

Pengaruh Literasi, Promosi dan Religiusitas terhadap Keputusan Masyarakat Menggunakan Produk Bank Syariah di Desa Petaling Banjar Kecamatan Mendo Barat Kabupaten Bangka

Gita Safitri Rahmadani

Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN SAS Babel
Bangka, Indonesia
gitarahmadani1008@gmail.com

Ahmad Irvani

Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN SAS Babel
Bangka, Indonesia

Feby Ayu Amalia

Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN SAS Babel
Bangka, Indonesia
febyayuamalia@gmail.com

Abstract

Until now, in Indonesia itself it is still dominated by conventional banks, this indicates that people prefer to use conventional bank products. Literacy, promotion and religiosity are factors that can influence people's decision-making behavior. Among all the factors mentioned, each has quite diverse views and assessments. This research aims to analyze the influence of literacy, promotion and religiosity on people's decisions to use sharia banking products. This type of research is field research with a quantitative approach. The data used are primary and secondary data. The population in this study was 3,489 people with a sampling technique, namely random sampling technique and sample determination using the Taro Yamane formula for 100 respondents. With data analysis techniques using validity tests, reliability tests, classical assumption tests, multiple regression tests and hypothesis tests. Data processed using the SPSS version 25.0 application. The results of this research show that literacy has a positive and significant effect on customer decisions in West Mendo District, Bangka Regency with $t_{count} (3.775) > t\text{-table} (1.66055)$, so that H_0 is rejected and H_1 is accepted with a significance value of (0.000). Promotion also has a positive and significant effect on customer decisions in West Mendo District, Bangka Regency with $t_{count} (2.718) > t\text{-table} (1.66055)$, so that H_0 is rejected and H_1 is accepted with a significance value of (0.008). Religiosity also has a positive and significant effect on customer decisions in West Mendo District, Bangka Regency with a $t\text{-count} of 2.406 > t\text{-table} (1.66055)$, so that H_0 is rejected and H_1 is accepted with a significance value of (0.018). Simultaneously Literacy and Promotion have a significant effect on customer decisions with the $F_{count} value (67.334) > F\text{-table value} (2.70)$, so that H_0 is rejected and H_1 is accepted or if you see a significant value of $0.00 < 0.05$.

Keywords: Literacy, Promotion, Religiosity Using Sharia Bank Products

A. Pendahuluan

Pada saat ini perkembangan perbankan syariah di Indonesia tumbuh pesat, hal ini dapat dilihat dari munculnya berbagai cabang bank syariah yang muncul di berbagai daerah di Indonesia, dan juga munculnya berbagai macam produksi perbankan syariah dapat menarik masyarakat untuk

menggunakan jasa atau produk bank syariah. Selain perbankan syariah di Indonesia juga terdapat bank konvensional. Hal ini menimbulkan persaingan di antara bank syariah dan bank konvensional yang pada akhirnya membuat keduanya berlomba-lomba untuk menarik perhatian masyarakat. Berbagai cara dilakukan salah satunya yaitu dengan menawarkan berbagai macam produk kepada konsumen dengan tujuan dapat menarik perhatian dan dapat mempertahankan agar bank semakin berkembang.¹

Bank syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah atau prinsip hukum Islam yang diatur dalam keseimbangan (*'adl wa tawazun*), kemaslahatan (*maslahah*), universalisme (*'alamiyah*), serta tidak mengandung *gharar*, *maysir*, *riba*, *zhalim*, dan objek yang mengharamkan.² Bank syariah sebagai pendatang baru di negara ini memerlukan upaya kerja keras untuk bisa diterima oleh masyarakat. Tidak hanya itu, ia juga harus mampu melengkapi kekurangan yang ada pada bank konvensional. Ada banyak faktor yang mempengaruhi seseorang untuk berhubungan dengan bank syariah.

Literasi merupakan istilah umum yang merujuk kepada seperangkat kemampuan dan keterampilan individu dalam membaca, menulis, berbicara, menghitung dan memecahkan masalah pada tingkat keahlian tertentu yang diperlukan dalam kehidupan sehari-hari. Menurut Marlika, literasi ekonomi syariah adalah kemampuan memahami konsep ekonomi syariah sebagai ilmu dalam pemenuhan kebutuhan dan mampu menerapkannya.³ Sehingga, literasi tidak bisa di lepaskan dari kemampuan berbahasa. Pemahaman akan literasi keuangan saat ini sangat di perlukan untuk terciptanya masyarakat yang berkualitas dan memiliki kecerdasan dalam mengelola keuangan dengan baik, karena pengetahuan masyarakat mengenai literasi keuangan sudah menjadi keharusan dalam kehidupan sehari-hari sehingga bisa menjadi gaya hidup yang perlu di miliki oleh setiap individu dalam menjalani kehidupan jangka panjang. Literasi keuangan bertujuan agar meningkatnya kualitas pengambilan keputusan keuangan individu dan perubahan sikap serta perilaku individu dalam pengelolaan keuangan menjadi lebih baik.⁴

Perkembangan bank syariah dari tahun ketahun mengalami peningkatan yang cukup baik, di lihat dari terbentuknya BSI (Bank Syariah Indonesia) di tahun 2021 yang merupakan penggabungan antara 3 bank yaitu Bank Rakyat Indonesia Syariah (BRI Syariah), Bank Syariah Mandiri (BSM) dan Bank Negara Indonesia Syariah (BNI Syariah).⁵

Perkembangan perbankan yang semakin maju ditandai dengan banyak bank-bank syariah yang

¹ Ahmad Ifham Sholihin, *Pedoman Umum Lembaga Keuangan Syaria*''ah, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2010), 2-3.

² Nurul Hudadan Mohammad Heykal, *Lembaga Keuangan Islam*, (Jakarta: Kencana, 2010), 32.

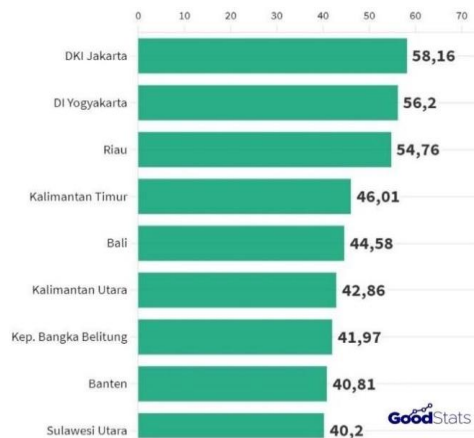
³ Cita Ayu Marlika, "Pengaruh Literasi Ekonomi Islam terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Jurusan Ekonomi Islam Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar", *Skripsi*, UIN Alauddin Makassar, 2019. 31.

⁴ Abdul Ghofur Anshori, *Perbankan Syariah Indonesia*, (Yogyakarta: Gajah Mada Universitas Press, 2018), 25.

⁵ Bank Syariah Indonesia, "Sejarah Perseroan", 25 July 2022. https://ir.bankbsi.co.id/corporate_history.html.

ada di sekitar dan banyak bank syariah yang ada di setiap daerah.⁶ Terdapat beberapa bank syariah di kota Pangkalpinang seperti Bank Syariah Indonesia, Bank Sumsel Syariah, Bank Muamalat dan Bank BPRS Bangka Belitung. Akan tetapi adanya bank syariah di kota Pangkalpinang masih banyak masyarakat di desa yang belum mengetahui dan mengerti tentang produk dan jasa yang ada di bank syariah tersebut.

Gambar 1
Provinsi dengan aktivitas Literasi Sedang



Sumber: Indeks Alibaca 2019⁷

Berdasarkan survei terbaru Otoritas Jasa Keuangan (OJK), menyebutkan literasi keuangan masyarakat di Indonesia mengalami peningkatan dan kini berada di kisaran 40% pada tahun 2020.⁸ Dengan semakin meningkatnya tingkat pengetahuan keuangan masyarakat diharapkan pula semakin banyak masyarakat yang memutuskan menggunakan produk perbankan syariah. Seperti yang diketahui bahwa tingkat penggunaan teknologi di masyarakat sudah meningkat. Perlu pula strategi khusus untuk meningkatkan literasi keuangan utamanya melalui internet. Sehingga masyarakat mengetahui banyak sedikit tentang keuangan syariah.

Menurut survei yang telah dilakukan pihak OJK, dapat di lihat dari jumlah tingkat literasi keuangan syariah berdasarkan tahun 2021 di nilai sangat rendah, yaitu mencapai 8,93%, hal ini menunjukkan jauh tertinggal di bawah literasi keuangan secara nasional yang mencapai indeks inklusi

⁶ Aryadi Baskara, "Bank Pembiayaan Syariah", (Universitas Bangka Belitung, 2016). <http://repository.ubb.ac.id>.

⁷ Indeks alibaca 2019, "Provinsi Dengan Aktivitas Literasi Sedang", diakses pada tanggal 10 September 2022.

⁸ Yudho Winarto, "Akademisi UI: OJK Signifikan Perkuat Literasi dan Inklusi Keuangan Masyarakat", 05 Desember 2020. <https://keuangan.kontan.co.id/news/akademisi-ui-ijk-signifikan-perkuat-literasi-dan-inklusi-keuangan-masyarakat>

keuangan syariah 9,1% juga masih tertinggal jauh dibawah indeks nasional yaitu 38,03%.⁹

Sementara itu, Direktur Pengawasan OJK KR 7 Sumbagsel Iwan M Ridwan mengatakan bahwa di Bangka Belitung tercatat terjadi kenaikan indeks literasi ekonomi syariah. Indeks literasi dari tahun 2016 hingga 2019 ada peningkatan namun indeks inklusi ada penurunan. Literasi ekonomi syariah merupakan pemahaman mengenai nilai-nilai syariah dalam mengelola suatu keuangan. Kenaikan indeks literasi syariah tentu juga di dorong dengan adanya upaya sosialisasi memberi pemahaman kepada masyarakat.¹⁰

Promosi atau *promotion* dalam dunia pemasaran merupakan suatu aktivitas komunikasi yang dilakukan oleh seseorang ataupun perusahaan kepada masyarakat luas. Salah satu cara untuk meningkatkan literasi masyarakat mengenai perbankan syariah yaitu dengan cara melakukan promosi dengan baik dan benar oleh pihak bank kepada masyarakat. Tujuan promosi ini sendiri sebenarnya adalah untuk memperkenalkan merek, produk, atau perusahaan kepada masyarakat sekaligus dapat mempengaruhi mereka untuk menggunakan atau membeli produk atau jasa tersebut.

Berdasarkan observasi awal melalui wawancara peneliti memilih 3 desa berbeda kecamatan yang berdampingan dengan kota Pangkalpinang sebagai pusat kota yang terdapat banyak bank syariah. Peneliti mengambil satu desa dari setiap kecamatan sebagai sample dan dari setiap kecamatan diambil 10 orang masyarakat. Peneliti memilih desa untuk dilakukan penelitian yaitu desa Petaling Banjar kecamatan Mendo Barat, desa Kampung Dul kecamatan Pangkalan Baru dan desa Pagarawan kecamatan Merawang. Dikarenakan ketiga des aini memiliki lokasi yang tidak begitu jauh dari kota Pangkalpinang.

Tabel 1
Masyarakat yang Mengenal Bank Syariah

No	Pertanyaan Responden	Desa Petaling Banjar	Desa Pagarawan	Desa Kampung Dul
1	Pengertian Bank Syariah	4	7	8
2	Memahami perbedaan bank syariah dan bank konvensional	5	8	9
3	Mengenal produk dan jasa bank Syariah	2	6	7
4	Sudah menggunakan tabungan bank Syariah	2	7	8

⁹ Syariah, “Simak! 6 Tantangan industri Keuangan Syariah RI Versi BOS OJK”,www.cnbcindonesia.com Diakses pada tanggal 16 Februari 2021.

¹⁰ Cici Nasya Nita, “Indeks Literasi Ekonomi Syariah Bangka Belitung Naik”,5 September 2022. <https://bangka.tribunnews.com/2021/11/09/indeks-literasi-ekonomi-syariah-bangka-belitung-naik?page=1>, Diakses pada tanggal 16 Februari 2021.

5	Mengetahui bank syariah tidak ada bunga atau riba	2	8	10
---	---	---	---	----

Sumber : Hasil wawancara masyarakat Desa Merawang, Desa Kampung Dul, dan Desa Petaling Banjar

Desa Petaling Banjar, kecamatan Mendo Barat dengan jumlah penduduk 3.489 jiwa, yang terdiri dari 1.752 laki-laki dan 1.747 perempuan.¹¹ Dari banyaknya jumlah penduduk peneliti memilih mengambil sampel 15 orang masyarakat. Di desa Petaling Banjar setelah peneliti memberikan pertanyaan kepada 15 orang masyarakat hanya beberapa orang yang mengetahui tentang bank syariah. Sebagian masyarakat masih belum mengenal dan belum mengerti, padahal di desa Petaling Banjar mayoritas masyarakat muslim dan aktifitas keagamaan yang masih tinggi.

Desa Kampung Dul kecamatan Pangkalan Baru dengan jumlah penduduk 6.276 jiwa.¹² Dari banyaknya jumlah penduduk peneliti memilih 42 orang masyarakat. Di desa Kampung Dul Kecamatan Pangkalan Baru peneliti memberikan pertanyaan kepada 42 orang masyarakat. Dari hasil yang di terima oleh peneliti masyarakat desa Kampung Dul cukup bisa mengenal dan memahami apa itu bank syariah. Sebagian masyarakat desa juga sudah ada yang menggunakan produk bank syariah. Mulai dari menabung, investasi dan pinjam meminjam di bank syariah. Berarti literasi yang ada di desa Kampung Dul sudah cukup baik. Dan dikarenakan lokasi desa Kampung Dul dengan kota pangkalpinang tidak terlalu jauh.

Desa Pagarawan Kecamatan Merawang dengan jumlah 5.029 jiwa yang terdiri 2.720 laki-laki dan 2.309 perempuan.¹³ Dari banyaknya jumlah penduduk peneliti memilih 36 orang masyarakat. Di desa Pagarawan kecamatan Merawang peneliti memberikan pertanyaan kepada 36 orang masyarakat. Dari hasil yang didapatkan peneliti setelah memberikan pertanyaan kepada masyarakat desa Pagarawan terdapat beberapa masyarakat yang mengenal apa itu bank syariah.

Peneliti memutuskan untuk mengangkat objek penelitian yaitu di Desa Petaling Banjar Kecamatan Mendo Barat dikarenakan sesuai dengan berbagai faktor variabel yang terpilih. Di antaranya masyarakat yang mayoritas muslim yang menandakan masyarakatnya memiliki beberapa pengetahuan mengenai hal-hal yang dilarang di dalam agama Islam seperti riba. Selain itu di Desa Petaling Banjar Kecamatan Mendo Barat terdapat kampus yang di dalamnya memiliki jurusan tentang perbankan syariah. Hal itu menunjukkan bahwa faktor literasi masyarakat di Desa Petaling Banjar dapat

¹¹ Warni, Bagian Pelayanan Desa Petaling Banjar Kecamatan Mendo Barat Kabupaten Bangka Tahun 2020, *Wawancara* oleh Gita di Desa Pelating, Tanggal 9 September 2022.

¹² Pina, Bagian Pelayanan Desa Kampung Dul Kecamatan Pangkalan Baru Kabupaten Bangka Tengah Tahun 2020, *Wawancara* oleh Gita di Desa Kampung Dul, Tanggal 9 September 2022.

¹³ Jono, Bagian Pelayanan Desa Pagarawan Kecamatan Merawang Kabupaten Bangka Tahun 2020, *Wawancara* oleh Gita di Desa Pagarawan, Tanggal 9 September 2022.

dijadikan penelitian apakah adanya faktor literasi dapat menimbulkan pengaruh bagi masyarakat untuk memiliki minat menabung di perbankan syariah.

Jenis penelitian yang digunakan peneliti adalah penelitian lapangan (*field research*) atau disebut dengan metode kuantitatif dan pendekatan deskriptif.¹⁴ Metode kuantitatif adalah metode penelitian yang berdasarkan pada filsafat positivisme digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya digunakan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Penelitian ini menggunakan angka-angka yang dijumlahkan sebagai data yang kemudian dianalisis.

Populasi dari penelitian ini adalah masyarakat khususnya di Desa Petaling Banjar yang penduduknya berjumlah 3.489 jiwa.¹⁵ Sehingga sampel yang diambil dalam penelitian ini yaitu berjumlah 100 orang dari populasi pada masyarakat Desa Petaling Banjar Kecamatan Mendo Barat Kabupaten Bangka Barat. Adapun Teknik pengambilan sampel menggunakan random sampling dan penentuan sampel menggunakan rumus Taro Yamane 100 responden.

Pembatasan masalah dalam penelitian ini dibatasi pada masyarakat, khususnya di Desa Petaling Banjar yang menggunakan produk bank syariah,

B. Pembahasan

1. Landasan Teoritis

a. Literasi

Teori literasi menurut Hadi Ismanto yaitu literasi keuangan berhubungan dengan keterampilan dan kemampuan seseorang dalam mengatur keuangan pribadi atau usahanya.¹⁶ Sedangkan menurut Peraturan Otoritas Jasa Keuangan (POJK) Nomer 76/POJK.07/2016 mengenai Peningkatan Literasi dan Inklusi Keuangan di Sektor Jasa Keuangan Bagi Konsumen dan/atau Masyarakat, mengartikan literasi keuangan yaitu suatu kepercayaan, keahlian, dan pengetahuan yang berpengaruh terhadap tingkah laku dan sikap agar dapat menaikkan kualitasnya ketika mengelola keuangan serta ketika mengambil keputusan dengan tujuan untuk mendapatkan kesejahteraan.

Di dalam peraturan tersebut dijelaskan bahwa Pelaku Usaha Jasa Keuangan (PUJK)

¹⁴ Muri Yusuf, *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif & Gabungan*, (Jakarta: Kencana, 2016), 126.

¹⁵ Warni, Bagian Pelayanan Desa Petaling Banjar Kecamatan Mendo Barat Kabupaten Bangka Tahun 2020, Wawancara oleh Gita di Desa Pelating, Tanggal 9 September 2022.

¹⁶ Hadi Ismanto, dkk., *Perbankan dan Literasi Keuangan*, (Yogyakarta: Deepublish, 2019), 95.

diwajibkan untuk melakukan kegiatan yang nantinya dapat meningkatkan literasi keuangan. Namun di dalam pelaksanaannya tidak boleh melanggar pedoman yang dimiliki masing-masing dari PUJK. Tujuan adanya literasi keuangan yaitu:

- 1) Agar dapat meningkatkan kualitas dalam sebuah pengambilan keputusan keuangan individu.
- 2) Dapat merubah perilaku dan sikap individu di dalam mengelola keuangannya agar dapat menjadi lebih baik lagi ke depannya, sehingga individu tersebut mampu memanfaatkan dan menentukan produk, lembaga-lembaga, serta pelayanan jasa keuangan yang cocok oleh keahlian serta keinginan masyarakat dan konsumen dengan tujuan untuk mendapatkan kesejahteraan.

Berdasarkan Strategi Nasional Literasi Keuangan (SNLKI) seseorang dapat disebut sebagai *well literatel* jika seseorang tersebut mempunyai keyakinan dan pengetahuan mengenai produk, lembaga- lembaga serta layanan jasa keuangan, dan memiliki keahlian dalam mengetahui risiko, manfaat, fitur, kewajiban dan hak dari layanan dan juga produk-produk yang terdapat pada jasa keuangan tersebut.¹⁷

Literasi keuangan dapat memperlihatkan keahlian yang dimiliki oleh seseorang untuk dapat mengerti konsep keuangan, produk dan jasa keuangan, dan untuk mengendalikan sumber daya keuangan pribadi secara mandiri. Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa literasi keuangan hanya berfokus pada kemampuan, pengetahuan, dan sikap keuangan terhadap finansial individu agar nantinya dapat dikelola dengan baik dan mandiri.¹⁸

b. Promosi

Promosi merupakan salah satu variabel sangat penting yang terdapat pada bauran pemasaran yang dapat dilakukan oleh suatu bank untuk menawarkan produk dan jasa yang dimilikinya. Sesekali sebutan tersebut digunakan oleh pihak bank sebagai sinonim dengan sebutan penjualan. Penjualan hanya menyangkut aktivitas penggunaan penjualan atau pemindahan produk dan jasa perbankan saja dan tidak ada kaitannya dengan aktivitas periklanan atau aktivitas yang lain yang ditunjukkan untuk mendorong suatu permintaan.¹⁹

Bauran promosi (*promotion mix*) yaitu gabungan berbagai macam strategi yang baik dari suatu variabel di dalam penjualan pribadi (*personal selling*), periklanan, dan media promosi yang lainnya dimana seluruhnya dirancang agar mendapatkan tujuan dari program penjualan. Terdapat empat variabel bauran promosi di antaranya yaitu :

¹⁷ Otoritas Jasa Keuangan, “Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia (SNLKI) Revisi 2017”, 16.

¹⁸ Hadi Ismanto, dkk., *Perbankan dan...*, 97.

¹⁹ Daniel Ortega dan Anas Alhifni, “Pengaruh Media Promosi Perbankan Syariah terhadap Minat Menabung Masyarakat di Bank Syariah, *Jurnal Ekonomi Syariah*, Vol. 5, No. 1, 2017, 89.

- 1) Periklanan, yaitu wujud penyampaian dari promosi non pribadi mengenai ide-ide jasa perbankan yang dibayar pihak sponsor.²⁰
- 2) Penjualan pribadi, yaitu penyampaian secara lisan melalui suatu perbincangan dengan satu calon nasabah atau lebih dengan maksud agar calon nasabah menggunakan produk dan jasa bank.
- 3) Publisitas, merupakan pendorong permohonan secara non pribadi bagi salah satu produk dan jasa perbankan atau ide melalui cara memakai berita komersial menggunakan sponsor dan media masa yang tidak diberatkan oleh beberapa tagihan bayaran secara langsung.
- 4) Promosi penjualan, merupakan suatu aktivitas pemasaran selain periklanan, publikasi, dan penjualan pribadi yang dapat mendorong efektivitas peritel dan pembei nasabah. Kegiatan tersebut antara lain yaitu pameran dan pertunjukan, peragaan, presentasi, dan sebagainya.²¹

c. Religiusitas

Religius berasal dari kata latin *religiosus* yang berarti kembali atau *re-ligare* yang berarti memilih kembali. Secara singkat religiusitas berarti perasaan dan kesadaran akan hubungan dan ikatan manusia dengan Allah Swt. Religiusitas berpangkal dari diri sendiri yang dimulai dengan kesadaran manusia yang mengakui bahwa hidupnya sebagai pemberian dari Allah dan merupakan titik tolak yang menyadarkan bahwa tanpa Allah, manusia tidak akan berarti apa-apa.²²

Terdapat faktor-faktor bisa mempengaruhi religiusitas seseorang adalah:

- 1) Faktor pengaruh pengajaran atau pendidikan berasal berbagai tekanan sosial.
- 2) Faktor pengalaman.
- 3) Faktor intelektual.

d. Bank Syariah

1) Pengertian Bank Syariah

Bank syariah merupakan bank yang menjalankan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah atau prinsip hukum Islam. Menurut Perwataatmadja, bank syariah adalah bank yang beroperasi berdasarkan prinsip-prinsip syariah (Islam) dan tata caranya didasarkan pada ketentuan al-Qur'an dan hadis.²³

Perbankan syariah semakin berkembang setelah dikeluarkan Undang-undang Nomor 7

²⁰ Gita Danupranata, *Buku Ajaran Manajemen Perbankan Syariah*, (Jakarta Selatan: Salemba Empat, 2013), 44 – 45.

²¹ *Ibid.*, 45.

²² B.A. Rukiyanto, *Pendidikan Religiusitas untuk Perguruan Tinggi*, (Yogyakarta: Sanata Dharma University Press, 2021), 21.

²³ Andrianto dan Anang Firmansyah, *Manajemen Bank Syariah: Implementasi Teori dan Praktek*, (Yogyakarta: Qiara Media, 2019), 24 – 25.

tahun 1992 tentang Perbankan yang secara implisit menunjukkan bahwa bank diperbolehkan menjalankan usahanya berdasarkan prinsip bagi hasil. Kemudian dipertegas dengan dikeluarkannya Peraturan Pemerintah Nomor 72 Tahun 1992 tentang bank berdasarkan prinsip bagi hasil. Definisi bank berdasarkan prinsip bagi hasil menurut ketentuan Pasal 1 ayat (1) Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 72 Tahun 1992 tentang bank berdasarkan prinsip bagi hasil, Umum atau Bank Perkreditan Rakyat yang melakukan kegiatan usaha semata-mata berdasarkan prinsip bagi hasil.²⁴

2) Prinsip Dasar Operasional Bank Syariah

Sistem perbankan syariah adalah sistem perbankan yang menerapkan prinsip bagi hasil yang saling menguntungkan bagi bank dan nasabah. Sistem perbankan syariah yang dalam pelaksanaannya berlandaskan pada syariah (hukum) Islam, menonjolkan aspek keadilan dan kejujuran dalam bertransaksi, investasi yang beretika, mengedepankan nilai-nilai kebersamaan dan persaudaraan dalam berproduksi dan menghindari kegiatan spekulatif dari berbagai transaksi keuangan. Lebih jauh lagi, kemanfaatannya akan dinikmati tidak hanya oleh umat Islam saja, tetapi dapat membawa kesejahteraan semua kalangan masyarakat (*rahmatan lil alamin*).²⁵

- a) Sebagai penerima amanah untuk melakukan investasi atas dana-dana yang dipercayakan oleh pemegang rekening investasi/ depositan atas dasar prinsip bagi hasil sesuai dengan ketentuan syariah dan kebijakan investasi bank.²⁶
- b) Sebagai pengelola investasi atas dana yang dimiliki oleh pemilik dana (*sahibul maal*) sesuai dengan arahan investasi yang dikehendaki oleh pemilik dana (dalam hal ini bank bertindak sebagai manajer investasi).
- c) Sebagai penyedia jasa lalu lintas pembayaran dan jasa-jasa lainnya sesuai dengan prinsip syariah.²⁷

3) Produk Bank Syariah

- a) Penghimpunan Dana (*Funding*)
 - (1) Prinsip *Mudharabah* (bagi hasil)
 - (2) Prinsip *Wadi'ah* (titipan)

²⁴ Bambang Rianto Rustam, *Manajemen Risiko Perbankan Syariah*, (Jakarta: Salemba Empat, 2013), 22.

²⁵ [Prinsip Dasar Operasional Perbankan Syariah \(bcasyariah.co.id\)](http://bcasyariah.co.id), Diakses pada tanggal 1 Mei 2023.

²⁶ Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah Teori dan Praktik*, (Jakarta:Gema Insani Press, 2018), 13.

²⁷ Ikatan Bankir Indonesia, *Mengelola Bank Syariah*, (Jakarta: Lembaga Sertifikasi Profesi Perbankan, 2018),

b) Penyaluran Dana (*financing*)

- (1) Prinsip jual beli dengan akad murabahah, salam, dan isthisna
- (2) Prinsip bagi hasil dengan akad mudharabah dan musyarakah
- (3) Prinsip sewa dengan akad ijarah dan *Ijarah Muntahiyah Bittamlik* (IMBT)

e. Keputusan

Keputusan adalah suatu pengakhiran daripada proses pemikiran tentang suatu masalah atau problema untuk menjawab pertanyaan apa yang harus diperbuat untuk mengatasi masalah tersebut, dengan menjatuhkan pilihan pada suatu alternatif. Sejalan dengan perilaku konsumen, maka pengambilan keputusan konsumen dapat didefinisikan sebagai suatu proses dimana konsumen melakukan penilaian terhadap berbagai alternatif pilihan, dan memilih salah satu atau lebih alternatif yang diperlukan berdasarkan pertimbangan-pertimbangan tertentu.²⁸

Perilaku nasabah sesudah meluluskan untuk melabung di bank syariah digunakan untuk mengukur kelulusan nasabah. Mengukur keputusan nasabah dalam menggunakan produk bank syariah dengan menggunakan indikator:

- 1) Pengenalan kebutuhan
- 2) Pencarian informasi
- 3) Keputusan menabung
- 4) Perilaku pasca menabung

f. Pendekatan Sosiologis terhadap Bank Syariah

Menurut pandangan sosiologi bank syariah juga sesuai dengan kebutuhan masyarakat Indonesia. *Pertama*, mayoritas penduduk Indonesia adalah muslim yang membutuhkan bank yang sesuai dengan prinsip Islam yaitu berbagi keuntungan dan kerugian. *Kedua*, praktik perbankan syariah bagi hasil sudah merupakan bagian dari budaya masyarakat Indonesia yang dalam berbagai kegiatan ekonomi selalu menerapkan sistem bagi hasil dalam hal perdagangan, pertanian, kelautan dan juga peternakan.²⁹ Maka menurut Dadan Muttaqien perbankan syariah sudah menjadi *sine quanon* keberadaannya di Indonesia, karena sesuai dengan budaya bangsa dan kegiatan usaha yang dijalankan oleh bangsa Indonesia.

Pembangunan hukum syariah yang ideal tersebut faktanya masih ada kelemahan terutama dalam hal mencapai tujuan keadilan yang diidam-idamkan oleh masyarakat Indonesia dalam membentuk lembaga perbankan syariah. Padahal umur perbankan syariah sekarang ini sudah lebih

²⁸ Ghozali Maski, "Analisis Keputusan Nasabah Menabung: Pendekatan Komponen dan Model Logistic, Studi pada Bank Syariah Malang", *Journal Of Indonesia Applied Economics*, Vol 4, No. 1, 2010, 4.

²⁹ Dadan Muttaqin, "Sistem Perbankan Syariah di Indonesia dalam Persepektif Politik Hukum, *Disertai Universitas Diponegoro*, Semarang, 2007, 361.

dari 31 tahun dimulai dari Undang-Undang nomor 7 tahun 1992 yang mengatur tentang bagi hasil, hingga saat ini tahun 2023. Sebuah umur yang cukup Panjang karena bila diukur dengan perkembangan manusia, umur 31 tahun merupakan umur yang memasuki usia dewasa dan matang. Selayaknya hukum perbankan syariah sudah melncapai kemapanan yang menerepkan keadilan dalam praktik prinsip berbagi keuntungan dan kerugian.

2. Hasil

a. Uji validitas

- 1) Uji validitas dilihat dari r_{hitung} yang diperoleh lebih besar dari r_{tabel} , maka dikatakan 14 butir pernyataan kuesioner dinyatakan valid.

Tabel b.1
Rekapitulasi Uji Validitas Instrumen Penelitian Variabel Literasi (X1), Promosi (X2),

Indikator	r-hitung	r-tabel	Sig.	Keterangan
X2.6	0,894	0,1654	0,000	<i>Valid</i>
X2.7	0,872	0,1654	0,000	<i>Valid</i>
X2.8	0,896	0,1654	0,000	<i>Valid</i>
X2.9	0,862	0,1654	0,000	<i>Valid</i>
X2.10	0,808	0,1654	0,000	<i>Valid</i>
X2.11	0,834	0,1654	0,000	<i>Valid</i>
X2.12	0,849	0,1654	0,000	<i>Valid</i>
Indikator	r-hitung	r-tabel	Sig.	Keterangan
X3.13	0,933	0,1654	0,000	<i>Valid</i>
X3.14	0,940	0,1654	0,000	<i>Valid</i>
X3.15	0,859	0,1654	0,000	<i>Valid</i>
X3.16	0,931	0,1654	0,000	<i>Valid</i>

Religiusitas (X3), dan Keputusan Nasabah (Y)

Indikator	r-hitung	r-tabel	Sig.	Keterangan
X1.1	0,906	0,1654	0,000	<i>Valid</i>
X1.2	0,891	0,1654	0,000	<i>Valid</i>
X1.3	0,911	0,1654	0,000	<i>Valid</i>
X1.4	0,916	0,1654	0,000	<i>Valid</i>
X1.5	0,908	0,1654	0,000	<i>Valid</i>
Indikator	r-hitung	r-tabel	Sig.	Keterangan
Y1.17	0,898	0,1654	0,000	<i>Valid</i>
Y1.18	0,928	0,1654	0,000	<i>Valid</i>
Y1.19	0,912	0,1654	0,000	<i>Valid</i>
Y1.20	0,896	0,1654	0,000	<i>Valid</i>
Y1.21	0,889	0,1654	0,000	<i>Valid</i>
Y1.22	0,931	0,1654	0,000	<i>Valid</i>

Sumber: Pengolahan Data Primer diolah SPSS Versi 25 (2023)

Berdasarkan tabel diatas, diperoleh nilai r_{hitung} dari semua item kuesioner variabel penelitian

yaitu literasi, promosi, religiusitas, dan keputusan nasabah dinyatakan valid dan layak digunakan untuk analisis selanjutnya.

- 2) Uji Reliabilitas. Variabel dikatakan reliabel jika memiliki *Cronbach Alpha* > 0,60.³⁰, yang bisa dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel b.2

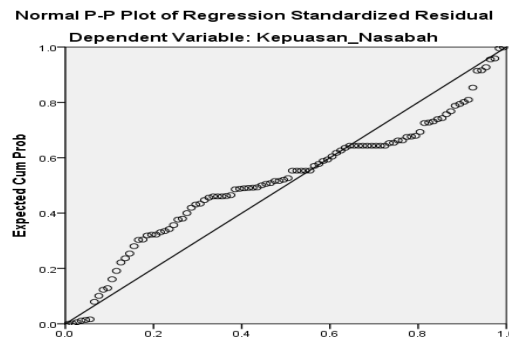
Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
Literasi (X1)	0,827	Reliabel
Promosi (X2)	0,804	Reliabel
Religiusitas (X3)	0,845	Reliabel
Keputusan Nasabah (Y)	0,817	Reliabel

Sumber: Pengolahan Data Primer diolah SPSS Versi 25 (2023)

b. Uji Asumsi Klasik

- 1) Uji Normalitas

Gambar b.1



Sumber: Pengolahan Data Primer diolah SPSS Versi 25 (2023)

Berdasarkan gambar di atas dapat diketahui bahwa titik-titik data yang menyebar di sekitar garis diagonal dan titik-titik menyebar searah mengikuti garis diagonal, maka dapat dinyatakan bahwa residual berdistribusi normal.³¹

- 2) Uji Multikolinieritas

Tabel b.3

Coefficients^a

<i>Model</i>		<i>Collinearity Statistics</i>	
		<i>Tolerance</i>	<i>VIF</i>
1	Literasi	.316	3.169
	Promosi	.316	3.167
	Religiusitas	.384	2.602

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

³⁰ *Ibid.*, 178.

³¹ Marwahyudi dan Hendramawat Aksi Safarizki, *Statistik bagi Mahasiswa Teknik*, (Jawa Tengah: Penerbit Lakeisha, 2022),110.

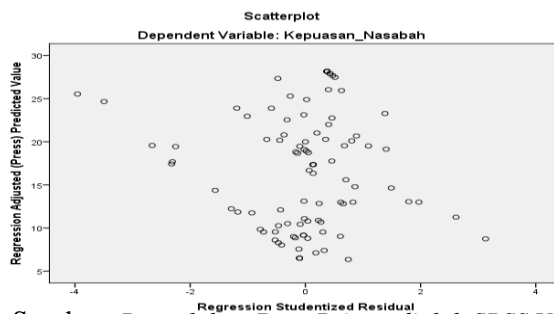
Variabel	Toleransi	Batas minimum	VIF	Batas maksimum	Keterangan
Literasi	0,316	0,1	3.169	10	Bebas dari gejala multikolinearitas
Promosi	0,316	0,1	3.167	10	
Religiusitas	0,384	0,1	2.602	10	

Sumber: Pengolahan Data Primer diolah SPSS Versi 25 (2023)

Berdasarkan tabel di atas, *tolerance* semua variable independen lebih besar dari 0,1 yaitu 0,316, 0,316, 0,384 dan *VIF* yang kurang dari 10 yaitu 3.169, 3,167, 2,602 jadi dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolinearitas antar variabel independen dalam model regresi. Pada bagian *coeficient* terlihat nilai *VIF* untuk semua variabel tidak melebihi nilai 10 dan nilai *tolerance* mendekati angka 1 maka dari itu variabel penelitian dianggap bebas dari gejala multikolinearitas dalam model regresi, sehingga sudah memenuhi syarat analisis data.

3) Uji Heterokedastisitas

Gambar 2.b



Sumber: Pengolahan Data Primer diolah SPSS Versi 25 (2023)

Berdasarkan gambar di atas dapat disimpulkan bahwa tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah 0, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

4) Uji Autokorelasi

Tabel b.4

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.823 ^a	.678	.668	4.813	1.731

a. Predictors: (Constant), Religiusitas, Promosi, Literasi

b. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Sumber: Pengolahan Data Primer diolah SPSS Versi 25 (2023)

Berdasarkan table di atas dapat disimpulkan pengaruh *variable* independen (X) terhadap variable (Y) dilihat dari nilai statistik. Durbin Watson ini masuk dalam angka D-W di antara -2 dan +2 bearti tidak ada autokorelasi.

c. Analisis Regresi Berganda

1) Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel b.5

Model Summary

<i>Model</i>	<i>R</i>	<i>R Square</i>	<i>Adjusted R Square</i>	<i>Std. Error of the Estimate</i>
1	.823 ^a	.678	.668	4.813

a. Predictors: (Constant), Religiusitas, Promosi, Literasi

b. Dependent Variable: Kepuasan_Nasabah

Sumber: *Pengolahan Data Primer diolah SPSS Versi 25 (2023)*

Berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,823 diketahui bahwa nilai *Adjusted R square* yaitu 0,668 (karena variabel lebih dari satu), artinya kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikat adalah sebesar 66,8%, sisanya 33,2% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dijelaskan oleh penelitian ini.

2) Uji Regresi Linear Berganda

Tabel b.6

<i>Model</i>	<i>Unstandardized Coefficients</i>		<i>Standardized Coefficients</i>	<i>t</i>	<i>Sig.</i>	<i>Collinearity Statistics</i>	
	<i>B</i>	<i>Std. Error</i>	<i>Beta</i>			<i>Tolerance</i>	<i>VIF</i>
(Constant)	1.040	1.231		.845	.400		
Literasi	.472	.125	.389	3.775	.000	.316	3.169
Promosi	.251	.092	.280	2.718	.008	.316	3.167
Religiusitas	.331	.138	.225	2.406	.018	.384	2.602

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Sumber: *Pengolahan Data Primer diolah SPSS Versi 25 (2023)*

Berdasarkan table di atas, diperoleh persamaan regresi yaitu:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + \dots + b_nX_n$$

$$Y = 1,040 + 0,472 (X_1) + 0,251 (X_2) + 0,331 (X_3)$$

Dari persamaan output regresi di atas dapat diinterpretasikan di antaranya:

- Konstanta: 1,040 menyatakan bahwa jika tidak ada variabel literasi, promosi dan religiusitas karena tanda (+) maka akan meningkatkan 1 satuan kepuasan nasabah adalah 1,040 satuan.
- Untuk literasi (X_1): 0,472, artinya apabila variabel literasi, meningkat 1 satuan unit kerja, maka akan meningkatkan kepuasan nasabah sebesar 0,472 satuan.
- Untuk promosi (X_2): 0,251, artinya apabila variabel promosi, meningkat 1 satuan beban unit kerja, maka akan meningkatkan kepuasan nasabah sebesar 0,251 satuan.

d) Untuk religiusitas (X3): 0,331, artinya apabila variabel religiusitas meningkat 1 satuan, maka akan meningkatkan kepuasan nasabah sebesar 0,331 satuan.

d. Pengujian Hipotesis

1) Uji T

Tabel b.7

Coefficients^a

<i>Model</i>		<i>Unstandardized Coefficients</i>		<i>Standardized Coefficients</i>	<i>T</i>	<i>Sig.</i>
		<i>B</i>	<i>Std. Error</i>	<i>Beta</i>		
1	<i>(Constant)</i>	1.040	1.231		.845	.400
	Literasi	.472	.125	.393	3.775	.000
	Promosi	.251	.092	.281	2.718	.008
	Religiusitas	.331	.138	.219	2.406	.018

a. Dependent Variable: Kepuasan_Nasabah

Sumber: *Pengolahan Data Primer diolah SPSS Versi 25 (2023)*

Berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan mengenai uji hipotesis sebagai berikut:

- a) Untuk variabel literasi (X1) diperoleh hasil nilai t-hitung sebesar 3,775 dan nilai signifikan 0,000, dan terdapat hasil pembilang ($df = n-k-1$ atau $df = 100-1-1 = 98$) penyebut 3 dengan taraf $\alpha = 0,05$ sebesar 1,66055 (Nilai $t_{\text{hitung}} 3,775 >$ Nilai $t_{\text{tabel}} 1,66055$) dan ($0,000 < 0,05$). Hal ini jelas menunjukkan keputusannya H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya variabel literasi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan nasabah.
- b) Untuk variabel promosi (X2) diperoleh hasil nilai t-hitung sebesar 2,718 dan nilai signifikan 0,008, dan terdapat hasil pembilang ($df = n-k-1$ atau $df = 100-1-1 = 98$) penyebut 3 dengan taraf $\alpha = 0,05$ sebesar 1,66055 (Nilai $t_{\text{hitung}} 2,718 >$ Nilai $t_{\text{tabel}} 1,66055$) dan ($0,008 < 0,05$). Hal ini jelas menunjukkan keputusannya H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya variabel promosi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan nasabah.
- c) Variabel religiusitas (X3) diperoleh hasil nilai t-hitung sebesar 2,406 dan nilai signifikan 0,021, dan terdapat hasil pembilang ($df = n-k-1$ atau $df = 100-1-1 = 98$) penyebut 3 dengan taraf $\alpha = 0,05$ sebesar 1,66055 (Nilai $t_{\text{hitung}} 2,406 >$ Nilai $t_{\text{tabel}} 1,66055$) dan ($0,018 < 0,05$). Hal ini jelas menunjukkan keputusannya H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya variabel religiusitas mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan nasabah.

2) Uji F

Tabel b.8

ANOVA^a

<i>Model</i>		<i>Sum of Squares</i>	<i>Df</i>	<i>Mean Square</i>	<i>F</i>	<i>Sig.</i>
1	<i>Regression</i>	4678.402	3	1559.467	67.334	.000 ^b
	<i>Residual</i>	2223.388	96	23.160		
	<i>Total</i>	6901.790	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan_Nasabah

b. Predictors: (Constant), Religiusitas, Promosi, Literasi

Sumber: *Pengolahan Data Primer diolah SPSS Versi 25 (2023)*

Berdasarkan table di atas dapat disimpulkan diperoleh nilai F-hitung 67,334 sedangkan nilai F-tabel. Dari perhitungan dengan rumus ($df = n-k-1$ atau $df = 100-1-1-1-1= 96$) penyebut 3 dengan taraf $\alpha = 0,05$ sebesar 2.70 hasilnya diantaranya.

a) Perbandingan nilai $F_{\text{hitung}} 67,334 > \text{nilai } F_{\text{tabel}} 2,70$

b) Perbandingan nilai *sign* $F_{\text{hitung}} 0,000^b < \text{nilai taraf } \alpha = 0,05$

Hasil perbandingan diatas, hal ini jelas menunjukan keputusannya H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya variabel literasi, promosi, dan religiusitas secara bersama-sama (simultan) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan nasabah.

C. Kesimpulan

Hasil uji t literasi (X1) dengan nilai signifikan 0,000. Jika dilihat dari segi nilai signifikan 0,000 < 0,05 dengan nilai $t_{\text{hitung}} 3,775 > \text{Nilai } t_{\text{tabel}} 1,66055$. Maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa Literasi berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan nasabah menggunakan produk bank syariah. Hasil uji t promosi (X2) dan dari hasil perhitungan uji parsial memiliki nilai koefisien regresi sebesar 2,718 dengan nilai signifikan 0,008. Jika dilihat dari nilai signifikan 0,008 < 0,05 dengan nilai $t_{\text{hitung}} 2,718 > t_{\text{tabel}} 1,66055$. Maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa secara parsial promosi berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan nasabah menggunakan produk bank syariah pada masyarakat Desa Petaling Banjar Kecamatan Mendo Barat Kabupaten Bangka. Hasil uji t religiusitas (X3). Dari hasil perhitungan uji parsial memiliki nilai koefisien regresi sebesar 2,406 dengan nilai signifikan 0,021. Jika dilihat dari nilai signifikan 0,018 < 0,05 dengan Nilai $t_{\text{hitung}} 2,406 > t_{\text{tabel}} 1,66055$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa secara parsial religiusitas berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan nasabah menggunakan produk bank syariah pada masyarakat Desa Petaling Banjar Kecamatan Mendo Barat Kabupaten Bangka. Variabel literasi, promosi dan religiusitas secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan menggunakan produk bank syariah dikarenakan hasil dari $F_{\text{hitung}} (67,334) > \text{nilai } F_{\text{tabel}} (2,70)$ dengan nilai signifikan 0,000 < 0,05. Maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Dengan nilai R square yaitu sebesar 0,823 yang artinya hubungan

dari keputusan dengan literasi, promosi dan religiusitas sebesar 66,8% sedangkan sisanya 33,2% variabel-variabel lain yang tidak diteliti pada penelitian ini.

Daftar Pustaka

Buku

- Antonio, Muhammad Syafi'i, *Bank Syariah Teori dan Praktik*, Jakarta:Gema Insani Press, 2018.
- Anshori, Abdul Ghofur, *Perbankan Syariah Indonesia*, Yogyakarta: Gajah Mada Universitas Press, 2018.
- Andrianto dan Anang Firmansyah, *Manajemen Bank Syariah: Implementasi Teori dan Praktek*, Yogyakarta: Qiara Media, 2019.
- Danupranata, Gita, *Buku Ajaran Manajemen Perbankan Syariah*, Jakarta Selatan: Salemba Empat, 2013.
- Heykal, Nurul Hudadan Mohammad, *Lembaga Keuangan Islam*, Jakarta: Kencana, 2010.
- Indonesia, Ikatan Bankir, *Mengelola Bank Syariah*, Jakarta: Lembaga Sertifikasi Profesi Perbankan, 2018.
- Ismanto, Hadi, dkk., *Perbankan dan Literasi Keuangan*, Yogyakarta: Deepublish, 2019.
- Marwahyudi dan Hendramawat Aksi Safarizki, *Statistik Bagi Mahasiswa Teknik*, Jawa Tengah: Penerbit Lakeisha, 2022.
- Rukiyanto, B.A., *Pendidikan Religiusitas untuk Perguruan Tinggi*, Yogyakarta: Sanata Dharma University Press, 2021.
- Rustam, Bambang Rianto, *Manajemen Risiko Perbankan Syariah*, Jakarta: Salemba Empat, 2013.
- Sholihin, Ahmad Ifham, *Pedoman Umum Lembaga Keuangan Syari"ah*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2010.
- Yusuf, Muri, *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif & Gabungan*, Jakarta: Kencana, 2016.

Jurnal

- Ghozali, Maski, "Analisis Keputusan Nasabah Menabung: Pendekatan Komponen dan Model Logistic, Studi pada Bank Syariah Malang", *Journal of Indonesia Applied Economics*, Vol 4, No. 1, 2010: 4.
- Ortega, Daniel dan Anas Alhifni, "Pengaruh Media Promosi Perbankan Syariah terhadap Minat Menabung Masyarakat di Bank Syariah", *Jurnal Ekonomi Syariah*, Vol. 5, No. 1, 2017: 89.

Skripsi dan Disertasi

- Baskara, Aryadi, "Bank Pembiayaan Syariah", (Universitas Bangka Belitung, 2016).
<http://repository.ubb.ac.id>.

Marlika, Cita Ayu, “Pengaruh Literasi Ekonomi Islam terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Jurusan Ekonomi Islam Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar”, *Skripsi*, UIN Alauddin Makassar, 2019.

Muttaqin, Dadan, “Sistem Perbankan Syariah di Indonesia dalam Persepektif Politik Hukum, *Disertai* Universitas Diponegoro, Semarang, 2007.

Wawancara

Jono, Bagian Pelayanan Desa Pagarawan Kecamatan Merawang Kabupaten Bangka Tahun 2020, Wawancara oleh Gita di Desa Pagarawan.

Pina, Bagian Pelayanan Desa Kampung Dul Kecamatan Pangkalan Baru Kabupaten Bangka Tengah Tahun 2020, Wawancara oleh Gita di Desa Kampung Dul.

Warni, Bagian Pelayanan Desa Petaling Banjar Kecamatan Mendo Barat Kabupaten Bangka Tahun 2020, Wawancara oleh Gita di Desa Pelating.

Web/ Internet

Bank Syariah Indonesia, "Sejarah Perseroan", 25 July 2022. https://ir.bankbsi.co.id/corporate_history.html
Indeks Alibaca 2019, “Provinsi Dengan Aktivitas Literasi Sedang”, Diakses pada tanggal 10 September 2022.

Nita, Cici Nasya, “Indeks Literasi Ekonomi Syariah Bangka Belitung Naik”, 5 September 2022. <https://bangka.tribunnews.com/2021/11/09/indeks-literasi-ekonomi-syariah-bangka-belitung-naik?page=1>, Diakses pada tanggal 16 Februari 2021.

Otoritas Jasa Keuangan, “Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia (SNLKI) Revisi 2017”, 16. Syariah, “Simak! 6 Tantangan industri Keuangan Syariah RI Versi BOS OJK”, Diakses pada tanggal 16 Februari 2021.

[Prinsip Dasar Operasional Perbankan Syariah \(bcasyariah.co.id\)](https://bcasyariah.co.id), Diakses pada tanggal 1 Mei 2023.

Winarto, Yudho, "Akademisi UI: OJK Signifikan Perkuat Literasi dan Inklusi Keuangan Masyarakat", Diakses 05 Desember 2020. <https://keuangan.kontan.co.id/news/akademisi-ui-ojk-signifikan-perkuat-literasi-dan-inklusi-keuangan-masyarakat>.