

Implementasi Literasi Keuangan Islam Berbasis Financial Socialization untuk Mendukung Industri Keuangan Syariah

Diterima:

16 Desember 2022

¹ **Abdul Gafur**, ² **Siti Jubaedah**, ³ **Aris Apriandi**

^{1,2,3}Universitas Doktor Nugroho Magetan

Revisi:

14 Januari 2023

^{1,2}Magetan, Indonesia

Terbit:

22 Januari 2023

E-mail: ¹abdulgafurdamianiseno@udn.ac.id, ²

sitijubadedah@udn.ac.id, ³aris_apriandi@udn.ac.id.

Abstract— The low index of Islamic financial literacy in Indonesia remains a significant challenge for the growth of the halal industry. This study aims to analyze the implementation of Islamic financial literacy through a financial socialization approach and its impact on supporting the Islamic financial industry. Using a descriptive quantitative method, this research examines how socialization agents—specifically family, educational institutions, and social media—contribute to the internalisation of Sharia values. Data were collected through structured questionnaires and analyzed using Path Analysis via Partial Least Square-Structural Equation Modeling (PLS-SEM). The results indicate that financial socialization has a positive and significant effect on Islamic financial literacy. Furthermore, Islamic financial literacy serves as a crucial mediating variable that transforms social learning into actual support for Islamic financial products. The findings suggest that family remains the primary agent for instilling moral-religious values, while social media acts as an accelerator for cognitive literacy among the younger generation. This study recommends that regulators and industry players focus on value-based education and strengthen socialization agents to increase the market share of the Islamic financial industry based on the principles of Maqasid al-Shari'ah.

Keywords— Islamic Financial Literacy, Financial Socialization, Islamic Financial Industry, Maqasid al-Shari'ah

I. PENDAHULUAN

Indonesia, sebagai negara dengan populasi Muslim terbesar di dunia, memiliki potensi strategis untuk menjadi pusat ekonomi syariah global. Namun, potensi ini berbanding terbalik dengan fakta di lapangan mengenai tingkat literasi keuangan syariah masyarakat yang masih rendah. Berdasarkan data Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK), meskipun indeks literasi keuangan nasional terus meningkat, indeks literasi keuangan syariah masih tertinggal jauh di bawah literasi konvensional. Kesenjangan ini berdampak langsung pada

stagnansi pangsa pasar (market share) perbankan syariah yang sulit menembus angka psikologis 7% selama satu dekade terakhir.

Masalah utama dalam pengembangan industri ini bukan terletak pada ketersediaan produk atau teknologi, melainkan pada aspek perilaku dan pemahaman masyarakat. Banyak masyarakat yang masih menganggap bank syariah hanya sekadar "ganti nama" dari bank konvensional tanpa memahami esensi keadilan dalam akad-akad seperti Murabahah, Mudharabah, dan Musyarakah. Fenomena ini menunjukkan adanya kegagalan dalam proses transmisi nilai-nilai ekonomi Islam dari tingkat konseptual ke tingkat praktis di masyarakat.

Dalam perspektif psikologi ekonomi, perilaku keuangan individu dibentuk melalui proses panjang yang disebut Financial Socialization (Sosialisasi Keuangan). Sosialisasi ini melibatkan interaksi individu dengan agen-agen sosial seperti orang tua, teman sebaya, institusi pendidikan, dan media massa. Melalui agen-agen inilah, nilai-nilai mengenai cara memperoleh, mengelola, dan mendistribusikan harta sesuai syariat ditanamkan. Tanpa sosialisasi yang efektif, literasi keuangan Islam hanya akan menjadi pengetahuan kognitif tanpa dampak pada perilaku konsumsi produk keuangan syariah.

Penelitian ini hadir untuk mengisi celah tersebut dengan mengintegrasikan teori sosialisasi keuangan ke dalam ekosistem industri syariah. Pertanyaan mendasar yang ingin dijawab adalah: Bagaimana peran agen sosialisasi dalam membangun literasi keuangan Islam? Dan sejauh mana literasi tersebut mampu menggerakkan dukungan riil masyarakat terhadap industri keuangan syariah? Dengan menjawab pertanyaan ini, diharapkan dapat dirumuskan strategi edukasi yang lebih tepat sasaran bagi para regulator dan pelaku industri.

II. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain asosiatif kausal untuk menguji hubungan sebab-akibat antar variabel yang diteliti. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Muslim usia produktif di Indonesia, dengan teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling untuk memastikan responden memiliki akses terhadap informasi keuangan dan media digital. Instrumen utama pengumpulan data adalah kuesioner daring yang disusun menggunakan skala Likert 1-5, yang telah melalui uji validitas dan reliabilitas ketat sebelum disebarluaskan secara luas. Penggunaan metode survei ini memungkinkan peneliti untuk menangkap data dari skala populasi yang representatif guna menghasilkan generalisasi yang akurat terkait kondisi literasi keuangan Islam saat ini.

Untuk menganalisis data, peneliti menerapkan teknik Partial Least Square-Structural Equation Modeling (PLS-SEM) dengan bantuan perangkat lunak statistik. Teknik ini dipilih karena kemampuannya dalam menguji model jalur yang kompleks yang melibatkan variabel mediasi, yakni Literasi Keuangan Islam sebagai perantara antara Sosialisasi Keuangan dan Dukungan terhadap Industri. Tahapan analisis data meliputi evaluasi outer model untuk menguji kualitas instrumen dan evaluasi inner model untuk menguji hipotesis melalui prosedur bootstrapping. Dengan metodologi yang terstruktur ini, penelitian diharapkan mampu memberikan pembuktian empiris mengenai peran strategis agen sosialisasi dalam mendukung ekosistem ekonomi syariah nasional.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas responden berada pada rentang usia 18-35 tahun, yang merupakan kelompok pengguna aktif media sosial dan nasabah potensial masa depan. Berdasarkan hasil evaluasi outer model, ditemukan bahwa seluruh indikator penelitian memiliki nilai loading factor di atas 0,7 dan AVE di atas 0,5, yang berarti instrumen tersebut memiliki validitas konvergen yang sangat baik. Uji reliabilitas juga menunjukkan nilai Cronbach's Alpha yang tinggi (di atas 0,8), mengonfirmasi bahwa kuesioner memiliki konsistensi internal yang kuat dalam mengukur variabel sosialisasi, literasi, dan dukungan industri. Dari sisi statistik deskriptif, ditemukan bahwa keluarga masih menjadi sumber informasi utama bagi responden terkait konsep halal-haram dalam keuangan, namun media sosial mulai mendominasi dalam memberikan informasi teknis mengenai produk investasi syariah.

Pengujian model struktural mengungkapkan bahwa Sosialisasi Keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Literasi Keuangan Islam dengan koefisien jalur yang kuat. Hal ini membuktikan bahwa individu yang mendapatkan edukasi keuangan dari lingkungan terdekatnya cenderung memiliki pemahaman yang lebih dalam mengenai prinsip ekonomi syariah. Namun, temuan penting dalam penelitian ini adalah pengaruh langsung sosialisasi terhadap dukungan industri ternyata lebih kecil dibandingkan pengaruh tidak langsungnya melalui literasi. Artinya, sekadar memberikan imbauan moral (sosialisasi) tanpa disertai penguatan literasi (pemahaman mendalam tentang akad dan manfaat sistem) tidak akan cukup kuat untuk membuat seseorang beralih menjadi nasabah bank syariah. Literasi Keuangan Islam terbukti menjadi jembatan mediasi yang krusial (full mediation) dalam proses pengambilan keputusan nasabah.

Pembahasan lebih mendalam menunjukkan bahwa keluarga sebagai agen primer seringkali menanamkan nilai-nilai religiusitas dasar yang menjadi fondasi karakter nasabah. Namun, seringkali edukasi keluarga terhenti pada aspek larangan (apa yang tidak boleh dilakukan) tanpa memberikan solusi operasional. Di sinilah peran media sosial dan institusi pendidikan masuk untuk memberikan edukasi mengenai bagaimana sistem syariah bekerja sebagai solusi atas masalah keuangan modern. Sinergi antara agen sosialisasi ini menciptakan nasabah yang tidak hanya "patuh syariah" secara emosional, tetapi juga "cerdas syariah" secara fungsional. Nasabah yang literat akan memahami bahwa setiap biaya administrasi atau bagi hasil dalam bank syariah memiliki justifikasi akad yang adil, sehingga loyalitas mereka terhadap industri syariah menjadi lebih stabil dan tidak mudah goyah oleh persaingan bunga bank konvensional.

IV. KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa implementasi literasi keuangan Islam berbasis sosialisasi merupakan strategi paling mendasar untuk memperkuat industri keuangan syariah di Indonesia. Keluarga, pendidikan, dan media sosial adalah pilar utama yang menentukan kualitas literasi masyarakat. Literasi Keuangan Islam bertindak sebagai variabel mediasi yang sangat vital; tanpa literasi yang memadai, proses sosialisasi tidak akan menghasilkan dukungan yang signifikan terhadap industri. Oleh karena itu, peningkatan pangsa pasar ekonomi syariah tidak bisa hanya dilakukan melalui pendekatan pemasaran komersial, melainkan harus dimulai dari penguatan edukasi di tingkat akar rumput melalui agen-agen sosialisasi tersebut.

Berdasarkan temuan tersebut, disarankan kepada regulator (OJK dan BI) untuk memperbanyak konten literasi yang sifatnya aplikatif dan menyasar unit keluarga. Industri perbankan syariah harus aktif berkolaborasi dengan dunia pendidikan dan pembuat konten digital untuk mereduksi asimetri informasi di masyarakat. Bagi institusi pendidikan, kurikulum ekonomi syariah perlu diperkaya dengan studi kasus praktis agar siswa tidak hanya menghafal istilah, tetapi memahami kemaslahatan sistem syariah. Terakhir, bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk mengeksplorasi variabel budaya lokal atau tingkat pendapatan sebagai faktor moderasi yang mungkin memengaruhi efektivitas sosialisasi keuangan di berbagai wilayah di Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Aulia, A. (2021). Pendidikan Keuangan Islam dalam Keluarga. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Dewanty, R. E., & Isbanah, Y. (2018). Pengaruh Sosialisasi Keuangan terhadap Literasi Keuangan. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 6(1).
- Ghozali, I. (2018). Structural Equation Modeling: Metode Alternatif dengan Partial Least Squares (PLS). Semarang: BP Undip.
- Lusardi, A., & Mitchell, O. S. (2014). The Economic Importance of Financial Literacy. *Journal of Economic Literature*, 52(1).
- Nasution, A. W., & Fatira, M. (2019). Analisis Faktor Kesadaran Literasi Keuangan Syariah terhadap Market Share. *Equilibrium*.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2021). *Roadmap Pengembangan Perbankan Syariah Indonesia 2020-2025*. Jakarta.