



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research

Volume 3 Nomor 4 Tahun 2023 Page 8193-8203

E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246

Website: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

Strategi Meningkatkan Literasi Keuangan Nasabah Terhadap Penggunaan Produk-Produk Keuangan Syariah Khususnya dari Sembilan Produk Pembiayaan Syariah Pada PT Bank Syariah Indonesia, Tbk KCP Jakarta Sunter 1

Savira Sandra Dewi^{1✉}, Bagus Panuntun²

1Program Studi Manajemen, Universitas Islam Indonesia

Email: 19311273@students.uii.ac.id^{1✉}

Abstrak

Dalam membantu pertumbuhan ekonomi syariah nasional masyarakat harus mempunyai pemahaman mengenai keuangan yang lebih tinggi, individu harus menjadikan suatu literasi keuangan sebagai kebutuhan dasar masing-masing dalam mengelola keuangan. Indonesia sebagai negara dengan jumlah penduduk muslim terbesar di dunia, literasi keuangan menjadi penting ketika berkaitan dengan perbankan syariah serta produk pendukungnya. Banyak perusahaan perbankan syariah yang saat ini berusaha meningkatkan strategi literasi keuangan syariah salah satunya Bank Syariah Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk menentukan strategi meningkatkan literasi keuangan nasabah terhadap penggunaan produk-produk keuangan syariah khususnya dari sembilan produk pembiayaan pada PT Bank Syariah Indonesia, Tbk KCP Jakarta Sunter 1. Penelitian ini bersifat kuantitatif deskriptif dengan metode yang digunakan adalah penelitian kepustakaan, observasi langsung di lapangan dan dokumentasi. Teknik pemilihan partisipan melalui model *purposive sampling* dengan target kuisisioner, yaitu nasabah dan karyawan. Jumlah responden adalah 37 nasabah dan 11 karyawan. Teknik analisis data adalah Analisa deskriptif yang diolah melalui aplikasi *Microsoft Excel*. Hasil penelitian ini menunjukkan strategi perusahaan dalam meningkatkan literasi keuangan syariah pada masyarakat dilakukan dengan melakukan sosialisasi dan edukasi kepada masyarakat melalui media massa, dan masyarakat secara langsung. Tingkat literasi keuangan syariah pada nasabah Bank Syariah Jakarta Sunter 1 sebesar 84,07 % yaitu berada pada kategori tinggi. Sumber daya manusia yang dimiliki pun masih perlu ditingkatkan kemampuannya dalam berbagai hal. Oleh sebab itu, perlu mendapat pelatihan dan pendidikan yang berbasis syariah, melakukan sosialisasi dan pemahaman untuk masyarakat sekitar, melakukan promosi secara massif, dan menjalin kerjasama dengan instansi baik pemerintah maupun swasta.

Kata Kunci: *Literasi Keuangan Syariah, Produk Pembiayaan Bank Syariah Indonesia*

Abstract

In helping the growth of the national sharia economy, society must have a higher understanding of finance, individuals must make financial literacy a basic need for each in managing finances. Indonesia as a country with the largest Muslim population in the world, financial literacy is important when it comes to Islamic banking and its supporting products. Many sharia banking companies are currently trying to improve their sharia financial literacy strategy, one of which is Bank Syariah Indonesia. This study aims to determine strategies to increase customer financial literacy regarding the use of Islamic financial products, especially from nine financing products at PT Bank Syariah Indonesia, Tbk KCP Jakarta Sunter 1. This research is descriptive quantitative in nature with the method used is library research, direct observation in field and documentation. Participant selection technique through a purposive sampling model with a questionnaire target, namely customers and employees. The number of respondents is 37 customers and 10 employees. The data analysis technique is descriptive analysis which is processed through the Microsoft Excel application. The results of this study indicate that the company's strategy in increasing Islamic financial literacy in society is carried out by socializing and educating the public through the mass media, and the public directly. The level of Islamic financial literacy for Jakarta Sunter 1 Sharia Bank customers is 84.07%, which is in the high category. The human resources that are owned also still need to be improved in various ways. Therefore, it is necessary to receive sharia-based training and education, conduct socialization and understanding for the surrounding community, carry out massive promotions, and establish cooperation with both government and private agencies.

Keyword: *Islamic Financial Literacy, Indonesian Islamic bank financing products*

PENDAHULUAN

Dalam Kajian Ekonomi dan Keuangan Syariah 2022, pemulihan ekonomi global tahun 2022 yang diperoleh dari turunnya kasus Covid-19 hingga konflik geopolitik yang memperparah perubahan keadaan rantai pasok global dan berakibat peningkatan mobilitas mengalami stagnasi yang menjadikan penyebab inflasi membengkak. Dalam segi keuangan syariah, posisi keuangan dan kemampuan perusahaan dalam memenuhi segala kewajibannya yang relatif longgar di tengah normalisasi tetap mampu menyediakan pembiayaan untuk memenuhi kebutuhan pertumbuhan ekonomi syariah.

Pada tahun 2023, prediksi pertumbuhan ekonomi syariah pada tahun 2023 di tengah berbagai faktor risiko dan ketidakpastian masih akan tetap tinggi. Agar dapat membantu pertumbuhan tersebut masyarakat harus mempunyai pemahaman mengenai keuangan yang lebih tinggi, individu atau nasabah harus menjadikan suatu literasi keuangan sebagai kebutuhan dasar masing-masing dalam mengelola keuangan.

Selama tiga tahun terakhir ketika mengalami kondisi pandemi Covid-19, sektor

perbankan syariah bisa bertahan dengan memiliki adanya beberapa keunggulan dibandingkan perbankan konvensional. Menurut Wakil Menteri BUMN, Kartika Wirjoatmodjo, menjelaskan jika keunggulan dari perbankan syariah dapat dilihat dengan jelas jika ada aset yang benar-benar terprediksi serta dari sistem keuangan menggunakan bagi hasil, bukan dengan bunga. Dari sisi likuiditas pun, perbankan syariah mampu mendapatkan nasabah dari sisi tabungan yang lebih luas lagi. Kemudian, bank syariah dapat terus berekspansi dari sisi digital.

Bank Syariah Indonesia (BSI) merupakan perusahaan yang bergerak di bidang perbankan dan merupakan hasil penggabungan dari Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, dan BRI Syariah yang menjadi satu entitas. Dengan kontribusi sinergi induk Perusahaan (Mandiri, BNI, BRI) dan keterikatan pemerintah melalui Kementerian BUMN diharapkan Bank Syariah Indonesia bisa bersaing pada tingkat global. Adanya Bank Syariah Indonesia juga membentuk cerminan bentuk perbankan syariah di Indonesia yang universal, terbaru, hingga kebaikan yang diberikan bagi segenap alam (*Rahmatan Lil'Aalamiin*).

Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) 2022 mengukur tingkat literasi dan inklusi keuangan syariah dengan hasil perolehan indeks literasi keuangan syariah masyarakat Indonesia berkembang dari 8,93% pada 2019 menjadi 9,14% pada 2022. Oleh karena itu, pentingnya literasi keuangan saat berkaitan pada perbankan syariah serta produk pendukungnya. Karena dari berbagai riset yang telah dilakukan menjelaskan terkait literasi keuangan yang meningkat mampu menumbuhkan perekonomian suatu negara.

Secara umum, nasabah mengikuti suatu prosedur atau tahapan untuk pengambilan keputusan. Seperti pada saat ini dimana banyak pihak yang menawarkan investasi. Generasi Milenial lebih cenderung untuk menanamkan investasi pada perusahaan yang bisa memberikan profit secara cepat dalam jangka waktu yang singkat meskipun hal itu memiliki resiko tinggi. Saat pandemi, Generasi Milenial salah dalam menanamkan investasi yang menjanjikan keuntungan berlipat-lipat secara cepat dan menjadikan mereka tidak tertarik berinvestasi ke bank.

Pada Masterplan Arsitektur Keuangan Syariah Indonesia 2017, pasar keuangan syariah Indonesia mempunyai tingkat komplikasi lebih tinggi karena terfokus pada pasar ritel dan bersegmen khusus. Kementerian PPN atau Bappenas dalam dokumen masterplan telah melaksanakan analisis SWOT terhadap industri syariah Indonesia. Ditemukan yang menjadi penghambat utama dalam perkembangan kinerja industri keuangan syariah tersebut, yaitu diantaranya kurangnya kesadaran di antara masyarakat umum dan sektor bisnis, serta kurangnya pengawasan dalam keuangan mikro. Mengenai hambatan tersebut Kementerian PPN atau Bappenas memberikan rekomendasi dalam peningkatan infrastruktur dan

kemampuan sistem keuangan syariah, memperbaiki kinerja kelembagaan, serta memosisikan Indonesia menjadi pemain utama dalam keuangan syariah di dunia seperti, menggerakkan program sosialisasi nasional dalam mengembangkan kesadaran (literasi) di tingkat makro dan mikro, serta mendorong supaya seluruh dana Haji, Zakat, Wakaf, dan lainnya didepositokan serta dikelola pada rekening bank syariah.

Oleh karena itu, Bank Syariah Indonesia jika ingin tetap bertahan, bersaing di dunia perbankan, dan dalam memajukan bisnisnya, serta untuk memaksimalkan hal tersebut maka, diharuskan menetapkan berbagai strategi yang tepat untuk dapat menarik nasabah hingga dapat bersaing dengan meningkatkan literasi nasabah supaya lebih tertarik pada produk-produk Bank Syariah Indonesia. Dari hal tersebut menjadikan penulis memberi judul penelitian ini "Strategi Meningkatkan Literasi Keuangan Nasabah Terhadap Penggunaan Produk-Produk Keuangan Syariah Khususnya dari Sembilan Produk Pembiayaan Syariah Pada PT Bank Syariah Indonesia, Tbk KCP Jakarta Sunter 1"

METODE PENELITIAN

Pendekatan dan Metode Penelitian

Dalam penelitian dilakukan dengan pendekatan yang digunakan oleh peneliti adalah pendekatan kuantitatif. Digunakannya metode kuantitatif deskriptif untuk mengetahui adakah strategi agar dapat meningkatkan literasi keuangan nasabah terhadap penggunaan produk-produk pembiayaan Bank Syariah Indonesia KCP Jakarta Sunter 1. Sumber data yang digunakan untuk mendukung penelitian ini adalah data Sekunder.

Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah karyawan dan nasabah Bank Syariah Indonesia Jakarta Sunter 1. Dalam penelitian ini teknik pengambilan sampel dilakukan menggunakan model *purposive sampling* dimana metode pengambilan ini diambil dengan pertimbangan tertentu seperti orang tersebut dianggap paling mengetahui apa yang kita harapkan. Dengan sampel karyawan di Bank Syariah Indonesia Jakarta Sunter 1 yang melayani para nasabah serta masyarakat yang memiliki pengalaman menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia Jakarta Sunter 1. Dan responden sebanyak 11 responden karyawan dan 37 nasabah Bank Syariah Indonesia Jakarta Sunter 1. Teknik analisis data yang digunakan adalah Analisa Deskriptif.

Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Penelitian kepustakaan yang bertujuan untuk menemukan berbagai teori yang dapat mendukung atau menjadi landasan pada pelaksanaan penelitian di perusahaan serta

sebagai pembanding perbedaan dan persamaan antara teori dan praktek terkait penelitian. Penelitian ini dilaksanakan dengan menggunakan sumber dari buku, catatan, ataupun laporan hasil penelitian terdahulu.

2. Penelitian lapangan yang bertujuan untuk melakukan pengamatan secara langsung kepada organisasi yang akan diteliti sehingga dapat diperoleh informasi menyeluruh, tepat, dan benar. Penelitian ini dilaksanakan dengan metode:
 - a. Observasi, yaitu metode yang dilakukan dengan meninjau secara langsung dan cermat di lokasi untuk pengumpulan data-data yang berkaitan dengan pembahasan pada penelitian.
 - b. Dokumentasi, yaitu metode yang dilakukan dengan menganalisis data yang didapatkan dari perusahaan berupa laporan – laporan penting terkait penelitian ini.

Teknik Analisis Data

Dalam pelaksanaan penelitian mengenai literasi keuangan nasabah di kegiatan magang ini peneliti menggunakan unit analisis pada produk dengan pengukuran seberapa besar pemahaman ketertarikan nasabah dalam penggunaan produk-produk keuangan Bank Syariah Indonesia yang dilihat pada data laporan yang telah diolah dan disusun. Sebab, perlu diperhatikannya pemetaan nasabah dalam masing-masing produk dari pembiayaan untuk membantu peneliti dalam memikirkan strategi meningkatkan literasi keuangan nasabah terhadap penggunaan produk-produk keuangan syariah Bank Syariah Indonesia KCP Jakarta Sunter 1.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Tingkat Literasi Keuangan Nasabah Terhadap Produk Keuangan Syariah Pada PT Bank Syariah Indonesia, Tbk KCP Jakarta Sunter 1

Data yang dikumpulkan dari hasil penyebaran kuesioner kemudian diolah dalam bentuk tabel dengan menggunakan teknik deskripsi. Hasil dari penyebaran kuesioner dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1.1 Skoring Jawaban Responden Setelah Dikalikan Bobot

No Pertanyaan	STS	Jawaban Responden				SS	Skor	Persen
		TS	CS	S				
1	1	0	0	60	105	166	89.73	
2	0	2	12	68	75	157	84.86	
3	0	4	15	80	50	149	80.54	
4	0	2	3	76	80	161	87.03	
5	0	2	9	80	65	156	84.32	
6	0	6	12	64	70	152	82.16	
7	0	0	3	100	55	158	85.41	
8	0	0	9	72	80	161	87.03	
9	0	0	15	60	85	160	86.49	
10	0	4	18	68	60	150	81.08	
11	1	6	18	56	65	146	78.92	
12	0	0	21	64	70	155	83.78	
13	0	2	12	92	45	151	81.62	
Total Persen							1092.97	
Rata-Rata Persen							84.07	

Berdasarkan tabel di atas mengenai interpretasi data literasi keuangan syariah pada nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Jakarta Sunter 1, maka untuk mengetahui tingkat literasi keuangan dapat disimpulkan sebagai berikut:

Tabel 1.2 Kategori Literasi Keuangan

No	Kategori	Interval Data
1	Rendah	< 60
2	Sedang	60 ≤ 80
3	Tinggi	> 80

Menurut perhitungan di atas, dapat disimpulkan bahwa literasi keuangan syariah pada nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Jakarta Sunter 1 berada pada kategori tinggi. Hal tersebut terlihat berdasarkan hasil penelitian dari nilai rata-rata persentase angket yaitu 84.07 % berada pada kategori tinggi. Dengan pelaksanaan kegiatan edukasi yang dilakukan Bank Syariah Indonesia KCP Jakarta Sunter 1 yang mengacu pada SE OJK Nomor 1/SEOJK.07/ 2014 memberikan dampak yaitu tingkat literasi keuangan syariah masyarakat yang sudah mendapatkan program edukasi dan sosialisasi masuk kategori tinggi (bagus).

Adanya program kegiatan edukasi dan sosialisasi dapat membantu masyarakat dalam memperluas wawasan tentang literasi keuangan, khususnya pada lembaga keuangan syariah. Sehingga dengan semakin bertambahnya pemahaman masyarakat. Berdasarkan keterangan diatas dapat disimpulkan bahwa efektifitas program sudah efektif dilakukan, terbukti dari tingkat literasi keuangan syariah nasabah yang sudah mendapatkan program dari pihak bank dalam kategori tinggi yaitu sebesar 84.07 %.

Analisis Tingkat Pengetahuan Karyawan Terhadap Produk PT Bank Syariah Indonesia, Tbk KCP Jakarta Sunter 1

Data yang dikumpulkan dari hasil penyebaran kuesioner yang diberikan kepada 11 karyawan PT Bank Syariah Indonesia, Tbk KCP Jakarta Sunter 1 kemudian diolah dalam

bentuk tabel dengan menggunakan teknik deskripsi. Hasil penyebaran kuesioner mengenai tingkat seberapa baik pengetahuan karyawan terhadap produk PT Bank Syariah Indonesia yang diberikan kepada responden mendapatkan hasil dengan kategori sebagai berikut.

Tabel 1.3 Hasil Kategori Tingkat Pengetahuan Karyawan

Nama Produk	Presentase	Kategori Tingkat Pengetahuan Karyawan
produk keuangan pembiayaan syariah	45,5%	Cukup
produk linkage	54,4%	Kurang
produk non linkage	45,5%	Cukup
produk KUR	63,6%	Baik
Produk NON KUR	45,5%	Baik
Produk Cicil Emas	81,8%	Baik
Produk Gadai Emas	63,6%	Baik
Produk Mitraguna	54,5%	Baik
Produk Griya	54,5%	Baik
Produk OTO	45,5%	Baik
Produk Pensiun	63,6%	Cukup

Kegiatan Promosi Produk PT Bank Syariah Indonesia, Tbk KCP Jakarta Sunter 1

Selain mengetahui pengetahuan karyawan terhadap Produk PT Bank Syariah Indonesia Tbk KCP Jakarta Sunter 1 diperoleh data tentang kegiatan promosi yang sudah dilakukan.

Tabel 1.4 Efektifkan Kinerja Karyawan

Kategori	Frekuensi	Persentase
Baik	4	36.4
Cukup	6	54.5
Kurang	1	9.1
Total	11	100

Menurut hasil data tersebut dapat disimpulkan bahwa untuk mengefektifkan kinerja promosi maka BSI melakukan reposisi karyawan. Dalam melakukan promosi dan sosialisasi kepada masyarakat, PT Bank Syariah Indonesia Tbk KCP Jakarta Sunter 1 melalui beberapa cara atau media. Hal tersebut dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 1.5 Promosi yang sudah dilaksanakan PT Bank Syariah Indonesia Tbk KCP Jakarta

Sunter1

Media Promosi	Frekuensi	Persentase
Promosi melalui media (brosur, sosial media, televisi)	5	45.5
Sosialisasi intansi/tatap muka	6	54.5
Total	11	100

Beberapa media promosi yang dilakukan PT Bank Syariah Indonesia Tbk antara lain melalui media baik media cetak/brosur, media elektronik/televisi dan internet/media sosial. Selain itu BSI juga melakukan promosi secara langsung/direct yaitu melakukan sosialisasi secara tatap muka ke beberapa instansi. Dari 11 karyawan 45,5% atau 5 karyawan menyatakan promosi melalui media dan 54,5% atau 6 karyawan melakukan promosi tatap muka.

Berhubungan dengan sosialisasi dan promosi ada beberapa kendala yang menyebabkan menurunnya penjualan produk-produk BSI.

Tabel 1.6 Penyebab Menurunnya Penjualan Produk-Produk BSI

Faktor	Frekuensi	Persentase
Kurangnya pemahaman masyarakat mengenai produk-produk BSI	6	54.5
Promosi yang tidak berkelanjutan	4	36.4
Lainnya	1	9.1
Total	11	100

Berdasarkan tabel 1.6 diketahui bahwa ada beberapa kendala yang dihadapi dalam sosialisasi produk BSI. Dari 11 karyawan 54,5% atau 6 karyawan menyatakan bahwa kendala adalah kurangnya pemahaman masyarakat mengenai produk-produk BSI, 34,4% atau 4 karyawan menyatakan bahwa kendalanya adalah Promosi yang tidak berkelanjutan dan 1 karyawan atau 9,1% menyatakan ada kendala lainnya. Untuk mengatasi kendala tersebut maka karyawan BSI khususnya bagian *public relations* sangat diperlukan dalam melakukan komunikasi pemasaran. Dari tabel 4.32 dapat dilihat sebagian besar karyawan yaitu 90.9% menyatakan Peran *Public Relations* sangat penting dalam komunikasi pemasaran.

Tabel 1.7 Peran *Public Relations* Dalam Komunikasi Pemasaran

Peran	Frekuensi	Persentase
Sangat Penting	10	90.9
Penting	1	1.9
Kurang Penting	0	0.0
Total	11	100

Peran *Public Relations* dalam komunikasi pemasaran sangat penting, disamping itu usaha yang dilakukan karyawan dalam peningkatan literasi konsumen untuk menggunakan salah satu produk pembiayaan syariah yang dimiliki BSI dilakukan beberapa antara lain dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

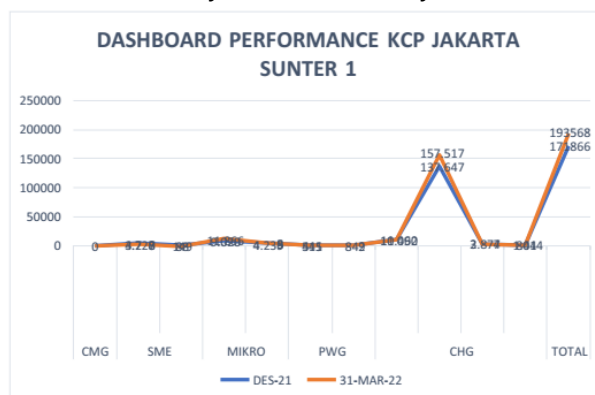
Tabel 1.8 Strategi Meningkatkan Literasi Produk Keuangan Syariah

Peran	Frekuensi	Persentase
Berpenampilan menarik	1	9.1
Bersikap ramah	2	18.2
Memberikan pemahaman secara singkat dan jelas	8	72.7
Total	11	100

Strategi untuk meningkatkan literasi produk keuangan syariah kepada calon nasabah diantaranya memberikan pemahaman secara singkat dan jelas, bersikap ramah dan berpenampilan menarik.

Permintaan Produk-Produk Pembiayaan Pada Penyaluran Pembiayaan Bank Syariah Indonesia KCP Jakarta Sunter 1

Dari periode Februari 2022 hingga Juni 2022 di Bank Syariah Indonesia KCP Jakarta Sunter 1, berdasarkan data yang peneliti dapatkan, yaitu Dashboard Performance KCP Jakarta Sunter 1 Penyaluran Pembiayaan. Berikut tabel beserta grafik Dashboard Performance KCP Jakarta Sunter 1 Penyaluran Pembiayaan:



Gambar 1.1 Grafik Penyaluran Pembiayaan Syariah Bank Syariah Indonesia KCP Jakarta Sunter 1

Dari data tersebut, dapat terlihat permasalahan dari beberapa produk yang secara garis besar sudah baik dengan mengalami kenaikan selama triwulan. Dari total pembiayaan retail terlihat bahwa produk-produk pembiayaan di Bank Syariah Indonesia KCP Jakarta Sunter 1 ini meningkat 12,5% dari perhitungan total pembiayaan retail awal dikurangi dengan akhir. Lalu, setelah menemukan hasil dari selisih tersebut dibagi dengan total pembiayaan awal dan dikalikan dengan 100% untuk melihat seberapa banyak produk pembiayaan Bank Syariah Indonesia KCP Jakarta Sunter 1 mengalami kenaikan.

Kenaikan produk-produk pembiayaan yang ditawarkan pihak bank terutama pada cabang Jakarta Sunter 1 tidak terlepas dari berbagai faktor, diantaranya Sumber Daya Manusia yang sudah cukup kompeten, promosi yang menjadi sarana paling ampuh dalam menarik, mempertahankan, hingga meningkatkan literasi nasabahnya untuk lebih paham

mengenai produk. Selain itu, nilai kepercayaan masyarakat yang menjadi hal penting bagi Bank Syariah Indonesia KCP Jakarta Sunter 1.

Hubungan Aktivitas Promosi dan Sosialisasi Karyawan, Literasi Keuangan Nasabah, dan Penggunaan Produk-Produk Pembiayaan Bank Syariah Indonesia KCP Jakarta Sunter 1

Dari data-data yang telah didapat dan dijabarkan pada pembahasan sebelumnya dapat dihubungkan bahwa aktivitas yang dilakukan karyawan Bank Syariah Indonesia KCP Jakarta Sunter 1 yang berupa promosi dan sosialisasi efektif dilakukan dengan upaya reposisi karyawan. Selain itu, aktivitas promosi dan sosialisasi yang diusahakan karyawan melalui beberapa cara, seperti dengan menempatkan brosur di bagian Customer Service, para karyawan juga melakukan aksinya melalui sosial media yang bisa menarik siapapun yang telah melihat hal tersebut, dan dilakukannya sosialisasi intansi atau tatap muka dimana biasa dilakukan di dalam kantor maupun luar kantor.

Dari jalannya aktivitas promosi dan sosialisai yang telah diusahakan oleh para karyawan bisa menjadi hasil bagaimana literasi keuangan nasabah maupun calon nasabah meningkat. Peningkatan literasi keuangan nasabah maupun calon nasabah yang menjadikan mereka tertarik akan menggunakan produk-produk keuangan pembiayaan Bank Syariah Indonesia terutama pada cabang Jakarta Sunter 1. Hal tersebut menjadikan penyaluran pembiayaan Bank Syariah Indonesia KCP Jakarta Sunter 1 ini meningkat dari sebelumnya 171.920 pada Desember 2021 menjadi 193.569 pada Maret 2022.

Keterkaitan ketiga hubungan tersebut tidak dapat dipisahkan karena untuk menjadikan Bank Syariah Indonesia mencapai visi dan misi yang ada, ketiga hubungan itu pasti menjadi alur agar Bank Syariah Indonesia, khususnya Kantor Cabang Pembantu Jakarta Sunter 1 mampu terus berkembang setiap tahunnya. Meskipun adanya kendala yang pasti ada di setiap kegiatan yang dilakukan dalam meningkatkan strategi literasi keuangan nasabah kepada produk-produk keuangan pembiayaan tersebut.

Dalam keterbatasan penelitian ini, tingkat literasi keuangan nasabah dapat mencapai lebih dari 80% dikarenakan dapat dilihat dari hasil kuisisioner serta data produk pembiayaan Bank Syariah Indonesia KCP Jakarta Sunter 1. Dari hasil data produk pembiayaan Bank Syariah Indonesia KCP Jakarta Sunter 1 ini menjadi data pendukung dari hasil kuisisioner yang telah disebar kepada responden di Jakarta Sunter 1 tersebut.

SIMPULAN

Berdasarkan pembahasan di atas, dapat disimpulkan bahwa: 1) Strategi PT Bank Syariah Indonesia, Tbk KCP Jakarta Sunter 1 dalam meningkatkan literasi keuangan syariah pada masyarakat dilakukan melalui beberapa program kegiatan seperti: melakukan

sosialisasi dan edukasi kepada masyarakat, melakukan edukasi melalui media massa, dan masyarakat secara langsung datang ke kantor. 2) Tingkat literasi keuangan syariah pada nasabah PT Bank Syariah Indonesia, Tbk KCP Jakarta Sunter sebesar 84,07 % yaitu berada pada kategori tinggi. 3) Sumber daya manusia yang dimiliki oleh Bank Syariah Indonesia KCP Jakarta Sunter 1 masih perlu ditingkatkan kemampuannya dalam berbagai hal. Oleh sebab itu, perlu mendapat pelatihan dan pendidikan yang berbasis syariah.

DAFTAR PUSTAKA

- Bank Syariah Indonesia. *Bank Syariah Indonesia*. Tersedia di: www.bankbsi.co.id (diakses: 23 Februari 2023).
- Darmawan, A., Z. dkk 2022, *Kajian Ekonomi & Keuangan Syariah 2022*, dilihat 15 maret 2023, https://www.bi.go.id/id/publikasi/laporan/Documents/KEKSI_2022.pdf.
- Hanung, R 2018, Mengenal Masterplan Arsitektur Keuangan Syariah Indonesia, CNBC Indonesia, dilihat 15 maret 2023, <https://www.cnbcindonesia.com/syariah/20180115131240-29-1489/mengenal-masterplan-arsitektur-keuangan-syariah-indonesia>
- Normawati. 2022, FAKTOR-FAKTOR KURANGNYA LITERASI PEMBIAYAAN KUR DI BANK SYARIAH INDONESIA (BSI) KCP SAROLANGUN PADA PEDAGANG PASAR ATAS SAROLANGUN. *Skripsi*. Institut Agama Islam Negeri Curup. Curup.
- Otoritas Jasa Keuangan. 2022. Siaran Pers: Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan Tahun 2022. Tersedia di: <https://ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/siaran-pers/Pages/Survei-Nasional-Literasi-dan-Inklusi-Keuangan-Tahun-2022.aspx#:~:text=SNLIK%202022%20juga%20mengukur%20tingkat,14%20persen%20di%20tahun%202022> (diakses: 15 maret 2023).