

## Pengaruh Tingkat Literasi Keuangan Syariah Terhadap Kinerja Pemasaran Bank Umum Syariah Guna Optimalisasi Kepercayaan Nasabah

**Mochamad Yusuf**

Perbankan Syariah, FEBI IAIN Pekalongan  
Email: [mochammadyusuf054@gmail.com](mailto:mochammadyusuf054@gmail.com)

**Rinda Asytuti**

Perbankan Syariah, FEBI IAIN Pekalongan  
Email: [rindanadirin@gmail.com](mailto:rindanadirin@gmail.com)

Received: 6 January 2022, Accepted: 17 January 2022, Published: 7 May 2022

### ABSTRACT

---

*This study aims to determine the effect of Islamic financial literacy level on the marketing performance of Islamic commercial banks in order to optimize customer trust. This research is classified as a qualitative descriptive research type. The type of data used in this study is primary data with data collection techniques in the form of observation and interviews. Research informants obtained 80 people with adjusted criteria. The results of this study indicate that the level of Islamic financial literacy plays an important role in the marketing performance of Islamic banks. Good marketing performance of Islamic commercial banks gives Islamic banks' customers confidence.*

**Keywords:** *Islamic Financial Literacy, Marketing Performance, Trust.*

### ABSTRAK

---

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh tingkat literasi keuangan syariah terhadap kinerja pemasaran bank umum syariah guna optimalisasi kepercayaan nasabah. Penelitian ini tergolong jenis penelitian deskriptif kualitatif. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu jenis data primer dengan teknik pengambilan data berupa observasi dan wawancara. Informan penelitian diperoleh 80 orang dengan kriteria yang disesuaikan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tingkat literasi keuangan syariah sangat berperan penting terhadap kinerja pemasaran bank umum syariah. Kinerja pemasaran bank umum syariah yang baik memberikan kepercayaan nasabah bank syariah.

**Kata Kunci:** Literasi Keuangan Syariah, Kinerja Pemasaran, Kepercayaan.

### PENDAHULUAN

---

Indonesia merupakan negara dengan mayoritas penduduk muslim terbanyak keempat di dunia. Praktik ekonomi yang terjadi pada industri keuangan di Indonesia telah mengalami berbagai macam terobosan. Masyarakat telah banyak mengembangkan ekonomi syariah. Praktik ekonomi syariah menjadi perbincangan hangat mengenai isu-isu yang terjadi saat ini. Ekonomi syariah berbicara bukan hanya kegiatan ekonomi dan bisnis semata namun juga perkembangan kegiatan perbankan dalam hal ini perbankan syariah (Darsono, 2016).

Bank syariah adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan kredit dan jasa-jasa lain dalam lalu lintas pembayaran serta peredaran uang yang beroperasi disesuaikan dengan prinsip syariah dan menurut jenisnya terdiri atas Bank Umum Syariah (BUS) dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS). Perkembangan perbankan syariah dimulai adanya krisis ekonomi di tahun 1997-1998. Rendahnya kemampuan daya saing sektor produksi berimbas pada peran perbankan sebagai upaya menjalankan fungsi sebagai *intermediator* investasi. Namun, bank syariah masih dapat menunjukkan kinerja relatif baik dibandingkan lembaga perbankan konvensional. Volume usaha perbankan syariah dalam kurun waktu satu tahun terakhir, jumlah bank syariah di Indonesia sekitar 196 yang terdiri dari 14 Bank Umum Syariah (BUS), 20 Unit Usaha Syariah (UUS), dan 162 Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) ([www.bi.go.id](http://www.bi.go.id)). Namun, dalam perkembangannya perbankan syariah masih menemui banyak kendala, seperti minimnya ketertarikan masyarakat, kurangnya sumber daya manusia, pemasaran yang kurang inovatif, dan kepercayaan terhadap kinerja pemasaran bank umum syariah. Kepercayaan terhadap kinerja pemasaran bank umum syariah sangat penting dalam perkembangan perbankan syariah. Kendala tersebut diakibatkan karena kesadaran mengenai literasi keuangan syariah tentang produk-produk perbankan syariah dan pengelolaannya masih minim (Ruwaidah, 2020).

Literasi keuangan adalah wawasan persoalan paradigma rencana, potensi, keahlian, dan dorongan, serta kepercayaan untuk menggunakan informasi guna mengambil tindakan yang efektif disegala bentuk keuangan dalam rangka mencapai kemakmuran dan mendorong kontribusi dalam hal kehidupan ekonomi (OECD, 2015). Literasi keuangan adalah wawasan dan keahlian individu perihal ilmu keuangan yang mempengaruhi perilaku seseorang dalam pengambilan keputusan sehingga mampu mengelola keuangan dalam rangka menggapai kesejahteraan (OJK, 2017). Literasi keuangan berperan penting bagi masyarakat dalam memilih dan menggunakan produk jasa keuangan sesuai dengan kebutuhannya sebagai upaya untuk meningkatkan kesejahteraan.

Bank Dunia menyatakan bahwa tingkat literasi keuangan Indonesia hanya 20%. Hal ini lebih rendah dibandingkan dengan negara ASEAN seperti Filipina 27%, Malaysia 66%, Thailand 73%, dan Singapura 98%. Banyak negara telah melakukan penelitian tingkat literasi keuangan terkait dengan kebijakan nasional. Oleh sebab itu, pada tanggal 19 November 2013, Presiden Republik Indonesia meluncurkan strategi nasional terkait literasi keuangan (1) edukasi dan kampanye nasional mengenai literasi keuangan, (2) penguatan infrastruktur literasi keuangan, (3) pengembangan produk dan jasa keuangan (Anggraeni, 2015). (OJK, 2019) menyatakan bahwa literasi keuangan Indonesia meningkat 35,7% sedangkan untuk literasi keuangan syariah berada pada posisi 9,1%. Artinya dari 100 penduduk hanya 9 orang yang mengetahui tentang produk dan jasa keuangan syariah. Saat ini pusat keuangan syariah masih didominasi oleh negara Inggris dan Malaysia padahal Indonesia merupakan negara dengan mayoritas muslim terbesar di dunia, seharusnya Indonesia menjadi pusat keuangan syariah dunia (Nugroho & Tamala, 2018).

Kepercayaan merupakan harapan dan keyakinan seseorang terhadap orang lain akan kejujuran, kebaikan, dan kesetiaan (KBBI, 2010). Suatu sikap yang ditunjukkan oleh manusia saat ia merasa tahu dan menyimpulkan bahwa dirinya telah mencapai kebenaran. Kepercayaan dalam perbankan syariah dimaksudkan suatu hal yang terjadi pada nasabah

seolah bahwa segala sesuatu yang diberikan pelayanan oleh bank syariah memiliki *image* yang baik dan memberikan keleluasan hati bagi nasabah (Cakhyaneu, 2018).

Pada dasarnya tujuan dari pengukuran kinerja pemasaran bank umum syariah tidaklah jauh berbeda dengan kinerja perusahaan pada umumnya. Pengukuran kinerja perusahaan dilakukan untuk melakukan perbaikan dan pengendalian atas kegiatan operasionalnya agar dapat bersaing dengan perusahaan lain. Penilaian kinerja bank sangat penting untuk setiap *stakeholder* bank di dalam pasar keuangan yang kompetitif (Thohari & Hakim, 2021). Bank yang dapat selalu menjaga kinerjanya dengan baik terutama tingkat profitabilitasnya tinggi dan mampu membagikan deviden serta prospek usahanya berkembang memenuhi ketentuan *prudential banking regulation* dengan baik, maka ada kemungkinan nilai sahamnya dan jumlah dana pihak ketiga akan naik. Kenaikan nilai saham dan jumlah dana pihak ketiga ini merupakan salah satu indikator naiknya kepercayaan masyarakat kepada bank yang bersangkutan (Maqashid & Studi Akuntansi Syariah Sekolah Tinggi Ekonomi, 2009).

Berdasarkan permasalahan di atas, pentingnya tingkat literasi keuangan syariah terhadap kinerja perbankan syariah guna optimalisasi kepercayaan masyarakat terhadap bank syariah, maka penulis merasa perlu melakukan penelitian pada *Pengaruh Tingkat Literasi Keuangan Syariah Terhadap Kinerja Pemasaran Bank Umum Syariah Guna Optimalisasi Kepercayaan Nasabah*.

## METODE

Penelitian ini tergolong jenis penelitian deskriptif kualitatif. Sumber data dalam penelitian ini menggunakan jenis data primer dengan teknik pengambilan data berupa observasi dan wawancara serta diolah menggunakan statistik. Proses observasi dan wawancara pada penelitian ini dilakukan untuk mengetahui informasi mengenai pengaruh literasi keuangan syariah terhadap kinerja pemasaran bank umum syariah. Objek pada penelitian ini adalah literasi keuangan (*financial literacy*) sebagai upaya dalam meningkatkan kinerja pemasaran bank umum syariah. Dimensi dalam mengukur literasi menggunakan *basic, saving, borrowing financial knowledge* yang mampu diterapkan oleh semua kalangan. Informan dalam penelitian ini adalah delapan puluh orang pengguna lembaga keuangan syariah yang akan dan atau sedang menggunakan bank umum syariah. Kriteria pendukung informan dalam penelitian ini adalah (1) pengguna lembaga keuangan syariah khususnya bank umum syariah; (2) calon pengguna lembaga keuangan syariah khususnya bank umum syariah.

Tahapan analisis data dimulai dari menentukan objek yang diteliti yaitu *financial literacy* kemudian melakukan pra-survei dengan membagikan form secara bertahap guna memperkuat fenomena yang terjadi. Lalu, peneliti menentukan informan sebanyak 80 orang sesuai kriteria yang ditentukan. Peneliti membuat daftar pertanyaan terkait dengan tujuan penulisan. Sementara pada saat wawancara, peneliti akan menganalisis jawaban-jawaban dari narasumber. Apabila jawaban yang diperoleh kurang memuaskan, maka peneliti akan kembali melanjutkan pertanyaan sampai pada tahap diperolehnya data yang kredibel. Setelah di dapatkan data melalui metode pengumpulan data yang telah ditentukan sejak awal, tahap selanjutnya adalah reduksi data. Hal ini dilakukan guna memudahkan peneliti ketika mencari data serta memudahkan dalam mengumpulkan data sehingga bisa lebih jelas yang ditunjukkan dalam bentuk gambaran pada data yang sudah direduksi (Sugiyono, 2015).

Tahapan selanjutnya adalah penyajian data kemudian penarikan kesimpulan yang dapat menjelaskan hasil penelitian yang dilakukan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Literasi Keuangan Syariah

Literasi keuangan bisa dikatakan kemampuan individu untuk mengambil keputusan dalam mengelola keuangan pribadinya (Margaretha dan Pambudhi, 2015). Dalam buku pedoman Strategi Nasional Literasi Keuangan Nasional dijelaskan bahwa literasi keuangan merupakan rangkaian proses untuk meningkatkan kemampuan (*skill*), pengetahuan (*knowledge*), keyakinan (*confidence*) yang mempengaruhi sikap (*attitude*) dan perilaku (*behaviour*) untuk meningkatkan kualitas pengambilan keputusan dan dapat mengatur keuangan sehingga mampu mengelola keuangan dengan lebih baik. Literasi keuangan syariah merupakan kewajiban bagi setiap muslim membawa aplikasi implikasi pada realisasi Al Falah di dunia dan akhirat. Maka bisa dikatakan apabila tingkat literasi keuangan syariah tinggi dapat mengakibatkan penggunaan produk dan jasa keuangan syariah khususnya perbankan syariah di Indonesia yang secara langsung berakibat pada meningkatnya kinerja pemasaran bank umum syariah di Indonesia dan berdampak pada kepercayaan nasabah pada bank Syariah (Mahasiswa, 2020).

Adapun dalam penelitian ini, tingkat literasi keuangan syariah meliputi pemahaman literasi keuangan syariah yang dimiliki oleh informan dikategorikan dalam tingkat empat pemahaman dengan beberapa pertanyaan yang berhubungan dengan literasi keuangan syariah. Adapun hasil pemahaman informan literasi keuangan syariah dalam tabel berikut:

No	Kategori Pemahaman Literasi Keuangan Syariah	Apakah anda memahami perbedaan sistem Lembaga Keuangan Syari'ah dan Lembaga Keuangan Konvensional?		Apakah anda memahami tentang Produk-Produk Lembaga Keuangan Syari'ah?		Apakah anda memahami tentang pelayanan Lembaga Keuangan Syari'ah dan Lembaga Keuangan Konvensional?		Apakah anda memahami tentang Akad Lembaga Keuangan Syari'ah?	
		Frekuensi	Presentase	Frekuensi	Presentase	Frekuensi	Presentase	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Paham	3	3,75%	3	3,75%	3	3,75%	4	5%
2	Paham	34	42,50%	31	38,75%	21	26,25%	30	37,50%
3	Cukup Paham	33	41,25%	27	33,75%	38	47,50%	24	30,0%
4	Tidak Paham	10	12,5%	19	23,75%	18	22,50%	22	27,50%

Sumber: Data diolah, 2021

Dari data tabel tersebut diperoleh hasil analisis empat pertanyaan dasar literasi keuangan syariah yang di sampaikan kepada informan terlihat bahwa hasilnya bervariasi dengan capaian 80 informan. Pada pertanyaan *Apakah anda memahami perbedaan sistem Lembaga Keuangan Syari'ah dan Lembaga Keuangan Konvensional?*. Memiliki akurasi jawaban 3 informan atau 3,75% sangat paham, 34 informan atau 42,50% paham, 33 informan atau 41,25% cukup paham, dan ada 10 informan atau 12,5% tidak paham. Pada pertanyaan berikutnya *Apakah anda memahami tentang Produk-Produk Lembaga Keuangan*

*Syari'ah*?. Memiliki akurasi jawaban 3 informan atau 3,75% sangat paham, 31 informan atau 38,75% paham, 27 informan atau 33,75% cukup paham, 19 informan atau 23,75% tidak paham. Selanjutnya pertanyaan *Apakah anda memahami tentang pelayanan Lembaga Keuangan Syari'ah dan Lembaga Keuangan Konvensional*?. Jawaban informan bervariasi 3 informan atau 3,75% sangat paham, 21 informan atau 26,25% paham, 38 informan atau 47,50% cukup paham, 18 informan atau 22,50% tidak paham. Lalu pertanyaan *Apakah anda memahami tentang Akad Lembaga Keuangan Syari'ah*?. 4 informan atau 5% sangat paham, 30 informan atau 37,50% paham, 24 informan atau 30,0% cukup paham, 22 informan atau 27,50% tidak paham.

Menilik hasil tersebut maka dapat disimpulkan bahwa sebagian besar mayoritas memiliki pemahaman literasi keuangan syariah masih *cukup paham*. Cukup paham yang bermakna bahwa informan hanya memiliki tingkat pengetahuan namun belum sepenuhnya memahami. Tingkat literasi keuangan syariah yang masih cukup disebabkan sebagian besar informan dari kalangan mahasiswa sehingga pemahaman mengetahui keuangan syariah masih minim.

### Kinerja Pemasaran Bank Syariah

Pengukuran kinerja perusahaan dilakukan untuk melakukan perbaikan dan pengendalian atas kegiatan operasionalnya agar dapat bersaing dengan perusahaan lain. Penilaian kinerja bank sangat penting untuk setiap *stakeholder* bank di dalam pasar keuangan yang kompetitif. Bank yang dapat selalu menjaga kinerjanya dengan baik terutama tingkat profitabilitasnya tinggi dan mampu membagikan dividen serta prospek usahanya berkembang memenuhi ketentuan *prudential banking regulation* dengan baik, maka ada kemungkinan nilai sahamnya dan jumlah dana pihak ketiga akan naik (Fadhilah, 2020).

Adapun dalam penelitian ini, kinerja pemasaran bank syariah dapat dilihat dari hasil pengukurannya dalam tabel berikut.

No	Kategori	Apakah anda pengguna Bank Syari'ah?		Apakah anda mengetahui akad Perbankan Syari'ah?		Apakah anda menggunakan instrumen Tabungan dalam Bank Syari'ah?		Apakah anda menggunakan instrumen Deposito dalam Bank Syari'ah?		Apakah anda menggunakan instrumen pembiayaan atau kredit konsumtif dalam Bank Syari'ah?	
		Frekuensi	Presentase	Frekuensi	Presentase	Frekuensi	Presentase	Frekuensi	Presentase	Frekuensi	Presentase
1	YA	28	35%	58	73%	27	34%	5	6%	4	5%
2	TIDAK	52	65%	22	28%	53	66%	75	94%	76	95%

Sumber: Data diolah, 2021

Dari data tabel tersebut diperoleh hasil analisis pengukuran kinerja pemasaran bank umum syariah dilihat dari beberapa pertanyaan dasar yang ditujukan kepada informan terlihat bahwa hasilnya bervariasi dengan capaian 80 informan. Pada pertanyaan *Apakah anda pengguna Bank Syari'ah*?. Memiliki akurasi jawaban 28 informan atau 35% YA, 52 informan atau 65% TIDAK. Pada pertanyaan berikutnya *Apakah anda mengetahui akad Perbankan Syari'ah*?. Memiliki akurasi jawaban 58 informan atau 73% YA, 22 informan atau 28% TIDAK. Selanjutnya pertanyaan *Apakah anda menggunakan instrumen Tabungan dalam Bank Syari'ah*?. Memiliki akurasi jawaban 27 informan atau 34% YA, 53 informan atau 66% TIDAK. Pada pertanyaan *Apakah anda menggunakan instrumen Deposito dalam Bank Syari'ah*?. Memiliki akurasi jawaban 5 informan atau 6% YA, 75 informan atau 94% TIDAK. Lalu pertanyaan *Apakah anda menggunakan instrumen pembiayaan atau kredit konsumtif*

dalam Bank Syariah?. Memiliki akurasi jawaban 4 informan atau 5% YA, 76 informan atau 95% TIDAK.

Menilik hasil tersebut maka dapat disimpulkan bahwa kinerja pemasaran bank umum syariah dinilai kurang disebabkan rata-rata hasil informan belum menggunakan bank syariah. Kinerja pemasaran bank umum syariah yang masih kurang dipertimbangkan dari tingkat literasi keuangan syariah yang masih minim, pemahaman bank syariah yang belum merata, pengelolaan sumber daya yang belum mumpuni. Kinerja pemasaran bank umum syariah sampai saat ini masih dinilai cukup namun pada masa pandemic bank syariah masih memiliki nilai positif dan berkembang di masyarakat.

### Kepercayaan Nasabah

Kepercayaan dalam perbankan syariah dimaksudkan suatu hal yang terjadi pada nasabah seolah bahwa segala sesuatu yang diberikan pelayanan oleh bank syariah memiliki *image* yang baik dan memberikan keleluasan hati bagi nasabah (Said & Amiruddin, 2017). Adapun dalam penelitian ini, kepercayaan nasabah akan terlihat dari analisis yang dilakukan dalam tabel berikut.

No	Tingkat Kepercayaan Nasabah	Apakah anda percaya akan keberadaan Bank Syariah?		Setelah anda mengetahui tentang Bank Syariah, Apakah anda akan menggunakan Bank Syariah?	
		Frekuensi	Presentase	Frekuensi	Presentase
1	YA	79	99%	71	89%
2	TIDAK	1	1%	9	11%

Sumber: Data diolah, 2021

Dari data tabel tersebut diperoleh hasil analisis kepercayaan nasabah terhadap bank syariah dilihat dari beberapa pertanyaan dasar yang ditujukan kepada informan terlihat bahwa hasilnya bervariasi dengan capaian 80 informan. Pada pertanyaan *Apakah anda percaya akan keberadaan Bank Syariah?* Memiliki akurasi jawaban 79 informan atau 99% YA, 1 r informan atau 1% TIDAK. Pada pertanyaan berikutnya *Setelah anda mengetahui tentang Bank Syariah, Apakah anda akan menggunakan Bank Syariah?* Memiliki akurasi jawaban 71 informan atau 89% YA, 9 informan atau 11% TIDAK.

Menilik hasil tersebut maka dapat disimpulkan bahwa kepercayaan nasabah terhadap bank syariah dinilai sangat baik disebabkan rata-rata informan adalah seorang muslim yang memungkinkan akan beralih pada bank syariah meskipun saat ini tingkat literasi keuangan syariah masih kurang dan sangat mempengaruhi terhadap kinerja pemasaran bank umum syariah yang seharusnya menjadi kesempatan bagi bank syariah untuk selalu berdaya kompetensi untuk menarik dan mengajak masyarakat beralih menjadi nasabah bank syariah setelah mereka mengetahui dan memahami sesuatu yang ada di bank syariah.

### PEMBAHASAN

Penelitian yang dilakukan dengan mengambil data beragam informan berasal dari karakteristik dan hasil analisisnya berbeda-beda. Hasil demografi informan dalam penelitian ini, kebanyakan nasabah berjenis kelamin perempuan berasumsi perempuan yang memiliki literasi rendah banyak yang tidak bisa mengambil keputusan untuk membuka bank syariah. Lalu, tentang pekerjaan informan mayoritas adalah mahasiswa. Karena profesi ini banyak yang belum mengetahui bank syariah dan belum memperoleh profesi pekerjaan tetap sehingga tidak adanya uang dingin pada informan. Selanjutnya, hasil tentang usia informan adalah usia 15-20 tahun. Usia produktif dimana banyak informan belum mengetahui informasi dan pengetahuan untuk mengambil keputusan memilih bank syariah

Literasi keuangan juga mempengaruhi cara berpikir seseorang terhadap kondisi keuangan serta mempengaruhi pengambilan keputusan yang strategis dalam hal keuangan dan pengelolaan yang lebih baik bagi pemilik usaha (Kusuma Dewi & Restuning Hayati, 2019). Literasi keuangan juga dapat membantu seseorang untuk merencanakan keuangannya di masa depan dengan mengambil keputusan dimasa sekarang dengan baik. Dalam suatu pengambilan keputusan tingkat literasi keuangan dapat mempengaruhi pemikiran dari seseorang tersebut. Semakin tinggi tingkat literasi mereka maka akan semakin baik dalam pengambilan keputusan mereka. Namun, logika tersebut berbeda dengan hasil penelitian saat ini.

Adapun dengan pemahaman yang baik serta kesadaran mengenai pentingnya lembaga, produk dan layanan jasa keuangan, masyarakat dapat memilih serta memanfaatkan lembaga, produk dan layanan jasa keuangan yang sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan mereka dalam rangka meningkatkan kesejahteraan. Dalam hal ini OJK (2014:20) menjelaskan bahwa tingkat Literasi keuangan seseorang memiliki hubungan yang positif dengan tingkat utilitas produk dan jasa keuangan, artinya semakin tinggi tingkat literasi seseorang maka pengguna produk dan jasa keuangan semakin banyak. Hasil penelitian ini tidak senada dengan pendapat OJK karena hasil penelitian menunjukkan adanya kelemahan persentase penjelasan variabel independen terhadap variabel dependen.

Dari seluruh uraian tersebut di atas dapat disimpulkan bahwa seseorang yang memutuskan membuka bank syariah dipengaruhi oleh beberapa factor meliputi faktor pribadi dan psikologi di mana salah satu faktor yang cukup dominan dalam menentukan proses keputusan adalah proses belajar. Hal ini dijelaskan oleh Amstrong (2016) bahwa salah satu proses belajar adalah pemahaman literasi keuangan syariah sehingga seseorang khususnya mahasiswa yang memahami keuangan syariah mampu membuat keputusan membuka bank syariah. Selain faktor pribadi yang berasal dari usia serta kepribadian dan proses belajar memahami keuangan syariah maka seorang memutuskan membuka rekening dipengaruhi pula oleh faktor budaya dan sosial di mana ditunjukkan dengan adanya peran lingkungan dalam mengambil keputusan artinya dengan mahasiswa bergaul dan berinteraksi di kelas perguruan tinggi akan mempengaruhi pemahaman yang dimiliki. Selanjutnya faktor lain yang mempengaruhi adalah faktor pemasaran dari marketing perbankan sendiri di mana promosi yang dilakukan oleh pihak bank serta produk-produk yang ditawarkan yang menarik, beragam dan inovatif dapat menarik minat calon nasabah untuk menabung di bank syariah.

## SIMPULAN

Hasil penelitian disimpulkan bahwa pemahaman literasi keuangan syariah berpengaruh terhadap kinerja pemasaran bank umum syariah. Indikator kinerja pemasaran bank umum syariah dilihat dari kesediaan informan untuk menjadi nasabah bank umum syariah. Kinerja pemasaran bank umum syariah tentu memberikan kepercayaan kepada nasabah untuk optimal dalam meningkatkan loyalitas nasabah. Pada penelitian ini masih terdapat beberapa data dan maksud penelitian yang ambigu atau kurang jelas. Harapannya penelitian yang akan datang mampu disempurnakan lebih relevan pada persoalan penelitian serta menggali data terkait penerapan literasi keuangan syariah.

## DAFTAR PUSTAKA

- Cakhyaneu, A. (2018). *Pengukuran Kinerja Bank Umum Syariah Di Indonesia Berdasarkan Sharia Maqashid Index (SMI)*. *Amwaluna: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Syariah*, 2(2), 1–12. <https://doi.org/10.29313/Amwaluna.V2i2.3753>.
- Fadhilah, R., Politeknik, N., Bandung, N., & Politeknik, R. P. (2020). *Jurnal Maps (Manajemen Perbankan Syariah)*.

- Kusuma Dewi, I., & Restuning Hayati, S. (2019). *Strategi Bank Syariah Dalam Meningkatkan Literasi Keuangan Syariah Pada Masyarakat 129*.
- Mahasiswa, N., Arief, M., & Hakim, R. (2020). *Analisis Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Terhadap Keputusan Membuka Rekening Bank Syariah (Studi Pada Mahasiswa Islam Kota Malang)*.
- Maqashid, P., & Studi Akuntansi Syariah Sekolah Tinggi Ekonomi, P. (2009). *Analisis Kinerja Perbankan Syariah di Indonesia dengan Suhada dan Sigit Pramono*.
- Nugroho, L., & Tamala, D. (2018). *Persepsi Pengusaha Umkm Terhadap Peran Bank Syariah*. *SIKAP*, 3(1), 49–62. <http://jurnal.usbypkp.ac.id/index.php/sikap>.
- Ruwaidah, S. H. (2020). *Pengaruh Literasi Keuangan Syariah dan Shariah Governance Terhadap Keputusan Mahasiswa dalam Menggunakan Jasa Perbankan Syariah*. <http://ejournal.iaisyarifuddin.ac.id/index.php/muhasabatuna>.
- Said, S., & Amiruddin, A. M. A. (2017). *Literasi Keuangan Islam di Perdidikan Tinggi Islam*. *Al-Ulum*, 17(1). <https://doi.org/10.30603/au.v17i1.29>.
- Thohari, C. C., & Hakim, L. (2021). *Peran Religiusitas Sebagai Variabel Moderating Pembelajaran Perbankan Syariah, Literasi Keuangan Syariah, Product Knowledge Terhadap Keputusan Menabung Di Bank Syariah (Vol. 9, Issue 1)*.
- Aksanul Khosasi. (2017). *Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Dan Pemasaran Terhadap Pengambilan Keputusan Nasabah Melakukan Pembiayaan Mikro Di Bank Syariah Bukopin Sidoarjo*. Surabaya: SKRIPSI UIN Sunan Ampel.
- Indra Kusuma Dewi, Safaah RH. (2018). *Strategi Bank Syariah dalam Meningkatkan Literasi Keuangan Syariah pada Masyarakat (Studi Kasus pada BPRS Madina Mandiri Sejahtera*. *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia*. *Syariah pada Masyarakat 129*.
- Versiandika Yuda, Septi Ayu. (2021). *Analisis Motivasi Pinjaman Nasabah Pada Rentenir Berdasarkan Prinsip Pembiayaan Syariah*. *Velocity IAIN Pekalongan*.
- Fitri, Maltuf. (2015). *Prinsip Kesyariahan Dalam Pembiayaan Syariah*. *Economica: Jurnal Ekonomi Islam* 6(1).
- Muhamad. 2014. *Manajemen Keuangan Syari'ah*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif R&B*. Bandung: Alfabeta.