

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KURANGNYA MINAT MASYARAKAT DALAM MEMILIH BANK SYARIAH INDONESIA DI KABUPATEN TEBO

Putri Apria Ningsih¹, Neneng Sudharyati²

putriapria8@gmail.com¹, nenengsudharyati@uinjambi.ac.id²

UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi

ABSTRAK

Penelitian ini tentang: faktor-faktor yang mempengaruhi kurangnya minat masyarakat dalam memilih Bank Syariah Indonesia di Kabupaten Tebo. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi kurangnya minat masyarakat dan keadaan minat masyarakat dalam memilih produk tabungan, titipan atau simpanan (Al-Wadiah) di Bank Syariah Indonesia di Kabupaten Tebo. Adapun jenis penelitian ini yaitu kualitatif deskriptif dengan jenis data primer dan sekunder. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu menggunakan teknik observasi, wawancara dan dokumentasi, sedangkan untuk analisis data peneliti menggunakan analisis adalah analisis domain, teksonomi dan komponensial. Hasil penelitian menjelaskan faktor-faktor yang mempengaruhi kurangnya minat masyarakat dalam memilih Bank Syariah Indonesia di Kabupaten Tebo diantaranya dipengaruhi oleh adanya anggapan masyarakat tentang bank syariah sama dengan bank konvensional, faktor kurangnya pemahaman dan pengetahuan masyarakat tentang sistem Bank Syariah Indonesia, faktor keberadaan lokasi bank yang kurang strategis dan kurang mudah dijangkau oleh masyarakat di Tebo, dan faktor kurang maksimalnya kegiatan promosi oleh Bank Syariah Indonesia. Minat masyarakat dalam memilih produk tabungan, titipan atau simpanan (Al-Wadiah) di Bank Syariah Indonesia di Kabupaten Tebo dapat dilihat dari keadaan minat masyarakat karena adanya religiusitas yang tinggi dengan pengetahuan dan pengetahuan agama yang cukup tinggi diterapkan dalam kehidupan sehari-hari, minat masyarakat karena kemauan sendiri dan faktor keluarga dimana adanya kemauan dari diri sendiri dan juga karena ajakan keluarga terdekat, minat masyarakat berdasarkan hubungan sosial dan budaya masyarakat dimana adanya hubungan yang saling mempengaruhi dan adanya kebiasaan masyarakat yang menjadi pengaruh untuk kelompok masyarakat.

Kata Kunci: Faktor yang Mempengaruhi Minat, Minat Menabung, Bank Syariah Indonesia.

ABSTRACT

This research is about: factors that influence the lack of public interest in choosing Indonesian Sharia Bank in Tebo Regency. The aim of this research is to determine the factors that influence the lack of public interest and the state of public interest in choosing savings, deposit or savings products (Al-Wadiah) at Bank Syariah Indonesia in Tebo Regency. This type of research is descriptive qualitative with primary and secondary data types. The data collection technique in this research uses observation, interview and documentation techniques, while for data analysis the researcher uses domain, textonomic and componential analysis. The results of the research explain the factors that influence the lack of public interest in choosing Bank Syariah Indonesia in Tebo Regency, including being influenced by the public's perception that Islamic banks are the same as conventional banks, the lack of public understanding and knowledge about the Indonesian Syariah Bank system, the existence of banks in different locations. less strategic and less easy to reach by the people in Tebo, and the factor of less than optimal promotional activities by Bank Syariah Indonesia. The public's interest in choosing savings, deposit or savings products (Al-Wadiah) at Bank Syariah Indonesia in Tebo Regency can be seen from the state of public interest due to high religiosity with a high level of religious knowledge and knowledge applied in daily life, public interest because of one's own will and family factors where there is one's own will and also because of the invitation of the closest family, community interest based on social relations and community culture where there are relationships that influence each other and the existence of community habits that influence community groups..

Keywords: *Factors that Influence Interest, Interest in Saving, Indonesian Sharia Bank.*

PENDAHULUAN

Bank Syariah Indonesia merupakan lembaga intermediasi dan penyedia jasa keuangan yang bekerja berdasarkan etika dan sistem nilai Islam, dan penyedia jasa keuangan yang bekerja berdasarkan etika dan sistem nilai Islam, khususnya yang bebas dari bunga (riba), bebas dari kegiatan spekulasi yang nonproduktif seperti perjudian (maysir), bebas dari hah-hal yang tidak jelas dan meragukan (gharar), berprinsip keadilan, dan hanya membiayai kegiatan yang halal. Bank Syariah Indonesia sering yang sering disamakan dengan Bank tanpa bunga.

Lahirnya Bank Syariah Indonesia yang beroperasi berdasarkan sistem bagi hasil sebagai alternatif pengganti bunga pada bank-bank konvensional, merupakan peluang bagi umat Islam untuk memanfaatkan jasa bank seoptimal mungkin. Bank Syariah Indonesia merupakan peluang karena umat Islam berhubungan dengan perbankan merasa tenang, tanpa keraguan dan didasari oleh motivasi keagamaan yang kuat didalam memobilisasi dana masyarakat untuk pembiayaan pembangunan ekonomi umat.

Peluang tersebut tidak hanya dirasakan oleh umat Islam saja, tetapi juga oleh umat non-muslim, karena Bank Syariah Indonesia dinilai terbukti mampu menjadi sarana penunjang pembangunan ekonomi yang handal dan dapat beroperasi secara sehat, karena didalam operasinya terkandung misi kebersamaan antara nasabah dengan bank .

Bank Syariah Indonesia sebagai salah satu lembaga keuangan yang kegiatannya adalah menghimpun dan menyalurkan dana untuk masyarakat, salah satunya produk tabungan Wadiah. Tabungan wadi'ah merupakan tabungan yang dijalankan berdasarkan akad wadi'ah, yakni titipan murni yang harus dijaga dan dikembalikan setiap saat sesuai dengan kehendaki pemiliknya. Terkait dengan produk tabungan wadi'ah, Bank Syariah Indonesia menggunakan akad wadi'ahyad adh-dhamana.

Bank Syariah Indonesia mempunyai strategi-strategi pemasaran pada setiap produk-produk yang ditawarkan khususnya produk tabungan wadi'ah yang menggunakan akad wadi'ahyad adh-dhamana. Hal ini dilakukan agar masyarakat mengetahui dan tertarik untuk mengambil manfaat dari produk yang ditawarkan sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya.

Prinsip Titipan atau Simpanan (Al-Wadiah) dapat diartikan sebagai titipan murni dari satu pihak ke pihak lain, baik individu maupun badan hukum, yang harus dijaga dan dikembalikan kapan saja sipenitip menghendaki jika titipan tersebut akan digunakan. Titipan terdiri dari: Tabungan wadiah yaitu simpanan dana nasabah pada bank, yang bersifat titipan dan penarikannya dapat dilakukan setiap saat. Karena menggunakan prinsip titipan, berarti Bank wajib siap siaga untuk sewaktu waktu dana tersebut diambil kembali oleh nasabahnya. Selain itu, Bank sebenarnya boleh saja untuk tidak memberi return apapun. Prinsip yang seperti ini biasanya ada di produk tabungan reguler dan giro. Dana-dana yang sewaktu-waktu bisa diambil. Dalam prakteknya di perbankan Syariah, hampir semua prinsip ini dapat return yang disebut bonus. Besarnya bonus ini juga tidak dapat diperjanjikan di awal. Presentase yang diberikan bank kepada nasabah pun sesuai kebijakan bank. Hanya saja dapat dipastikan besaran bonus untuk tabungan wadiah ini, biasanya tidak lebih besar dari besarnya bagi hasil pada tabungan dengan prinsip mudharabah. Karna return yang tidak besar, model tabungan dengan prinsip wadiah ini biasanya menawarkan layanan-layanan lain. Misalnya free biaya transfer, free biaya admin bulanan (atau kadang ringan), free biaya atm, setoran dan saldo minimum lebih kecil, dan lain sebagainya.

Bank Syariah Indonesia harus benar benar mengelola dana nasabah untuk disalurkan ke pembiayaan. Jika tidak, otomatis nasabahnya dapat langsung mengetahui dari fluktuasi

bagi hasil maupun bonus yang diterima setiap bulannya. Dapat dilihat rata-rata Lending to Deposit Ratio LDR (rasio dana yang dipinjamkan dalam kredit/pembiayaan terhadap dana nasabah yg dihimpun bank) Bank Syariah Indonesia rata rata cukup tinggi.

Pengamatan penulis dalam praobservasi menemukan bahwa dalam kegiatan operasionalnya, Bank Syariah Indonesia Kabupaten Tebo memiliki beberapa produk penghimpunan dana (funding) dan produk penyaluran dana (lending). Produk ini merupakan produk simpanan dengan akad wadiah yang penyetorannya diwajibkan setiap bulan sebesar Rp. 200.000,-dengan jangka waktu penyetoran selama 24 bulan. Produk ini dalam pelaksanaannya menggunakan akad wadiah, yaitu akad seseorang kepada pihak lain dengan menitipkan suatu barang untuk dijaga secara layak (titipan), setiap anggota akan mendapatkan hadiah sesuai undian yang diperoleh dan setiap anggota berhak mendapatkan bagi hasil pada akhir periode simpanan.

Alasan penulis memilih penelitian ini karena berdasarkan pengamatan awal penulis, menabung di Bank Syariah Indonesia dengan yang berlaku di bank konvensional hampir tidak ada perbedaan. Hal ini karena, baik di Bank Syariah Indonesia maupun bank konvensional mengikuti aturan teknis perbankan secara umum. Akan tetapi bila diamati lebih dalam, terdapat beberapa perbedaan mendasar di antara keduanya. Perbedaan pertama terletak pada akadnya. Pada Bank Syariah Indonesia, semua transaksi harus berdasarkan akad yang dibenarkan oleh Syariah. Dengan demikian, semua transaksi itu harus mengikuti kaidah dan aturan yang berlaku pada akad-akad Muamalah Syariah. Pada bank konvensional, transaksi pembukaan rekening, baik giro, tabungan maupun deposito, berdasarkan perjanjian titipan, namun prinsip titipan ini tidak sesuai dengan aturan Syariah, misalnya wadi'ah, karena dalam produk giro, tabungan maupun deposito, menjanjikan imbalan dengan tingkat bunga tetap terhadap uang yang disetor. Perbedaan kedua terdapat pada imbalan yang diberikan. Bank konvensional menggunakan konsep biaya (cost concept) untuk menghitung keuntungan. Artinya, bunga

yang dijanjikan di muka kepada nasabah penabung merupakan ongkos atau biaya yang harus dibayar oleh bank. Oleh karena itu bank harus “menjual” kepada nasabah lain (peminjam) dengan biaya bunga yang lebih tinggi. Perbedaan antara keduanya disebut spread yang menandakan apakah perusahaan tersebut untung atau rugi. Bila spread-nya positif, di mana beban bunga yang dibebankan kepada peminjam lebih tinggi dari bunga yang diberikan kepada penabung, maka dapat dikatakan bahwa bank mendapatkan keuntungan. Sedangkan Bank Syariah Indonesia menggunakan pendekatan profit sharing, artinya dana yang diterima bank disalurkan kepada pembiayaan. Keuntungan yang didapat dari pembiayaan tersebut dibagi dua, untuk bank dan untuk nasabah, berdasarkan perjanjian pembagian keuntungan di muka.

Fenomena yang kemudian terjadi dalam persaingan di dunia Bank Syariah Indonesia Kabupaten Tebo dalam mengejar uang nasabah, pihak Bank Syariah Indonesia untuk meraih trust konsumen dengan kemudahan transaksi, hal inilah yang menjadi kunci persaingan Bank Syariah Indonesia Kabupaten Tebo untuk menarik nasabah tabungan. Bank Syariah Indonesia Kabupaten Tebo berani berinovasi dalam memasarkan produk untuk memuaskan pelanggannya atau nasabahnya. Salah satu inovasi Bank Syariah Indonesia Kabupaten Tebo yang membuat nasabah mulai percaya, saat bank swasta bermunculan dan mulai membuka kantor cabang hingga kabupaten adalah pemberian undian-undian hadiah ataupun grand prize. Permasalahan yang kemudian mencuat adalah adanya undian-undian berhadiah. Program ini tampaknya mulai merubah peta bisnis perbankan, orang pada waktu itu tidak percaya. Bank Syariah Indonesia Kabupaten Tebo cukup banyak menyediakan hadiah mewah yang ditawarkan kepada nasabahnya. Hadiah tersebut ada yang berupa mobil seharga ratusan juta rupiah, atau bahkan sebuah rumah mewah yang berharga milyaran.

Hadiah tersebut diberikan kepada nasabah yang memiliki saldo tabungan paling tinggi yang kemudian diundi. Inilah yang menarik orang untuk menyimpan uangnya di bank-bank yang menawarkan hadiah serupa, sehingga bank mendapatkan dana cadangan berlipat ganda.

Permasalahannya adalah bagaimana mungkin dengan menabung di Bank Syariah Indonesia, bisa meraih kesempatan mendapatkan hadiah-hadiah grand prize yang menarik. Program seperti ini menciptakan trend baru, Semangat menabung double untung, dapat bagi hasil, sekaligus untung-untung dapat hadiah. Program ini tampaknya berhasil mendorong perbankan menjadi besar, terutama di Bank Syariah Indonesia Kabupaten Tebo meskipun pemberian hadiah dengan cara undian-undian di larang dalam ketentuan Syariah.

Observasi awal peneliti di Kabupaten Tebo juga menemukan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat dalam menggunakan produk Bank Syariah Indonesia masih sangat kurang, karena masyarakat masih banyak yang belum memahami baik dalam hal pendapatan, produk, lokasi, pelayanan, dan promosi yang dilakukan oleh Bank Syariah Indonesia.

Faktor lain yang mendorong seseorang berminat menjadi nasabah untuk menggunakan produk Bank Syariah Indonesia adalah reputasi. Suatu lembaga yang memiliki reputasi yang baik akan dipercaya oleh nasabahnya. Mekanisme dalam sebuah lembaga syariah menggunakan profit sharing (bagi hasil). Jika dalam mekanisme konvensional menggunakan transferring risk (bunga). Profit sharing dalam kamus ekonomi diartikan sebagai pembagian laba. Secara definisi profit sharing diartikan distribusi beberapa bagian dari laba pada para pegawai dari suatu perusahaan.

Rendahnya tingkat jumlah nasabah yang memilih menggunakan produk Bank Syariah Indonesia dipengaruhi karena kurang promosi yang gencar dan terus-menerus dalam mempromosikan keunggulan produknya, penyebaran brosur yang kurang merata, membuat iklan-iklan yang kurang menarik, menshare produk-produk di internet namun, harga yang ditawarkan kurang murah namun sesuai dengan kualitasnya hanya saja masyarakat kurang memahami bahwa harga yang ditawarkan sesuai dan juga belum melakukan sosialisasi dengan masyarakat akan pentingnya produk Bank Syariah Indonesia dimasa mendatang yang akan mengakibatkan minat masyarakat berkurang.

Selain itu keberadaan Bank Syariah Indonesia tidak bisa lepas dari pro kontra, terlepas itu Bank Syariah Indonesia maupun Konvensional. Namun masyarakat terutama orang awam, masih banyak yang belum paham mana yang termasuk syariah mana yang termasuk konvensional. Belum lagi permasalahan kurang pengetahuan kepada masyarakat tentang berproduk Bank Syariah Indonesia, sehingga hanya sekitar beberapa pesen masyarakat yang memiliki minat tersebut, ditambah petugas dan outlet yang ada di Bank Syariah Indonesia kurang memadai jumlahnya, maka banyak orang yang baru mau menjadi nasabah ketika ditawarkan, ataupun ketika mengetahui informasi terutama manfaat tentang produk-produk Bank Syariah Indonesia.

Keberadaan Bank Syariah Indonesia di Kabupaten Tebo pada awal berdirinya berada di Rimbo Ulu, dimana cukup jauh untuk dijangkau oleh masyarakat yang akan melakukan dan menggunakan produk-produk Bank Syariah Indonesia Tebo, tetapi saat ini keberadaan Bank Syariah Indonesia Tebo telah berpindah dari Kecamatan Rimbo Ulu ke Kabupaten Tebo dimana merupakan pusat kota sehingga keberadaannya mudah dikunjungi oleh masyarakat, tetapi kurangnya kegiatan sosialisasi dan promosi yang dilakukan oleh pihak Bank Syariah Indonesia di Tebo sehingga mengakibatkan masih banyak masyarakat yang belum mengetahui tentang produk-produk yang ditawarkan oleh Bank Syariah Indonesia di Tebo.

Berdasarkan permasalahan tersebut, maka dari itu peneliti ingin mengadakan penelitian dalam bentuk skripsi dengan judul: "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi

Kurangnya Minat Masyarakat dalam Memilih Bank Syariah Indonesia di Kabupaten Tebo”.

METODOLOGI

Dalam penelitian ini, metode yang digunakan adalah studi kasus dengan pendekatan kualitatif deskriptif. Metode studi kasus memungkinkan analisis mendalam mengenai individu, kelompok, atau organisasi untuk mendapatkan deskripsi komprehensif mengenai fenomena yang diteliti. Jenis penelitian ini bertujuan untuk memberikan gambaran sistematis dan akurat tentang karakteristik atau hubungan antara fenomena yang diteliti, tanpa perlakuan khusus.

Penelitian ini dilakukan di Bank Syariah Indonesia di Kabupaten Tebo, dengan fokus pada responden yang memberikan informasi terkait pokok-pokok penelitian. Sampel dipilih menggunakan teknik purposive sampling, yaitu memilih informan yang dianggap relevan dan mampu memberikan data yang diperlukan. Data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara, observasi, dan angket, sementara data sekunder berupa dokumentasi seperti profil organisasi, struktur, serta visi misi.

Pengumpulan data dilakukan melalui observasi langsung, dokumentasi, dan wawancara. Observasi digunakan untuk memahami konteks sosial dan fenomena secara langsung, sedangkan dokumentasi melibatkan pemeriksaan catatan dan arsip yang relevan. Wawancara dilakukan untuk mendapatkan informasi mendalam dari informan yang berwibawa.

Untuk memastikan keabsahan data, teknik triangulasi diterapkan. Triangulasi sumber melibatkan perbandingan antara hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi, serta membandingkan data dari berbagai perspektif. Triangulasi waktu juga dilakukan dengan memeriksa data pada waktu yang berbeda untuk memastikan konsistensi.

Analisis data dilakukan melalui beberapa tahap. Pertama, analisis domain digunakan untuk mengidentifikasi dan mengklasifikasikan kategori-kategori data. Selanjutnya, analisis taksonomi menguraikan kategori-kategori tersebut secara lebih mendetail. Terakhir, analisis komponen membandingkan dan mengkontraskan elemen-elemen dalam data untuk mengidentifikasi pola dan hubungan. Metode analisis ini membantu memberikan pemahaman yang mendalam dan terperinci mengenai fenomena yang diteliti.

HASIL DAN PEMBAHASAN

PT Bank Syariah Indonesia Tbk (BSI) resmi berdiri pada 1 Februari 2021, hasil merger dari Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, dan BRI Syariah. Penggabungan ini bertujuan untuk mengoptimalkan layanan perbankan syariah dengan menggabungkan kekuatan ketiga bank tersebut, serta untuk memperluas jangkauan dan kapasitas permodalan. Langkah ini diharapkan dapat menjadikan Bank Syariah Indonesia sebagai pusat ekonomi dan keuangan syariah global yang mampu bersaing dengan bank konvensional. Merger ini merupakan upaya strategis untuk memanfaatkan potensi pasar syariah yang besar di Indonesia, sebuah negara dengan populasi Muslim terbesar di dunia.

Visi Bank Syariah Indonesia adalah menjadi bank syariah terpercaya dan pilihan utama mitra usaha, dengan fokus pada pertumbuhan ekonomi berkelanjutan, pemerataan pembangunan, dan stabilitas sistem keuangan. Misi Bank Syariah Indonesia di Kabupaten Tebo mencakup mewujudkan pertumbuhan yang berkelanjutan, memprioritaskan pengumpulan dana dan pembiayaan UMKM, merekrut serta mengembangkan tenaga profesional, dan memastikan operasional bank berjalan sesuai standar perbankan yang sehat.

Bank Syariah Indonesia di Kabupaten Tebo memiliki struktur organisasi yang dirancang untuk mendukung efisiensi dan kualitas layanan. Struktur ini meliputi berbagai

posisi seperti Kepala Cabang, Marketing Manager, Accounting Officer, Funding Officer, serta berbagai posisi pendukung seperti Customer Service Officer dan Teller. Setiap posisi memiliki tugas spesifik untuk memastikan operasi bank berjalan lancar dan memenuhi target yang ditetapkan.

Bank Syariah Indonesia menawarkan berbagai produk pendanaan dan jasa. Produk pendanaan meliputi tabungan, deposito, giro, obligasi, dan pembiayaan seperti Griya, Gadai Emas, Mudharabah, Musyarakah, Murabahah, dan talangan haji. Untuk jasa, bank ini menyediakan kartu ATM, layanan pembayaran tagihan, SMS banking, serta berbagai layanan operasional seperti transfer lintas negara, setoran kliring, dan pajak online. Produk dan jasa ini dirancang untuk memenuhi kebutuhan nasabah dengan prinsip syariah yang ketat dan memastikan kenyamanan serta keamanan dalam setiap transaksi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa minat masyarakat di Kabupaten Tebo dalam memilih produk tabungan di Bank Syariah Indonesia dipengaruhi oleh beberapa faktor utama, yaitu religiusitas, kemauan pribadi, dan faktor keluarga.

Pertama, religiusitas memainkan peran penting dalam keputusan masyarakat untuk memilih produk perbankan syariah. Tingkat religiusitas yang tinggi mendorong individu untuk memilih tabungan yang sesuai dengan ajaran agama Islam, yang melarang praktik riba. Berdasarkan wawancara, masyarakat memilih produk tabungan syariah karena dianggap lebih sesuai dengan prinsip-prinsip agama dan memberikan rasa aman dari unsur riba. Hal ini menunjukkan bahwa nilai-nilai agama mempengaruhi keputusan masyarakat untuk bertransaksi sesuai dengan syariat Islam.

Kedua, kemauan pribadi dan pengetahuan individu juga merupakan faktor signifikan dalam pemilihan produk tabungan. Keinginan pribadi dan kesadaran tentang pentingnya menggunakan layanan keuangan yang sesuai dengan syariat Islam mempengaruhi keputusan masyarakat untuk menabung di Bank Syariah Indonesia. Pengetahuan mengenai keuntungan dan fitur produk tabungan syariah juga menjadi alasan utama dalam memilih tabungan tersebut. Faktor usia dan tren sosial di sekitar juga turut berkontribusi pada keputusan ini.

Ketiga, faktor keluarga juga berperan besar dalam mempengaruhi keputusan menabung di Bank Syariah Indonesia. Rekomendasi dan pengalaman positif dari anggota keluarga dapat mempengaruhi individu untuk memilih produk syariah. Keluarga sering kali menjadi sumber informasi dan dorongan, terutama ketika ada anggota keluarga yang telah merasakan manfaat dari produk tersebut. Interaksi rutin dengan keluarga memungkinkan berbagi pengetahuan dan rekomendasi mengenai produk tabungan syariah.

Secara keseluruhan, religiusitas, kemauan pribadi, dan pengaruh keluarga merupakan faktor-faktor yang saling terkait dan mempengaruhi minat masyarakat dalam memilih produk tabungan di Bank Syariah Indonesia. Religiusitas memberikan dasar moral, kemauan pribadi dan pengetahuan memberikan alasan praktis, sementara faktor keluarga memberikan dorongan sosial dan informasi.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab-bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Faktor-faktor yang mempengaruhi kurangnya minat masyarakat dalam memilih Bank Syariah Indonesia di Kabupaten Tebo diantaranya dipengaruhi oleh adanya anggapan masyarakat tentang bank syariah sama dengan bank konvensional, faktor kurangnya pemahaman dan pengetahuan masyarakat tentang sistem Bank Syariah Indonesia, faktor keberadaan lokasi bank yang kurang strategis dan kurang mudah dijangkau oleh masyarakat di Tebo, dan faktor kurang maksimalnya kegiatan promosi oleh Bank

Syariah Indonesia.

2. Minat masyarakat dalam memilih produk tabungan, titipan atau simpanan (Al-Wadiah) di Bank Syariah Indonesia di Kabupaten Tebo dapat dilihat dari keadaan minat masyarakat karena adanya religiusitas yang tinggi dengan pengetahuan dan pengetahuan agama yang cukup tinggi diterapkan dalam kehidupan sehari-hari, minat masyarakat karena kemauan sendiri dan faktor keluarga dimana adanya kemauan dari diri sendiri dan juga karena ajakan keluarga terdekat, minat masyarakat berdasarkan hubungan sosial dan budaya masyarakat dimana adanya hubungan yang saling mempengaruhi dan adanya kebiasaan masyarakat yang menjadi pengaruh untuk kelompok masyarakat.

SARAN

Berdasarkan hasil penelitian tentang faktor-faktor yang mempengaruhi kurangnya minat masyarakat dalam memilih Bank Syariah Indonesia di Kabupaten Tebo, maka beberapa saran yang bersifat membangun diantaranya:

1. Bank Syariah Indonesia Kabupaten Tebo harus dapat meningkatkan kualitas produk, promosi dan pelayanan kepada nasabah karena merupakan faktor yang mempengaruhi minat nasabah.
2. Bank syariah Indonesia Kabupaten Tebo perlu melakukan banyak sosialisasi dan edukasi publik untuk memberikan pengetahuan dan pemahaman kepada masyarakat, agar masyarakat tahu tentang konsep, mekanisme, produk, istilah-istilah perbankan syariah sehingga mereka memiliki informasi yang cukup tentang lembaga keuangan bank syariah. Selama ini sosialisasi tentang perbankan syariah masih sangat kurang sehingga perlu ditingkatkan lebih banyak lagi.
3. Produk merupakan suatu hal utama yang harus menjadi perhatian Bank Syariah Indonesia Kabupaten Tebo sekarang, bank syariah harus melakukan inovasi dan menambah jumlah produk yang masih terbatas agar masyarakat memiliki banyak pilihan produk sesuai dengan kebutuhannya dan tertarik untuk menabung di bank syariah. Dan untuk masalah lokasi bank syariah harus memperhatikan lokasi yang mudah di akses oleh masyarakat dan terutama lokasi yang dekat dengan tempat tinggal mereka agar mereka mudah mengakses layanan bank syariah.

DAFTAR PUSTAKA

Al-Quran

Alquran dan Terjemahan, Departemen Agama Republik Indonesia, Jakarta: Insan Madani, 2016

Buku

Abdul Aziz Dahlan, Ensiklopedi Hukum Islam, cet.4. Jakarta: Ichtiar Baruwan Hoeve, 2016

Abdurrahman Fathoni, Metodologi Penelitian & Teknik Penyusunan Skripsi, Jakarta: Rineka Cipta, 2011

AJB Bumiputera 1912 Kantor Wilayah Syariah Jakarta. Panduan Materi Pendidikan dan Iq Agen Produk Bank Syariah Indonesia Syariah. Jakarta: Bumiputera 2013.

Ali Hasan, Produk Bank Syariah Indonesia dalam Perspektif Hukum Islam: Suatu Tujuan Analisis Historis. Jakarta: Kencana, 2015

Amirul Hadi dan Haryono, Metodologi Penelitian, Bandung: Pustaka Setia, 2012

Arikunto, Prosedur Penelitian, Jakarta: Rineka Cipta, 2014

Dewi Supriati, Aspek-Aspek Hukum dalam Perbankan dan Perproduk Bank Syariah Indonesiaan Syariah di Indonesia. Jakarta: Prenada Media, 2016

Freddy Rangkuti, Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication, Jakarta: Pustaka Pelajar, 2012

Gemala, Aspek-Aspek Hukum dalam Perbankan dan Perproduk Bank Syariah Indonesiaan Syariah di Indonesia, Jakarta: Pustaka Pelajar, 2017

Iskandar, Metodologi Penelitian Pendidikan dan Sosial (Kuantitatif dan Kualitatif), Jakarta: Gaung Persada Pers, 2014

- Kasmir, Manajemen Perbankan, Edisi Revisi ke-10. Jakarta: Rajawali Press, 2016
- Leliya, Maya Kurniasari, Minat Masyarakat Menggunakan produk Bank Syariah Indonesia, Jakarta: Publis Media, 2015
- Mardalis, Metode Penelitian Suatu Pendekatan Proposal, Jakarta: Bumi Aksara, 2014
- Masykur Fuad, Produk Bank Syariah Indonesia dalam Perspektif Islam: Madani Syariah, Bandung: PPM, 2019
- Muhaimin, Produk Bank Syariah Indonesia Umum Syariah dalam Praktek: Upaya Menghilangkan Gharar, Maisir dan Riba, Jakarta: Rosda Karya, 2017
- Muhammad Syakir, Produk Bank Syariah Indonesia Syari'ah Konsep dan Sistem Operasional. Jakarta: GIP, 2016
- Muhammad Zuhdi, Produk Bank Syariah Indonesia Syariah (Life and General): Konsep dan Sistem Operasional, Jakarta: Gema Insani Press, 2015
- Munawaroh, Panduan Memahami Metodologi Penelitian, Jawa Timur, Anggota IKAPI, 2013
- Subana, Dasar-Dasar Penelitian Ilmiah, Bandung: Pustaka Setia, 2011
- Sugiyono, Metode Penelitian Pendidikan (Penelitian Kuantitatif dan R dan D), Jakarta: Alfabeta, 2012
- Suma Amin, Produk Bank Syariah Indonesia Syariah & Produk Bank Syariah Indonesia Konvensional: Teori, Sistem, Aplikasi, dan Pemasaran. Jakarta: Kholam Publishing, 2016
- Wirasmita, Produk dari Produk Bank Syariah Indonesia Jasindo Syariah, Jakarta: Insan Cendekia, 2015

Jurnal

- Alvernia, Kurniartha, Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Seseorang dan Peluangnya untuk Memilih Produk Bank Syariah Indonesia Syariah, Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam. IAIN Syekh Nurjati Cirebon. Cirebon, 2015
- Kamaludin, Fitroh, Strategi Promosi Produk Bank Syariah Indonesia di Lingkungan Masyarakat, Pondok Aren. Skripsi Jurusan Manajemen Perbankan Syariah, Fakultas Agama Islam. Universitas Muhammadiyah Jakarta. Jakarta, 2018
- Kurniasari, Maya, Minat Masyarakat Menggunakan produk Bank Syariah Indonesia Studi Kasus di Perusahaan Produk Bank Syariah Indonesia, Skripsi Jurusan Muallamah (Hukum Ekonomi Syariah). Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam. IAIN Syekh Nurjati Cirebon. Cirebon, 2015.
- Lubis, Afrahul Fadilah, Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat dalam Memilih Bank Syariah Indonesia (studi kasus PT Produk Bank Syariah Indonesia Takaful Umum Cabang Medan), Medan: Universitas Sumatera Utara. 2015
- Mulyana, Fauziyah Ulfah Mulyana. Strategi Promosi Produk Produk Bank Syariah Indonesia Jakarta: Universitas Muhammadiyah Jakarta. 2017
- Nurudin. Sistem Komunikasi Indonesia. Jakarta: Rajagrafindo Persada. 2019.
- Purwaningsih, Dian, Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Nonmuslim dalam Menggunakan Jasa Perbankan Syariah (Studi Pada Bank Wilayah Tangerang Selatan), Jakarta:UIN Syariah Jakarta, 2015
- Rahmat, J.. Metode Penelitian Komunikasi. Bandung: Remaja Roesdakarya. 2007.
- Rahmawati. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Non Muslim dalam Membeli Produk Produk Bank Syariah Indonesia ,Cabang Margonda. 2016
- Ramdan, A., & Usman, M. (2021). Pola Interaksi dan Komunikasi Kyai terhadap Santri di Pesantren Sirnarasa. Iktisyaf: Jurnal Ilmu Dakwah dan Tasawuf,3(1), 56–85. HYPERLINK "<https://doi.org/10.53401/iktsf.v3i1.37>" <https://doi.org/10.53401/iktsf.v3i1.37>
- Roudhonah. Ilmu Komunikasi. Jakarta: Jakarta Pers. 2017.
- Syam, N. W. Sosiologi Komunikasi. Bandung: Humaniora. 2009.
- Tika, Kepala SMP-IT Ibadurrahman, Ciruas, 6 September 2024.
- Virula, Shalma, Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Preferensi Masyarakat Terhadap Produk Bank Syariah Indonesia Syariah (studi kasus PT Takaful Keluarga Bogor), Bogor: Institut Pertanian Bogor, 2018.
- Wahyu Ilaihi, Komunikasi Dakwah, Bandung: PT Remaja RosdaKarya, 2010.