



STRATEGI PENINGKATAN TABUNGAN EASY WADIAH BANK SYARIAH INDONESIA



Mohammad Yusuf
Annisa Sanny
Zuhry Ramadhan
Muhammad Adika Arsyah

STRATEGI PENINGKATAN TABUNGAN EASY
WADIAH BANK SYARIAH INDONESIA

Mohammad Yusuf

Annisa Sanny

Zuhry Ramadhan

Muhammad Adika Arsyah



Tahta Media Group

UU No 28 tahun 2014 tentang Hak Cipta

Fungsi dan sifat hak cipta Pasal 4

Hak Cipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 3 huruf a merupakan hak eksklusif yang terdiri atas hak moral dan hak ekonomi.

Pembatasan Pelindungan Pasal 26

Ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 23, Pasal 24, dan Pasal 25 tidak berlaku terhadap:

- i. penggunaan kutipan singkat Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait untuk pelaporan peristiwa aktual yang ditujukan hanya untuk keperluan penyediaan informasi aktual;
- ii. Penggandaan Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait hanya untuk kepentingan penelitian ilmu pengetahuan;
- iii. Penggandaan Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait hanya untuk keperluan pengajaran, kecuali pertunjukan dan Fonogram yang telah dilakukan Pengumuman sebagai bahan ajar; dan
- iv. penggunaan untuk kepentingan pendidikan dan pengembangan ilmu pengetahuan yang memungkinkan suatu Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait dapat digunakan tanpa izin Pelaku Pertunjukan, Produser Fonogram, atau Lembaga Penyiaran.

Sanksi Pelanggaran Pasal 113

1. Setiap Orang yang dengan tanpa hak melakukan pelanggaran hak ekonomi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf i untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 1 (satu) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp100.000.000 (seratus juta rupiah).
2. Setiap Orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf c, huruf d, huruf f, dan/atau huruf h untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 3 (tiga) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).

**STRATEGI PENINGKATAN TABUNGAN EASY WADIAH
BANK SYARIAH INDONESIA**

Penulis:
Mohammad Yusuf
Annisa Sanny
Zuhry Ramadhan
Muhammad Adika Arsyah

Desain Cover:
Tahta Media

Editor:
Mohammad Yusuf

Proofreader:
Tahta Media

Ukuran:
vi, 61, Uk: 15,5 x 23 cm

ISBN: 978-623-147-481-0 (PDF)

Cetakan Pertama:
Juli 2024

Hak Cipta 2024, Pada Penulis

Isi diluar tanggung jawab percetakan

Copyright © 2024 by Tahta Media Group
All Right Reserved

Hak cipta dilindungi undang-undang
Dilarang keras menerjemahkan, memfotokopi, atau
memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini
tanpa izin tertulis dari Penerbit.

PENERBIT TAHTA MEDIA GROUP
(Grup Penerbitan CV TAHTA MEDIA GROUP)
Anggota IKAPI (216/JTE/2021)

KATA PENGANTAR

Puji Syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kehadiran Allah Subhanahu Wa Ta'ala, yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulisan Buku Monograf Strategi Peningkatan Tabungan Easy Wadiah Bank Syariah Indonesia dapat diselesaikan dengan baik dan tepat waktu. Penulis menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak sangatlah sulit bagi penulis untuk menyelesaikan buku ini.

Penulis mengucapkan banyak terima kasih pada semua pihak yang telah membantu penyusunan buku ini, terutama kepada Para Dosen Ekonomi Pembangunan Universitas Pembangunan Pancabudi Medan (UNPAB) Medan. Sehingga buku ini bisa hadir di hadapan pembaca. Melalui buku ini, penulis berharap buku ini dapat menemani pembaca dalam menambah pengetahuan perihal Tabungan Easy Wadiah di Bank Syariah Indonesia sehingga apa yang diharapkan oleh pembaca dapat dieksekusi dengan baik. Semoga buku ini dapat membantu pembaca dalam mempelajari dan memahami tentang Tabungan Easy Wadiah di Bank Syariah Indonesia.

Penulis menyadari bahwa buku ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran pembaca demi kesempurnaan buku ini kedepannya. Akhir kata penulis mengucapkan terima kasih, mudah-mudahan buku ini bermanfaat bagi para pembaca.

Medan, Januari 2024

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI.....	v
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Pengertian Bank Syariah.....	2
B. Merger Bank Syariah	5
C. Perkembangan Bank Syariah Indonesia.....	10
BAB II STRATEGI PEMASARAN PENINGKATAN MENABUNG	14
A. Pemasaran Produk Perbankan.....	15
B. Kerjasama dengan Pihak Sekolah.....	17
C. Sarana Promosi Perbankan.....	18
D. Produk Perbankan Syariah	22
BAB III STRATEGI MENINGKATKAN MINAT MENABUNG...27	
BAB IV MENABUNG UNTUK MASA DEPAN (SAVING FOR FUTURE).....	31
A. Pengelolaan Keuangan keluarga.....	31
B. Melakukan pengurangan pengeluaran bulanan.....	33
C. Tidak menetapkan target tabungan bulanan.....	33
D. Hitung jumlah tabungan Anda.....	34
E. Jangan menyimpan semua tabungan Anda di rekening bank Anda.....	34
F. Lakukan menabung sebagai kebiasaan.....	35
G. Unduh aplikasi Perbankan Seluler.....	35
BAB IV LIMA PENGHEMATAN BIAYA HIDUP.....	36
A. Air kemasan	36
B. Makanan yang Tidak Diinginkan.....	38
C. Makan siang	40
D. Konsumsi kopi	40
E. Tingkat Biaya Kesehatan yang Tinggi.....	43
F. Biaya Pendidikan yang Tinggi.....	45

BAB V PENIPUAN DAN KEAMANAN (FRAUD AND SECURITY)47

- A. Virus dan trojan.....47
- B. Pencurian identitas (*Identity theft*).....50
- C. Risiko jaringan sosial (Social network risks).....53

DAFTAR PUSTAKA56

BAB I

PENDAHULUAN

Perbankan merupakan salah satu lembaga yang membantu mendongkrak pertumbuhan ekonomi bangsa. Adapun perbandingan bank syariah dan bank konvensional juga berbanding terbalik jika dilihat dari jumlah penduduk muslim di Indonesia. Catatan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) menunjukkan total aset bank umum pada akhir tahun 2017 sudah mencapai Rp. 7.387 triliun. Sementara total aset perbankan syariah baru sebesar Rp 424 triliun. Dari jumlah tersebut memaparkan pertumbuhan rasio aset bank syariah terhadap bank umum baru sebesar 5,73%. Besaran rasio ini masih jauh dari rencana OJK yang menginginkan setidaknya mencapai 10% (Hidayat, 2018).

Dari penjelasan di atas ditemukan bahwa pernyataan tersebut sesuai dengan Catatan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) per Februari 2018 mengenai statistik perbankan syariah tentang perkembangan total aset dan jaringan kantor bank umum syariah masih rendah daripada perkembangan total aset dan jaringan kantor bank umum konvensional. Dapat dilihat dari segi pertumbuhan aset bank umum syariah per Februari 2018 yang baru mencapai 289,487 triliun, jumlah kantor bank syariah sebanyak 1.828 kantor, dan jumlah ATM bank syariah sebanyak

2.584 ATM yang tersebar di seluruh Indonesia (Statistik Perbankan Syariah OJK, 2018).

Selanjutnya adanya minat dapat dikatakan suatu ketertarikan terhadap sesuatu dan kecenderungan memilih apa yang diinginkan. Salah satunya dengan ketertarikan dan kecenderungan terhadap minat menabung, misalnya kecenderungan seseorang yang religius cenderung memilih bank syariah dari pada bank konvensional karena berdasarkan syariat agama konsep riba dalam bank konvensional itu tidak dibenarkan dalam islam. Menurut Damayanti (2017) “seorang calon nasabah akan berminat pada bank syariah ketika ada produk atau sistem yang dirasakan menguntungkan dirinya

Dalam perjalanannya bank syariah yang merupakan bagian dari lembaga keuangan mempunyai tugas utama sebagai perantara dalam hal penyaluran dana dengan berprinsip syariah.

A. PENGERTIAN BANK SYARIAH

Indonesia adalah sebuah negara yang jumlah terbesarpenduduknya adalah umat muslim terbanyak di dunia yang menjadikan Indonesia sebagai pasar yang berpeluang dalam pengembangan keuangan syariah (Fasa, 2020). Dalam kegiatan ekonomi Islam yaitu adanya sistem keuangan syariah seperti perbankan syariah, asuransi syariah, dana pensiun, pegadaian syariah, pasal modal syariah dan baitul mal-wattamwil. Yang sangat berpengaruh bagi ekonomi syariah pada masyarakat dalam melaksanakan tugasnya sebagai lembaga intemediasi

untuk kemajuan badan usaha berdasarkan syariat Islam (Damayanti, 2020).

Bank mempunyai kegiatan yang menghubungkan antara orang yang mempunyai modal dan orang yang tidak mempunyai modal dan bank menjadi penengah diantara mereka. Persaingan di dalam dunia perbankan ikut serta mengharuskan setiap bank melakukan langkah-langkah manajemen yang baik untuk memperkuat modal perusahaan dalam mempertahankan kelangsungan usaha yang dipimpin (Juhadi, 2020).

Menurut Sudarsono Bank Syariah adalah lembaga keuangan yang memberikan kredit dan jasa-jasa lainnya di dalam lalu lintas pembayaran dan juga peredaran uang yang beroperasi dengan menggunakan prinsip-prinsip syariah atau Islam. Menurut Schaik Bank Syariah adalah suatu bentuk dari bank modern yang didasarkan pada hukum Islam, yang dikembangkan pada abad pertengahan Islam dengan menggunakan konsep bagi risiko sebagai sistem utama dan meniadakan sistem keuangan yang didasarkan pada kepastian dan keuntungan yang telah ditentukan sebelumnya. Sedangkan definisi Bank Syariah menurut Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 mengenai Perbankan Syariah, bahwa perbankan syariah adalah segala sesuatu yang menyangkut bank syariah dan unit usaha syariah, mencakup kelembagaan, mencakup kegiatan usaha, serta tata cara dan proses di dalam melaksanakan kegiatan usahanya. Bank Syariah adalah Bank yang menjalankan kegiatan usahanya dengan didasarkan pada

prinsip syariah dan menurut jenisnya bank syariah terdiri dari BUS (Bank Umum Syariah), UUS (Unit Usaha Syariah), dan BPRS (Bank Perkreditan Rakyat Syariah). Perbankan syariah selaku bentuk bidang usaha pelayanan yang mengarah pada profit, sebab bank syariah tidak cuma bertanggungjawab hanya mencari keuntungan (profit oriented) tanpa dengan mempertimbangkan manfaat dan tujuannya sebagai sebuah bentuk bisnis syariah. (Yusuf, 2021).

Bank Syariah di Indonesia lahir sejak 1992. Bank Syariah pertama di Indonesia adalah Bank Muamalat Indonesia. Pada tahun 1992 hingga 1999, perkembangan Bank Muamalat Indonesia yang mana masih tergolong stagnan. Namun sejak adanya krisis moneter yang melanda Indonesia pada tahun 1997 dan 1998, maka para banker melihat bahwa Bank Muamalat Indonesia (BMI) tidak terlalu terkena dampak krisis moneter. Para banker berpikir bahwa BMI, satu-satunya bank syariah di Indonesia, tahan terhadap krisis moneter, pada 1999 berdirilah Bank Syariah Mandiri yang merupakan konversi dari Bank Susila Bakti. Bank Susila Bakti merupakan bank konvensional yang dibeli oleh Bank Dagang Negara, kemudian dikonversi menjadi Bank Syariah Mandiri, dan menjadi bank syariah kedua di Indonesia. Perkembangan Bank Syariah tidak terlepas dari berbagai keunggulan yang dimilikinya, dan salah satu keunggulannya adalah diterapkannya prinsip syariah (Yusuf, 2023).

B. MERGER BANK SYARIAH

Kebijakan merger dan akuisisi menjadi alternatif penting untuk ekspansi bisnis eksternal (Cartwright dan Schoenberg, 2006). Merger adalah penggabungan dua atau lebih perusahaan, dimana perusahaan yang dihasilkan tetap mempertahankan identitas satu perusahaan, biasanya lebih masif (Gitman dan Zutter, 2015) atau kombinasi dua perusahaan dimana hanya satu perusahaan yang bertahan sementara yang lain tidak lagi beroperasi. Strategi merger antar unit usaha syariah dapat masuk dalam kategori merger horizontal.

Alasan yang mendasari kebijakan ini adalah untuk memperkuat peran perbankan syariah dalam intermediasi dan pengembangan keuangan, lembaga keuangan syariah harus memiliki fleksibilitas yang lebih besar dalam operasinya. Menjadi bank yang lengkap memungkinkan mereka untuk tumbuh lebih cepat. Kebijakan tersebut selanjutnya diharapkan dapat memperbesar pangsa pasar bank syariah yang saat ini tertahan di kisaran 6%.

Beberapa penelitian memberikan bukti tentang manfaat merger perbankan terutama dalam kaitannya efisiensi, diantaranya Chu (2015) yang menyatakan bahwa efisiensi perbankan meningkat setelah merger dan akuisisi. Schaeck dan Cihak (2014) menyatakan bahwa ukuran bank dapat meningkatkan stabilitas melalui distribusi yang efisien. Selain itu, bank yang lebih besar dapat memiliki biaya yang lebih rendah. Demikian pula Yusgiantoro, Soedarmono, dan Tarazi (2019) menemukan bahwa semakin besar market power suatu bank, semakin rendah risiko bank dan semakin stabil sistem keuangannya.

Perkembangan Bank Syariah juga memberi pengaruh luasterhadap upaya perbaikan ekonomi umat dan kesadaran untukmengadopsi dan memperluas lembaga keuangan Islam. Krisisperbankan yang terjadi sejak tahun 1997 telah membuat banyakbank menggunakan prinsip syariah sehingga dapat bertahanditengah gejolaknya nilai tukar dan tingkat suku bunga yangtinggi. Menurut (Hatta, 2021) bahwa salah satu cara untuk memperluas lembaga keuanganIslam dan upaya perbaikan ekonomi yaitu melakukan merger(penggabungan)

Lembaga keuangan syariah (termasuk bank syariah) akan mendapatkan keuntungan dari konsolidasi dalam beberapa cara. Pertama, lembaga keuangan syariah dapat memperluas cakupan produk dan layanannya. Kedua, lembaga keuangan Islam dapat membangun infrastruktur yang kokoh untuk layanan baru di kedua sisi. Ketiga, lembaga keuangan syariah dapat memperoleh keuntungan efisiensi melalui diversifikasi dan peningkatan kualitas manajemen. Merger dan akuisisi akan memberikan perbedaan yang signifikan dalam kinerja jangka panjang paska merger, untuk mengendalikan krisis (Al Arif dkk, 2020)

Bank Syariah Indonesia adalah bagian dari Bank Umum Syariah. Bank Syariah Indonesia merupakan hasil merger dari Bank Mandiri Syariah, BRI Syariah, dan BNI Syariah, yang mana ketiga Bank Syariah tersebut resmi bergabung pada tanggal 01 Februari 2021. Penelitian yang dilakukan oleh (Atikah et al., 2021) mengemukakan bahwa dampak dari penggabungan bank umum syariah memberikan dampak

positif, sehingga Bank Syariah Indonesia (BSI) mampu bersaing secara global dengan mengedepankan layanan yang lebih lengkap, jangkauan menjadilebih luas, dan permodalan menjadi lebih baik.

Merger adalah proses difusi atau penggabungan dua perseroan atau lebih dengan salah satu diantaranya tetap berdiri dengan nama perseroannya sementara yang lain lenyap dengan segala nama dan kekayaannya dimasukkan dalam perseroan yang tetap berdiri tersebut dengan atas dasar hukum (Labetubun, 2021).

Sebagai bagian dari PT Bank Syariah Indonesia Tbk (BSI), memiliki salah satu produk tabungan yaitu Tabungan Easy Wadi'ah. Berdasarkan BSI, Tabungan Easy Wadi'ah merupakan tabungan berprinsip wadi'ah dengan akadnya wadi'ah yad-dhamanah yang berarti dana yang disimpan atau dititipkan oleh nasabah boleh dimanfaatkan oleh BSI (Sumber: www.bankbsi.co.id). Setiap bank syariah mempunyai bermacam-macam produk yang ditawarkan sesuai dengan kebutuhan masyarakat.

Di dalam menawarkan produknya maka terjadinya persaingan antara bank-bank syariah sehingga perlu adanya strategi didalam promosi masing-masing bank tersebut. Strategi adalah langkah-langkah yang harus dijalankan oleh suatu perusahaan untuk mencapai tujuan. Kadang-kadang langkah yang harus dihadapi terjal dan berliku, namun ada pula langkah yang relatif mudah. Dana pihak ketiga menjadi sangat urgen dalam aktivitas pengembangan ekonomi masyarakat dalam sektor riil. Tingkat kepercayaan masyarakat kepada bank syariah dapat

dilihat dari peningkatan jumlah dana pihak ketiga yang Budi Gautama Siregar : Dana Pihak Ketiga pada Perbankan Syariah di Indonesia dimiliki oleh bank syariah (Mira, 2018, pp. 6-7).

Faktor internal dan eksternal merupakan faktor yang mempengaruhi dana pihak ketiga. Faktor internal terdiri dari tingkat bagi hasil, kualitas layanan, jumlah kantor layanan, likuiditas dan lainnya. Sedangkan faktor eksternal atau faktor ekonomi diantaranya inflasi, tingkat suku bunga Bank Indonesia, equivalent rate, nilai kurs, produk domestik bruto (Nova, 2017, pp. 3-4). Penelitian yang membahas tentang dana pihak ketiga sebenarnya sudah banyak dilakukan (Andriyanti & Wasilah, 2010), ((Annisa, Riduan, & Amanah, 2013), (Hermanto, 2008), (Natalia, 2014), (Wulandari, 2014), (Siti, 2019), (Ummu, 2018), (Evi, 2018), (Nofinawati, 2018), (Almira & Dina, 2017) (Yenti & Romi, 2018), namun hasilnya masih berbeda-beda sehingga masih mempunyai ruang untuk melanjutkan penelitian ini.

Dana pihak ketiga yang berbentuk tabungan, simpanan giro dan deposito merupakan sumber pendanaan perbankan yang berasal dari masyarakat atau nasabah. Dana pihak ketiga ini merupakan sumber pendanaan yang terbesar dari perbankan yang mencapai 80 hingga 90 % (Irham, 2015, p. 50).

Ismail, (2010:43) dana pihak ketiga merupakan dana yang diperoleh/ dihimpun oleh pihak perbankan dari masyarakat atau nasabah baik bersifat individu maupun institusional. Perkembangan

membuka peluang pembiayaan bagi pengembangan usaha berdasarkan prinsip kemitraan dengan menjaga hubungan investor yang harmonis.

Keberadaan Bank Syaria'ah saat ini, seolah-olah hanya bisa dinikmati oleh kalangan tertentu saja. Padahal seharusnya perbankan syariah di Indonesia disalurkan kesektor usaha mikro, kecil dan menengah. Ini berarti potensi pengembangannya masih besar dengan keperpipihkan kepada masyarakat kelas menengah ke bawah. Hal itu sekaligus menunjukkan bahwa perbankan syariah mempromosikan kestabilan keuangan dan lebih tahan krisis.

Perbankan syariah dalam peristilahan internasional dikenal sebagai *islamic banking* atau juga disebut dengan *interest-free banking*. Seperti halnya bank konvensional, bank syariah mempunyai fungsi utama yaitu menghimpun dana masyarakat dan menyalurkannya kembali dana tersebut ke masyarakat serta memberikan jasa bank lainnya. Bank Syariah adalah lembaga keuangan/perbankan yang operasional dan produknya dikembangkan berlandaskan pada al-Qur'an dan hadist Nabi SAW. Bank Syariah ini lahir sebagai salah satu solusi alternatif terhadap persoalan pertentangan antara bunga bank dengan riba.

Riba berarti menetapkan bunga atau melebihi jumlah pinjaman pokok secara batihil, dan menurut jumhur ulama riba hukumnya haram. Bank Indonesia kemudian mengeluarkan izin prinsip dan usaha untuk beroperasinya unit usaha syariah setelah itu BSI Syariah menerapkan strategi pengembangan jaringan cabang syariah.

Tepatnya pada tanggal 29 April 2000 BSI Syariah membuka 5 kantor cabang sekaligus di kota-kota potensial, yaitu Yogyakarta, Malang, Pekalongan, Jepara dan Banjarmasin. Sebagai bank yang dulunya merupakan bank konvensional, BSI juga mengembangkan Unit Usaha Syariah(UUS) yang merupakan wujud dan dukungan atas perkembangan bank syariah di Indonesia yang semakin pesat. BSI Syariah pastinya juga terus menawarkan produk-produknya dalam menghadapi persaingan bank syariah sekarang.

Pada tahap perkembangan jumlah populasi Muslim di Indonesia sebanyak 219.960.000 Muslim atau 12,6 persen dari populasi Muslim di seluruh dunia. Sementara, pada 2060 Indonesia akan memiliki 253.450.000 Muslim, tetapi secara presentase hanya 8,5 persen dari populasi Muslim dunia. Akan tetapi, Direktur Utama PT Bank Syariah Indonesia Tbk atau BSI Hery Gunardi mengatakan dari 180 juta penduduk muslim di Indonesia, baru 30,27 juta yang menjadi nasabah bank syariah per November 2020. Ini menandakan potensi pasar bank syariah besar dan belum tergarap seluruhnya.

Potensi nasabah yang belum tergarap, yaitu 149 juta orang. Dilihat dari data tersebut penulis berupaya mencari dan menemukan sumber informasi dan fakta dilapangan mengenai pengaruh pemahaman masyarakat terhadap Bank Syariah khususnya Bank BSI Syariah yang menjadi penelitian.

Masalah apa yang terjadi terhadap pengetahuan masyarakat terhadap produk Bank syariah, seberapa banyak masyarakat memilih

dan paham tentang pengetahuan mereka sebagai nasabah di Bank Syariah. Salah satu faktor paling mendasar dalam pengembangan produk perbankan syariah dikalangan warga/masyarakat adalah pengetahuan.

Pengetahuan merupakan pengalaman aktual yang tersimpan dalam kesadaran manusia. Pengetahuan adalah informasi, informasi bisa diperoleh melalui berbagai media, seperti iklan pada majalah, televisi, koran, radio, famplet, bahkan bisa juga melalui pengalaman seseorang. Disinilah peran bank syariah untuk melakukan sosialisasi kepada para masyarakat martapura barat terkait tentang pengetahuan perbankan syariah, baik itu dari definisinya lokasinya, prinsipnya, macam-macam produknya.

DAFTAR PUSTAKA

- Al Arif, M. N. R., Masruroh, A., Ihsan, D. N., & Rahmawati, Y. (2020). The Alternative Strategies for Accelerating Islamic Banking Growth: Mergers, Spin-Offs, Acquisitions and Conversions. *Al-Ulum*, 20(1), 24-37
- Almira, U. N., & Dina, F. S. (2017, November). Pengaruh Equivalent Rate, Profitabilitas dan Jumlah Kantor Terhadap DPK BPRS. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan*, 4(11).
- Andriyanti, & Wasilah. (2010). Faktor Yang Mempengaruhi Jumlah Penghimpunan Dana Pihak Ketiga . SNA XIII.
- Annisah, N. R., & Amanah. (2013). Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Pertumbuhan Deposito Mudharabah. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*, 1(2).
- Atikah, I., Maimunah, M., & Zainuddin, F. (2021). Penguatan Merger Bank Syariah BUMN dan Dampaknya Dalam Stabilitas Perekonomian Negara. *SALAM: Jurnal Sosial Dan Budaya Syar-I*, 8(2), 515–532. <https://doi.org/10.15408/sjsbs.v8i2.19896>
- Belinda, F. I. (2017). Pengaruh Bagi Hasil, Inflasi dan Kurs Dollar Terhadap DPK di BMI Tahun 2011-2015. Skripsi UIN Raden Patah Palembang
- Cahyani, A. F. (2013). Pengaruh Persepsi Bunga Bank dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Pada Bank BNI Syariah di Kota Bandung. *Journal of Social and Politic*, 2(3),

- Damayanti, F. (2020). Pengaruh Lingkungan Kerja Dan Karakteristik Individu Terhadap Kinerja Pegawai Bank Bri Syariah Kabupaten Subang. *Islamic Banking: Jurnal Pemikiran Dan Pengembangan Perbankan Syariah*, 6(1), 35–45.
- Damayanti, S. (2017). Pengaruh Pandangan Islam, Pelayanan dan Keamanan Terhadap Minat Nasabah untuk Menabung di Bank Syariah Mandiri Cabang x. *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Jasa*, 9(1), 17–34.
<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.25105/jmpj.v9i1.1412>
- Damayanti, S. (2017). Pengaruh Pandangan Islam, Pelayanan dan Keamanan Terhadap Minat Nasabah untuk Menabung di Bank Syariah Mandiri Cabang x. *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Jasa*, 9(1), <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.25105/jmpj.v9i1.1412>
- Evi, R. (2018). Pengaruh Inflasi, Suku Bunga Terhadap DPK Perbankan Syariah. Skripsi UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten.
- Fasa, I. (2020). Eksistensi Bisnis Islami Di Era Revolusi Industri 4.0. Bandung: Widina Bhakti Persada
- Gunawan, A., Pulungan, D. R., & Koto, M. (2018). Peran Literasi Keuangan Pada Kemampuan Pengelolaan Keuangan Untuk Persiapan Masa Pensiun Secara Mandiri,

- Hatta, I. mandasari. (2021). Pembiayaan Mudharabah Bank Syariah Dalam Mewujudkan Tujuan Ekonomi Islam. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, 5(1), 274–285.
- Hermanto. (2008). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Dana Pihak BUS 2005-2007. Skripsi UIN Sunan Kalijaga
- Hidayat, S. (2018). Rasio aset bank syariah terhadap bank umum masih jauh dari 10. Retrieved from <https://keuangan.kontan.co.id/news/rasio-aset-bank-syariah-terhadap-bank-umum-masih-jauh-dari-10>.
- Irham, F. (2015). *Manajemen Perbankan Konvensional dan Syariah*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Ismail. (2010). *Manajemen Perbankan dari Teori Menuju Aplikasi*. Jakarta: Kencana.
- Juhadi. (2020). Implementasi Manajemen Perubahan Pada Bank Pembangunan Daerah Dalam Transformasi Menuju Regional Champion Bank. *Value: Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 15(2), 156–163.
- Labetubun, M. A. H. (2021). *SISTEM EKONOMI INDONESIA*. Bandung: Widina Bhakti Persada.
- Mira, A. (2018). Analisis Fakto Internal dan Eksternal terhadap Volume Dana Pihak Ketiga Pada Bank Umum Syariah. Skripsi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Natalia, E. (2014). Pengaruh Tingkat Bagi Hasil Deposito Bank Syariah dan Suku Bunga Deposito Bank Umum Terhadap Jumlah

- Simpanan Deposito Mudharabah. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*.
- Nofinawati. (2018, Desember). Pengaruh Inflasi, BI Rate, dan Nilai Tukar Rupiah Terhadap DPK pada Perbankan Syariah di Indonesia. *Jurnal IMARA*, 2(2).
- Nova, F. K. (2017). Analisis Faktor yang Mempengaruhi DPK Pada Bank Umum Syariah di Indonesia. Skripsi UPI
- Priansa, D. J. (2017). Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer. (M. A.Firsada, Ed.) (1st ed.). Bandung: ALFABETA, CV.
- Pulungan, D. R. (2017). Literasi Keuangan Dan Dampaknya Terhadap Perilaku Keuangan Masyarakat Kota Medan. *EKONOMIKAWAN: Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Studi Pembangunan*, 17(1), 56–61. <https://doi.org/10.30596/ekonomikawan.v17i1.1180>
- Pulungan, Delyana Rahmawany, Murviana, K., & Syahfitri, L. (2018). Pengaruh Gaya Hidup Hedonis Dan Kecerdasan Emosional Terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa. *Seminar Nasional Royal (SENAR)*, 1(1), 401–406
- Raphi, S. (2016). Pendidikan Literasi Keuangan Pada Anak: Mengapa dan Bagaimana? *Scholaria*, 6(2), 14–28
- Roisah, R., & Iskandar, I. (2013). Pengaruh strategi pemasaran terhadap kepuasan nasabah pada pt bank tabungan negara kcp kopo. *Jurnal Ecodemica*, 1(2), Retrieved from

<http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/ecodemica/article/view/134>.

- Siti, C. Z. (2019). Pengaruh Equivalent Rate, Bagi Hasil, Profitabilitas dan Jumlah Kantor Terhadap DPK pada BPR Syariah. Skripsi UINSU Medan.
- Solihat, A., Hakim, L., & Setiawati, S. D. (2016). Strategi roduk cilok sebagai makanan khas kota bandung. *Jurnal Ecodemica*, IV(2).
- Ummu, R. (2018). Pengaruh Tingkat Keuntungan, Equivalent Rate, Jumlah Kantor, dan Inflasi Terhadap DPK pada Perbankan Syariah. Skripsi IAIN Surakarta.
- Wijayani, D. R. (2017). Kepercayaan Masyarakat Menabung pada Bank Umum Syariah. *Muqtasid, Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 8(1).
<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.18326/muqtasid.v8i1>.
- Wulandari, S. (2014). Analisis Faktor Internal dan Eksternal Yang Mempengaruhi DPK Bank Umum Syariah di Indonesia.
- Yenti, A., & Romi, I. (2018, Juli-Desember). Pengaruh Inflasi, Kurs, Tingkat Suku Bunga, Pertumbuhan Ekonomi dan Jumlah Uang Beredar terhadap Jumlah DPK. *Jurnal Kajian Ekonomi Islam*, 3(2).
- Yusuf, Mohammad (2021) Bank Syariah Indonesia Service Quality Sosial Perfektive, *Jurnal Kajian Ekonomi dan Kebijakan Publik* Vol.6 (2), Juli 2021.
- Yusuf, Mohammad, Nurul Reza Ichsan (2020). *Ekonomi Moneter Syariah*, Penerbit PD Aneka Industri dan Jasa.

- Yusuf, Mohammad, (2021). Jumlah Uang Beredar (M2), Study of analysis and theory conceptual framework with quantitative methods, Penerbit CV. Manhaji, Medan.
- Yusuf, Mohammad, (2023). Jasa Perbankan Al-Qardh (Soft and Benevolent Loan) pada Bank Syariah, Penerbit Tahta Media Group, Surakarta, Jawa Tengah.
- Yusuf, Mohammad, (2022). Profit Sharing Pada Perbankan Syariah Dengan Prinsip Musyarakah (Partnership), Penerbit Tahta Media Group, Surakarta, Jawa Tengah.



I am Sorry !!!!!



IKAPI
INSTITUT KEMENTERIAN
KEMENTERIAN KEMAHKAMAN, KEMASYARAKATAN
DAN BUDAYA

CV. Tahta Media Group
Surakarta, Jawa Tengah
Web : www.tahtamedia.com
Ig : tahtamediagroup
Telp/WA : +62 896-5427-3996

ISSN 978-623-147-481-0 (PDF)



9

786231

474810