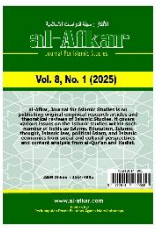

AL-AFKAR: Journal for Islamic Studies
Journal website: https://al-afkar.com

P-ISSN : 2614-4883; E-ISSN : 2614-4905
https://doi.org/10.31943/afkarjournal.v8i2.2315

Vol. 8 No. 2 (2025)
pp. 2029-2044

Research Article

Eksplorasi Kendala Dan Strategi Peningkatan Minat Dan Pengalaman Menabung Masyarakat Di Layanan Keuangan Bank Syariah Indonesia: Studi Kasus Bank Syariah Indonesia Di Medan, Sumatera Utara

Asshifa Nazila Aridzki[1], Ahmad Syakir[2], Nursantri Yanti[3]

1. Universitas Islam Negeri Sumatera Utara
   E-mail: asshifanazilaar7@gmail.com
2. Universitas Islam Negeri Sumatera Utara
   E-mail: asy4kir@gmail.com
3. Universitas Islam Negeri Sumatera Utara
   E-mail: nursantriyanti@uinsu.ac.id

Copyright © 2025 by Authors, Published by AL-AFKAR: Journal For Islamic Studies. This is an open access article under the CC BY License (https://creativecommons.org/licenses/by/4.0).

Received : March 25, 2025
Revised : April 27, 2025
Accepted : May 12, 2025
Avalable online : June 20, 2025

How to Cite: Asshifa Nazila Aridzki, Ahmad Syakir and Nursantri Yanti (2025) "Exploration of Constraints and Strategies to Increase Public Interest and Saving Experience in Bank Syariah Indonesia Financial Services: Case Study of Bank Syariah Indonesia in Medan, North Sumatra", *al-Afkar, Journal For Islamic Studies*, 8(2), pp. 2029–2044. doi: 10.31943/afkarjournal.v8i2.2315.

Exploration of Constraints and Strategies to Increase Public Interest and Saving Experience in Bank Syariah Indonesia Financial Services: Case Study of Bank Syariah Indonesia in Medan, North Sumatra

Abstract. The main objective is to explore the constraints and solutions in increasing public participation in sharia financial services at Bank Syariah Indonesia (BSI), particularly in Medan, North Sumatra. The proposed hypothesis is that sharia financial literacy and effective education can increase public awareness and interest in BSI services. The method used is qualitative with a descriptive approach. Data were collected through structured questionnaires, interviews, observations, and documentation from 115 BSI customers in Medan. Data analysis was conducted using the Miles and Huberman model, which includes data reduction, data presentation, and conclusion drawing and verification. The results indicate several main obstacles, namely the low level of sharia financial literacy (only 12.5% of respondents have a strong understanding of sharia financial principles), the limited effectiveness of promotions (50.9% feel the promotions are quite effective, while 23.7% find them less informative), and technical challenges such as difficulties in migrating the application to Beyond (37.5% of respondents) and the instability of the BSI Mobile application (59% of respondents). The recommended strategies include strengthening community-based education programs, collaborating with educational institutions, diversifying promotional media, and investing in technological infrastructure. The importance of financial and technological literacy in enhancing sharia financial inclusion is a key focus, while also providing strategic recommendations for BSI to expand its service reach. The results are expected to serve as a reference for the development of more inclusive marketing strategies and educational programs.

Keywoards: Sharia Financial Literacy, Education, Promotion, Bank Syariah Indonesia, Beyond Application, Medan, Community Participation.

Abstrak. Tujuan utama adalah mengeksplorasi kendala dan solusi dalam meningkatkan partisipasi masyarakat terhadap layanan keuangan syariah di Bank Syariah Indonesia (BSI), khususnya di Medan, Sumatera Utara. Hipotesis yang diajukan adalah bahwa literasi keuangan syariah dan edukasi yang efektif dapat meningkatkan kesadaran serta minat masyarakat terhadap layanan BSI. Metode yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Data dikumpulkan melalui kuesioner terstruktur, wawancara, observasi, dan dokumentasi dari 115 responden nasabah BSI di Medan. Analisis data dilakukan dengan model Miles dan Huberman, mencakup reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan dan verifikasi. Hasil menunjukkan beberapa kendala utama, yaitu tingkat literasi keuangan syariah yang rendah (hanya 12.5% responden yang sangat memahami prinsip keuangan syariah), efektivitas promosi yang masih terbatas (50.9% merasa promosi cukup efektif, sedangkan 23.7% menganggapnya kurang informatif), serta kendala teknis seperti kesulitan migrasi aplikasi ke Beyond (37.5% responden) dan ketidakstabilan aplikasi BSI Mobile (59% responden). Strategi yang disarankan mencakup penguatan program edukasi berbasis komunitas, kolaborasi dengan institusi pendidikan, diversifikasi media promosi, dan investasi dalam infrastruktur teknologi. Pentingnya literasi keuangan dan teknologi dalam meningkatkan inklusi keuangan syariah menjadi sorotan utama, sekaligus memberikan rekomendasi strategis bagi BSI untuk memperluas jangkauan layanan. Hasilnya diharapkan dapat menjadi rujukan bagi pengembangan strategi pemasaran dan program edukasi yang lebih inklusif.

Kata Kunci : Literasi Keuangan Syariah, Edukasi, Promosi, Bank Syariah Indonesia, Aplikasi Beyond, Medan, Partisipasi Masyarakat.

PENDAHULUAN

Perbankan syariah di Indonesia menunjukkan perkembangan yang cukup signifikan. Berdasarkan data statistik perbankan syariah yang diterbitkan pada Februari 2024, terdapat 33 institusi perbankan syariah yang beroperasi di Indonesia. Dari jumlah tersebut, 14 di antaranya merupakan Bank Umum Syariah (BUS) dan 19 lainnya berstatus sebagai Unit Usaha Syariah (UUS). Peningkatan ini tidak lepas dari berbagai kebijakan yang mendukung, salah satunya adalah kebijakan pemisahan atau spin off. Istilah ini merujuk pada tindakan hukum yang bertujuan untuk memisahkan entitas dari badan hukum induk, sehingga entitas baru dapat berdiri sendiri sebagai badan hukum yang terpisah. Proses pemisahan tersebut menjadi bagian dari upaya restrukturisasi perusahaan dan berpotensi menghasilkan entitas baru atau menciptakan kendali atas satu perseroan oleh perseroan lain (Keuangan, 2024).

Peningkatan jumlah perbankan syariah di Indonesia tentu harus diimbangi dengan meningkatnya kuantitas dan kualitas sumber daya manusia yang terdapat di perbankan syariah agar tujuan yang diharapkan mampu dicapai dengan baik. Namun, keterbatasan sumber daya manusia masih menjadi masalah utama yang dihadapi industri keuangan syariah. Keterbatasan tersebut dapat dijadikan peluang bagi perguruan tinggi untuk menyediakan lulusan yang memiliki kemampuan di bidang ekonomi islam agar dapat menjadi sumber daya manusia yang berkompeten di bidang perbankan syariah. Sumber daya manusia yang berkualitas guna meningkatkan kinerja di perbankan syariah harus memiliki ilmu terkait konsep ekonomi syariah dan perbankan syariah, serta semangat spiritual keislaman yang tinggi (Nurfuadi et al., 2024).

Penerapan kebijakan spin off memberikan dampak signifikan terhadap pengembangan perbankan syariah di Indonesia. Sebagai langkah restrukturisasi, kebijakan ini memungkinkan unit usaha syariah di bawah naungan bank konvensional untuk memisahkan diri dan berdiri secara mandiri sebagai bank syariah penuh (Fitriyani, 2018). Pemisahan ini memberikan fleksibilitas kepada institusi perbankan untuk lebih fokus dalam menjalankan prinsip-prinsip syariah, memperluas pasar, dan meningkatkan daya saing. Selain itu, adanya entitas yang terpisah juga diharapkan dapat mendorong efisiensi operasional dan peningkatan kualitas pelayanan kepada masyarakat, sehingga memperkuat posisi perbankan syariah dalam industri keuangan nasional (Keuangan, 2024).

Lembaga keuangan muncul dalam perekonomian setelah penggunaan uang sebagai alat tukaryang mana pada awalnya lembaga ini menjadi wadah dan juga penghubung bagi orang yangmembutuhkan uang untuk suatu keperluan tertentu, dengan orang yang memiliki uang berlebih. Seiringberjalannya waktu, peran lembaga keuangan semakin penting, baik menghimpun dana dari unit surplusmaupun mengarahkan dana tersebut ke unit simpanan. Secara garis besar lembaga keuangan dapatdigolongkan menjadi dua golongan, diantaranya ialahlembaga keuangan perbankan (industriperbankan) dan non perbankan. Baik lembaga keuangan syariah maupun tradisional beroperasi diIndonesia, yang dapat dilihat dari sisi operasional dan prinsip pengelolaannya. Berdasarkan UU No. 21Tahun 2008 bank syariah ialah bank yang dalam pengoperasian kegiatannya didasarkan oleh prinsipsyariah yang

dalam hal ini terdiri atas Bank Umum Syariah dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (Cahaya & Nurlaila, 2022).

Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah disahkan sebagai landasan hukum utama untuk mengatur dan mengembangkan industri perbankan syariah di Indonesia. Regulasi ini diterbitkan sebagai respons atas kebutuhan masyarakat terhadap layanan keuangan yang sesuai dengan prinsip syariah, yang semakin meningkat seiring perkembangan ekonomi berbasis syariah. Sebelum adanya undang-undang ini, pengaturan mengenai perbankan syariah masih mengacu pada Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992 yang telah diubah dengan Undang- Undang Nomor 10 Tahun 1998. Namun, kedua regulasi tersebut dianggap belum memadai untuk mengakomodasi pertumbuhan dan kompleksitas sektor perbankan syariah secara menyeluruh. Oleh karena itu, UU No. 21/2008 hadir untuk memberikan kejelasan dan kepastian hukum bagi penyelenggaraan perbankan syariah di Indonesia, sekaligus menciptakan sistem keuangan yang lebih inklusif dan sesuai dengan nilai-nilai syariah (Otoritas Jasa Keuangan, 2024).

Salah satu fokus utama dari Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 adalah pengaturan ruang lingkup dan aktivitas usaha bank syariah. Dalam undang-undang ini, bank syariah diwajibkan untuk menghimpun dan menyalurkan dana masyarakat dengan menggunakan akad-akad yang sesuai dengan prinsip syariah, seperti mudharabah, musyarakah, dan murabahah. Selain itu, terdapat larangan bagi bank syariah untuk terlibat dalam kegiatan usaha yang bertentangan dengan prinsip syariah, seperti riba dan gharar. Pengawasan terhadap implementasi undang- undang ini berada di bawah kendali Bank Indonesia, bekerja sama dengan Majelis Ulama Indonesia untuk memastikan kepatuhan terhadap prinsip syariah (Bank Indonesia, 2024).

Bank Syariah Indonesia (BSI) merupakan bank syariah milik negara yang didirikan pada 1 Februari 2021 melalui proses merger dari tiga bank syariah besar milik pemerintah, yaitu Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, dan BRI syariah. Tujuan utama dari penggabungan ini adalah untuk mengonsolidasikan potensi keuangan syariah di Indonesia, sekaligus membentuk entitas bank syariah terbesar di Indonesia dan salah satu yang terbesar di dunia berdasarkan kapitalisasi pasar. Dalam operasionalnya, BSI berada di bawah pengawasan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dan didukung oleh struktur kepemilikan saham yang mayoritasnya dimiliki oleh Bank Mandiri, Bank Negara Indonesia, dan Bank Rakyat Indonesia. Dengan jaringan yang mencakup lebih dari 1.500 outlet dan 2.400 ATM yang tersebar di seluruh wilayah Indonesia, BSI terus berupaya menyediakan layanan keuangan syariah yang komprehensif bagi berbagai segmen nasabah, termasuk UMKM, ritel, komersial, dan korporasi. Hingga pertengahan tahun 2024, BSI berhasil menjadi bank syariah terbesar di dunia berdasarkan jumlah nasabah dan terus memperluas jangkauan layanannya ke pasar internasional, seperti pembukaan kantor perwakilan di Dubai dan rencana ekspansi ke Arab Saudi. Dengan total aset yang mencapai Rp305 triliun pada tahun 2022, BSI tidak hanya menunjukkan pertumbuhan yang stabil tetapi juga berpotensi menjadi pemain utama dalam industri keuangan syariah global (Bank Syariah Indonesia, 2024).

Sujud (2024) menyoroti bahwa rendahnya literasi keuangan syariah menjadi salah satu hambatan utama dalam meningkatkan keterlibatan masyarakat. Dalam penelitiannya, ditemukan bahwa edukasi yang dilakukan secara terstruktur oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) di Kediri mampu meningkatkan kesadaran masyarakat mengenai prinsip-prinsip dasar keuangan syariah, sehingga mendorong lebih banyak individu untuk menggunakan produk keuangan berbasis syariah. Hal serupa diungkapkan oleh Agustina, Khairunnisa, dan Khoyriyah (2023), yang menjelaskan bahwa partisipasi masyarakat memiliki peran penting dalam mendorong efektivitas penyaluran dana oleh bank syariah. Studi ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat partisipasi masyarakat, semakin optimal pula distribusi dana syariah yang dapat dilakukan oleh lembaga keuangan terkait.

Edukasi dan literasi keuangan syariah menjadi variabel yang sangat relevan untuk dikaji lebih dalam. Mariana, Ramadana, dan Rahmaniar (2024) menyatakan bahwa literasi keuangan yang baik tidak hanya meningkatkan pemahaman masyarakat, tetapi juga membangun kepercayaan mereka terhadap institusi keuangan syariah. Hal ini menjadi sangat penting mengingat masih banyak masyarakat yang memiliki persepsi negatif atau skeptis terhadap produk keuangan syariah akibat kurangnya informasi. Studi mereka di Aceh menemukan bahwa masyarakat dengan tingkat literasi keuangan yang lebih tinggi cenderung lebih terbuka untuk menggunakan layanan perbankan syariah, seperti pembiayaan mudharabah atau musyarakah, yang sesuai dengan kebutuhan ekonomi mereka. Selain itu, literasi keuangan juga berkontribusi dalam membentuk pola pengelolaan keuangan yang lebih baik, yang pada akhirnya meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah bahwa edukasi dan literasi keuangan yang baik akan meningkatkan partisipasi masyarakat dalam penggunaan layanan Tabungan keuangan syariah, khususnya di Bank Syariah Indonesia (BSI). Hipotesis ini sejalan dengan temuan Sujud (2024) dan Mariana et al. (2024) yang menunjukkan bahwa intervensi edukasi yang dilakukan melalui program-program pelatihan dan seminar terbukti efektif dalam meningkatkan kesadaran dan minat masyarakat terhadap penggunaan layanan keuangan syariah. Di sisi lain, Agustina et al. (2023) juga menegaskan bahwa keterlibatan masyarakat dalam sistem keuangan syariah berbanding lurus dengan pemahaman mereka terhadap manfaat produk syariah dibandingkan dengan produk keuangan konvensional. Urgensi penelitian ini terletak pada upayanya untuk memberikan dampak langsung terhadap peningkatan kualitas layanan keuangan syariah di BSI dan masyarakat di Medan. Sebagai salah satu kota besar dengan keragaman sosial ekonomi yang tinggi, Medan menawarkan potensi besar untuk pengembangan layanan keuangan syariah. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi strategis bagi BSI dalam merancang program edukasi yang lebih efektif dan inklusif. Selain itu, hasil penelitian ini dapat menjadi dasar untuk memperbaiki strategi pemasaran, sehingga dapat menarik lebih banyak nasabah potensial dari berbagai segmen masyarakat.

TINJAUAN PUSTAKA

Teori Perilaku Konsumen, yang dijelaskan dalam The Theory of Buyer Behavior oleh Howard dan Sheth (1969), menekankan bagaimana proses pengambilan keputusan konsumen dipengaruhi oleh faktor lingkungan, psikologis, dan sosial. Dalam konteks meningkatkan partisipasi masyarakat dalam keuangan di bank syariah, khususnya di Medan, Sumatera Utara, teori ini relevan untuk memahami bagaimana sikap, nilai-nilai religius, dan persepsi masyarakat terhadap bank syariah dapat memengaruhi keputusan mereka. Salah satu kendala utama adalah kurangnya edukasi masyarakat mengenai produk keuangan syariah serta stereotip bahwa layanan bank syariah kurang kompetitif dibandingkan bank konvensional (Howard, 1969).

Dua studi terbaru membahas aspek produktivitas dan praktik keberlanjutan dalam perbankan syariah, khususnya di Asia Tenggara, termasuk Indonesia. Mamat et al. (2024), dalam artikel "Impact of Islamicity on the Productivity of Conventional and Islamic Banks in Selected Southeast Asian Countries" yang dipublikasikan di Pacific-Basin Finance Journal, meneliti bagaimana tingkat penerapan nilai-nilai Islam dalam ekonomi suatu negara mempengaruhi produktivitas bank syariah dan bank konvensional. Dengan menganalisis data dari 153 bank antara tahun 2015 hingga 2020, penelitian ini menemukan bahwa bank syariah lebih adaptif dan mengalami peningkatan produktivitas dibandingkan bank konvensional dalam sistem ekonomi yang lebih berbasis nilai-nilai Islam. Di sisi lain, bank konvensional justru mengalami penurunan produktivitas dalam lingkungan yang lebih menekankan regulasi syariah. Hal ini relevan dengan perbankan syariah di Indonesia, mengingat negara ini telah memperkuat regulasi keuangan Islam dan mendorong pertumbuhan bank syariah, terutama setelah merger besar yang membentuk Bank Syariah Indonesia (BSI). Dengan meningkatnya adopsi sistem perbankan berbasis syariah, hasil studi ini menunjukkan bahwa bank syariah di Indonesia berpotensi untuk terus berkembang seiring dengan kebijakan yang semakin mendukung ekonomi berbasis syariah.

Sementara itu, Jan et al. (2023) dalam artikel "Islamic Corporate Sustainability Practices Index Aligned with SDGs Towards Better Financial Performance: Evidence from the Malaysian and Indonesian Islamic Banking Industry", yang diterbitkan di Journal of Cleaner Production, mengeksplorasi dampak penerapan praktik keberlanjutan dalam perbankan syariah terhadap kinerja keuangan bank di Malaysia dan Indonesia. Penelitian ini mengembangkan Indeks Praktik Keberlanjutan Perbankan Islam yang selaras dengan Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (SDGs). Hasil analisis menunjukkan bahwa bank syariah yang menerapkan prinsip keberlanjutan, seperti investasi etis, transparansi keuangan, dan tata kelola yang sesuai dengan prinsip Islam, mengalami peningkatan kinerja keuangan secara signifikan. Di Indonesia, temuan ini sangat relevan karena perbankan syariah semakin didorong untuk tidak hanya berorientasi pada keuntungan tetapi juga berkontribusi terhadap pembangunan sosial dan ekonomi yang berkelanjutan. Dengan meningkatnya kesadaran akan investasi berbasis ESG (Environmental, Social, and Governance) dalam sektor keuangan syariah, studi ini menekankan pentingnya bagi bank syariah di Indonesia untuk mengintegrasikan prinsip keberlanjutan dalam operasionalnya guna meningkatkan daya saing dan kepercayaan nasabah.

1. Literasi Keuangan Syariah

Literasi keuangan syariah menjadi elemen kunci dalam meningkatkan partisipasi masyarakat dalam perbankan syariah. Literasi ini mencakup pemahaman individu tentang konsep keuangan yang sesuai dengan ajaran Islam, seperti larangan riba, spekulasi, dan investasi yang haram. Menurut Chrisna, Hernawaty, dan Noviani (2023), masyarakat dengan literasi keuangan syariah yang baik dapat membuat keputusan keuangan yang lebih cerdas, termasuk membedakan produk keuangan syariah dari konvensional. Hal ini sangat penting untuk menciptakan kepercayaan terhadap bank syariah dan mendorong inklusi keuangan. Namun, rendahnya tingkat literasi keuangan syariah masih menjadi tantangan signifikan di Indonesia. Banyak masyarakat yang masih kurang memahami perbedaan mendasar antara bank syariah dan bank konvensional, sehingga mereka cenderung memilih layanan yang lebih dikenal dan mudah diakses. Chrisna et al. (2023) menyatakan bahwa kurangnya program literasi keuangan yang efektif dan berkelanjutan menjadi penghambat utama. Bank syariah perlu aktif melaksanakan program literasi, seperti seminar, pelatihan, dan penyediaan materi edukasi digital, untuk meningkatkan pemahaman masyarakat tentang konsep keuangan syariah dan manfaatnya.

2. Promosi

Promosi memainkan peran strategis dalam memperkenalkan perbankan syariah kepada masyarakat dan membangun kepercayaan terhadap produk yang ditawarkan. Mustamin dan Jasri (2022) menyoroti bahwa kurangnya promosi yang efektif menjadi salah satu penyebab rendahnya partisipasi masyarakat dalam layanan perbankan syariah. Promosi yang dilakukan dengan pendekatan tradisional sering kali gagal menarik perhatian khalayak luas, sehingga diperlukan strategi yang lebih kreatif dan tersegmentasi. Misalnya, penggunaan media digital untuk menyampaikan informasi tentang keunggulan bank syariah melalui kampanye visual yang menarik, testimoni nasabah, dan video edukasi dapat meningkatkan pemahaman masyarakat dan membangun minat mereka. Selain itu, penting bagi bank syariah untuk mengidentifikasi pasar sasaran yang spesifik dan merancang pesan promosi yang sesuai dengan kebutuhan mereka. Misalnya, promosi yang menekankan keamanan dan prinsip keadilan dalam produk syariah dapat menarik segmen masyarakat yang religius, sementara penekanan pada teknologi dan kemudahan layanan dapat menarik generasi muda. Mustamin dan Jasri (2022) juga menyarankan kolaborasi dengan lembaga pendidikan, organisasi keagamaan, dan komunitas lokal untuk memperluas jangkauan promosi dan menciptakan kepercayaan melalui tokoh-tokoh yang berpengaruh.

3. Edukasi

Edukasi tentang perbankan syariah merupakan langkah penting untuk mengubah pola pikir masyarakat yang skeptis terhadap layanan ini. Program edukasi yang dirancang dengan baik dapat meningkatkan pengetahuan masyarakat mengenai prinsip dasar, produk, dan layanan bank syariah. Menurut Sibagariang dan Nasution (2023), pengembangan aplikasi edukasi berbasis teknologi dapat menjadi solusi untuk menyampaikan informasi secara interaktif dan mudah diakses. Sebagai contoh, aplikasi yang menyediakan simulasi keuangan syariah dan panduan penggunaan produk dapat membantu masyarakat memahami manfaat bank syariah secara

praktis. Namun, efektivitas program edukasi sering kali terhambat oleh kurangnya upaya yang konsisten dari pihak bank. Edukasi yang hanya bersifat satu kali atau sporadis cenderung kurang berdampak. Sibagariang dan Nasution (2023) menekankan pentingnya program edukasi yang berkelanjutan, seperti lokakarya berkala, pelatihan untuk pelajar dan profesional, serta kemitraan dengan sekolah dan universitas.

4. Pengalaman Pengguna terhadap Aplikasi Perbankan Syariah

Pengalaman pengguna dalam menggunakan aplikasi perbankan syariah menjadi faktor penentu utama dalam membangun loyalitas dan partisipasi masyarakat. Layanan digital, seperti mobile banking, mempermudah akses ke produk dan layanan bank syariah, namun kualitas pengalaman pengguna masih sering menjadi kendala. Syahira, Indra, dan Anggraini (2024) menemukan bahwa gangguan teknis dan desain aplikasi yang kurang user-friendly dapat menyebabkan ketidakpuasan pengguna, yang pada akhirnya berdampak pada rendahnya loyalitas dan partisipasi masyarakat. Untuk mengatasi masalah ini, bank syariah perlu fokus pada pengembangan aplikasi yang andal, intuitif, dan responsif. Fitur-fitur yang relevan, seperti kalkulator zakat, simulasi pembiayaan, dan notifikasi transaksi berbasis syariah, dapat meningkatkan pengalaman pengguna dan menciptakan nilai tambah. Selain itu, bank syariah juga perlu menyediakan layanan pelanggan yang responsif untuk membantu pengguna mengatasi kendala teknis. Menurut Syahira et al. (2024), dengan meningkatkan kualitas pengalaman digital, bank syariah dapat menciptakan kesan positif dan menarik lebih banyak pengguna untuk menggunakan layanan mereka.

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Penelitian kualitatif pada dasarnya merupakan kegiatan sistematis untuk mengeksplorasi teori berdasarkan fakta di dunia nyata, bukan untuk menguji teori atau hipotesis (Rukajat, 2018). Penelitian ini dilakukan di Kota Medan, Sumatera Utara, yang dipilih sebagai lokasi penelitian karena kota ini memiliki potensi besar dalam inklusi keuangan syariah dengan keberadaan berbagai cabang Bank Syariah Indonesia (BSI). Fokus penelitian ini adalah mengeksplorasi kendala dan solusi untuk meningkatkan partisipasi masyarakat dalam layanan keuangan syariah di wilayah tersebut.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner yang berisi pertanyaan terstruktur untuk menggali pendapat, persepsi, dan pengalaman responden terkait perbankan syariah. Selain itu, penelitian ini juga menggunakan teknik wawancara terstruktur, observasi, dan dokumentasi untuk mendapatkan data yang lebih mendalam. Jumlah responden sebanyak 115 orang, yang seluruhnya merupakan nasabah Bank Syariah Indonesia di Kota Medan. Responden dipilih secara purposif untuk memastikan keberagaman perspektif. Data yang dikumpulkan diharapkan dapat memberikan wawasan mengenai kendala utama yang dihadapi masyarakat, seperti kurangnya literasi keuangan syariah dan pengalaman pengguna aplikasi, serta solusi yang dapat diterapkan untuk meningkatkan partisipasi mereka dalam layanan keuangan syariah.

Tabel 1. Responden

Kategori	Persentase (%)
Jenis Kelamin	
Perempuan	65.19
Laki-laki	34.81
Nasabah BSI	
1-3 Tahun	67.41
4-5 Tahun	16.30
< 1 Tahun	16.30

Sumber ; Penulis

Metode analisis data yang diterapkan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif, yang disajikan dalam bentuk narasi berupa kata-kata atau kalimat. Proses analisis data mengacu pada model Miles dan Huberman, yang mencakup tiga tahapan utama: reduksi data (data reduction), yaitu proses merangkum, menyederhanakan, dan memfokuskan data yang telah dikumpulkan; penyajian data (data display), yang melibatkan penyusunan informasi dalam bentuk tabel, diagram, atau narasi agar lebih mudah dipahami; serta penarikan kesimpulan dan verifikasi (conclusion drawing and verification), yaitu proses menganalisis data secara mendalam untuk menghasilkan temuan yang relevan dan memverifikasinya agar lebih valid.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Faktor	Sangat Setuju (%)	Setuju (%)	Netral (%)	Tidak Setuju (%)	Sangat Tidak Setuju (%)
Literasi Keuangan Syariah	12.5	35.2	28.1	18.7	5.5
Promosi/Sosialisasi	10.3	40.6	25.4	17.2	6.5
Edukasi	9.8	32.7	30.0	22.5	5.0
Perpindahan Aplikasi ke Beyond	6.5	25.3	30.7	28.1	9.4
Aplikasi BSI yang Pernah Mengalami Gangguan	5.3	15.6	20.1	35.8	23.2

Sumber ; Penulis

Peningkatan Literasi Keuangan Syariah untuk Meningkatkan Partisipasi Masyarakat dalam Layanan Bank Syariah

Hasil kuesioner menunjukkan bahwa tingkat literasi keuangan syariah masyarakat di Medan masih rendah, dengan hanya 12.5% responden yang sangat memahami prinsip-prinsip keuangan syariah, sementara 24.2% mengaku tidak memahami prinsip tersebut sama sekali. Hal ini mencerminkan kesenjangan pemahaman yang signifikan mengenai konsep-konsep dasar seperti akad mudharabah, musyarakah, dan murabahah. Menurut Nugroho dan Pudjihardjo (2022), pemahaman yang rendah terhadap prinsip keuangan syariah dapat memengaruhi preferensi masyarakat dalam menggunakan layanan bank syariah, karena mereka tidak dapat membedakan manfaat produk syariah dari produk konvensional. Menurut Kebanyakan masyarakat memang sudah tahu apa itu banksyariah, tetapi mereka tidak tahu produk-produk yang ditawarkan bank syariah, sehingga masyarakat yang tidak tahu produk-produkbank syariah tentunya tidak akan berminat untuk menggunakan jasabank syariah karena mereka menganggap bahwa fasilitas penunjangyang diberikan masih kalah dengan fasilitas yang ditawarkan oleh bank konvensional, kecuali orang yang mempunyai keinginan kuat menabung pada bank syariah dikarenakan menghindari unsur riba.

Masalah ini diperburuk oleh kurangnya informasi yang disediakan oleh lembaga perbankan syariah, sehingga masyarakat cenderung ragu dan tidak percaya terhadap produk keuangan syariah yang ditawarkan. Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Henny dan Ibu Endang sama-sama mengungkapkan kurangnya minat mereka terhadap perbankan syariah, namun dengan alasan yang berbeda. Ibu Henny merasa tidak tertarik karena ia tidak mengetahui secara jelas perbedaan antara perbankan syariah dan perbankan konvensional. Baginya, selama layanan yang diberikan tampak serupa, ia lebih memilih menggunakan bank yang sudah lebih dikenal dan dipahami. Sementara itu, Ibu Endang mengaku ragu untuk beralih ke perbankan syariah karena sempat mendengar isu mengenai seringnya terjadi lag pada aplikasi mobile banking bank syariah. Menurutnya, stabilitas dan kemudahan dalam melakukan transaksi digital menjadi faktor utama dalam memilih layanan perbankan, sehingga ia khawatir akan mengalami kendala jika menggunakan bank syariah. Untuk mengatasi kendala tersebut, edukasi dan promosi yang terstruktur menjadi sangat penting. BSI dapat mengimplementasikan program literasi keuangan berbasis komunitas yang fokus pada pengenalan konsep dasar keuangan syariah. Misalnya, seminar atau workshop yang membahas akad-akad syariah dan manfaatnya dapat membantu masyarakat memahami perbedaan produk syariah dan konvensional.

Menurut Laila dan Sihotang (2022), kolaborasi dengan institusi pendidikan juga merupakan langkah strategis untuk meningkatkan literasi keuangan syariah sejak dini. Program pendidikan yang memasukkan materi keuangan syariah ke dalam kurikulum sekolah atau universitas akan memberikan pemahaman yang mendalam kepada generasi muda, sehingga mereka lebih percaya dan tertarik menggunakan layanan bank syariah. Selain pendekatan langsung, pemanfaatan teknologi digital dapat menjadi solusi untuk meningkatkan literasi keuangan syariah secara luas dan efisien. BSI dapat mengembangkan aplikasi interaktif atau video edukasi yang menjelaskan konsep-konsep keuangan syariah dengan cara yang menarik dan mudah

dipahami. Nugroho dan Pudjihardjo (2022) menekankan bahwa kehadiran fitur digital yang mendukung edukasi dapat meningkatkan preferensi masyarakat terhadap layanan perbankan syariah. Selain itu, kolaborasi BSI dengan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dalam mengimplementasikan Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia (SNLKI) 2021–2025 dapat memperkuat upaya ini. Program 'Cakap Keuangan' dari OJK, yang bertujuan untuk meningkatkan pemahaman masyarakat tentang produk keuangan syariah, dapat digunakan untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan meningkatkan kepercayaan terhadap layanan bank syariah di Medan.

Optimalisasi Strategi Promosi dan Sosialisasi untuk Meningkatkan Kesadaran Masyarakat terhadap Bank Syariah

Hasil kuesioner menunjukkan bahwa meskipun 50.9% responden menganggap promosi yang dilakukan oleh BSI cukup efektif, masih terdapat 23.7% responden yang merasa promosi tersebut kurang informatif dan belum menjangkau seluruh lapisan masyarakat. Menurut Aisyah (2024), keberhasilan promosi sangat bergantung pada sejauh mana informasi yang disampaikan relevan dengan kebutuhan audiens dan mampu menjelaskan keunggulan produk secara sederhana dan menarik. Dalam kasus BSI, tantangan yang dihadapi adalah metode promosi yang masih cenderung satu arah dan kurang menonjolkan keunggulan spesifik dari produk keuangan syariah dibandingkan produk konvensional. Hal ini mengindikasikan perlunya pendekatan yang lebih inovatif dan inklusif dalam strategi promosi. Minimnya keterlibatan BSI dalam komunitas lokal juga menjadi salah satu kendala yang memengaruhi efektivitas promosi. Sebagaimana dijelaskan oleh Anwar, Erwin, dan Arif (2024), komunitas lokal memiliki peran penting dalam membangun kesadaran dan kepercayaan masyarakat terhadap produk keuangan.

Kurangnya inisiatif BSI dalam mengadakan kegiatan sosialisasi berbasis komunitas, seperti seminar, workshop, atau kemitraan dengan organisasi lokal, membuat masyarakat kurang memahami manfaat layanan keuangan syariah. Untuk mengatasi kendala ini, BSI perlu meningkatkan interaksi langsung dengan komunitas melalui kegiatan sosial, seperti penyuluhan keuangan berbasis syariah, kampanye edukasi, dan partisipasi dalam acara keagamaan lokal. Untuk menjangkau segmen masyarakat yang lebih luas, BSI perlu mengadopsi pendekatan promosi yang lebih tersegmentasi dan diversifikasi media. Menurut Aisyah (2024), memanfaatkan media digital, seperti media sosial, aplikasi interaktif, dan iklan digital, dapat menjadi cara yang efektif untuk menarik perhatian generasi muda yang lebih akrab dengan teknologi. Di sisi lain, media tradisional seperti televisi, radio, dan surat kabar lokal juga tetap relevan untuk menjangkau masyarakat di daerah yang kurang terpapar teknologi digital. Kampanye edukatif yang menggabungkan promosi dengan penyampaian informasi tentang manfaat dan keunggulan perbankan syariah dibandingkan konvensional juga sangat diperlukan.

Hasil kuesioner menunjukkan bahwa hanya 42.5% responden merasa program edukasi yang diselenggarakan oleh BSI sudah berkualitas, sementara 27.5% lainnya merasa tidak puas. Hal ini mengindikasikan bahwa materi edukasi yang disampaikan BSI belum sepenuhnya menjawab kebutuhan masyarakat. Menurut Suib dan Amelia (2024), kurangnya relevansi materi edukasi dengan konteks lokal, seperti pengelolaan

keuangan keluarga dan investasi berbasis syariah, menjadi salah satu faktor yang menghambat efektivitas program edukasi. Selain itu, akses terhadap materi edukasi juga sering kali terbatas pada masyarakat di wilayah tertentu, terutama di daerah pedesaan, sehingga banyak masyarakat merasa terabaikan oleh inisiatif edukasi yang ada.

Optimalisasi Program Edukasi untuk Meningkatkan Partisipasi Masyarakat dalam Keuangan Syariah

Metode penyampaian yang kurang interaktif menjadi kendala lain dalam efektivitas program edukasi BSI. Sebagaimana dijelaskan oleh Salsabila, Nawawi, dan Anggraini (2024), pendekatan edukasi berbasis ceramah atau penyampaian satu arah kurang menarik perhatian masyarakat dan sulit dipahami, terutama untuk topik yang kompleks seperti akad-akad syariah dan perencanaan keuangan berbasis Islam. Untuk meningkatkan partisipasi, diperlukan metode yang lebih interaktif, seperti simulasi pengelolaan keuangan, studi kasus, atau diskusi kelompok. Metode ini memungkinkan masyarakat untuk belajar secara praktis dan langsung menerapkan pengetahuan yang diperoleh dalam kehidupan sehari-hari, sehingga mereka lebih termotivasi untuk menggunakan layanan keuangan syariah.

Untuk mengatasi kendala tersebut, BSI perlu mengembangkan program edukasi yang lebih inklusif dan mudah diakses oleh berbagai lapisan masyarakat. Salah satu langkah strategis adalah menyediakan modul online, video tutorial, dan aplikasi edukatif yang dapat diakses kapan saja melalui platform digital BSI. Selain itu, kolaborasi dengan lembaga pendidikan formal untuk mengintegrasikan literasi keuangan syariah ke dalam kurikulum sekolah dapat memberikan pemahaman sejak dini kepada generasi muda (Suib & Amelia, 2024). Program edukasi berbasis komunitas, seperti kelas keuangan syariah dan seminar lokal, juga dapat memperkuat kesadaran masyarakat di daerah terpencil.

Evaluasi dan Strategi Optimalisasi Perpindahan Aplikasi ke Beyond

Perpindahan aplikasi dari platform lama ke Beyond menimbulkan berbagai kendala bagi nasabah, sebagaimana tercermin dari 37.5% responden yang merasa kesulitan selama proses ini. Kurangnya penjelasan yang jelas mengenai alasan dan manfaat perpindahan aplikasi menjadi salah satu penyebab utama ketidakpuasan. Nasabah merasa bingung dengan langkah-langkah migrasi data serta fitur-fitur baru yang tersedia di aplikasi Beyond. Menurut Novani, Kamaliah, dan Khairunnisa (2022), transparansi dalam menyampaikan informasi kepada nasabah sangat penting untuk memastikan proses perpindahan berjalan lancar dan menghindari kebingungan. Selain itu, keterbatasan dukungan teknis selama migrasi memperburuk pengalaman nasabah, yang pada akhirnya dapat menurunkan loyalitas terhadap layanan BSI.

Proses perpindahan aplikasi memerlukan transparansi dan edukasi yang komprehensif untuk mengurangi resistensi dari nasabah. BSI perlu memberikan informasi yang jelas mengenai manfaat perpindahan aplikasi, seperti peningkatan keamanan, fitur-fitur baru, dan pengalaman pengguna yang lebih baik. Panduan migrasi langkah demi langkah dalam bentuk tulisan, video tutorial, atau sesi webinar interaktif dapat membantu nasabah memahami proses dengan lebih mudah.

Sebagaimana dikemukakan oleh Novani et al. (2022), layanan perbankan digital yang efektif membutuhkan edukasi berkelanjutan untuk membangun kepercayaan dan kenyamanan nasabah terhadap aplikasi baru. Dengan demikian, nasabah tidak hanya memahami perubahan yang terjadi, tetapi juga merasa yakin bahwa perpindahan ini akan meningkatkan pengalaman mereka dalam menggunakan layanan BSI. Dukungan teknis yang responsif dan mudah diakses menjadi kunci keberhasilan proses migrasi aplikasi ke Beyond. BSI perlu menyediakan layanan bantuan 24/7 melalui berbagai saluran komunikasi, seperti telepon, live chat, dan email, untuk membantu nasabah yang menghadapi kendala selama migrasi. Selain itu, menghadirkan tim pendukung khusus di kantor cabang atau melalui program pendampingan berbasis komunitas dapat menjadi solusi untuk menjangkau nasabah yang kurang familier dengan teknologi digital. Menurut Novani et al. (2022), pendekatan proaktif dalam mendukung nasabah selama masa transisi tidak hanya memperlancar proses perpindahan, tetapi juga meningkatkan loyalitas nasabah terhadap layanan perbankan digital BSI.

Mengatasi Gangguan Teknis untuk Meningkatkan Kepercayaan terhadap Aplikasi BSI Mobile

Gangguan teknis pada aplikasi BSI Mobile, seperti lag, error, atau downtime yang sering terjadi, menjadi salah satu kendala utama dalam memberikan pengalaman digital yang baik kepada nasabah. Berdasarkan hasil survei, sebanyak 59% responden mengungkapkan ketidakpuasan terhadap stabilitas aplikasi, sementara hanya 21% responden yang merasa bahwa aplikasi jarang mengalami gangguan. Ketidakstabilan ini mengganggu kenyamanan nasabah dalam bertransaksi, menurunkan kepercayaan, dan dapat memengaruhi loyalitas nasabah terhadap layanan digital BSI. Menurut penelitian Maharani, Nurbaiti, dan Daulay (2024), nasabah memiliki ekspektasi tinggi terhadap layanan mobile banking, terutama dalam hal keandalan, keamanan, dan kenyamanan. Ketika aplikasi tidak mampu memenuhi ekspektasi tersebut, nasabah cenderung mencari alternatif lain yang menawarkan pengalaman pengguna yang lebih baik. Selain itu, gangguan teknis juga menciptakan citra negatif terhadap bank, terutama di tengah persaingan ketat dengan bank konvensional dan fintech yang menawarkan solusi digital canggih. Definisi digitalisasi banking sebagai suatu organisasi bisnis yang menawarkan aktivitasperbankan online yang sebelumnya hanya tersediadi kantor cabang bank saja.

Dalam konteks lain digital bangking harus dapat melakukan pengiriman otomatis produk dan layanan perbankan baru dan tradisional langsung ke pelanggan melalui saluran komunikasi elektronik secara interaktif. Mengartikannya bahwa layanan tersebut tidak harus selalu ada dalam bentuk fisik seperti kantor bank atau sejenisnya. Jadi bisa saja dilakukan yang dipusatkan di suatu lokasi tertentu. Untuk mengatasi masalah ini, BSI perlu melakukan investasi besar dalam infrastruktur teknologi informasi guna memastikan aplikasi BSI Mobile memiliki performa yang lebih stabil dan andal. Sistem backend aplikasi harus diperkuat untuk meminimalkan kemungkinan gangguan teknis, terutama selama periode transaksi puncak seperti akhir bulan atau hari besar keagamaan. Menurut Sembiring, Nurbaiti, dan Daulay

(2024), pengujian rutin dan pemeliharaan sistem secara berkala sangat penting untuk mendeteksi dan memperbaiki potensi masalah sebelum berdampak pada nasabah. Selain itu, BSI dapat memanfaatkan teknologi cloud computing yang memiliki kemampuan penskalaan otomatis untuk menangani lonjakan jumlah pengguna secara real-time. Selain itu, peningkatan sistem keamanan juga menjadi prioritas penting untuk melindungi data nasabah dari ancaman siber yang dapat merusak reputasi bank.

Dengan infrastruktur yang kuat, aplikasi BSI Mobile dapat memberikan pengalaman digital yang lebih mulus dan bebas gangguan kepada seluruh nasabah. Selain perbaikan infrastruktur teknis, kepatuhan terhadap regulasi terkait layanan digital menjadi langkah penting untuk membangun kepercayaan masyarakat. Undang-Undang No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE) mengatur keamanan dan transparansi dalam transaksi digital, sedangkan Peraturan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) No. 38/POJK.03/2016 tentang Perlindungan Konsumen Sektor Jasa Keuangan mewajibkan bank untuk menyediakan layanan yang responsif dan transparan. Dalam konteks aplikasi BSI Mobile, BSI harus menyediakan informasi yang jelas mengenai setiap pembaruan atau perbaikan sistem yang dilakukan, sehingga nasabah merasa dilibatkan dalam proses tersebut. Maharani et al. (2024) juga menyarankan bahwa bank perlu menyediakan layanan pelanggan yang tanggap melalui berbagai saluran, seperti telepon, live chat, atau pusat bantuan di aplikasi, untuk menangani keluhan nasabah secara cepat dan efisien. Selain itu, pelatihan bagi staf layanan pelanggan untuk menangani kendala teknis secara proaktif dapat meningkatkan kepercayaan dan kepuasan nasabah terhadap layanan BSI. BSI juga perlu mengadopsi pendekatan proaktif dengan terus melakukan inovasi dalam pengembangan aplikasi BSI Mobile. Aplikasi yang user-friendly, dengan navigasi yang intuitif, dan fitur yang relevan seperti simulasi keuangan syariah, dapat meningkatkan engagement pengguna. Selain itu, BSI dapat mengadakan survei kepuasan pelanggan secara berkala untuk mendapatkan masukan langsung dari nasabah mengenai kendala atau fitur yang perlu ditingkatkan. Dengan mengintegrasikan masukan tersebut ke dalam pembaruan aplikasi, BSI dapat menunjukkan komitmen dalam meningkatkan kualitas layanan mereka. Langkah-langkah ini jika diimplementasikan dengan baik, tidak hanya akan mengatasi gangguan teknis yang ada, tetapi juga menciptakan pengalaman digital yang unggul dan meningkatkan loyalitas nasabah terhadap layanan bank syariah.

KESIMPULAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Bank Syariah Indonesia (BSI) menghadapi berbagai kendala dalam meningkatkan partisipasi masyarakat terhadap layanan keuangan syariah, khususnya di Medan. Tingkat literasi keuangan syariah masyarakat yang rendah menjadi salah satu hambatan utama, dengan hanya 12.5% responden yang sangat memahami prinsip keuangan syariah, sementara 24.2% tidak memahami sama sekali. Selain itu, hanya 50.9% responden yang merasa promosi BSI cukup efektif, sedangkan 23.7% menganggap promosi tersebut kurang informatif dan belum menjangkau seluruh lapisan masyarakat. Kendala teknis juga menjadi isu signifikan, dengan 37.5% responden merasa kesulitan dalam proses perpindahan

aplikasi ke Beyond, dan 59% responden tidak puas dengan stabilitas aplikasi BSI Mobile. Masalah ini tidak hanya menurunkan kepercayaan masyarakat tetapi juga memengaruhi loyalitas mereka terhadap layanan digital BSI.

DAFTAR PUSTAKA

Agustina, A. Y., Khairunnisa, K., & Khoyriyah, K. (2023). Pengaruh partisipasi masyarakat terhadap penyaluran dana (landing) Bank Syariah. Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan, 5(6), 2623–2629.

Aisyah, F. (2024). Promosi, Edukasi Dan Motivasi Pengaruhnya Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Tabungan Haji Di BSI Area Meulaboh. Journal of Management Science and Bussines Review, 2(3), 99–119.

Anwar, M. A., Erwin, E., & Arif, N. (2024). UPAYA MARKETING DALAM MENINGKATKAN NASABAH BSI KCP SIDRAP MELALUI SOSIALISASI DAN PROMOSI. Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat, 5(4), 6597– 6602.

Bank Indonesia. (2024). Regulasi Perbankan Syariah dan Implementasinya. Diakses dari https://peraturan.bpk.go.id.

Bank Syariah Indonesia. (2024). Informasi Perusahaan Bank Syariah Indonesia. Diakses dari https://www.bankbsi.co.id.

Cahaya, L. A., & Nurlaila, N. (2022). Pengaruh pengetahuan tentang riba terhadap minat menabung di Bank Syariah pada kalangan mahasiswa FEBI Universitas Islam Negeri Sumatera Utara. Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan, 5(5), 2118–2126. https://doi.org/10.32670/fairvalue.v5i5.2766

Fitriyani, T. (2018). Optimalisasi Kinerja Unit Asuransi Syariah Menghadapi Kebijakan Spin Off.

Hafizha, Z., & Anggraini, T. (2023). Pengaruh Personal Branding Sumber Daya Insani Perbankan Syariah Terhadap Digitalisasi Banking di Era Industri 4.0. Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, 9(01), 470–479.

Howard, J. A. (1969). The theory of buyer behavior. John Willey & Sons, 145.

Jan, A., Rahman, H. U., Zahid, M., Salameh, A. A., Khan, P. A., Al-Faryan, M. A. S., Aziz, R. B. C., & Ali, H. E. (2023). Islamic corporate sustainability practices index aligned with SDGs towards better financial performance: Evidence from the Malaysian and Indonesian Islamic banking industry. Journal of Cleaner Production, 405, 136860.

Laila, Y., & Sihotang, M. K. (2022). Pengaruh Inklusi Keuangan Dan Literasi Keuangan Terhadap Kinerja Keuangan Pada BSI Region Medan. Al-Sharf: Jurnal Ekonomi Islam, 3(3), 322–335.

Mamat, H. N., Kamarudin, F., Ali, M., & Hussain, H. I. (2024). Impact of Islamicity on the productivity of conventional and Islamic banks in selected southeast Asian countries. Pacific-Basin Finance Journal, 87, 102492.

Mariana, M., Ramadana, S. W., & Rahmaniar, R. (2024). Mengungkap Tantangan Dan Dampak Literasi Keuangan Syariah Terhadap Partisipasi Masyarakat Aceh Dalam Perbankan Syariah: Literatur Review. Jurnal Sosial Humaniora Sigli, 7(2).

Novani, F., Kamaliah, R., & Khairunnisa, K. (2022). Pengaruh Layanan Mobile Banking Terhadap Jumlah Nasabah Menabung Pada PT. Bank Syariah Indonesia, Tbk Kcp Stabat. Al-Sharf: Jurnal Ekonomi Islam, 3(1), 98–106.

Nugroho, I. Y., & Pudjihardjo, M. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kegunaan, Ketersediaan Fitur dan Literasi Keuangan Terhadap Preferensi Konsumen Menggunakan BSI Mobile. Islamic Economics and Finance in Focus, 1(2), 135–147.

Nurfuadi, W., K, K., & Harahap, M. I. (2024). Pengaruh Pengetahuan Perbankan Syariah dan Religiusitas terhadap Minat Mahasiswa Perbankan Syariah untuk Memilih Bekerja di Perbankan Syariah: Studi Pada Mahasiswa Perbankan Syariah UINSU Angkatan 2018. El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam, 5(3), 1079–1091. https://doi.org/10.47467/elmal.v5i3.621

Otoritas Jasa Keuangan. (2024). Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah. Diakses dari https://www.ojk.go.id.

Salsabila, R., Nawawi, Z. M., & Anggraini, T. (2024). Strategi Agen BSI Smart Dalam Memberikan Layanan Kepada Masyarakat Pedesaan (Studi Kasus di Kecamatan Babussalam Kabupaten Aceh Tenggara). JPEK (Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Kewirausahaan), 8(3), 969–984.

Sembiring, E. R. M., Nurbaiti, N., & Daulay, A. N. (2024). Pengaruh Ancaman Siber Ransomware dan Gangguan Sistem Layanan Mobile Banking Terhadap Kepercayaan Nasabah pada Bank BSI KCP Kisaran. JURNAL MANAJEMEN PENDIDIKAN DAN ILMU SOSIAL, 5(4), 880–887.

Suib, M. S., & Amelia, L. (2024). Literasi Perbankan Syariah Untuk Meningkatkan Akselerasi Inklusi Keuangan (Studi pada Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Probolinggo). WADIAH, 8(2), 261–284.

Sujud, F. A. (2024). Inisiasi Otoritas Jasa Keuangan Kediri Dalam Meningkatkan Literasi Dan Inklusi Keuangan Syariah Masyarakat Kediri. Jurnal Tanbih, 1(1), 67–87.

Syahira, T., Indra, A. P., & Anggraini, T. (2024). Pengaruh Pengalaman Nasabah Dalam Penggunaan MBanking Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus Masyarakat Sei Mencirim). Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, 10(1), 1216–1220.