangan, dan pengetahuan, keterampilan, dan kepercayaan di bidang keuangan.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Rouf, M. 2011. *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Membayar Zakat Di Rumah Zakat Cabang Semarang*.
- Agus Susilo. 2018. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Literasi Keuangan Terhadap Minat Menjadi Nasabah*.
- Akmal dan Saputra. 2016. "Analisa Tingkat Literasi Keuangan." *Jebi (Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam* 1(2).
- Andespa, Roni. 2018. "Pengaruh Atribut Produk Terhadap Minat Menabung Nasabah Di Bank Syariah." *Maqdis: Jurnal Kajian Ekonomi Islam* Volume 3,(2): 181–90.
- Chen, H., & Volpe, R. P. 1998. "An Analysis of Personal Financial Literacy Among College Students." *Financial Service Review* 7(2): 107–28.
- Faidah, Faridhatun. 2019. "Pengaruh Literasi Keuangan Dan Faktor Demografi Terhadap Minat Investasi Mahasiswa." *JABE (Journal of Applied Business and Economic)* 5(3): 251.
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*.
- . 2013. *Plikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 21*.
- Gultom B.T, HS Renol S, and Siagian L. 2022. "Dampak Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa (Studi Kasus Di Universitas Hkbp Nommensen Pematang Siantar)." *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha* 14(1): 134–44. <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/JJPE/article/view/46896>.
- Iien Rohmatun Nisa. 2021. "Analisis Tingkat Pemahaman Mahasiswa Akuntansi Terhadap Minat Menabung Dan Produk Tabungan Pada Bank Syariah." *Economic Bosowa Journal* 7(003): 509–5020.
- MERTHA DEWI, IGA, and Ida Bagus Anom Purbawangsa. 2018. "Pengaruh Literasi Keuangan, Pendapatan Serta Masa Bekerja Terhadap Perilaku Keputusan Investasi." *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana* 7: 1867.
- Nadila. 2021. *Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Terhadap Minat Mahasiswa Menggunakan Produk Bank Syariah*.
- Ningtyas, Mega Noerman. 2019. "Literasi Keuangan Pada Generasi Milenial." *Jurnal Ilmiah Bisnis dan Ekonomi Asia* 13(1): 20–27.
- Ojk.go.id. 2022. *Survei Nasional Literasi Dan Inklusi Keuangan Tahun 2022*.
- Riki Ilman Nugraha. 2020. *Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Pengelolaan Keuangan (Studi Kasus UMKM Sektor Perdagangan Di Wilayah Kota Tasikmalaya)*.
- Ruwaidah, Siti Homisyah. 2020. "Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Dan Syariah Governance Terhadap Keputusan Mahasiswa Dalam Menggunakan Jasa Perbankan Syariah." *Muhasabatuna : Jurnal Akuntansi Syariah* 2(1): 79.
- Safitri, Apriani, and Nurmawanti Nurmawanti. 2018. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Belajar Masyarakat Bajo." *Didaktis: Jurnal Pendidikan dan Ilmu Pengetahuan* 18(3): 149–59.
- Soraya, Iin. 2015. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Jakarta Dalam Mengakses Fortal Media Jakarta Smart City." *Jurnal Komunikasi* 6(1): 10–23.
- Sun, Septiwati, and Emi Lestari. 2022. "Analisis Pengaruh Literasi Keuangan

(Financial Literacy), Pengetahuan Investasi (Investment Knowledge), Motivasi Investasi (Investment Motivation) Dan Pendapatan (Income) Terhadap Keputusan Investasi Pada Masyarakat Di Batam.” *Jurnal Akuntansi AKUNESA* 10(3): 101–14.

Widodo, Erna dan Mukhtar. 2000. *Konstruksi Ke Arah Penelitian Deskriptif*. Yogyakarta: Avirouz.

Yushita, Amanita Novi. 2017. “Pentingnya Literasi Keuangan Bagi Pengelolaan Keuangan Pribadi.” *Nominal, Barometer Riset Akuntansi dan Manajemen* 6(1).