

Determinan Minat Masyarakat Banda Aceh Untuk Menggunakan Asuransi Syariah

Evy Iskandar¹
Akmal Riza^{2*}
Indira Arsy Putri³

iskandarevy@ar-raniry.ac.id¹
akmalriza@ar-raniry.ac.id^{2*}
indiraarsyputri@gmail.com³

^{1,2,3} **Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Ar-Raniry Banda Aceh**

ABSTRACT

Sharia insurance can protect lives, and the insured funds can be utilized for mutual assistance among participants (tabarru' contract). This study aims to examine the effect of financial literacy, religiosity, and trust on interest in using Sharia insurance among the community in Banda Aceh. The study employs a quantitative method with an empirical approach, and the population and sample consist of residents of Banda Aceh City. The sampling technique used is purposive sampling, with a total of 80 respondents collected through questionnaires distributed via Google Forms. Data were analyzed using multiple linear regression to test the hypotheses with the assistance of IBM Statistics software. The findings indicate that, partially, hypothesis 3 is accepted, showing that the trust variable has a significant effect on interest in Sharia insurance. Meanwhile, hypotheses 1 and 2 are rejected, indicating that financial literacy and religiosity do not have a significant effect on interest in using Sharia insurance.

Keywords: *Trust, financial literacy, religiosity, interest in Islamic insurance*

ABSTRAK

Asuransi syariah dapat menyelamatkan jiwa dan dana yang diasuransikan dapat dimanfaatkan untuk saling membantu sesama (akad tabarru'). Penelitian bertujuan untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan, religiositas dan kepercayaan terhadap minat menggunakan asuransi syariah pada masyarakat di Banda Aceh. Kajian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan empiris dan populasi-sampel penelitian adalah masyarakat kota Banda Aceh. Teknik pengambilam sampel yang digunakan adalah purposive sampling dengan jumlah sampel sebanyak 80 responden melalui penyebaran angket via google form. Data analisis dengan regresi linier berganda untuk membuktikan hipotesis dengan menggunakan IBM Statistic. Hasil temuan menunjukkan bahwa, hipotesis 3 diterima variabel kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap minat berasuransi. Sedangkan hipotesis 1&2 ditetapkan ditolak yakni variabel literasi keuangan dan religiositas tidak berpengaruh terhadap minat berasuransi syariah.

Kata Kunci: Kepercayaan, literasi keuangan, religiositas, minat asuransi syariah

A. PENDAHULUAN

Produk-produk keuangan syariah tidak hanya terbatas pada sektor perbankan, tetapi juga mencakup pasar modal, reksa dana, dan asuransi syariah.

Dewasa ini industri keuangan syariah Indonesia telah mengalami perkembangan pesat dalam dua dekade terakhir. Menurut Otoritas Jasa Keuangan, aset industri keuangan syariah Indonesia mencapai Rp2.400 triliun pada tahun 2022, dengan kontribusi terbesar dari perbankan syariah sebesar 6,99% terhadap pangsa pasar nasional. Namun, kontribusi asuransi syariah relatif masih kecil, hanya sekitar 3,03% dibandingkan dengan asuransi konvensional (OJK, 2023). Angka ini menunjukkan bahwa meskipun Indonesia salah satu negara dengan mayoritas penduduk muslim terbesar di dunia, tingkat partisipasi masyarakat terhadap produk asuransi syariah masih sangat rendah.

Asuransi syariah, atau takaful, merupakan sistem perlindungan yang berbasis pada prinsip saling membantu (ta'awun), berbagi risiko (risk sharing), dan sesuai dengan prinsip-prinsip hukum syariah atau asuransi syariah menggunakan akad tabarru' (hibah) serta prinsip bagi hasil (mudharabah/musyarakah) dalam pengelolaan dana (DSN-MUI, 2001). Hal ini menjadikan asuransi syariah sebagai alternatif yang lebih sesuai bagi masyarakat muslim yang ingin menghindari praktik non-syariah dalam pengelolaan keuangan. Paradigma perkembangan teknologi yang begitu pesat mengakibatkan hadirnya fenomena ekonomi digital bagi lembaga keuangan termasuk lembaga non perbankan di Indonesia oleh perusahaan yang bergerak dalam bidang financial technology (Iskandar et al, 2019).

Tingkat pemahaman masyarakat rendahnya terhadap minat berasuransi syariah yang dapat disebabkan oleh beberapa faktor. Seperti literasi keuangan masyarakat Indonesia masih rendah. Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (OJK, 2022) menunjukkan bahwa tingkat literasi keuangan masyarakat Indonesia baru mencapai 49,68%, dengan literasi keuangan syariah hanya sekitar 23,3%. Artinya, hanya sekitar seperempat masyarakat yang benar-benar memahami prinsip dan produk keuangan syariah, termasuk asuransi syariah. Kondisi ini berimplikasi pada rendahnya kesadaran akan pentingnya perlindungan risiko berbasis syariah. Jika informasi yang didapatkan lebih banyak mendatangkan manfaat dari pada risiko, maka masyarakat akan mengambil keputusan untuk memilih layanan tersebut (Fuad & Riza, 2024). Kemudian, religiositas masyarakat lebih dari 85% penduduk Indonesia beragama Islam, tidak semua menjadikan aspek religiositas sebagai pertimbangan utama dalam memilih produk keuangan (Sulaeman et al., 2023). Beberapa penelitian menunjukkan bahwa religiositas memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan masyarakat dalam menggunakan produk keuangan syariah (Rama & Mira, 2022). Selanjutnya faktor kepercayaan menjadi variabel kunci dalam industri jasa, termasuk asuransi syariah. Menurut Kotler & Keller (2016), kepercayaan konsumen didasarkan pada persepsi integritas, kejujuran, dan kompetensi penyedia jasa.

Dalam konteks asuransi syariah, masyarakat akan tertarik jika mereka percaya bahwa dana dikelola secara amanah, transparan, dan sesuai prinsip syariah. Hidayat & Firmansyah (2021) menyatakan bahwa rendahnya kepercayaan masyarakat terhadap lembaga keuangan syariah sering menjadi penghambat partisipasi dalam produk asuransi. Selain itu, perkembangan digitalisasi dan media sosial juga turut memengaruhi pola konsumsi masyarakat, termasuk dalam keuangan syariah. Studi Santoso & Huda (2023) menunjukkan bahwa meskipun tingkat digitalisasi masyarakat meningkat signifikan, penetrasi asuransi syariah belum sejalan dengan perkembangan tersebut. Hal ini

menunjukkan adanya kesenjangan antara potensi pasar dengan realisasi partisipasi masyarakat. Lebih jauh, Yusuf & Putri (2024) menemukan bahwa kehadiran influencer halal lifestyle dapat meningkatkan minat generasi milenial dan Gen-Z terhadap produk keuangan syariah, termasuk asuransi, namun pengaruh ini sangat bergantung pada tingkat kepercayaan masyarakat terhadap lembaga dan pemahaman produk yang ditawarkan.

Banda Aceh memiliki karakteristik yang unik dibandingkan daerah ibu kota lain di Indonesia, hal ini karena penerapan syariat Islam secara formal dan memiliki potensi besar dalam pengembangan produk keuangan syariah. Berdasarkan Statistik Daerah Banda Aceh (BPS, 2024), sebanyak 98,5% penduduknya beragama Islam. Namun, laporan Asosiasi Asuransi Syariah Indonesia (AASI, 2022) menunjukkan bahwa tingkat partisipasi masyarakat Banda Aceh terhadap asuransi syariah masih di bawah 10%. Kondisi ini menunjukkan adanya gap antara potensi pasar yang besar dengan tingkat adopsi yang rendah. Beberapa penelitian terdahulu juga menunjukkan hasil yang beragam. Erwan et al. (2021) menemukan bahwa pelayanan menjadi faktor dominan dalam menarik minat nasabah asuransi syariah. Sementara itu, Rama & Mira (2022) menunjukkan bahwa literasi keuangan, religiositas, dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat generasi milenial. Sebaliknya, penelitian Siti et al. (2024) menemukan bahwa religiositas tidak berpengaruh terhadap minat berasuransi, melainkan kualitas produk dan kepercayaan yang lebih menentukan. Dalam hal ini, masih terdapat inkonsistensi temuan penelitian sebelumnya terkait faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat untuk menggunakan asuransi syariah. Berdasarkan fenomena empiris, data statistik, serta hasil penelitian terdahulu, terdapat celah penelitian (research gap) yang perlu dikaji lebih lanjut, khususnya di Banda Aceh yang memiliki basis religius kuat namun tingkat partisipasi rendah. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan, religiositas, dan kepercayaan terhadap minat masyarakat Banda Aceh berasuransi syariah.

B. LANDASAN TEORI

Minat

Minat menggunakan asuransi syariah salah satu kecenderungan psikologis individu untuk memberikan perhatian, merasa tertarik, memiliki keinginan, dan akhirnya mengambil keputusan dalam menggunakan produk takaful. Menurut Kotler & Armstrong (2016), minat konsumen merupakan tahap awal dari proses keputusan pembelian yang dimulai dengan munculnya perhatian, berkembang menjadi keinginan, hingga akhirnya diwujudkan dalam tindakan nyata. Dalam konteks asuransi syariah, minat ini tercermin dari kesediaan masyarakat mencari informasi, membandingkan produk, dan berkomitmen untuk berpartisipasi dalam sistem perlindungan berbasis syariah. Santoso & Huda (2023) menambahkan bahwa indikator minat terdiri dari empat aspek, yakni perhatian, ketertarikan, keinginan, dan kecenderungan untuk bertindak.

Literasi Keuangan

Literasi keuangan merupakan kemampuan individu untuk memahami konsep dasar keuangan, mengelola sumber daya finansial, serta membuat keputusan keuangan yang tepat (Lusardi & Mitchell, 2014). Hasil Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (OJK, 2022) menunjukkan bahwa tingkat literasi keuangan

masyarakat Indonesia baru mencapai 49,68%, sedangkan literasi keuangan syariah hanya sebesar 23,3%. Rendahnya angka ini mencerminkan keterbatasan pengetahuan masyarakat mengenai produk keuangan syariah, termasuk asuransi. Menurut Chen & Volpe (1998), literasi keuangan dapat diukur melalui empat aspek, yaitu pengetahuan umum tentang keuangan, pengelolaan tabungan dan pinjaman, pemahaman asuransi, serta investasi. Dalam perspektif syariah, literasi juga mencakup pemahaman akad, larangan riba, gharar, dan maisir (Rusydiana, 2018). Penelitian terdahulu menunjukkan hasil yang beragam. Rama & Mira (2022) menemukan bahwa literasi berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan asuransi syariah, khususnya pada generasi milenial. Sebaliknya, Nuranggraeni (2020) menemukan tidak pengaruh literasi pada minat, meskipun masyarakat mengetahui produk asuransi syariah, pemahaman yang dangkal membuat mereka belum menjadikannya pilihan utama.

Religiositas

Religiositas juga dipandang sebagai pendorong penting dalam pemilihan produk keuangan syariah. Religiositas sebagai tingkat internalisasi ajaran agama yang tercermin dalam keyakinan, ibadah, pengalaman, pengetahuan, dan konsekuensi dalam perilaku sehari-hari (Glock & Stark, 1965). Dalam keuangan syariah, religiositas menjadi motivasi normatif untuk menghindari transaksi yang bertentangan dengan syariat. Sulaeman et al. (2023) menyatakan bahwa semakin tinggi tingkat religiositas, semakin besar kemungkinan individu memilih produk keuangan syariah. Rama dan Mira (2022) menemukan religiositas berpengaruh signifikan terhadap minat asuransi syariah. Hal ini menunjukkan bahwa religiositas belum tentu secara langsung diterjemahkan ke dalam perilaku ekonomi, sehingga perannya perlu diuji kembali.

Kepercayaan

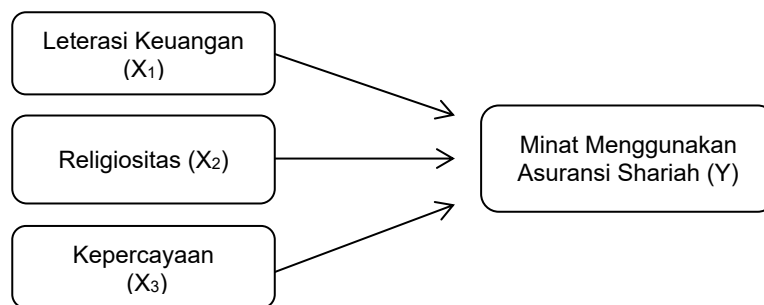
Kepercayaan konsumen merupakan keyakinan bahwa penyedia jasa memiliki kompetensi, integritas, dan niat baik dalam memberikan pelayanan (Kotler & Keller, 2016). Kepercayaan menurut Mayer et al. (1995) terdiri atas tiga dimensi utama, yaitu kemampuan (ability), niat baik (benevolence), dan integritas (integrity). Dalam industri asuransi syariah, kepercayaan mencakup keyakinan bahwa perusahaan mengelola dana tabarru' dengan amanah, transparan, serta sesuai fatwa DSN-MUI. Hidayat & Firmansyah (2021) juga menemukan kepercayaan sebagai faktor paling dominan dalam meningkatkan minat masyarakat terhadap asuransi syariah. Tanpa adanya kepercayaan, literasi dan religiositas tidak cukup untuk mendorong masyarakat bergabung dengan asuransi syariah.

Kerangka Pemikiran

Berdasarkan ketiga variabel faktor ini digabungkan, maka literasi keuangan, religiositas, dan kepercayaan diduga memengaruhi minat masyarakat untuk menggunakan asuransi syariah. Literasi memberi pemahaman rasional, religiositas memberi motivasi moral, dan kepercayaan memberi rasa aman. Ketiganya membentuk landasan psikologis sekaligus praktis yang dapat menjelaskan perilaku konsumen. Penelitian Erwan et al. (2021) juga mendukung hal ini, di mana faktor pelayanan yang membangun kepercayaan, ditambah

pemahaman produk dan nilai keagamaan, berpengaruh signifikan terhadap keputusan masyarakat untuk berasuransi syariah, maka kerangka pemikiran penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut: literasi keuangan (X_1), religiositas (X_2), dan kepercayaan (X_3) diduga memengaruhi minat menggunakan asuransi syariah (Y). Kerangka pemikiran sebagai alur penelitian menunjukkan hubungan kausal antara variabel independen dan variabel dependen, yang menjadi dasar dalam pengembangan hipotesis statistik.

Gambar 1. Skema Kerangka Pemikiran



Hipotesis Statistik

Berdasarkan kerangka pemikiran tersebut, hipotesis penelitian ini adalah sebagai berikut:

- H1: Literasi keuangan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan asuransi syariah.
- H2: Religiositas berpengaruh positif terhadap minat menggunakan asuransi syariah.
- H3: Kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan asuransi syariah.

C. METODOLOGI

Pendekatan penelitian kuantitatif dengan metode survey sebagai uji asosiatif. Pendekatan kuantitatif dipilih untuk menguji pengaruh dan mengetahui keeratan hubungan antar variabel yakni independent variabel yang terdiri dari literasi keuangan, religiositas dan kepercayaan terhadap dependent variable yakni minat menggunakan asuransi syariah. Populasi penelitian ini adalah masyarakat Kota Banda Aceh yang mengetahui atau pernah mendengar tentang asuransi syariah. Penelitian menggunakan teknik non probability sampling atau jenis purposive sampling dengan kriteria: (a) beragama Islam dan berdomisili di Banda Aceh, (b) berusia diatas 17 tahun, (c) mengetahui atau pernah mendengar produk asuransi syariah. Sampel penelitian ditemukan sebanyak 80 responden, sesuai Roscoe dalam Sugiyono (2018) menyarankan ukuran sampel minimal 10 kali jumlah variabel independen untuk metode penelitian multivariat.

Sumber data primer sebagai data pokok yang diperoleh dari kuesioner dengan teknik pengumpulan berdasarkan online (Google Form) yang disebarakan kepada responden. Sedangkan data sekunder sebagai sumber pendukung hanya diperoleh dari jurnal, buku, laporan OJK, serta publikasi AASI (Asosiasi Asuransi Syariah Indonesia). Instrumen yang digunakan adalah kuesioner tertutup dengan

skala Likert 1–5 (1= sangat tidak setuju; 2=tidak setuju; 3=kurang setuju; 4=setuju; 5= sangat setuju). Variabel-variabel diukur dengan indikator sebagai yakni: (X₁) Literasi keuangan: pengetahuan umum keuangan, pemahaman tabungan dan pinjaman, pemahaman asuransi, kemampuan mengambil keputusan keuangan (Chen & Volpe, 1998) dalam Rusydiana (2018). (X₂) Religiusitas: keyakinan, praktik ibadah, pengalaman religius, pengetahuan ajaran agama, konsekuensi dalam perilaku (Glock & Stark, 1965). (X₃) Kepercayaan: kemampuan (ability), niat baik (benevolence), integritas (integrity) (Mayer et al., 1995; Kotler & Keller, 2016). (Y) Minat: perhatian, ketertarikan, keinginan, kecenderungan bertindak. Kuesioner diuji validitas dan reliabilitasnya bagi semua butir pernyataan dengan ketentuan valid ($r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$), sedangkan uji reliabilitas menghasilkan nilai Cronbach's Alpha $> 0,70$, sehingga kuesioner dinyatakan reliabel (Ghozali, 2021).

Analisis data menggunakan regresi linier berganda dengan bantuan software SPSS 28. Model regresi dalam penelitian dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan:

Y = Minat menggunakan asuransi syariah

a = Konstanta

b₁₋₃ = Koefisien regresi

X₁ = Literasi keuangan

X₂ = Religiositas

X₃ = Kepercayaan

e = *Standar Error*

Pengujian hipotesis dilakukan dengan:

- Pengujian t (parsial) untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap minat.
- Koefisien Determinasi (R^2) untuk mengukur seberapa besar proporsi variabel independen menjelaskan variasi variabel dependen.
- Dengan metode regresi data penelitian diharapkan dapat menjawab hipotesis yang telah dirumuskan serta memberikan gambaran empiris mengenai faktor-faktor yang memengaruhi minat masyarakat Banda Aceh dalam menggunakan asuransi syariah.

D. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Deskripsi Statistik

Responden dalam kajian ini berjumlah 80 orang yang berdomisili di Kota Banda Aceh. Mayoritas responden adalah perempuan sebanyak 60%, sedangkan laki-laki sebanyak 40%. Dari segi usia, sebagian besar responden berada pada rentang 21–30 tahun (56%), yang termasuk kelompok usia produktif. Dilihat dari tingkat pendidikan, mayoritas responden memiliki pendidikan terakhir tingkat sarjana (41%), Pekerjaan dominan Pelajar/Mahasiswa (35%), dan Penghasilan perbulan rata-rata dominan dibawah Rp5.000.000. Data ini menunjukkan bahwa responden memiliki kemampuan literasi yang cukup untuk memahami instrumen penelitian. Menariknya, walaupun sebagian besar responden telah mengetahui

produk asuransi syariah, hanya sebagian kecil yang benar-benar menjadi peserta. Hal ini menunjukkan adanya kesenjangan antara pengetahuan awal dengan keputusan aktual untuk berpartisipasi dalam asuransi syariah.

Tabel 1. Karakteristik Responden

No	Uraian	Frekuensi	Persentase
1	Jenis Kelamin:		
	a. Laki-laki	32	40,00
	b. Perempuan	48	60,00
2	Usia:		
	a. 21 – 30 Tahun	56	70,00
	b. 31 – 40 Tahun	13	16,30
	c. 41 – 50 Tahun	11	13,80
3	Pendidikan terakhir		
	a. SMA/SMK/MA	32	40,00
	b. Diploma (D1/D2/D3)	1	1,30
	c. Sarjana (S1)	41	51,20
	d. Pascasarjana (S2/S3)	6	7,50
4	Pekerjaan:		
	a. Pelajar/Mahasiswa	35	43,80
	b. PNS/ASN	18	22,50
	c. Pegawai Swasta	11	13,80
	d. Wirausaha	12	15,00
	e. Lainnya	4	5,00
5	Penghasilan per Bulan:		
	a. < Rp. 5.000.000	56	70,00
	b. Rp. 5.000.000 – Rp. 10.000.000	15	18,80
	c. Rp. 10.000.000– Rp. 15.000.000	5	6,30
	d. Rp. 15.000.000 – Rp 20.000.000	2	2,50
	e. Rp. 20.000.000– Rp. 25.000.000	1	1,30
	f. > Rp. 25.000.0000	1	1,30
	Rerata	80	100,00

Sumber: Data primer diolah (2025)

Hasil Uji Instrumen Penelitian

1. Hasil Reliabilitas

Uji reliabilitas ditujukan untuk mengukur keakuratan dalam menilai variabel penelitian ini. Peneliti menggunakan aplikasi SPSS versi 28 untuk melakukan uji reliabilitas. Hasil dari uji reliabilitas tersebut dapat dilihat dilihat pada Tabel 2, menunjukkan bahwa variabel literasi keuangan (X_1), religiusitas (X_2), kepercayaan (X_3) dan minat (Y) pada penelitian ini dinyatakan Reliabel karena nilai *Cronbach's Alpha* pada masing-masing variabel penelitian ini > 0.70.

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel Penelitian	Cronbach's Alpha	Minimal Cronbach's Alpha	Ket
Literasi Keuangan (X_1)	0,835	0,70	Handal
Religiositas (X_2)	0,882	0,70	Handal
Kepercayaan (X_3)	0,869	0,70	Handal
Minat (Y)	0,889	0,70	Handal

Sumber: Data primer diolah (2025)

2. Hasil Validitas

Bahwa setiap pernyataan dalam penelitian ini terbukti valid, hal tersebut terlihat dengan metode membandingkan nilai r hitung dari masing-masing pernyataan dengan nilai r tabel, menunjukkan bahwa semua nilai r hitung untuk

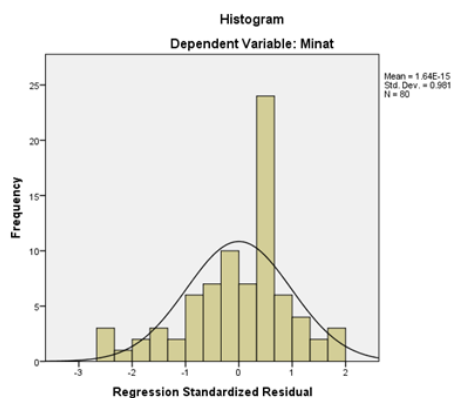
setiap pernyataan kuesioner lebih besar dari pada nilai r tabel (r hitung $>$ r tabel), dengan tingkat signifikan dibawah nilai kritis ($0,000 < 0,050$). Penghitungan nilai r tabel dilakukan dengan rumus $(df) = N - 2$, di mana $df = 80 - 2 = 78$, sehingga nilai r tabel yang digunakan adalah 0.219.

Hasil Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

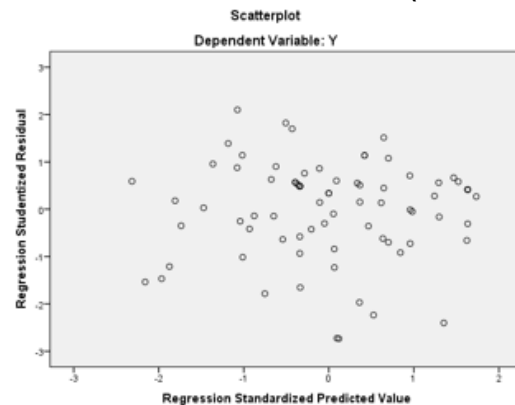
Hasil uji normalitas menggunakan grafik histogram tersebut melengkung dengan standar normal, grafik histogram berbentuk lonceng kebalik mengidentifikasikan bahwa data terdistribusi normal. Dapat disimpulkan bahwa model regresi pada penelitian berdistribusi normal atau dengan kata lain grafik tersebut memberikan pola yang berdistribusi mendekati normal.

Gambar 2. Normalitas Grafik Histogram



Sumber: Data primer diolah (2025)

Gambar 3. Heteroskedastisitas (ScatterPlot)



Sumber: Data primer diolah (2025)

2. Uji heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dengan scatterplot juga menunjukkan titik-titik yang menyebar secara acak, sehingga model regresi bebas dari gejala heteroskedastisitas.

3. Uji multikolinearitas

Tabel 3. Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Collinearity Statistics		Ket
	Tolerance	VIF	
Literasi Keuangan	.421	2.377	Tidak terjadi Multikol
Religiositas	.419	2.386	Tidak terjadi Multikol
Kepercayaan	.478	2.091	Tidak terjadi Multikol

Sumber: Data primer diolah (2025)

Hasil pengujian multikolinieritas menunjukkan asumsi klasik kategori uji multikol menunjukkan bahwa seluruh nilai tolerance $> 0,10$ (dengan $X_1 = 0,421$; $X_2 = 0,419$; $X_3 = 0,4789$) maka dapat dikatakan diantara variabel tersebut tidak terjadi multikolinearitas. Begitu juga untuk nilai $VIF < 10$ dan tolerance $> 0,10$, sehingga tidak terdapat multikolinearitas antar variabel independen.

Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Model regresi yang digunakan dalam penelitian untuk mengetahui pengaruh dan hubungan seperti dalam persamaan:

Tabel 4. Uji Regresi Linear Berganda

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
	B	Std. Error	Beta	t	
1 (Constant)	-2,253	2,885		-,781	,437
Literasi keuangan	-,105	,147	,070	-,712	,479
Religiositas	,292	,121	,187	1,900	,061
Kepercayaan	1,169	,145	,743	8,059	,000

a. Dependent Variable: Minat

Sumber: Data primer diolah (2025)

$$Y = -2,253 - 0,105X_1 + 0,229X_2 + 1,169X_3 + e$$

1. Hasil Pengujian t (parsial):

- Literasi keuangan (X_1) tidak berpengaruh terhadap minat, dengan nilai signifikansi $0,479 > 0,05$.
- Religiositas (X_2) tidak berpengaruh terhadap minat, dengan nilai signifikansi $0,061 > 0,05$.
- Kepercayaan (X_3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat, dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$.

2. Hasil Pengujian Koefisien Determinasi (R^2):

Nilai Adjusted R^2 sebesar 0,67,8, artinya 67,8% variasi minat masyarakat terhadap asuransi syariah dapat dijelaskan oleh variabel literasi keuangan, religiusitas, dan kepercayaan, sedangkan 32,2% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini, seperti control diri (Putri & Susanti, 2019), lokasi (Siti & Nurbaiti, 2019); kualitas pelayanan (Rama & Mira, 2022); pemahaman (Azifah et al. 2023).

Tabel 5. Hasil Pengujian Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.831 ^a	.691	.678	2.84140	2,275

a. Predictors: (Constant), Literasi Keuangan, Religiositas, Kepercayaan

b. Dependent Variable: Minat

Sumber: Data primer diolah (2025)

Pembahasan

Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Minat Menggunakan Asuransi Syariah

Berdasarkan *output coefficients*, diperoleh t-hitung untuk variabel literasi keuangan sebesar $-0,712 < t\text{-tabel } 1,991$, serta memiliki nilai signifikan sebesar $0,479 > 0,05$, maka hipotesis pertama yang diajukan di tolak dan menerima (H_0). Hal ini dapat diartikan: literasi keuangan dinyatakan tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan asuransi syariah di Kota Banda Aceh. Hal ini disebabkan karena pengetahuan keuangan responden dalam menjawab pertanyaan terkait literasi keuangan secara keseluruhan masih tergolong cukup baik. Rata-rata responden dari hasil penelitian lapangan menunjukkan bahwa literasi keuangan sudah mempengaruhi tingkat pengetahuan masyarakat terhadap asuransi syariah, tetapi dari individu masyarakatnya yang belum berminat menggunakan asuransi

syariah. Hal ini dapat timbul dari faktor finansial maupun faktor lain di luar literasi keuangan yang mempengaruhi minat masyarakat.

Literasi keuangan secara teori mengacu pada pengetahuan dan pemahaman tentang konsep keuangan dan risiko, serta keterampilan, motivasi dan kepercayaan diri untuk menerapkan pengetahuan dan pemahaman tersebut untuk membuat keputusan yang efektif dan berpartisipasi dalam berbagai kegiatan. Meningkatkan konteks keuangan kehidupan finansial oleh karena itu literasi keuangan mengacu pada pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan untuk menghadapi tantangan dan keputusan keuangan sehari-hari (Tulwaidah, Mubyarto, & Ismail, 2023). Hasil penelitian ini sejalan dengan temuan Puji & Hakim (2021) yang menyatakan bahwa literasi keuangan tidak berpengaruh terhadap minat menabung di bank syariah, berbeda halnya dengan yang ditemukan oleh penelitian Fauzi & Murniawaty (2020) serta Tulwaidah (2023) menyatakan bahwa literasi keuangan berpengaruh terhadap minat menabung.

Pengaruh Religiositas Terhadap Minat Menggunakan Asuransi Syariah

Berdasarkan *output coefficients*, diperoleh t-hitung untuk variabel religiositas sebesar $1,900 < t\text{-tabel } 1,991$, serta memiliki nilai signifikan sebesar $0,061 > 0,05$, maka hipotesis kedua yang diajukan di tolak dan menerima (H_0). Hal ini dapat diartikan: religiositas dinyatakan tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan asuransi syariah di Kota Banda Aceh. Rata-rata responden dari hasil penelitian lapangan menunjukkan bahwa religiositas sudah mempengaruhi tingkat pengetahuan masyarakat terhadap asuransi syariah, tetapi walaupun religiositas merupakan definisi yang merujuk pada tingkat keterikatan, komitmen dan praktik seseorang terhadap ajaran agama yang dianutnya, masyarakat belum minat menggunakan asuransi syariah walaupun asuransi syariah sendiri sudah menggunakan prinsip syariah dan tidak mengandung unsur riba, gharar dan maysir. Akan tetapi, masyarakat tidak berminat menggunakan asuransi syariah karena disebabkan oleh beberapa faktor, yaitu kurang akan pemahaman tentang produk asuransi syariah, persepsi masyarakat yang masih negatif terhadap biaya premi dalam asuransi syariah dan kurangnya pemahaman manfaat dari asuransi syariah.

Religiositas secara teori, merupakan keyakinan dalam suatu sistem kepercayaan dengan memberikan penghargaan yang signifikan terhadap nilai-nilai yang terkandung dalam agama, sehingga sikap dan perilaku akhirnya dapat memengaruhi pembuatan keputusan (Thohari & Hakim, 2021). Hasil kajian yang sejalan dengan Rachmatulloh & Solekah (2021) yang menemukan variabel religiositas tidak berdampak signifikan atau tidak berpengaruh secara terhadap minat menabung di bank syariah. Namun hasil kajian ini tidak sejalan dengan temuan yang dilakukan oleh Tripuspitorini (2019) dan Hasanah (2019) bahwa temuannya variabel religiositas berpengaruh signifikan terhadap minat menabung mahasiswa di bank syariah.

Pengaruh Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Asuransi Syariah

Berdasarkan hasil uji statistik secara parsial, yang dilakukan dengan membandingkan nilai t hitung dan nilai t tabel, variabel kepercayaan memperoleh nilai t hitung yaitu 8,059 dan nilai t tabel yaitu 1,991. Sehingga dapat diketahui t

hitung lebih besar dari t tabel ($8,059 > 1,991$) dengan nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). Dapat disimpulkan bahwa H_a diterima dan H_0 ditolak. Artinya variabel kepercayaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan asuransi syariah. Rata-rata responden dari hasil lapangan menunjukkan bahwa masyarakat memiliki kepercayaan untuk menggunakan asuransi karena dapat memberikan perlindungan finansial bagi pemegang polis dengan cara saling membantu dalam kebaikan, berbagi risiko, serta menerapkan prinsip-prinsip keadilan dan keseimbangan. Hal ini menunjukkan bahwa ternyata kepercayaan berpengaruh secara signifikan terhadap minat menggunakan asuransi syariah.

Secara teoritis, hasil ini mendukung kerangka berpikir yang dibangun dari kombinasi teori perilaku konsumen. Kepercayaan merupakan elemen penting dalam pengambilan keputusan konsumen. Dalam konteks asuransi syariah, kepercayaan mencakup keyakinan bahwa lembaga asuransi syariah akan memenuhi kewajibannya dalam hal pembayaran klaim dan pengelolaan dana. Penelitian ini menunjukkan bahwa individu masyarakat yang memiliki kepercayaan tinggi terhadap lembaga non bank/asuransi syariah sehingga cenderung lebih bersedia untuk membeli produk asuransi. Hal ini sejalan dengan teori yang menyatakan bahwa kepercayaan dapat mengurangi ketidakpastian dan risiko yang dirasakan oleh konsumen. Penelitian ini juga diperkuat oleh penelitian Nurrohmah & Purbayati (2020) kepercayaan masyarakat berpengaruh terhadap minat menabung di bank syariah. kemudian hasil kajian Haryono (2021) juga menyimpulkan bahwa kepercayaan masyarakat berpengaruh positif terhadap minat menabung seseorang di bank syariah.

KESIMPULAN

Berdasarkan temuan kajian yang dapat disimpulkan bahwa hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan dan religiositas tidak berpengaruh terhadap minat asuransi syariah. Sedangkan tingkat kepercayaan terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat Banda Aceh untuk menggunakan asuransi syariah. Secara keseluruhan potensi variabel literasi keuangan, religiositas, dan kepercayaan menggunakan asuransi syariah dengan kontribusi sebesar 69,1% terhadap variasi minat masyarakat.

REFERENSI

- Azifah, N., Putra, D. A., & Ramadhani, S. (2023). Analisis Pengaruh Pemahaman dan Kepercayaan Terhadap Minat Menjadi Peserta Asuransi Syariah serta Persepsi Masyarakat Sebagai Variabel Intervening (Studi Masyarakat Jabodetabek). *Jurnal Ekonomi dan Keuangan Syariah*, 11(1), 67–79.
- Badan Pusat Statistik (BPS). (2024). Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan.
- Chen, H., & Volpe, R. P. (1998). An Analysis of Personal Financial Literacy Among College Students. *Financial Services Review*, 7(2), 107–128.
- Erwan A, Putra P A., & Riduwan. (2021). Pengaruh Religiusitas, Pelayanan dan Tarif Premi terhadap Kepuasan Nasabah Asuransi Syariah dengan Minat Berasuransi Syariah Sebagai Variabel Intervening di Perusahaan Asuransi Syariah Cabang Surabaya, *Journal Islamic Banking & Finance*, 5(2) <https://perisai.umsida.ac.id/index.php/perisai/article/view/1508>

- Fauzi, A., & Murniawaty, N. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Minat Menabung Mahasiswa di Perbankan Syariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(1), 45–53.
- Fuad, A., & Riza, A. (2024). Risk Perception Has An Influence On The Decision To Use Action Mobile Banking At Bank Aceh. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 5(2), 96-103. <https://doi.org/10.22373/gknbd672>
- Ghozali, I. (2021). Aplikasi Analisis Multivariat (Edisi ke-10). Semarang, Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Glock, C. Y., & Stark, R. (1965). *Religion and Society in Tension*. Chicago: Rand McNally.
- Haryono, R. (2021). Pengetahuan, Religiusitas dan Kepercayaan terhadap Minat Menabung di Bank Syariah (Studi Kasus Masyarakat Kota Jambi). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(1), 45–53.
- Hasanah, N., & Huriyah, H. (2022). Religius Radikal: Dualisme Gen-Z Dalam Mengekspresikan Kesadaran Beragama Dan Kesalehan. *Jurnal Penelitian* 16(1):23. doi: 10.21043/Jp.V16i1.13759.
- Hidayat, S. E., & Firmansyah, I. (2021). Pengaruh Literasi dan Kepercayaan terhadap Minat Masyarakat pada Asuransi Syariah. *Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 9(2), 112–123.
- Iskandar, E., Ayumiati A., & Katrin, N. (2019). Analisis Prosedur Pembiayaan dan Manajemen Risiko pada Perusahaan Peer To Peer (P2p) Lending Syariah di Indonesia, *J-ISCAN: Journal of Islamic Accounting Research*, 1(2), 1-28.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2016). Prinsip-prinsip Pemasaran. Edii13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip & Keller, Kevin Lane. (2016). Marketing Management. 16th Edition. Pearson Education Inc, New Jersey.
- Lusardi, Annamaria, & Mitchell, Olivia S. (2014). Pentingnya Literasi Keuangan Bagi Ekonomi: Teori dan Bukti. *Jurnal Sastra Ekonomi* 52(1), 5–44.
- Nuranggraeni. (2020). Inovasi Financial Technology (Fintech) pada Asuransi Syariah (Studi Kasus: PT Duta Danadyakasa Teknologi) <https://ejournal.almaata.ac.id/index.php/JESI/article/view/1134>
- Nurrohmah, M., & Purbayati, I. (2020). Pengaruh Tingkat Literasi Keuangan Syariah dan Kepercayaan Masyarakat terhadap Minat Menabung di Bank Syariah. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan*, 7(2), 129–140.
- Mayer, R. C., Davis, J. H., & Schoorman, F. D. (1995). An Integrative Model Of Organizational Trust. *Academy of management review*, 20(3), 709-734.
- Otoritas Jasa Keuangan (OJK). (2022). *Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia (Revisit 2021)*. Jakarta: Otoritas Jasa Keuangan.
- Puji, R., & Hakim, L. (2021). Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Minat Menabung di Bank Syariah pada Mahasiswa. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 9(2), 115–124.
- Putri, R. A., & Susanti, N. (2019). Pengaruh Kontrol Diri, Religiusitas, Literasi Keuangan, Inklusi Keuangan Terhadap Perilaku Menabung di Bank Syariah Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan*, 6(8), 897–910.

- Rachmatulloh, A., & Solekah, N. (2021). Pengaruh Literasi Keuangan, Religiusitas dan Gaya Hidup terhadap Minat Menabung di Bank Syariah. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 9(1), 25–34.
- Rama, A., & Mira, D. (2022). Pengaruh Literasi Asuransi, Religiusitas dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Generasi Milenial Menggunakan Asuransi Syariah. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Syariah*, 4(1), 43–56.
- Rusydiana, A. S. (2018). Bagaimana Mengembangkan Industri Fintech Syari'ah Di Indonesia? Pendekatan Interpretive Structural Model (ISM). *Jurnal Al-Muzra'ah* 6(2). <https://journal.ipb.ac.id/index.php/jalmuzaraah/article/view/23311>
- Santoso, R., & Huda, N. (2023). Peran Transformasi Digital dalam Meningkatkan Literasi dan Akseptasi Asuransi Syariah di Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 11(2), 89–102.
- Siti, M., & Nurbaiti, R. (2019). Pengaruh Tingkat Kepercayaan, Literasi Keuangan Syariah dan Lokasi Terhadap Minat Menjadi Nasabah di Bank Syari'ah dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderasi (Studi Kasus Masyarakat Kecamatan Sosa). *Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 3(2), 81–95
- Siti, N., Rahmawati, D., & Lestari, M. (2024). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Minat Nasabah pada Asuransi Syariah di Indonesia. *Jurnal Manajemen dan Keuangan Syariah*, 12(1), 34–45.
- Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sulaeman, A., Fitriani, R., & Maulana, M. (2023). Konsep dan Implementasi Asuransi Syariah di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia*, 11(1), 45–58.
- Thohari, C., & Hakim, L. (2021). Peran Religiusitas Sebagai Variabel Moderating Pembelajaran Perbankan Syariah, Literasi Keuangan Syariah, Product Knowledge Terhadap Keputusan Menabung Di Bank Syariah. *Jurnal Pendidikan Akuntansi (JPAK)*, 9(1), 46–57.
- Tripuspitorini, N. (2019). Pengaruh Pengetahuan Perbankan Syariah dan Religiusitas terhadap Minat Menabung Mahasiswa di Bank Syariah. *Jurnal Ekonomi & Bisnis Islam*, 5(2), 133–142
- Tulwaidah, N. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Minat Menabung Mahasiswa pada Bank Syariah. *Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 11(1), 78–86
- Tulwaidah, S., Mubyarto, M., & Ismail, M. (2023). Literasi Keuangan dan Dampaknya terhadap Pengambilan Keputusan Keuangan Rumah Tangga. *Jurnal Ekonomi dan Keuangan Syariah*, 11(1), 45–56.
- Yusuf, A., & Putri, R. (2024). Kepercayaan dan Pemahaman Produk terhadap Minat Masyarakat dalam Menggunakan Asuransi Syariah. *Jurnal Ekonomi Syariah dan Keuangan Islam*, 10(1), 55–68.