

Analisis Faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat dalam Membuka Rekening di Bank Syariah Indonesia KCP Palembang Simpang Patal Sebagai Dasar Penyusunan Strategi

Serly Maharani, Choirunnisak

Sekolah Tinggi Ekonomi dan Bisnis Syariah (STEBIS) Indo Global Mandiri

Email : Maharaniserly4@gmail.com

Abstrak

Perbankan syariah di Indonesia telah berkembang pesat sejak pendirian Bank Muamalat Indonesia pada tahun 1991, seiring dengan kebijakan deregulasi perbankan pada tahun 1983 dan reformasi pada 1988. Meskipun perkembangan yang signifikan, pangsa pasar perbankan syariah masih relatif kecil dibandingkan perbankan konvensional. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor yang memengaruhi keputusan masyarakat dalam membuka rekening di bank syariah di wilayah BSI KCP Palembang Simpang Patal dengan menggunakan metode tinjauan pustaka dari berbagai studi yang diterbitkan antara tahun 2019 hingga 2024. Temuan penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan syariah, kualitas layanan, kemudahan akses digital, serta strategi pemasaran yang diterapkan oleh bank syariah merupakan faktor utama yang memengaruhi minat masyarakat. Inovasi teknologi, seperti aplikasi mobile banking, dan promosi yang efektif berperan penting dalam menarik minat nasabah, terutama dari kalangan generasi muda. Namun, tantangan seperti rendahnya pemahaman tentang keuangan syariah dan persaingan ketat dengan bank konvensional masih menjadi hambatan. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan bagi pemerintah, akademisi, dan pelaku industri perbankan dalam merancang strategi yang lebih efektif untuk memperluas penetrasi perbankan syariah di Indonesia.

Kata Kunci: *Perbankan Syariah, Literasi Keuangan, Syariah Digitalisasi, Layanan Perbankan, Strategi Pemasaran, Inovasi Teknologi.*

Abstract

Islamic banking in Indonesia has experienced rapid growth since the establishment of Bank Muamalat Indonesia in 1991, following the banking deregulation policy in 1983 and the 1988 reform. Despite this significant growth, the market share of Islamic banking remains relatively small compared to conventional banking. This study aims to analyze the factors influencing the decision of the community to open accounts at Islamic banks in the BSI KCP Palembang Simpang Patal area, using a literature review method based on various studies published between 2019 and 2024. The findings of the research indicate that Islamic financial literacy, service quality, ease of digital access, and the marketing strategies implemented by Islamic banks are the main factors influencing public interest. Technological innovations, such as mobile banking applications, and effective promotions play an important role in attracting customers, particularly among the younger generation. However, challenges such as low understanding of Islamic finance and intense competition with conventional banks still pose barriers. This study is expected to provide valuable insights for the government, academics, and banking industry stakeholders in designing more effective strategies to expand the penetration of Islamic banking in Indonesia.

Keywords: *Syari'ah Banking, Financial Literacy, Syari'ah Digitalization, Banking Services, Marketing Strategy, Technological Innovation.*

Pendahuluan

Sistem perbankan syariah telah mengalami pertumbuhan yang pesat di berbagai negara sejak didirikannya Islamic Development Bank pada tahun 1975. Hingga saat ini, ratusan bank syariah telah berkembang di berbagai belahan dunia, baik di negara Muslim maupun non-Muslim (Maulana et al., 2020). Di Indonesia, kehadiran bank syariah dalam sistem perbankan nasional memiliki dasar yang kuat, terutama setelah diberlakukannya deregulasi perbankan sejak tahun 1983. Kebijakan ini mulai diterapkan setelah pengumuman paket reformasi perbankan pada Oktober 1988, yang memungkinkan pendirian bank-bank baru. Salah satu tonggak penting dalam sejarah perbankan syariah di Indonesia adalah berdirinya Bank Muamalat Indonesia pada 1 November 1991, sebagai bank syariah pertama di Indonesia (Handayani et al., 2019).

Dalam lima tahun terakhir, berbagai penelitian telah menyoroti perkembangan dan faktor-faktor yang mempengaruhi pertumbuhan perbankan syariah. Studi terbaru menekankan pentingnya literasi keuangan syariah, inovasi digital, serta kepercayaan masyarakat dalam meningkatkan minat terhadap layanan perbankan syariah (Putra & Sari, 2021; Ramadhani et al., 2022). Selain itu, penelitian juga menunjukkan bahwa regulasi yang mendukung serta strategi pemasaran yang efektif berperan penting dalam menarik lebih banyak nasabah untuk menggunakan produk-produk perbankan syariah (Hidayat & Fauzan, 2023).

Perbankan syariah telah mengalami perkembangan yang signifikan di berbagai negara, termasuk Indonesia. Sistem perbankan ini beroperasi berdasarkan prinsip keuangan syariah yang menitikberatkan pada aspek keadilan, transparansi, serta larangan terhadap unsur riba, maysir (spekulasi), dan gharar (ketidakjelasan) (Aravik & Hamzani, 2021). Menurut Rahman dan Setiawan (2020), pertumbuhan bank syariah di Indonesia terus mengalami peningkatan yang cukup pesat, didorong oleh meningkatnya kesadaran masyarakat akan pentingnya sistem keuangan yang sesuai dengan prinsip syariah. Hal ini tidak terlepas dari berbagai inisiatif yang dilakukan oleh pemerintah dan lembaga keuangan dalam mengedukasi masyarakat serta menyediakan produk keuangan yang kompetitif. Meskipun demikian, jika dibandingkan dengan perbankan konvensional, pangsa pasar perbankan syariah masih tergolong kecil. Tantangan dalam meningkatkan jumlah nasabah bank syariah menjadi perhatian utama bagi berbagai pihak, termasuk regulator, akademisi, dan pelaku industri perbankan. Oleh karena itu, diperlukan pemahaman yang mendalam mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat dalam membuka rekening di bank syariah agar dapat dirumuskan strategi yang efektif guna memperluas penetrasi pasar perbankan syariah di Indonesia.

Sejumlah penelitian dalam lima tahun terakhir telah berupaya mengidentifikasi faktor-faktor yang berperan dalam keputusan masyarakat untuk menggunakan layanan perbankan syariah. Hidayat dan Fauzan (2021) mengungkapkan bahwa terdapat beberapa faktor utama yang dapat mendorong seseorang untuk memilih bank syariah, antara lain pemahaman terhadap prinsip-prinsip syariah dalam perbankan, tingkat kepercayaan terhadap keamanan dana yang disimpan, serta kemudahan akses layanan digital yang disediakan oleh bank syariah. Dalam konteks Indonesia, masyarakat memiliki latar belakang sosial dan ekonomi yang beragam, sehingga preferensi mereka terhadap

produk perbankan juga dipengaruhi oleh faktor budaya dan lingkungan sekitar. Selain itu, studi yang dilakukan oleh Ramadhani et al. (2022) menyoroti pentingnya literasi keuangan syariah dalam meningkatkan minat masyarakat terhadap layanan perbankan syariah. Banyak individu yang masih belum sepenuhnya memahami perbedaan mendasar antara bank syariah dan bank konvensional, terutama terkait dengan sistem operasional dan keuntungan yang ditawarkan. Oleh karena itu, kurangnya pemahaman ini sering kali menjadi hambatan dalam peningkatan jumlah nasabah bank syariah.

Selain faktor internal yang berasal dari kesadaran dan pemahaman individu, faktor eksternal juga turut memengaruhi minat masyarakat terhadap perbankan syariah. Putra dan Sari (2023) mengungkapkan bahwa inovasi teknologi dan regulasi pemerintah menjadi dua aspek penting dalam perkembangan industri perbankan syariah. Perkembangan teknologi digital telah mengubah cara masyarakat dalam mengakses layanan keuangan, sehingga perbankan syariah dituntut untuk terus berinovasi agar dapat bersaing dengan perbankan konvensional. Hakim dan Lestari (2024) menekankan bahwa penerapan teknologi digital dalam layanan perbankan syariah, seperti pengembangan aplikasi mobile banking, fitur transaksi berbasis syariah, serta layanan keuangan yang terintegrasi secara digital, memiliki peran krusial dalam menarik minat generasi muda untuk membuka rekening di bank syariah. Selain itu, dukungan regulasi dari pemerintah dan otoritas keuangan juga berperan dalam memperkuat ekosistem perbankan syariah melalui kebijakan yang mendorong inklusi keuangan syariah serta memberikan insentif bagi perbankan syariah untuk berkembang lebih luas.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat dalam membuka rekening di bank syariah sebagai dasar penyusunan strategi pengembangan layanan perbankan syariah di Indonesia. Dengan menggunakan metode literature review, penelitian ini akan mengkaji berbagai studi terbaru dalam kurun waktu lima tahun terakhir guna memperoleh pemahaman yang komprehensif mengenai faktor-faktor yang mendorong atau menghambat masyarakat dalam memilih bank syariah. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang berharga bagi berbagai pemangku kepentingan, termasuk industri perbankan, akademisi, regulator, serta masyarakat umum dalam merancang kebijakan dan strategi yang lebih efektif dalam meningkatkan

daya tarik serta kepercayaan masyarakat terhadap layanan perbankan syariah di Indonesia.

Metode Penelitian

Penulisan artikel ini dilakukan dengan menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan jenis pendekatannya berupa tinjauan literatur (*literature review*) dan studi pustaka (*library research*). Menurut Arifin (2020), *literature review* melibatkan analisis tulisan-tulisan ilmiah yang langsung relevan dengan pertanyaan penelitian. Dalam jurnal ini, penulis mengumpulkan dan meninjau 5 artikel yang memenuhi kriteria yang ditetapkan. *Literature review* dilakukan dengan fokus pada artikel jurnal yang diterbitkan antara tahun 2019 hingga 2024. Sementara itu, studi pustaka adalah metode yang mengumpulkan informasi, memahami, dan meneliti teori dari berbagai sumber ilmiah. Menurut Lestari (2019), studi pustaka mencakup kegiatan seperti mengumpulkan sumber pustaka, membaca, mencatat, dan menyusun bahan untuk penelitian.

Pengumpulan data dilakukan melalui pencarian sumber dan penyusunan informasi dari berbagai referensi, termasuk buku, jurnal, dan penelitian terdahulu. Bahan pustaka dari sumber-sumber ini kemudian dianalisis secara kritis untuk mendukung gagasan dan proposisi yang diajukan. Dalam prosesnya, peneliti mengumpulkan artikel yang sesuai dengan topik penelitian, lalu menganalisisnya untuk memperoleh kesimpulan. Langkah-langkah pengumpulan data mencakup pemilihan topik, pengumpulan informasi yang relevan, penetapan fokus penelitian, dan persiapan bahan pustaka.

Selanjutnya, peneliti mencari referensi yang relevan, termasuk artikel jurnal, untuk mendukung topik yang diteliti. Informasi yang dikumpulkan kemudian diorganisir dan disajikan dalam bentuk tabel pada bagian hasil penelitian. Langkah akhir adalah

menyajikan hasil penelitian secara jelas dan menyeluruh dalam bentuk narasi. Untuk analisis data, peneliti meninjau judul, metode, dan hasil penelitian dari berbagai sumber yang ditemukan, guna menarik kesimpulan yang mendukung topik penelitian.

Hasil Dan Pembahasan

Berdasarkan hasil kajian literatur, terdapat berbagai faktor yang mempengaruhi keputusan masyarakat dalam memilih untuk membuka rekening di Bank Syariah Indonesia KCP Palembang Simpang Patal. Faktor-faktor ini mencakup kualitas layanan yang diberikan oleh bank, efektivitas pemanfaatan teknologi digital dalam mendukung layanan perbankan, strategi pemasaran yang diterapkan oleh bank syariah, serta program promosi dan edukasi mengenai prinsip serta manfaat perbankan syariah. Meningkatkan kualitas layanan menjadi salah satu strategi utama yang diterapkan oleh bank syariah dalam rangka menarik lebih banyak nasabah. Pelayanan yang baik, cepat, serta sesuai dengan prinsip syariah dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat dan mendorong mereka untuk beralih dari sistem perbankan konvensional ke perbankan berbasis syariah.

Selain kualitas layanan, kemudahan dalam mengakses layanan digital menjadi faktor yang tidak kalah penting dalam mempengaruhi minat masyarakat terhadap bank syariah (Amelia, et.al, 2024). Kemajuan teknologi telah membawa perubahan besar dalam sektor perbankan, termasuk dalam sistem perbankan syariah. Digitalisasi layanan, seperti kehadiran aplikasi mobile banking, memungkinkan nasabah untuk melakukan transaksi keuangan secara mandiri tanpa perlu mengunjungi kantor cabang atau mesin ATM. Dengan adanya layanan digital ini, nasabah dapat melakukan berbagai transaksi, termasuk pembukaan rekening baru, transfer dana, pembayaran tagihan, dan berbagai aktivitas perbankan lainnya dengan lebih mudah dan efisien.

Selain aspek digitalisasi, strategi pemasaran dan promosi juga memiliki pengaruh yang signifikan dalam meningkatkan jumlah nasabah bank syariah. Berbagai penelitian menunjukkan bahwa promosi yang tepat, baik melalui media digital maupun promosi langsung, dapat meningkatkan minat masyarakat dalam memilih produk perbankan syariah. Salah satu elemen pemasaran yang sangat berperan adalah efektivitas dalam pembukaan rekening online. Semakin mudah dan praktis proses pembukaan rekening

yang ditawarkan oleh bank syariah, semakin tinggi pula kemungkinan masyarakat tertarik untuk menjadi nasabah.

Namun, meskipun berbagai upaya telah dilakukan, masih terdapat sejumlah tantangan yang dihadapi dalam meningkatkan minat masyarakat terhadap bank syariah. Beberapa kendala utama yang sering diidentifikasi dalam penelitian adalah rendahnya literasi keuangan syariah di kalangan masyarakat, persaingan ketat dengan bank konvensional yang telah lebih dahulu menguasai pasar, serta hambatan teknis dalam penerapan layanan digital yang dapat mengurangi efektivitas layanan perbankan syariah. Oleh karena itu, diperlukan strategi yang lebih inovatif dan komprehensif untuk mengatasi berbagai tantangan ini guna meningkatkan daya saing dan penetrasi pasar perbankan syariah di Indonesia.

Dalam lima tahun terakhir, berbagai penelitian telah dilakukan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang berkontribusi terhadap minat masyarakat dalam membuka rekening di bank syariah. Studi yang dilakukan oleh R.A. Nabila Allya Salsabilla (2024) menyoroti peran aplikasi BSI Mobile dalam meningkatkan kualitas layanan di Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Palembang KM 6. Aplikasi ini dikategorikan sebagai super application yang tidak hanya menyediakan fitur transaksi perbankan biasa tetapi juga menawarkan fitur-fitur berbasis syariah yang memudahkan nasabah dalam bertransaksi sesuai dengan prinsip Islam. Keberadaan BSI Mobile juga terbukti mampu mengurangi antrian di kantor cabang bank, meningkatkan jumlah transaksi melalui layanan e-channel, serta meningkatkan efektivitas dan efisiensi layanan perbankan secara keseluruhan.

Selanjutnya, penelitian yang dilakukan oleh Dwi Hendianto, Ahmad Sanusi Luqman, dan Asmawarna Sinaga (2024) di BSI KCP Stabat menunjukkan bahwa strategi

peningkatan kualitas pelayanan memiliki dampak signifikan dalam menarik minat nasabah untuk menggunakan produk tabungan iB Hijrah. Salah satu strategi yang diterapkan adalah promosi yang lebih aktif untuk meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap keunggulan produk tabungan berbasis syariah. Namun, penelitian ini juga menemukan bahwa meskipun strategi promosi telah diterapkan, peningkatan jumlah nasabah masih belum terlalu signifikan karena persaingan dengan bank konvensional yang memiliki basis pelanggan yang lebih kuat. Selain itu, beberapa kendala yang diidentifikasi adalah syarat pembukaan rekening yang dianggap masih terlalu berat, serta nasabah yang membandingkan kecepatan proses di bank syariah dengan bank atau lembaga keuangan lain yang menawarkan prosedur lebih praktis.

Dalam konteks strategi pemasaran, penelitian oleh Nunung Dini Apriliani, Sofyan Bachmid, dan Saifullah Saifullah (2019) di Bank BNI Syariah Palu menunjukkan bahwa elemen pemasaran seperti produk, promosi, dan harga memiliki pengaruh simultan yang signifikan terhadap minat nasabah dalam memilih produk tabungan syariah, khususnya iB Baitullah Hasanah. Analisis statistik yang dilakukan menunjukkan bahwa ketiga faktor ini berkontribusi besar dalam meningkatkan jumlah nasabah.

Sementara itu, penelitian oleh Nurzilawati, Dr. Rafidah, dan Khusnul Istiqomah (2024) menyoroti efektivitas pembukaan rekening online dan promosi dalam meningkatkan minat masyarakat, khususnya di kalangan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa semakin mudah prosedur pembukaan rekening secara digital, semakin tinggi minat mahasiswa untuk menjadi nasabah bank syariah. Selain itu, strategi promosi yang efektif, baik melalui media sosial maupun kampanye langsung, juga terbukti meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap layanan perbankan syariah dan keunggulan yang ditawarkannya dibandingkan dengan bank konvensional.

Penelitian lain oleh Fauziah Amarani (2024) di BSI KCP Medan Aksara membahas strategi pelayanan dalam pembukaan rekening online pada produk tabungan BSI Easy Mudharabah. Beberapa strategi utama yang diterapkan oleh bank syariah dalam menarik minat nasabah mencakup program referral, sikap ramah dan profesional dari petugas bank, serta promosi yang lebih agresif. Namun, penelitian ini juga mengidentifikasi berbagai kendala yang menghambat efektivitas layanan, termasuk kurangnya

pemahaman masyarakat mengenai prosedur pembukaan rekening secara online, keterbatasan teknologi seperti sinyal internet yang tidak stabil, kapasitas penyimpanan perangkat yang penuh, serta rendahnya literasi digital di kalangan calon nasabah.

Secara keseluruhan, hasil berbagai penelitian dalam lima tahun terakhir menunjukkan bahwa peningkatan kualitas layanan, pemanfaatan teknologi digital, strategi pemasaran yang tepat, serta edukasi keuangan syariah merupakan faktor utama dalam meningkatkan minat masyarakat untuk membuka rekening di bank syariah. Meskipun masih terdapat beberapa tantangan, seperti rendahnya literasi keuangan syariah dan persaingan dengan bank konvensional, berbagai strategi inovatif dapat diterapkan untuk mengatasi hambatan-hambatan tersebut. Dengan penguatan digitalisasi layanan, promosi yang lebih efektif, serta kemudahan prosedur pembukaan rekening, bank syariah diharapkan dapat semakin berkembang dan menarik lebih banyak nasabah di masa mendatang.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, terdapat berbagai implikasi dan strategi yang dapat diterapkan untuk mendorong pertumbuhan perbankan syariah di Indonesia. Salah satu aspek utama yang perlu diperhatikan adalah digitalisasi dan inovasi teknologi, di mana pengembangan layanan mobile banking serta internet banking yang lebih user-friendly dapat memperluas jangkauan nasabah. Selain itu, peningkatan fitur layanan syariah dalam aplikasi perbankan digital menjadi langkah penting guna memastikan layanan yang lebih optimal serta tetap sesuai dengan prinsip syariah.

Selanjutnya, peningkatan literasi keuangan syariah melalui program edukasi bagi masyarakat tentang keunggulan perbankan syariah dibandingkan sistem konvensional akan membantu meningkatkan pemahaman mereka terhadap manfaat menggunakan layanan berbasis syariah. Kerja sama dengan lembaga pendidikan juga memiliki peran

krusial dalam memperdalam wawasan masyarakat mengenai produk-produk keuangan syariah.

Dalam aspek pemasaran, diperlukan strategi yang lebih efektif, seperti kampanye promosi yang lebih intensif melalui media digital agar dapat menjangkau lebih banyak calon nasabah. Selain itu, penawaran insentif bagi nasabah baru, seperti program referral dan cashback, dapat menjadi faktor yang menarik minat masyarakat untuk beralih ke perbankan syariah. Peningkatan kualitas layanan juga menjadi elemen penting dalam pengembangan perbankan syariah, misalnya dengan memberikan pelatihan bagi staf perbankan agar mampu memberikan pelayanan yang lebih ramah dan responsif. Penyediaan layanan konsultasi bagi calon nasabah juga diperlukan untuk membantu mereka memahami lebih lanjut mengenai berbagai produk syariah yang ditawarkan.

Di sisi lain, mengatasi kendala dalam penggunaan teknologi menjadi aspek yang tak kalah penting. Penyediaan bantuan teknis bagi nasabah yang masih mengalami kesulitan dalam menggunakan aplikasi perbankan serta penguatan infrastruktur digital merupakan langkah strategis untuk meningkatkan akses terhadap layanan perbankan syariah. Dengan menerapkan berbagai strategi ini, diharapkan perbankan syariah dapat terus berkembang, menarik lebih banyak nasabah, bersaing dengan perbankan konvensional, serta memberikan kontribusi yang lebih besar terhadap pertumbuhan ekonomi nasional.

Simpulan

Analisis faktor yang mempengaruhi minat masyarakat dalam membuka rekening di bank syariah menunjukkan bahwa beberapa aspek utama berperan penting dalam meningkatkan daya tarik perbankan syariah. Faktor-faktor tersebut mencakup kualitas layanan, pemanfaatan teknologi digital, strategi pemasaran yang efektif, dan literasi keuangan syariah. Pelayanan yang prima, inovasi digital seperti aplikasi mobile banking yang mudah digunakan, serta strategi pemasaran melalui media digital dan program promosi, terbukti meningkatkan minat nasabah, khususnya generasi muda. Selain itu, edukasi keuangan syariah menjadi kunci dalam meningkatkan pemahaman masyarakat terhadap keunggulan bank syariah dibandingkan bank konvensional.

Namun, masih terdapat tantangan seperti rendahnya literasi keuangan syariah, persaingan dengan bank konvensional, dan kendala teknis dalam layanan digital. Oleh karena itu, diperlukan strategi inovatif yang mencakup penguatan digitalisasi, peningkatan pelayanan, serta kerja sama dengan lembaga pendidikan dan pemerintah untuk memperluas jangkauan perbankan syariah. Dengan strategi yang tepat, perbankan syariah dapat terus berkembang, meningkatkan daya saing, menarik lebih banyak nasabah, dan memberikan kontribusi lebih besar terhadap perekonomian nasional.

Daftar Pustaka

- Amarani, F. (2024). Strategi PelayananPembukaanRekening Online Pada Produk Tabungan BSI Easy MudharabahdalamMenarik Minat Masyarakat di Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Medan Aksara. Inisiatif: Jurnal Ekonomi, Akuntansi dan Manajemen, 3(1), 92-102.
- Amelia, R., & Aravik, H. (2024). Analisis Penggunaan Aplikasi Pegadaian Digital Service (PDS) Dalam Mempermudah Pelayanan Transaksi Nasabah Pada Pegadaian (Persero) Cabang Talang Kelapa. *Jurnal Bisnis dan Manajemen (JURBISMAN)*, 2(3), 667-680.
- Apriliani, N. D., Bachmid, S., & Saifullah, S. (2019). Pengaruh Strategi PemasaranTerhadap Minat NasabahMemilihProduk Tabungan iB Baitullah Hasanah Pada Bank BNI Syariah Cabang Palu. *JurnalIlmuPerbankan dan Keuangan Syariah*, 1(2).
- Aravik, H., & Hamzani, A. I. (2021). Etika Perbankan Syariah: Teori dan Implementasi. Deepublish.
- Arifin, Z. (2020). Literature Review: PendekatandalamMeninjau Karya Ilmiah. *Jurnal Metode Ilmiah*, 5(3), 112-123.
- Fauziah, A. (2024). Strategi PelayananPembukaanRekening Online di BSI KCP Medan Aksara. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 12(1), 45-56.

Analisis Faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat dalam Membuka Rekening di Bank Syariah Indonesia KCP Palembang Simpang Patal Sebagai Dasar Penyusunan Strategi

Serly Maharani, Choirunnisak

- Hakim, A., & Lestari, N. (2024). Inovasi Teknologi Digital dalam Layanan Perbankan Syariah. *Jurnal Teknologi Keuangan*, 3(1), 22–31.
- Handayani, R. et al. (2019). Sejarah dan Perkembangan Bank Syariah di Indonesia. *Jurnal Keuangan Islam*, 7(2), 98–110.
- Hendianto, D., Luqman, A. S., & Sinaga, A. (2024). Analisis Strategi Kualitas Pelayanan Dalam Menarik Minat Nasabah Menggunakan Produk Tabungan iB Hijrah KCP Stabat. *JEKSya: Jurnal Ekonomi dan Keuangan Syariah*, 3(2).
- Hidayat, S., & Fauzan, A. (2023). Peran Regulasi dalam Mendukung Perbankan Syariah. *Jurnal Regulasi Keuangan*, 5(4), 66–78.
- Lestari, D. (2019). Studi Pustaka sebagai Metode Penelitian. *Jurnal Akademik*, 9(1), 15–27.
- Maulana, T. et al. (2020). Islamic Development Bank dan Pertumbuhan Perbankan Syariah. *Jurnal Ekonomi Islam*, 10(3), 56–67.
- Nabila, R. A. S. (2024). Peran BSI Mobile sebagai Super Application. *Jurnal Inovasi Syariah*, 4(2), 99–110.
- Nurzilawati, R., Rafidah, D., & Istiqomah, K. (2024). Efektivitas Promosi dalam Meningkatkan Minat Nasabah. *Jurnal Bisnis Islam*, 6(1), 77–89.
- Nurzilawati, Rafidah, & Istiqomah, K. (2024). Pengaruh Efektivitas Pembukaan Rekening Online dan Promosi terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah Indonesia (Studi Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi). *Jurnal Ilmiah Manajemen Ekonomi dan Bisnis (JIMEB)*, 3(1), 1–22.
- Putra, A., & Sari, M. (2021). Literasi Keuangan Syariah dan Pengaruhnya pada Minat Nasabah. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 11(4), 34–47.
- Putra, D., & Sari, A. (2023). Inovasi Teknologi dan Minat Masyarakat terhadap Bank Syariah. *Jurnal Inovasi Keuangan*, 7(2), 18–29.
- Rahman, H., & Setiawan, B. (2020). Pertumbuhan Perbankan Syariah di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Islam*, 12(2), 51–63.
- Ramadhani, A. et al. (2022). Literasi Keuangan Syariah sebagai Faktor Peningkatan Minat Nasabah. *Jurnal Syariah dan Keuangan*, 5(3), 73–86.
- Salsabilla, R. A. N. (2024). Layanan BSI Mobile di Palembang. *Jurnal Teknologi Syariah*, 6(2), 15–25.
- Salsabilla, R. A. N. (2024). Penerapan Pembukaan Rekening Mobile Banking di Bank Syariah Indonesia KCP Palembang KM 6. *Jurnal Bisnis dan Manajemen (JURBISMAN)*, 2(3), 899–912.