JSE: Jurnal Sharia Economica
JSE, Volume 5 Nomor 3, Juli 2026, DOI: https://doi.org/10.46773/jse.v4i1
e-ISSN 2828-4585 p-ISSN 2828-5514

PENGARUH LITERASI KEUANGAN SYARIAH, HALAL LIFESTYLE DAN RELIGIUSITAS TERHADAP MINAT TALANGAN UMROH DI BANK SUMUT SYARIAH

Dwi Purnama Sari[1], Muhammad Irwan Padli Nasution[2] Andri Soemitra[3]

[1] Universitas Islam Negeri Sumatera Utara; dwipurnamasari92@gmail.com
[2] Universitas Islam Negeri Sumatera Utara; irwannst@uinsu.ac.id
[3] Universitas Islam Negeri Sumatera Utara; andrisoemitra@uinsu.ac.id

Keywords:
Islamic Financial Literacy;
Halal Lifestyle;
Religiosity;
Interest in Umrah Financing

Abstract

This study examines the influence of Islamic financial literacy, halal lifestyle, and religiosity on customer interest in using Umrah financing (advances) at Bank Sumut Syariah. The growing demand among Muslims to perform Umrah has heightened the need for Sharia-compliant financing options. Using a quantitative survey approach, the study drew on a population of 130 Umrah advance customers as of April 2026, with a sample of 98 respondents determined via the Slovin formula (5% margin of error). Data were collected through questionnaires and analyzed using multiple linear regression in SPSS. Results show that Islamic financial literacy (sig. 0.000), halal lifestyle (sig. 0.001), and religiosity (sig. 0.000) each have a positive and significant effect on interest in Umrah financing, with religiosity being the most dominant factor. Simultaneously, all three variables significantly influence interest (sig. 0.000), with an R^2 of 0.615, meaning they collectively explain 61.5% of the variation in customer interest. These findings highlight that strengthening financial knowledge, promoting halal lifestyles, and reinforcing religiosity are key strategies for increasing public interest in Sharia-based Umrah financing, offering practical implications for Islamic banks in designing more effective marketing and educational approaches.

Kata kunci:
Literasi Keuangan Syariah;
Halal Lifestyle;
Religiusitas;
Minat Talangan Umrah,

Diajukan : Juni 2026

Diterima : Juli 2026

Diterbitkan : Juli 2026

Abstrak

Penelitian ini menguji pengaruh literasi keuangan syariah, gaya hidup halal, dan religiusitas terhadap minat nasabah menggunakan pembiayaan umrah (uang muka) di Bank Sumut Syariah. Meningkatnya permintaan di kalangan umat Islam untuk melakukan umrah telah meningkatkan kebutuhan akan pilihan pembiayaan yang sesuai dengan syariah. Dengan menggunakan pendekatan survei kuantitatif, penelitian ini mengambil populasi 130 jemaah umroh per April 2026, dengan sampel sebanyak 98 responden ditentukan melalui rumus Slovin (margin of error 5%). Data dikumpulkan melalui kuesioner dan dianalisis menggunakan regresi linier berganda di SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan syariah (sig. 0,000), gaya hidup halal (sig. 0,001), dan religiusitas (sig. 0,000) masing-masing berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pembiayaan umrah, dengan religiusitas menjadi faktor yang paling dominan. Secara simultan ketiga variabel berpengaruh signifikan terhadap Minat (sig. 0,000), dengan R^2 sebesar 0,615, artinya secara bersama-sama menjelaskan 61,5% variasi minat nasabah. Temuan ini menyoroti bahwa penguatan pengetahuan keuangan, promosi gaya hidup halal, dan penguatan religiusitas adalah strategi utama untuk meningkatkan minat masyarakat terhadap pembiayaan umrah berbasis syariah, sehingga menawarkan implikasi praktis bagi bank syariah dalam merancang pendekatan pemasaran dan pendidikan yang lebih efektif..

Corresponding Author:
Dwi Purnama Sari
In Universitas Islam Negeri Sumatera Utara; dwipurnamasari92@gmail.com

PENDAHULUAN

Ibadah umrah menjadi salah satu praktik keagamaan yang semakin diminati masyarakat Muslim Indonesia dalam beberapa tahun terakhir. Peningkatan ini didorong oleh menguatnya kesadaran religius, berkembangnya kelas menengah Muslim, serta meluasnya ekosistem ekonomi dan industri halal. Umrah kini tidak lagi dipandang sekadar ibadah sunnah, melainkan bagian dari kebutuhan spiritual untuk mendekatkan diri kepada Allah SWT (Wulandari et al., 2024). Meski demikian, tinggi biaya perjalanan tetap menjadi kendala utama, terutama bagi masyarakat yang memiliki niat kuat namun keterbatasan finansial (Nurhidayah et al., 2024).

Merespons kondisi tersebut, lembaga keuangan syariah mengembangkan produk pembiayaan, salah satunya talangan umrah fasilitas pendanaan yang membantu calon jamaah berangkat melalui mekanisme sesuai prinsip syariah (Yuristama & Saripudin, 2022). Produk ini berperan ganda: sebagai instrumen pembiayaan dan sebagai bagian dari upaya inklusi keuangan syariah dalam memenuhi kebutuhan spiritual umat (Dirgantara et al., 2024). Di Sumatera Utara, Bank Sumut Syariah menjadi salah satu penyedia fasilitas talangan umrah bagi masyarakat yang belum memiliki dana tunai memadai.

Namun, tingkat pemanfaatan fasilitas ini tidak hanya ditentukan oleh kemampuan ekonomi (Herawati et al., 2017). Dalam perspektif perilaku konsumen Muslim, keputusan menggunakan produk keuangan syariah merupakan hasil pertimbangan yang melibatkan pengetahuan, keyakinan, nilai keagamaan, dan gaya hidup (Intansari & Zahroh, 2019). Karena itu, memahami faktor-faktor yang membentuk minat masyarakat terhadap talangan umrah penting dikaji guna mendukung pengembangan produk dan strategi pemasaran perbankan syariah secara lebih efektif.

Salah satu faktor yang diduga berpengaruh adalah literasi keuangan syariah (Gustati et al., 2023), yakni kemampuan individu memahami konsep, prinsip, akad, serta produk dan layanan keuangan berbasis syariat Islam (Dewi, 2024). Literasi yang baik membantu masyarakat memahami manfaat, risiko, dan mekanisme pembiayaan syariah sehingga keputusan keuangan dapat diambil secara lebih rasional (Pida & Imsar, 2022). Dalam konteks pembiayaan umrah, pemahaman yang baik dapat meningkatkan kepercayaan terhadap produk talangan umrah sekaligus mendorong minat penggunaannya.

Faktor lain yang relevan adalah halal lifestyle, yang maknanya kini meluas—tidak lagi terbatas pada konsumsi makanan dan minuman, tetapi juga mencakup produk keuangan, pariwisata, fesyen, kosmetik, hingga aktivitas sosial dan ibadah (Mustaidah & Sadiyah, 2025). Perluasan ini menunjukkan upaya masyarakat Muslim modern mengintegrasikan nilai-nilai Islam ke berbagai aspek kehidupan. Dengan

demikian, pemanfaatan pembiayaan syariah untuk mendukung ibadah umrah dapat dipandang sebagai manifestasi gaya hidup halal yang semakin menguat.

Faktor berikutnya yang diperkirakan berpengaruh adalah religiusitas (Suwatno et al., 2019), yaitu tingkat keyakinan, pemahaman, penghayatan, dan pengamalan seseorang terhadap ajaran agamanya. Dalam berbagai kajian perilaku konsumen Muslim, religiusitas sering menjadi variabel penting yang membentuk preferensi terhadap produk dan layanan berbasis syariah. Individu dengan religiusitas tinggi umumnya lebih selektif dalam memilih produk keuangan dan cenderung mengutamakan layanan yang sejalan dengan nilai-nilai Islam (Gahagho et al., 2021). Dengan demikian, semakin tinggi religiusitas seseorang, semakin besar pula kemungkinan munculnya minat menggunakan talangan umrah berbasis syariah.

Penelitian terdahulu, seperti (Hasanah & Sihotang, 2023), (Ilyas et al., 2022) dan (Nurrohmah & Purbayati, 2020), menunjukkan bahwa literasi keuangan syariah, halal lifestyle, dan religiusitas berpotensi memengaruhi keputusan penggunaan produk keuangan syariah. Namun, hasilnya masih beragam: sebagian studi menemukan pengaruh literasi keuangan syariah yang signifikan, sementara studi lain menunjukkan pengaruh yang relatif lemah karena keputusan nasabah lebih dipengaruhi kebutuhan praktis dan kemudahan layanan. Variasi temuan juga terjadi pada halal lifestyle dan religiusitas beberapa studi membuktikan pengaruh signifikan, sementara lainnya menunjukkan kedua variabel tersebut belum tentu dominan dalam keputusan keuangan. Inkonsistensi ini membuka peluang bagi penelitian lanjutan.

Selain itu, kajian terdahulu umumnya berfokus pada minat penggunaan produk perbankan syariah secara luas seperti tabungan syariah, pembiayaan mikro, atau mobile banking syariah, sementara penelitian yang secara spesifik mengkaji minat penggunaan talangan umrah, khususnya yang mengintegrasikan ketiga variabel di atas dalam satu model, masih terbatas. Kesenjangan ini penting diisi mengingat talangan umrah memiliki karakteristik unik karena berkaitan langsung dengan kebutuhan spiritual dan ibadah.

Berdasarkan kesenjangan tersebut, novelty penelitian ini terletak pada pengujian simultan pengaruh literasi keuangan syariah, halal lifestyle, dan religiusitas terhadap minat talangan umrah pada nasabah Bank Sumut Syariah topik yang belum banyak dikaji secara terpadu. Berbeda dari penelitian sebelumnya yang umumnya membahas produk perbankan syariah secara umum, penelitian ini berfokus pada talangan umrah yang menggabungkan aspek finansial dan spiritual dalam satu keputusan konsumsi. Penelitian ini diharapkan memberi kontribusi teoritis bagi kajian perilaku konsumen Muslim, serta kontribusi praktis bagi perbankan syariah dalam merancang strategi peningkatan minat masyarakat terhadap pembiayaan ibadah.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh literasi keuangan syariah, halal lifestyle, dan religiusitas terhadap minat penggunaan talangan umrah pada nasabah Bank Sumut Syariah, sekaligus memberikan gambaran komprehensif mengenai faktor-faktor yang membentuk minat masyarakat terhadap fasilitas pembiayaan umrah berbasis syariah.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei untuk menguji pengaruh literasi keuangan syariah, halal lifestyle, dan religiusitas terhadap minat talangan umrah pada nasabah Bank Sumut Syariah. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarkan kepada responden pada tahun 2026.

Populasi penelitian adalah seluruh nasabah pengguna talangan umrah Bank Sumut Syariah, yang berjumlah 130 orang berdasarkan data April 2026. Ukuran sampel ditentukan menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 5% (Jhon W Creswell, 2010):

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

$$n = \frac{130}{1 + 130(0{,}05)^2}$$

$$n = \frac{130}{1 + 130(0{,}0025)}$$

$$n = \frac{130}{1 + 0{,}325}$$

$$n = \frac{130}{1{,}325}$$

$$n = 98{,}11$$

Hasil perhitungan dibulatkan menjadi 98 responden, yang dipilih melalui teknik simple random sampling sehingga setiap anggota populasi memiliki kesempatan yang sama untuk terpilih. Penelitian ini menggunakan data primer dari kuesioner dan data sekunder dari laporan Bank Sumut Syariah, buku, jurnal ilmiah, serta dokumen pendukung lainnya.

Tabel 1. Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi Operasional	Indikator
Literasi Keuangan Syariah (X1)	Tingkat pengetahuan dan pemahaman responden mengenai prinsip serta produk keuangan syariah.	1. Pengetahuan akad syariah 2. Pemahaman produk syariah 3. Pemahaman larangan riba 4. Kemampuan pengambilan keputusan keuangan syariah
Halal Lifestyle (X2)	Pola hidup yang mencerminkan penerapan nilai-nilai halal dalam aktivitas konsumsi dan keuangan.	1. Konsumsi produk halal 2. Penggunaan jasa halal 3. Preferensi keuangan syariah 4. Komitmen terhadap gaya hidup Islami
Religiusitas (X3)	Tingkat keyakinan dan pengamalan ajaran Islam dalam kehidupan sehari-hari.	1. Keyakinan agama 2. Praktik ibadah 3. Pengalaman keagamaan 4. Pengetahuan agama 5. Pengamalan nilai Islam
Minat Talangan	Keinginan dan	1. Ketertarikan

Umrah (Y)	kecenderungan nasabah untuk menggunakan fasilitas talangan umrah.	2. Keinginan menggunakan 3. Pencarian informasi 4. Niat penggunaan 5. Rekomendasi kepada orang lain

Sumber: data penelitian 2026

Data dikumpulkan melalui kuesioner, dokumentasi, dan studi kepustakaan. Kuesioner menjadi instrumen utama dengan skala Likert lima poin (1 = sangat tidak setuju hingga 5 = sangat setuju). Dokumentasi digunakan untuk memperoleh data jumlah nasabah dan informasi pendukung lainnya, sementara studi kepustakaan dilakukan melalui penelaahan buku, artikel jurnal, dan laporan terkait literasi keuangan syariah, halal lifestyle, religiusitas, dan minat produk keuangan syariah (Balaka, 2022).

Analisis data diawali dengan uji validitas dan reliabilitas untuk memastikan ketepatan dan konsistensi instrumen. Selanjutnya dilakukan uji asumsi klasik, meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas, guna memenuhi syarat analisis regresi.

Pengaruh ketiga variabel independen terhadap minat talangan umrah diuji menggunakan analisis regresi linear berganda dengan persamaan (Sugiyono, 2023):

$$Y = \alpha + \beta1X1 + \beta2X2 + \beta3X3 + e$$

Keterangan: Y = Minat Talangan Umrah; X1 = Literasi Keuangan Syariah; X2 = Halal Lifestyle; X3 = Religiusitas; α = konstanta; β1, β2, β3 = koefisien regresi; e = error.

Pengujian hipotesis dilakukan melalui uji t untuk melihat pengaruh parsial masing-masing variabel, serta uji F untuk menguji pengaruh simultan. Uji koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur sejauh mana ketiga variabel independen menjelaskan variasi minat talangan umrah.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Uji validitas dan reabilitas

Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui kemampuan setiap item pernyataan dalam mengukur variabel yang diteliti, menggunakan metode Pearson Product Moment dengan bantuan SPSS versi 25. Suatu item dinyatakan valid apabila nilai r hitung lebih besar dari r tabel sebesar 0,1986 pada taraf signifikansi 5% dengan 98 responden.

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Variabel Literasi Keuangan Syariah (X1)

Pernyataan	Nilai r tabel	Pearson Correlation	Ket.
Item Pernyataan 1	0,1986	0,721	Valid
Item Pernyataan 3	0,1986	0,684	Valid
Item Pernyataan 3	0,1986	0,752	Valid
Item Pernyataan 4	0,1986	0,698	Valid

Sumber: Olahan data SPSS (2026)

Tabel 3. Hasil Uji Validitas Variabel Halal Lifestyle (X2)

Pernyataan	Nilai r tabel	Pearson Correlation	Ket.
Item Pernyataan 1	0,1986	0,653	Valid
Item Pernyataan 3	0,1986	0,702	Valid
Item Pernyataan 3	0,1986	0,688	Valid
Item Pernyataan 4	0,1986	0,724	Valid

Sumber : Olahan data SPSS (2026)

Tabel 4. Hasil Uji Validitas Variabel Religiusitas (X3)

Pernyataan	Nilai r tabel	Pearson Correlation	Ket.
Item Pernyataan 1	0,1986	0,781	Valid
Item Pernyataan 3	0,1986	0,745	Valid
Item Pernyataan 3	0,1986	0,726	Valid
Item Pernyataan 4	0,1986	0,792	Valid
Item Pernyataan 5	0,1986	0,758	Valid

Sumber : Olahan data SPSS (2026)

Tabel 5. Hasil Uji Validitas Variabel Minat Talangan Umrah (Y)

Pernyataan	Nilai r tabel	Pearson Correlation	Ket.
Item Pernyataan 1	0,1986	0,803	Valid
Item Pernyataan 3	0,1986	0,785	Valid
Item Pernyataan 3	0,1986	0,818	Valid
Item Pernyataan 4	0,1986	0.774	Valid
Item Pernyataan 5	0,1986	0,792	Valid

Sumber : Olahan data SPSS (2026)

Seluruh item pada keempat variabel memiliki nilai Pearson Correlation lebih besar dari r tabel, sehingga seluruh instrumen dinyatakan valid dan layak digunakan sebagai alat pengumpulan data.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan menggunakan metode Cronbach's Alpha. Instrumen dinyatakan reliabel apabila memiliki nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,60.

Tabel 6. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y

Cronbach's Alpha	N of Items
0,901	5

Sumber : Olahan data SPSS (2026)

Tabel 7. Hasil Uji Reliabilitas Variabel X1

Cronbach's Alpha	N of Items
0,842	4

Sumber : Olahan data SPSS (2026)

Tabel 8. Hasil Uji Reliabilitas Variabel X2

Cronbach's Alpha	N of Items
0,856	4

Sumber : Olahan data SPSS (2026)

Tabel 9. Hasil Uji Reliabilitas Variabel X3

Cronbach's Alpha	N of Items

0,887	5

Sumber : Olahan data SPSS (2026)

Seluruh variabel memiliki Cronbach's Alpha di atas 0,60, sehingga seluruh instrumen dinyatakan reliabel dan konsisten.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Tabel 10. Hasil Uji Regression Standardized Residual

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		98
Normal Parameters[a,b]	Mean	.0000000
	Std. Deviation	8.64961567
Most Extreme Differences	Absolute	.085
	Positive	.055
	Negative	-.085
Test Statistic		.079
Asymp. Sig. (2-tailed)		.087[c]
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Sumber : Olahan data SPSS (2026)

Nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,087 > 0,05, sehingga data dinyatakan berdistribusi normal dan memenuhi asumsi normalitas.

Uji Heteroskedastisitas

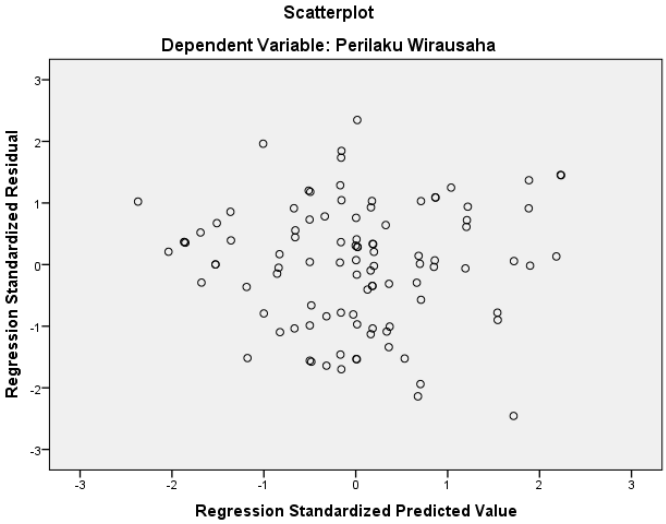
Tabel 11. Hasil Uji Glejser

Coefficients[a]

Model		**Unstandardized Coefficients**		**Standardized Coefficients**	**t**	**Sig.**
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-1.965	4.153		-.473	.637
	Literasi keuangan syariah	.137	.088	.155	1.552	.318
	Halal Lifestyle	.129	.082	.152	1.619	.264
	Religiusitas	.127	.076	.167	1.667	.412
a. Dependent Variable: Abs_Res						

Sumber : Olahan data SPSS (2026)

Ketiga variabel independen memiliki signifikansi di atas 0,05 (0,318; 0,264; 0,412), artinya tidak terdapat hubungan signifikan antara variabel independen dengan nilai residual absolut. Dengan demikian, model regresi tidak mengalami heteroskedastisitas dan varians residual bersifat konstan (homoskedastisitas), sehingga data layak digunakan untuk uji hipotesis selanjutnya.. Selain uji Glejser, pengujian juga didukung oleh analisis *scatterplot* seperti pada gambar berikut:



Sumber : Olahan data SPSS (2026)

Gambar 1. Scatterplot Hasil Uji Heteroskedastisitas

Grafik *scatterplot* menunjukkan bahwa sebaran titik bersifat acak dan berada di atas maupun di bawah nilai nol pada sumbu Y. Kondisi ini menandakan bahwa model regresi tidak mengalami gejala heteroskedastisitas.

Uji Multikolinieritas

Tabel 12. Hasil Uji Multikolinieritas

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	5.124	7.070		0.724	.471		
	Literasi keuangan syariah	.358	.151	.737	4.271	.000	.812	1.232
	Halal Lifestyle	.274	.131	.423	3.684	.001	.775	1.290
	Religiusitas	.421	.129	.396	5.329	.000	.804	1.244
a. Dependent Variable: Minat Talangan Umrah								

Sumber : Olahan data SPSS (2026)

Seluruh variabel memiliki Tolerance di atas 0,10 dan VIF di bawah 10,00, sehingga model regresi dinyatakan bebas dari gejala multikolinearitas.

Uji Statistik

Analisis Uji Regresi Linier Berganda

Tabel 13. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.124	7.070		0.724	.471
	Literasi keuangan syariah	.358	.151	.737	4.271	.000
	Halal Lifestyle	.274	.131	.423	3.684	.001
	Religiusitas	.421	.129	.396	5.329	.000

a. Dependent Variable: Minat Talangan Umrah

Sumber : Olahan data SPSS (2026)

Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda diperoleh persamaan:

$$Y = 5{,}124 + 0{,}358X_1 + 0{,}274X_2 + 0{,}421X_3$$

Konstanta sebesar 5,124 menunjukkan bahwa jika X1, X2, dan X3 bernilai nol, minat talangan umrah tetap sebesar 5,124. Koefisien regresi literasi keuangan syariah (0,358, sig. 0,000) menunjukkan setiap kenaikan satu satuan literasi akan meningkatkan minat sebesar 0,358 satuan, dengan variabel lain dianggap konstan pengaruhnya positif dan signifikan. Koefisien halal lifestyle (0,274, sig. 0,001) menunjukkan pengaruh positif dan signifikan serupa terhadap minat talangan umrah. Koefisien religiusitas (0,421, sig. 0,000) juga positif dan signifikan, sekaligus menjadi variabel dengan pengaruh terbesar, diikuti literasi keuangan syariah dan halal lifestyle. Dengan demikian, peningkatan ketiga variabel tersebut secara konsisten mendorong meningkatnya minat nasabah terhadap produk talangan umrah.

Uji Hipotesis

Uji T (Parsial)

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap minat talangan umrah, dengan t tabel sebesar 1,661 (α = 0,05). Variabel dinyatakan berpengaruh jika t hitung > t tabel dan sig. < 0,05.

Tabel 14. Hasil Uji T

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.124	7.070		0.724	.471
	Literasi keuangan syariah	.358	.151	.737	4.271	.000
	Halal Lifestyle	.274	.131	.423	3.684	.001
	Religiusitas	.421	.129	.396	5.329	.000
a. Dependent Variable: Minat Talangan Umrah						

Sumber : Olahan data SPSS (2026)

Literasi keuangan syariah memiliki t hitung 4,271 > 1,661 dengan sig. 0,000, sehingga berpengaruh positif dan signifikan, semakin baik pemahaman nasabah terhadap konsep dan produk keuangan syariah, semakin tinggi minatnya menggunakan talangan umrah. Halal lifestyle memiliki t hitung 3,684 > 1,661 dengan sig. 0,001, menunjukkan bahwa penerapan gaya hidup halal yang semakin kuat meningkatkan kecenderungan menggunakan produk talangan umrah. Religiusitas memiliki t hitung 5,329 > 1,661 dengan sig. 0,000, mengindikasikan bahwa semakin tinggi religiusitas nasabah, semakin besar keinginannya berumrah melalui fasilitas pembiayaan ini. Dengan demikian, seluruh variabel independen terbukti berpengaruh positif dan signifikan secara parsial, sehingga H1, H2, dan H3 diterima.

Uji F

Uji F menguji pengaruh literasi keuangan syariah, halal lifestyle, dan religiusitas secara bersama-sama terhadap minat talangan umrah, dengan kriteria sig. < 0,05.

Tabel 15. Hasil Uji F

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	8743.341	3	2914.447	36,990	.000[b]
	Residual	7406.769	94	78.795		
	Total	16150.110	97			
a. Dependent Variable: Minat Talangan Umrah						
b. Predictors: (Constant), Literasi keuangan syariah, Halal Lifestyle syariah, Religiusitas						

Sumber : Olahan data SPSS (2026)

Nilai F hitung sebesar 36,990 dengan sig. 0,000 < 0,05 menunjukkan model regresi layak digunakan. Dengan demikian, H4 diterima dan H0 ditolak, literasi keuangan syariah, halal lifestyle, dan religiusitas secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat talangan umrah. Temuan ini menegaskan bahwa peningkatan pemahaman keuangan syariah, penerapan gaya hidup halal, dan religiusitas yang lebih tinggi secara bersama-sama berkontribusi penting dalam membentuk keputusan dan minat nasabah terhadap layanan pembiayaan umrah berbasis syariah.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji R^2 mengukur kemampuan model dalam menjelaskan variasi variabel dependen; semakin besar nilainya, semakin baik kemampuan variabel independen menjelaskan variabel dependen.

Tabel 16. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0.784	0.615	0.603	8.468

Sumber: Olahan data SPSS (2026)

Nilai R^2 sebesar 0,615 (61,5%) menunjukkan bahwa literasi keuangan syariah, halal lifestyle, dan religiusitas mampu menjelaskan 61,5% variasi minat talangan umrah, sementara 38,5% sisanya dipengaruhi faktor lain di luar model, seperti pendapatan, kualitas pelayanan, promosi, persepsi risiko, kemudahan prosedur pembiayaan, dan faktor sosial lainnya yang tidak dianalisis dalam penelitian ini.

Pembahasan

Pengaruh Literasi Keuangan Syariah terhadap Minat Talangan Umrah di Bank Sumut Syariah

Hasil penelitian menunjukkan literasi keuangan syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat talangan umrah di Bank Sumut Syariah, dibuktikan dengan nilai signifikansi 0,000 (< 0,05) dan koefisien regresi 0,358. Artinya, semakin tinggi literasi keuangan syariah nasabah, semakin tinggi pula minatnya menggunakan fasilitas talangan umrah. Dengan demikian, H1 diterima.

Temuan ini menunjukkan bahwa pemahaman nasabah terhadap prinsip keuangan syariah, akad pembiayaan, larangan riba, serta mekanisme operasional produk perbankan syariah menjadi faktor penting dalam membentuk minat tersebut. Nasabah dengan literasi yang baik cenderung lebih memahami manfaat dan kesesuaian syariah produk talangan umrah, sehingga memiliki keyakinan lebih tinggi untuk memanfaatkannya.

Secara teoritis, temuan ini sejalan dengan konsep bahwa pengetahuan individu terhadap produk keuangan syariah memengaruhi perilaku dan keputusan keuangannya semakin baik pemahaman seseorang, semakin besar kemungkinan ia memilih produk syariah dibanding konvensional (Rini, 2021). Dalam konteks talangan umrah, literasi keuangan syariah tidak hanya menyangkut aspek finansial, tetapi juga pemahaman akad dan nilai syariah yang melekat pada produk, yang pada akhirnya meningkatkan rasa aman dan kepercayaan nasabah. Oleh karena itu, edukasi dan sosialisasi produk keuangan syariah menjadi strategi penting yang perlu terus ditingkatkan Bank Sumut Syariah.

Hasil ini mendukung penelitian (Gustati et al., 2023) dan (Raihan et al., 2022) yang menemukan literasi keuangan syariah berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan produk perbankan syariah dan minat menjadi nasabah bank syariah, sekaligus memperkuat argumen bahwa literasi keuangan syariah merupakan determinan utama inklusi keuangan syariah di Indonesia.

Pengaruh Halal Lifestyle terhadap Minat Talangan Umrah di Bank Sumut Syariah

Halal lifestyle terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat talangan umrah, dengan signifikansi 0,001 (< 0,05) dan koefisien regresi 0,274. Semakin kuat penerapan gaya hidup halal dalam kehidupan sehari-hari, semakin tinggi pula minat menggunakan fasilitas talangan umrah, sehingga H2 diterima.

Temuan ini menegaskan bahwa gaya hidup halal kini menjadi bagian penting perilaku konsumsi Muslim, tidak lagi terbatas pada makanan dan minuman, tetapi meluas ke produk keuangan, pariwisata, kosmetik, fesyen, hingga aktivitas ibadah. Masyarakat yang menjadikan nilai halal sebagai pedoman hidup cenderung lebih memilih produk dan layanan sesuai prinsip syariah, termasuk pembiayaan umrah (Huwaida et al., 2025).

Dalam perspektif perilaku konsumen Muslim, halal lifestyle mencerminkan komitmen menjalankan aktivitas ekonomi sejalan nilai Islam. Kebiasaan memilih produk halal dalam berbagai aspek kehidupan mendorong peningkatan kecenderungan menggunakan produk keuangan syariah. Talangan umrah dipandang sebagai sarana yang memenuhi kebutuhan finansial sekaligus mendukung ibadah melalui mekanisme sesuai syariah (Faizal & Saly, 2022).

Nasabah dengan orientasi gaya hidup halal cenderung lebih selektif memilih lembaga keuangan dan memperhatikan kesesuaian produk dengan nilai agama, sehingga talangan umrah menjadi pilihan relevan karena mengintegrasikan kebutuhan finansial dan spiritual sekaligus. Temuan ini sejalan dengan (Kurniawati & Savitri,

2020) yang menyatakan bahwa semakin kuat orientasi halal lifestyle seseorang, semakin besar kecenderungannya memilih produk yang sesuai prinsip Islam.

Pengaruh Religiusitas terhadap Minat Talangan Umrah di Bank Sumut Syariah

Religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat talangan umrah, dengan signifikansi 0,000 (< 0,05) dan koefisien regresi 0,421 nilai terbesar di antara seluruh variabel, menjadikan religiusitas faktor paling dominan. Dengan demikian, H3 diterima. Temuan ini menunjukkan bahwa tingkat keyakinan, penghayatan, dan pengamalan agama berperan penting dalam membentuk minat masyarakat terhadap talangan umrah. Individu dengan religiusitas tinggi umumnya memiliki dorongan spiritual lebih kuat untuk beribadah, termasuk umrah; keinginan mendekatkan diri kepada Allah SWT mendorong mereka mencari alternatif pembiayaan, salah satunya talangan umrah (Mardiana et al., 2021).

Hasil ini memperlihatkan bahwa aspek spiritual menjadi pertimbangan utama dalam keputusan menggunakan produk pembiayaan ibadah. Nasabah religius tidak hanya mempertimbangkan manfaat ekonomi, tetapi juga kesesuaiannya dengan prinsip syariah dan nilai agama yang dianut. Secara teoritis, temuan ini sejalan dengan teori perilaku konsumen Islami yang menjelaskan religiusitas sebagai faktor internal yang memengaruhi sikap dan keputusan konsumsi individu dengan komitmen keagamaan tinggi menjadikan ajaran agama sebagai dasar keputusan ekonomi (Nurhasanah et al., 2024).

Temuan ini mendukung penelitian (Gustati et al., 2023) yang menemukan religiusitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan produk perbankan syariah, pembiayaan syariah, dan tabungan haji, sekaligus menegaskan bahwa dimensi spiritual tidak dapat dipisahkan dari perilaku konsumen Muslim.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh literasi keuangan syariah, halal lifestyle, dan religiusitas terhadap minat talangan umrah pada nasabah Bank Sumut Syariah, dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

Literasi keuangan syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat talangan umrah. Semakin baik pemahaman nasabah mengenai prinsip, akad, dan produk keuangan syariah, semakin tinggi pula minat mereka memanfaatkan fasilitas talangan umrah. Pemahaman yang memadai terhadap mekanisme pembiayaan syariah meningkatkan kepercayaan dan keyakinan nasabah untuk menggunakan produk yang sesuai dengan prinsip Islam.

Halal lifestyle terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat talangan umrah. Masyarakat yang menerapkan gaya hidup halal dalam berbagai aspek kehidupan cenderung memiliki preferensi lebih tinggi terhadap produk dan layanan keuangan syariah. Talangan umrah dipandang sebagai bagian dari implementasi gaya hidup halal karena memberi kemudahan beribadah melalui mekanisme pembiayaan yang sesuai nilai-nilai Islam.

Religiusitas terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat talangan umrah, sekaligus menjadi faktor paling dominan dibandingkan variabel lainnya. Tingkat keyakinan, penghayatan, dan pengamalan ajaran agama berperan penting dalam mendorong minat masyarakat menggunakan fasilitas ini—semakin tinggi religiusitas seseorang, semakin besar dorongan spiritualnya untuk merealisasikan ibadah umrah melalui pembiayaan syariah.

Hasil penelitian ini memberikan implikasi praktis bagi Bank Sumut Syariah untuk terus meningkatkan edukasi literasi keuangan syariah kepada masyarakat, memperkuat promosi yang mendukung gaya hidup halal, serta mengoptimalkan pendekatan religius dalam strategi pemasaran produk talangan umrah. Langkah-langkah tersebut diharapkan dapat meningkatkan minat masyarakat terhadap produk pembiayaan ibadah sekaligus memperluas inklusi keuangan syariah di Sumatera Utara.

DAFTAR PUSTAKA

Balaka, M. Y. (2022). Metode penelitian Kuantitatif. In *Metodologi Penelitian Pendidikan Kualitatif* (Vol. 1).

Dewi, N. A. (2024). Dinamika Pemikiran Ekonomi : Konstruksi Pemikiran Sistem Ekonomi Abad Klasik Pertengahan dan Kontemporer. *Indonesian Journal of Multidisciplinary Scientific Studies (IJOMSS)*, *2*(1), 72–83.

Dirgantara, A. R., Syamsiah, S. A., Ramadhina, L., Islam, U. P., Asih, S., Bandung, K., Barat, J., Wisata, B. P., & Strategi, A. (2024). Fenomena Umroh Mandiri Terhadap Bisnis Perjalanan Wisata Di Indonesia. *Journal of Tourism Planning and Economic Development (JOTPED)*, *15*(4), 1–10.

Faizal, Z. P., & Saly, J. N. (2022). Kajian Terhadap Pelaksanaan Self Declare Sertifikasi Halal Pada Produk Pangan Bagi Konsumen Berdasarkan Hukum Positif Di Indonesia. *Jurnal Hukum Adigama*, *5*(2), 450–465.

Gahagho, Y. D., Rotinsulu, T. O., & Mandeij, D. (2021). Pengaruh Literasi Keuangan Sikap Keuangan Dan Sumber Pendapatan Terhadap Perilaku Pengelolaan Keuangan Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Unsrat Dengan Niat Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal EMBA*, *9*(1), 543–555.

Gustati, G., Rahmiati, D., & Sulastri, R. E. (2023). Literasi Keuangan Syariah Sebagai Pemoderasi Religiusitas Dalam Mempengaruhi Minat Menggunakan Produk Keuangan Syariah. *Jurnal Akuntansi Keuangan Dan Bisnis*, *16*(1), 100–109. https://doi.org/10.35143/jakb.v16i1.5946

Hasanah, F. N., & Sihotang, M. K. (2023). Pengaruh Pembiayaan Dana Talangan Umroh Terhadap Minat Masyarakat Menjadi Nasabah Di PT. Sharia Multifinance Astra. *JURNAL MANAJEMEN AKUNTANSI (JUMSI)*, *3*(3), 881–887.

Herawati, Mapuna, H. D., & Suriyadi. (2017). Tinjauan Hukum Islam Terhadap Pembiayaan Amanah Umroh Di Bank Pengkreditan Rakyat Hasamitra

Cabang Gowa. *Angewandte Chemie International Edition, 6(11), 951–952.*, *5*(2), 5–24. http://repo.iain-tulungagung.ac.id/5510/5/BAB 2.pdf

Huwaida, A. N., Adinugraha, H. H., & Ismanto, K. (2025). *Peran Kreativitas dalam Pengembangan Produk Kosmetik Halal : Studi pada Produk Wardah*. *4*(1), 123–132.

Ilyas, M. R., Dirgantara, I. M. B., & Januardi, N. V. (2022). Pengaruh Penggunaan Aplikasi Pegadaian Digital Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pt. Pegadaian (Persero) Kantor Wilayah Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, *11*(4), 1–15. https://repofeb.undip.ac.id/10977/

Intansari, A. I., & Zahroh, F. H. (2019). Pembiayaan Ibadah Umrah Pada Lembaga Keuangan Syariah. *Indonesian Journal of Islamic Business and Economics*, *10*(1), 1–6. https://doi.org/10.32424/1.ijibe.2019.1.1.2205

Jhon W Creswell. (2010). Research Design: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif dan Mixed. In *Research Desigh Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (p. 411). Pustaka Belajar.

Kurniawati, D. A., & Savitri, H. (2020). Awareness level analysis of Indonesian consumers toward halal products. *Journal of IslamicMarketing*, *11*(2), 522–546. https://doi.org/10.1108/JIMA-10-2017-0104.

Mardiana, E., Thamrin, H., & Nuraini, P. (2021). Analisis Religiusitas Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah Kota Pekanbaru. *Islamic Banking and Finance*, *4*(2), 512–520.

Mustaidah, Z., & Sadiyah, M. (2025). Pengaruh Halal Lifestyle, Literasi Keuangan Syariah Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah. *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance*, *8*(1), 266–278. https://doi.org/10.25299/jtb.2025.vol8(1).21946

Nurhasanah, U., Nasution, Y. S. J., & Harianto, B. (2024). Analisis Pengaruh Religiusitas, Motivasi Rasional dan Emosional Terhadap Keputusan Dalam Menggunakan Jasa Bank Syariah (Studi Kasus Bank Muamalat KCP Stabat). *Jesya*, *7*(2), 1998–2013. https://doi.org/10.36778/jesya.v7i2.1726

Nurhidayah, F. R., Sriwahyuni, E., & Hartini, K. (2024). Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Minat Jamaah Umroh Pada Travel Holiday Angkasa Wisata Bengkulu. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, *4*(3), 11330–11344. https://doi.org/10.31004/innovative.v4i3.11901

Nurrohmah, R. F., & Purbayati, R. (2020). Pengaruh Tingkat Literasi Keuangan Syariah dan Kepercayaan Masyarakat terhadap Minat Menabung di Bank Syariah. *Jurnal Maps (Manajemen Perbankan Syariah)*, *3*(2), 140–153. https://doi.org/10.32627/maps.v3i2.135

Pida, Y., & Imsar, I. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan dan Inklusi Keuangan Terhadap Scale Up Bisnis UMKM Kota Medan Dalam Kerangka Maqashid Syariah. *Jurnal Sains Sosio Humaniora*, *6*(2), 104–118. https://doi.org/10.22437/jssh.v6i2.22897

Raihan, M., Firdausi, A., & Kasri, R. A. (2022). Islamic Financial Literacy Amongst Muslim Students in Indonesia : A Multidimensional Approach. *AL-MUZARA'AH*, *2*(1), 77–94. https://doi.org/10.29244/jam.specialissue2022.77-94

Rini, K. Y. dan. (2021). Indeks Literasi Keuangan Dan Inklusi Keuangan Perbankan Syariah Di Provinsi Sulawesi Selatan. *Al-Mashrafiyah: Jurnal Ekonomi, Keuangan, Dan Perbankan Syariah*, *5*(2), 47–68.

Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

Suwatno, S., Waspada, I. P., & Mulyani, H. (2019). Meningkatkan Perilaku Pengelolaan Keuangan Mahasiswa Melalui Financial Literacy dan Financial Sel Efficacy. *Jurnal Pendidikan Akuntansi & Keuangan*, *8*(1), 87–96. https://doi.org/10.17509/jpak.v8i1.21938

Wulandari, S., Azizi, S. D. N., & Hidayat, R. T. (2024). Paradigma Ibadah Haji dan Umroh Ditinjau Berdasarkan Perspektif Hukum Islam dan Hukum Positif di Indonesia. *Komparatif: Jurnal Perbandingan Hukum Dan Pemikiran Islam*, *3*(2), 171–188. https://doi.org/10.15642/komparatif.v3i2.2137

Yuristama, A. P., & Saripudin, U. (2022). Mewujudkan etika dalam kegiatan perbankan syariah melalui penerapan prinsip tata kelola perusahaan yang baik. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, *4*(10), 4476–4483. https://doi.org/10.32670/fairvalue.v4i10.1709