



ANALISIS TINGKAT KEUANGAN SYARIAH TERHADAP KEPUTUSAN MENJADI NASABAH BANK SYARIAH DI DESA BACEM KECAMATAN PONGGOK KABUPATEN BLITAR

¹ Hanova Indarsari, ² Dedi Suselo

Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah

¹ hanovaindarsari1999@gmail.com , ² dedisuselo23051990@gmail.com

Abstrak

Literasi keuangan adalah kemampuan untuk memahami, mengetahui, dan merencanakan lembaga jasa keuangan dan produk yang ditawarkan untuk setiap individu. Literasi keuangan dapat membantu masyarakat kemampuan untuk mengelola keuangannya dan meningkatkan kemampuan investasinya. Penelitian ini bertujuan untuk menilai minat masyarakat untuk bergabung dengan bank syariah serta literasi masyarakat mengenai perbankan syariah. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Menurut temuan penelitian, kesadaran masyarakat terhadap bank syariah masih rendah pada tingkat pengetahuan, dengan individu hanya mengetahui keberadaan bank syariah tetapi kurang memahami bank syariah, khususnya produk yang disediakan oleh bank syariah. Sehingga individu menjadi kurang tertarik untuk bergabung dengan bank syariah sebagai hasilnya. Diharapkan pengelola perbankan syariah melakukan sosialisasi mengenai sistem dan produk yang dimiliki oleh bank syariah guna meningkatkan tingkat literatur dan minat masyarakat mengenai perbankan syariah.

Kata Kunci: Literasi, Bank Syariah, Minat Nasabah

Abstrack

Financial literacy is the ability to understand, know and plan for financial service institutions and the products offered to each individual. Financial literacy can help people with the ability to manage their finances and increase their investment capabilities. This study aims to assess public interest in joining islamic banks as well as public literacy regarding islamic banking. This research uses a qualitative approach with a descriptive approach. According to research findings, public awareness of islamic banks is still low at the level of knowledge, with individuals only knowing the existence of islamic banks not understanding islamic banks, espescially the product provided by islamic banks. So individuals become less interested in joining islamic banks as a result. It is expected that islamic banking managers will socialize the

systems and products owned by islamic banks in order to increase the level of literature and public interest in islamic banking.

Keywords: *Literacy, Islamic Banks, Customer Interests*

1. PENDAHULUAN

Bank syariah pertama di Indonesia berdiri pada tahun 1992 yang merupakan dari hasil upaya dari tim perbankan MUI yang diberi nama Bank Muamalat Indonesia. UU No.7 tahun 1992 merupakan undang-undang yang mengatur tentang perbankan akan tetapi tidak secara khusus membahas bank syariah, namun memperbolehkan keberadaannya dan menyebutkan prinsip bagi hasil. Hal ini disusul dengan terbitnya Peraturan Pemerintah (PP) No. 72 tahun 1992 yang mengatur tentang bank syariah berdasarkan bagi hasil. (Al Arif 2017)

Menyusul terjadinya krisis keuangan, minat perbankan islam meningkat. Krisis keuangan tahun 1998, yang berdampak serius pada banyak Negara Asia, termasuk Indonesia. Krisis ekonomi berdampak buruk pada banyak bank konvensional, namun Bank Muamalat Indonesia, bank syariah pertama di Indonesia mampu bertahan dengan baik.(Sari, Mutiara Dwi, zakaria Bahari 2016) Seiring dengan berkembangnya perbankan konvensional, perbankan syariah di Indonesia mengalami pasang surut. Saat ini, banyak bermunculan perbankan syariah dan kemajuan syariah.(Agus Marimin n.d.)

Otoritas Jasa Keuangan masih melakukan upaya sosialisasi dan survey literasi keuangan syariah dalam rangka mendorong perkembangan ekonomi syariah di Indonesia. Hasil survey pada tahun 2006 yang dilakukan oleh OJK yang mengungkapkan indeks inklusi keuangan sebesar 67,8% dan tingkat literasi keuangan sebesar 29,7%. Selain itu, survey tahun 2019 menunjukkan peningkatan indeks inklusi keuangan menjadi 76,19% dan literasi keuangan menjadi 38,03%. Dengan mempertimbangkan jenis kelamin, strata perkotaan dan pedesaan, serta 122.773 responden di 34 provinsi dan 67 kota atau kabupaten, dilakukan survey ojk 2019.(OJK 2019)

Literasi masyarakat tentang perbankan syariah dipengaruhi secara positif oleh luasnya pengetahuan masyarakat tentang muamalah dalam islam. Literasi keuangan syariah, khususnya perbankan syariah, berpotensi memperluas jumlah masyarakat yang menggunakan produk dan jasa perbankan syariah dengan membantu masyarakat dalam mengelola keuangannya dan membuat keputusan investasi yang bijak.(Isnurhadi 2013)

Salah satu masalah utama dalam lembaga keuangan adalah membuat orang bergabung dengan lembaga keuangan dan mempertahankannya. Masyarakat sangat menentukan pertumbuhan perbankan karena masyarakatlah yang akan menggunakan bank syariah. Masyarakat adalah faktor lain yang diperhitungkan oleh lembaga keuangan ketika akan membuat kebijakan untuk menciptakan bank syariah di masa depan. Penerapan strategi pemasaran yang tepat sangat diperlukan untuk

mencapai tujuan tersebut. Karena setiap kegiatan berhubungan langsung dengan pelanggan atau konsumen pasti ada pemasarannya. Bank syariah juga perlu melakukan sosialisasi di daerah-daerah provinsi agar masyarakat desa dapat mengetahui dan memahami system perbankan syariah.(Andespa 2016)

Sebagian besar masyarakat khususnya yang berdomisili di wilayah perkotaan sudah mengenal bank syariah. Bank syariah semakin terkenal, namun masih banyak orang yang tidak mengetahuinya secara mendalam, seperti halnya tempat penelitian ini dilakukan. Beberapa individu menyadari keberadaan bank syariah, tetapi mereka masih melihat bank syariah diatur mirip dengan bank konvensional. Bank syariah dan bank konvensional berbeda secara teoritis. Agar masyarakat lebih mengenal perbankan syariah dan memiliki pemahaman yang lebih dalam maka perbankan syariah perlu melakukan sosialisasi hingga ke pelosok desa.

Dalam penelitian, peneliti ingin mengetahui tingkat seberapa paham, berpengetahuan dan percaya diri masyarakat Desa Bacem, Kecamatan Ponggok Kabupaten Blitar dalam perbankan syariah.

2. KAJIAN PUSTAKA

2.1. Pengertian Perbankan Syariah

Sebelum terbentuknya peraturan perundang-undangan resmi yang menjadi landasan kegiatan perbankan syariah di Indonesia, pendirian lembaga keuangan syariah berlangsung secara tidak resmi. Sebelum tahun 1992, beberapa organisasi perusahaan pembiayaan non-bank telah didirikan dan memasukkan gagasan bagi hasil ke dalam operasi mereka. Hal ini menunjukkan kebutuhan masyarakat akan keberadaan lembaga keuangan yang dapat menawarkan jasa keuangan yang sesuai syariah. Pembentukan system keuangan yang sesuai dengan hukum syariah telah memenuhi kebutuhan masyarakat.(Agus Marimin n.d.)

Menurut Undang-undang No. 21 tahun 2008, "Bank syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah dan menurut jenisnya terdiri dari atas Bank Umum Syariah dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah." Fungsi utama bank syariah merupakan entitas keuangan yang beroperasi sesuai dengan hukum syariah adalah penyediaan kredit serta layanan lain yang berkaitan dengan pergerakan uang dan pembayaran.(Sudarsono 2003)

Perbankan syariah mencakup semua aspek perbankan syariah dan Unit Usaha Syariah, seperti pengaturan kelembagaan, bidang usaha, dan praktik operasional. Bank syariah tidak melakukan transaksi dengan menggunakan system bunga. Bank syariah adalah lembaga keuangan yang kebijakan dan produknya bersumber dari Al-Qur'an dan hadist Nabi SAW.(Wilardjo 2016)

Secara umum, bank syariah adalah mereka yang melakukan bisnis sesuai dengan syariah islam, atau hukum yang diatur dalam Al-Quran dan Hadist. Dengan demikian, aktivitas terkait riba dan praktik lain yang bertentangan dengan hukum islam harus dihindari di perbankan syariah. Adapun perbedaan utama antara bank syariah dan bank konvensional, ada beberapa diantaranya. Perbedaan utama antara bank syariah dan konvensional adalah bahwa bank syariah tidak menerapkan system bunga secara menyeluruh. Hal ini memiliki efek yang

mendalam pada bagaimana bank syariah beroperasi dan bagaimana mereka membangun produknya. (Agustin 2021)

Bank syariah beroperasi sesuai dengan hukum dan standar islam, seperti: menghindari bunga (*riba*), terlibat dalam kegiatan spekulatif dan tidak produktif seperti perjudian (*maysir*), membeli atau menjual barang yang rusak atau illegal (*bathil*), dan hanya mendanai usaha bisnis legal. (Ascarya dan Diana Yumanita 2005)

Bank syariah melayani dua fungsi: sebagai badan usaha (*tamwil*) dan sebagai badan usaha (*mall*). Sebagai badan usaha, bank syariah melakukan berbagai fungsi termasuk bertindak sebagai investor, pengelola, dan penyedia layanan. Sebagai manajer investasi, konsep *wadi'ah yad dhamanah* (titipan), *mudharabah* (bagi hasil), atau *ijarah* (sewa) digunakan oleh bank syaria untuk menghimpun uang dari nasabah. Sebagai investor, bank syariah menyalurkan modal melalui transaksi keuangan berdasarkan konsep jual beli, sewa, dan bagi hasil. Bank syariah menawarkan layanan keuangan, non-keuangan, dan jasa keagenan sebagai bagian dari layanan perbankan. Antara lain, jasa keuangan diberikan sesuai dengan *wakalah* (pemberian mandat), *kafalah* (bank Jaminan), *hiwalah* (transfer utang), *rahn* (utang atau jaminan hipotek), *qardh* (pinjaman kebajikan untuk talangan, dan *sharf* (jual beli valuta asing). Pelayanan jasa non-keuangan dalam bentuk *wadi'ah yad amanah* (*safe deposit box*) dan pelayanan jasa keagenan dengan prinsip *mudharabah muqayyadah*. Sedangkan bank syariah sebagai badan sosial, pengumpulan dan penyaluran zakat, infak, sadaqah (ZIS), serta penyaluran *qardhul hasan* (pinjaman kebajikan). (Ikatan Bankir Indonesia n.d.)

2.2. Pengertian Literasi Perbankan Syariah

Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mendefinisikan “literasi sebagai kemampuan untuk memahami. Dan literasi keuangan adalah kemampuan mengendalikan keuangan individu sehingga individu dapat hidup lebih sejahtera di masa yang akan datang.” (OJK 2013) Relevansi literasi keuangan terletak pada kenyataan bahwa melalui sosialisasi pendidikan ekonomi, individu dapat mengelola uang mereka dengan bijak dan mengatasi kesenjangan pengetahuan, mencegah individu dari mudah tertipu oleh investasi yang menawarkan pengembalian cepat.

Literasi perbankan syariah dapat dicirikan sebagai kesadaran, pengetahuan, sikap, dan perilaku dalam mengambil keputusan yang berkaitan dengan operasi perbankan. Pengetahuan dan kesadaran akan perbankan syariah menjadi sangat penting karena tanpa dua faktor tersebut sulit bagi seseorang untuk melakukan operasi keuangannya dengan perbankan syariah. Bahkan seseorang yang mengetahui atau sudah mengetahui perbankan syariah tidak selalu melakukan operasional perbankan dengan memanfaatkan perbankan syariah.

Tingkat literasi keuangan di Indonesia khususnya perbankan syariah masih rendah karena berbagai alasan. Hal ini disebabkan oleh pemahaman dan keahlian penduduk Indonesia yang relative terbatas. Minimnya pemahaman masyarakat terhadap system, konsep, dan mekanisme setiap akad dan produk, belum lagi

ungkapan bahasa arab yang mewarnai nama-nama produk keuangan syariah.(Asyhad 2016)

Menurut Otoritas Jasa Keuangan, “Literasi keuangan adalah tingkat pengetahuan dan kesadaran masyarakat mengenai lembaga keuangan formal, produk dan jasa keuangan. Karakteristik, keuntungan, risiko, biaya, dan hak serta kewajiban dari barang dan jasa keuangan ini semuanya termasuk di dalamnya. Dengan literasi keuangan yang memadai, keterampilan masyarakat dalam perencanaan dan pengelolaan keuangan pun meningkat. Tingkat literasi keuangan di Indonesia dibagi menjadi empat kategori:

- a. *Well Literate*, yaitu memiliki pengetahuan mendalam dan keahlian dalam lembaga, produk, dan bidang terkait industry jasa keuangan, termasuk keuntungan dan resikonya. Dan dapat mengaplikasikannya.
- b. *Sufficient Literate*, yaitu pada golongan ini meskipun mereka memiliki pengetahuan tentang lembaga jasa keuangan, layanan, dan termasuk resiko, hak dan kewajibannya, namun mereka kurang memiliki keterampilan untuk menggunakan layanan dan produk keuangan secara efektif.
- c. *Less Literate*, yaitu pada kelompok ini masyarakat hanya mengetahui lembaga jasa keuangan, produk, dan jasa keuangan.
- d. *Not Literate*, yaitu kelompok ini tidak tahu tentang, dan kurang percaya pada penyedia jasa keuangan, produk, dan jasa keuangan. Mereka juga kurang memiliki kemampuan untuk menggunakan jasa dan produk perbankan.”(OJK 2017)

2.3. Keputusan Menjadi Nasabah

Keputusan adalah pilihan di antara alternative yang memiliki tiga arti: ada pilihan berdasarkan logika atau pertimbangan, ada pilihan antara beberapa alternative, ada pilihan opsi terbaik, dan ada pilihan yang dekat dengan pencapaian suatu tujuan. Pengambilan keputusan adalah hasil daripada proses mempertimbangkan suatu masalah atau masalah untuk memilih apa yang harus dilakukan untuk menyelesaikannya dengan memilih suatu pilihan.(Syamsi 2007) Pengambilan keputusan adalah proses pemecahan masalah yang mencakup identifikasi masalah, pengumpulan informasi, evaluasi alternative, keputusan pembelian, dan perilaku pasca pembelian.(Ismail 2011)

Mengetahui aspek atau komponen pengambilan keputusan sangat penting untuk meningkatkan arahnya. Berikut komponen-komponen pengambilan keputusan: sarana atau alat untuk menilai atau mengukur hasil suatu pengambilan keputusan adalah adanya sarana atau alat untuk menilai atau mengukur hasil suatu keputusan, tujuan pengambilan keputusan adalah untuk mengetahui terlebih dahulu apa tujuan dari pengambilan keputusan tersebut, identifikasi alternative-alternatif yang akan dipilih untuk mencapai tujuan tersebut, perhitungan faktor yang tidak dapat dibayangkan sebelumnya tetapi manusia tidak mampu atau tidak berdaya untuk mengatasinya, dan sarana atau alat untuk menilai atau mengukur hasilnya.(Maski 2010)

Dalam paham jual beli, bank berada pada posisi penjual, dan nasabah pada posisi konsumen atau pembeli. Setiap pembelian yang dilakukan konsumen benar-benar merupakan kombinasi dari beberapa pilihan. (Kotler 2002) Proses pembelian konsumen melalui tahapan membeli sekaligus melakukan pembelian, yaitu dari sebelum membeli sampai dengan setelah membeli. Menurut konsep ini, ada lima tahapan yang dilalui pelanggan sebelum melakukan pembelian. Tahap itu antara lain:

a. Pengenalan Masalah

Keinginan yang disebabkan oleh rangsangan internal dan eksternal merupakan masalah yang ditimbulkan oleh konsumen.

b. Pencarian Informasi

Setelah kebutuhan yang terpecahkan muncul, konsumen akan mencari informasi tentang produk yang akan memenuhi kebutuhannya. Setelah itu, menilai informasi yang telah dikumpulkan.

c. Penilaian Alternatif

Informasi konsumen digunakan untuk memberikan gambaran yang lebih jelas tentang pilihan yang tersedia bagi mereka dan seberapa menarik setiap pilihan tersebut.

d. Keputusan Membeli

Memanfaatkan informasi konsumen membantu konsumen memahami alternatif yang dapat diakses oleh mereka.

e. Perilaku Pasca Pembelian

Konsumen akan merasa senang atau tidak puas setelah melakukan transaksi. Produsen perlu memperhatikan untuk melihat apa yang dirasakan konsumen setelah menyelesaikan pembelian. Konsumen memiliki harapan yang harus dipenuhi agar keinginan mereka terpenuhi. (Sunyoto 2014)

Setiap konsumen memiliki seperangkat pengetahuan yang berbeda. Produk dengan karakteristik yang dipandang sesuai dengan apa yang dibutuhkan akan dipilih oleh konsumen. Kemampuan konsumen untuk mengevaluasi keistimewaan suatu produk bergantung pada pemahaman menyeluruh mereka tentang tujuan penggunaan produk tersebut. Semakin banyak pengetahuan pelanggan tentang suatu produk, semakin besar kemungkinan mereka untuk melakukan pembelian. Menabung dianalogikan sebagai membeli. Ketika seorang konsumen mendapat informasi yang baik tentang bank atau produk, itu akan diperhitungkan saat memutuskan apakah akan menabung atau tidak. (Sukarno 2017)

Berbagai faktor internal dan eksternal, serta karakteristik individu dapat mempengaruhi literasi keuangan. Dalam faktor internal terdapat antara lain:

a. Usia, Kemampuan untuk menerima atau memahami pemahaman menurun seiring bertambahnya usia, usia dapat mempengaruhi kemampuan pemahaman individu.

b. Pengalaman, Sumber pemahaman dan pengalaman seseorang dapat digunakan untuk mencoba memahami informasi.

c. Intelegensi, adalah kemampuan untuk mengatur lingkungan seseorang melalui manajemen informasi yang ditargetkan.

Faktor eksternal antara lain:

- a. Pendidikan, Tingkat pendidikan seseorang mempengaruhi seberapa cepat mereka memaham dan mengintegrasikan pengetahuan baru.
- b. Pekerjaan, Karena kontak sosial dan kerja saling berkaitan erat, kerja dapat memiliki efek tidak langsung pada pemahaman.
- c. Lingkungan, Seseorang akan mengalami pengalaman dari lingkungannya yang akan membentuk pemikirannya.
- d. Informasi, Bahkan jika seseorang kurang berpendidikan namun memiliki informasi yang tinggi, itu dapat membantu pemahaman mereka. (Setiadi 2010)

Ketika faktor internal dan eksternal yang berdampak pada literasi keuangan terpenuhi disetiap individu tertentu, relevansi individu untuk menunjukkan minat bergabung dengan bank syariah akan meningkat. Individu dapat bergabung dengan bank syariah karena berbagai alasan.

3. METODE PENELITIAN

Pendekatan analisis kualitatif deskriptif digunakan sebagai metode penelitian dalam penelitian ini. Pada lokasi yang telah dipilih sebagai lokasi penelitian ini dilakukan. Penelitian ini dilakukan dengan melakukan wawancara dan observasi yang dilanjutkan dengan analisis kualitatif.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Profil Responden

Dalam penelitian ini, 37 responden yang digunakan dalam survey ini, yang mayoritas 23 laki-laki dan 14 perempuan. Masing-masing 19 dan 14 responden adalah pekerja swasta dan wiraswasta, sedangkan 4 orang adalah mahasiswa. Sebagian besar responden berusia dibawah 30 tahun, dan hampir semuanya berpenghasilan kurang dari 3 juta per bulan.

4.2. Pengetahuan tentang Bank Syariah

Yang pertama berkaitan dengan pengetahuan mengenai bank syariah, dari 37 responden yang mengenal istilah bank syariah 24 orang mengetahui bank syariah dan 13 orang tidak mengetahuinya. Dan sumber pengetahuan tentang bank syariah yang didapat oleh masyarakat didapat diantaranya, sebanyak 11 orang dari televisi dan internet dan 13 orang dari teman dan keluarga. 13 responden kekurangan sumber informasi tentang bank syariah. Kedua, terkait dengan kesadaran masyarakat mengenai akan keberadaan lembaga perbankan syariah, sangat sedikit responden yang mengetahui keberadaan bank syariah, namun hampir semua orang mengetahui keberadaan bank konvensional. Responden yang mengetahui adanya bank syariah dan yang mereka ketahui adanya unit perbankan syariah di kota Blitar. Dan terakhir, seberapa baik informasi responden tentang barang dan jasa yang ditawarkan oleh bank syariah. 9 dari 37 responden menyatakan pernah memanfaatkan bank syariah untuk tabungan dan pinjaman

modal. Dan 28 responden tidak menggunakan layanan bank syariah dan menggunakan bank konvensional.

Dari temuan penelitian menunjukkan bahwa hampir semua responden pernah mendengar tentang bank syariah. Pengetahuan responden tentang bank syariah yang menggunakan system bagi hasil daripada system berbasis bunga dan kurangnya pengetahuan mendalam tentang produk dan jasa yang dimiliki bank syariah. Dan responden yang menggunakan jasa bank syariah hanya memiliki pemahaman produk yang mereka gunakan saja dan informasinya juga terbatas. Informasi responden tentang bank syariah berasal dari televisi, media sosial, dan kerabat. Informasi yang didapat hanya sebatas yang disampaikan saja dan karena sumber informasi yang didapat bukan dari ahli dalam bidangnya membuat responden menganggap informasi kurang akurat. Responden yang bekerja dan memiliki latar belakang pendidikan dan pengalaman memiliki pemahaman yang kuat tentang bank syariah dan responden yang memiliki tingkat pendidikan yang cukup tinggi lebih cepat memahami konsep perbankan syariah dan akan menerima hal-hal baru dengan lebih mudah. Tingkat literasi sangat penting untuk meningkatkan pengetahuan public tentang keuangan islam. Masyarakat yang memiliki pengetahuan tentang perbankan islam membuat mudah bagi bank syariah untuk bergabung dengan bank islam, yang bermanfaat bagi kedua belah pihak. Bank syariah harus secara langsung menginformasikan kepada masyarakat tentang produk dan jasa yang mereka gunakan untuk meningkatkan kesadaran bank syariah di masyarakat.

4.3. Minat terhadap Bank Syariah

Jumlah responden yang menyatakan minat untuk bergabung dengan bank syariah cukup tinggi, dengan 24 menyatakan minat dan 13 menyatakan tidak tertarik. Karena jarak antara Desa Bacem dengan unit perbankan syariah, serta kurangnya informasi tentang perbankan syariah. Karena terdapat dua unit bank konvensional yang sangat dekat dengan wilayah desa Bacem, banyak masyarakat yang lebih memilih menggunakan layanan bank konvensional karena letak unit bank konvensional yang berdekatan. Dan bagi responden yang menyatakan minat untuk bergabung dengan bank islam karena keyakinan pribadi dan kesesuaian pada syariah. Jarak unit dari desa Bacem dan kedekatan unit bank konvensional dengan desa menjadi faktor utama ketidakminatan responden terhadap bank syariah sehingga responden lebih memilih bank konvensional daripada bank syariah. Dan kurangnya pengetahuan produk dan jasa yang disediakan oleh bank syariah.

Penting untuk memberikan edukasi kepada masyarakat pedesaan tentang bank syariah untuk menarik minat mereka. Pengetahuan masyarakat mengenai bank syariah akan memengaruhi minatnya dan dapat memutuskan menabung di bank syariah.

Berdasarkan uraian diatas, penulis berpendapat bahwa pemahaman masyarakat terhadap bank syariah rendah, maka minat masyarakat terhadap bank syariah juga rendah. Hal ini dapat menghambat perkembangan bank syariah di

Indonesia. Meskipun mayoritas individu tertarik menggunakan bank syariah tampaknya tidak ada pemahaman yang cukup untuk mengikuti minat tersebut.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan dari rangkuman di atas, kurangnya kesadaran dan pemahaman responden terhadap bank syariah mengakibatkan kurangnya minat masyarakat untuk bergabung dengan bank syariah. Kurangnya minat orang untuk bergabung dengan bank syariah juga disebabkan oleh fakta bahwa letak unit yang jauh dan yang mereka tahu tentang bank syariah hanyalah bagaimana mereka beroperasi dengan basis bagi hasil.

Faktor internal dan eksternal memiliki pengaruh terhadap persepsi masyarakat terhadap bank syariah, dan jika kedua kondisi ini terpenuhi dalam masyarakat tertentu, orang akan tertarik untuk bergabung di bank syariah.

Berdasarkan temuan diatas, peneliti membuat rekomendasi yang dimaksudkan untuk mendorong lebih banyak orang untuk menjadi nasabah bank syariah. Bank syariah harus lebih melakukan sosialisasi kepada penduduk pedesaan juga tentang system, produk dan layanan mereka untuk mencapainya. Selanjutnya, bank syariah dapat melakukan promosi.

6. DAFTAR PUSTAKA

- Agus Marimin, Abdul Haris Romdhoni dan Tiara Nur Fitria. "PERKEMBANGAN BANK SYARIAH DI INDONESIA Agus Marimin 1 , Abdul Haris Romdhoni 2 , Dan Tira Nur Fitria 3 STIE-AAS Surakarta 2." : 75–87.
- . "PERKEMBANGAN BANK SYARIAH DI INDONESIA Agus Marimin 1 , Abdul Haris Romdhoni 2 , Dan Tira Nur Fitria 3 STIE-AAS Surakarta 2." : 81.
- Agustin, Hamdi. 2021. "Teori Bank Syariah." *JPS (Jurnal Perbankan Syariah)* 2(1): 68.
- Andespa, Roni. 2016. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menabung." *Al-Qasd* 1 No 1: 21–39.
- Al Arif, M. Nur Rianto. 2017. *Lembaga Keuangan Syariah*. ed. CV Pustaka setia. Bandung.
- Ascarya dan Diana Yumanita. 2005. Bank Indonesia : Seri Kebanksentralan *Bank Syariah: Gambaran Umum*.
- Asyhad, M dan Wahyu Agung Handono. 2016. "Urgensi Literasi Keuangan Syariah Pada Pendidikan Dasar." 13(7): 1–23.
- Ikatan Bankir Indonesia. *Memahami Bisnis Bank Syariah*.
- Ismail. 2011. *Perbankan Syariah*. Jakarta: Kencana.
- Isnurhadi. 2013. "Kajian Tingkat Literasi Masyarakat Terhadap Perbankan Syariah." *Eprints*: 47.
- Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. Jakarta: Prehallindo.
- Maski, Ghozali. 2010. "Analisis Keputusan Nasabah Menabung." *Journal of Indonesian Applied Economics* 4(1): 43–57.

- OJK. 2013. "Pelaksanaan Edukasi Dalam Rangka Meningkatkan Keuangan Masyarakat."
- . 2017. "Seminar Edukasi Keuangan Inklusif."
- . 2019. "Siaran Pers Survei OJK 2019: Indeks Literasi Dan Inklusi Keuangan Meningkat."
- Sari, Mutiara Dwi, zakaria Bahari, dan Zahri Hamat. 2016. "Perkembangan Perbankan Syariah Di Indonesia." *JURIS (Jurnal Ilmiah Syariah)* 14(2): 168.
- Setiadi, Nugraha J. 2010. *Perilaku Konsumen Edisi Revisi*. Jakarta: Kencana Praneda Media Group.
- Sudarsono, Hendri. 2003. *Bank Dan Lembaga Keuangan Syariah: Deskripsi Dan Ilustrasi*. Yogyakarta: Ekonisia.
- Sukarno. 2017. "Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar." *jurnal Al-Ulum* 12(90500120088): 77–96.
- Sunyoto, Danang. 2014. *Konsep Dasar Riset Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: CAPS.
- Syamsi, Ibnu. 2007. *Pengambilan Keputusan Dan Sistem Informasi*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Wilardjo, Setia Budi. 2016. "Pengertian, Peranan Dan Perkembangan Bank Syariah Di Indonesia." 2(1): 1–23.