

**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**

Laporan Penulisan Magang



Disusun oleh:

Savira Sandra Dewi 19311273

**Program Studi Manajemen
Fakultas Bisnis dan Ekonomika
Universitas Islam Indonesia
Yogyakarta
2023**

**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**

Laporan Penulisan Magang

**Disusun dan diajukan untuk memenuhi syarat ujian akhir
guna memperoleh gelar Sarjana Strata-1 di Program Studi Manajemen Fakultas
Ekonomi, Universitas Islam Indonesia**



Disusun oleh:

Savira Sandra Dewi 19311273

**Program Studi Manajemen
Fakultas Bisnis dan Ekonomika
Universitas Islam Indonesia**

Yogyakarta

2023

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

“Dengan ini menyatakan bahwa dalam laporan magang ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan orang lain untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam referensi. Apabila kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, saya sanggup menerima hukuman/sanksi apapun sesuai ketentuan yang berlaku”.

Yogyakarta, 20 Juli 2023



Savira Sandra Dewi

**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**

Disusun oleh:

Savira Sandra Dewi 19311273

Yogyakarta, 10 Juli 2023

Telah disetujui dan disahkan

oleh

Dosen Pembimbing

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Bagus Panuntun', with a large, stylized flourish on the left side.

Bagus Panuntun S.E., M.B.A.

BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR

TUGAS AKHIR BERJUDUL

**STRATEGI MENINGKATKAN LITERASI KEUANGAN NASABAH TERHADAP
PENGUNAAN PRODUK-PRODUK KEUANGAN SYARIAH KHUSUSNYA DARI
SEMBILAN PRODUK PEMBIAYAAN SYARIAH PADA PT BANK SYARIAH INDONESIA,
TBK KCP JAKARTA SUNTER 1**

Disusun Oleh : **SAVIRA SANDRA DEWI**

Nomor Mahasiswa : **19311273**

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji dan dinyatakan **LULUS**

Pada hari, tanggal: Senin, 11 September 2023

Penguji/ Pembimbing TA : Bagus Panuntun, S.E., M.B.A.

Penguji : Katiya Nahda, S.E., M.Sc.



Mengetahui
Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika
Universitas Islam Indonesia

Johan Arifin, S.E., M.Si., Ph.D.

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 kuisioner, 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.

Keywords: Islamic Financial Literacy, Indonesian Islamic bank financing products

KATA PENGANTAR



Assalamua'laikum Wr. Wb.

Dengan memanjatkan segala Puji Syukur bagi Allah SWT yang telah melimpahkan segala Rahmat serta hidayah-Nya kepada penulis atas terselesaikannya pelaksanaan magang beserta laporannya dengan judul **“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”**.

Dalam laporan magang yang disusun oleh penulis memberikan penjelasan terkait pendahuluan mengenai BSI, kajian literatur mengenai literasi keuangan, metodologi yang digunakan peneliti selama pelaksanaan magang, hasil pelaksanaan program dan diskusi yang didapat, serta kesimpulan dan rekomendasi yang peneliti berikan. Laporan magang ini juga disusun untuk memenuhi persyaratan dalam mencapai jenjang Pendidikan Strata Satu (S1) serta memperoleh gelar Sarjana Manajemen Jurusan Manajemen, Fakultas Bisnis dan Manajemen, Universitas Islam Indonesia

Penulis sungguh sangat menyadari bahwa laporan magang ini tidak akan terwujud tanpa adanya dukungan serta bantuan dari berbagai pihak yang telah membantu proses pelaksanaan magang tersebut. Maka, dalam kesempatan ini penulis menyampaikan penghargaan dan ucapan terima kasih sebesar – besarnya kepada yang terhormat:

1. Bapak Prof. Fathul Wahid, S.T., M.Sc., selaku Rektor Universitas Islam Indonesia.

2. Bapak Johan Arifin, S.E., M.Si., Ph.D., selaku Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia.
3. Bapak Abdur Rafik, S.E., M.Sc., selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia.
4. Bapak Bagus Panuntun S.E., M.B.A., selaku Dosen Pembimbing yang telah membantu penulis dalam pelaksanaan, penyusunan, penulisan, masukan, dan revision laporan magang.
5. Seluruh Dosen, Staf, dan Karyawan Kampus Universitas Islam Indonesia yang telah memberikan ilmu dan pelayanannya.
6. Ibu Dwi Fatwati Rahayu, S. AK., selaku pimpinan cabang Bank Syariah Indonesia Jakarta Sunter 1 atas segala dukungan dan dorongan yang diberikan.
7. Seluruh staf Bank Syariah Indonesia Jakarta Sunter 1 yang telah membantu selama penulis melaksanakan proses magang.
8. Bank Syariah Indonesia Jakarta Sunter 1 sebagai instansi yang telah menerima penulis untuk melaksanakan penelitian dan penulisan Tugas Akhir Magang hingga selesai.
9. Bapak Lilik Windarta dan Ibu Sri Subiyarti selaku orang tua yang dengan sangat sabar dalam menghadapi semua keluh kesah penulis serta telah memberikan dukungan, kasih sayang, perhatian, dan doa yang tiada batas bagi penulis dalam mengerjakan Tugas Akhir Magang.
10. Annisa Isma Anggitasari sebagai kakak yang baik bagi penulis dengan mendukung, memberikan semangat, dan mendoakan penulis untuk segera menyelesaikan studi.

11. Keluarga Mbah Djamilin (Kudus) dan Keluarga Mbah Sudaryo (Yogyakarta) yang selalu memberikan dukungan, arahan dan motivasi agar saya bisa semangat menyelesaikan studi.
12. Kim Doyoung, Lee Haechan, serta anggota member NCT lainnya yang selalu menghibur dan membangkitkan semangat penulis melalui karya-karya terbaik yang diciptakan.
13. Zanuba Arrasyi Khonsa dan Zikrina Fathia Hasna, terima kasih karena sudah mendengarkan keluh kesah selama perkuliahan dan memberikan semangat.
14. Teman-teman SMA Athaya Fatharani dan Tiara Pramudita. Terimakasih untuk waktunya selalu ada dalam kondisi suka dan duka, serta bersedia menjadi bagian dari catatan perjalanan penulis dengan sangat berkesan.
15. Teman-teman SMP Anindya Priyatningtyas Dwiputri, Kania Febrina dan Revina Putri Setiani. Terimakasih untuk waktunya selalu ada dalam kondisi suka dan duka, serta bersedia menjadi bagian dari catatan perjalanan penulis dengan sangat berkesan.
16. Semua teman Manajemen Angkatan 2019 senang bisa bertemu dan berbagi ilmu bersama kalian.

Semoga segala bantuan yang telah diberikan semua pihak kepada penulis mendapatkan balasan dari Allah SWT. Meskipun penulis telah berusaha dengan keras dalam penyusunan laporan magang ini tetapi masih banyak hal-hal di luar kehendak penulis dikarenakan terbatasnya pengetahuan maupun pengalaman penulis. Dengan demikian, penulis mohon maaf dan dengan terbuka menerima saran serta kritik yang membangun demi penyempurnaan penulisan selanjutnya. Penulis berharap agar hasil

penulisan laporan magang ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan di masa mendatang.

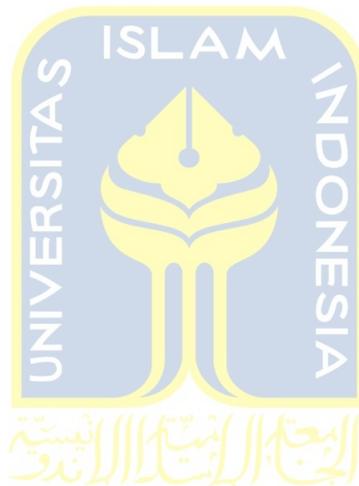
Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarokatuh

Yogyakarta, 10 Juli 2023

Penulis



Savira Sandra Dewi



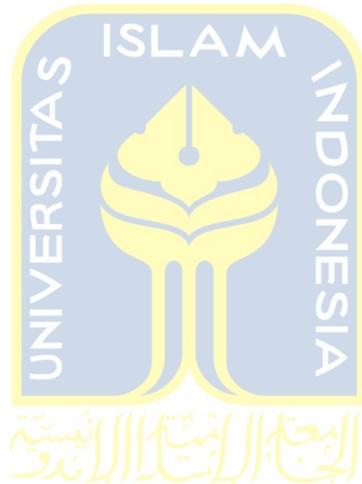
DAFTAR ISI

SAMPUL DEPAN	i
HALAMAN JUDUL	ii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME	iii
PENGESAHAN TUGAS AKHIR MAGANG	iv
PENGESAHAN UJIAN	Error! Bookmark not defined.
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TABEL	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Profil Perusahaan	1
1.1.1. Sejarah Perusahaan	1
1.1.2. Visi dan Misi Perusahaan	2
1.2 Latar Belakang Masalah	3
1.3 Rumusan Masalah	8
1.4 Tujuan Magang	8
1.5 Manfaat Magang	8
1.5.1. Bagi Perusahaan.....	8
1.5.2. Bagi Mahasiswa.....	8
BAB II KAJIAN LITERATUR	9
2.1 Landasan Teori	9
2.1.1. Literasi Keuangan Syariah.....	9
2.1.2. Bank Syariah Indonesia	11
2.1.3. Perilaku Keuangan.....	12
2.1.4. Kepatuhan Syariah.....	12
2.2 Kerangka Kerja	13

BAB III METODOLOGI	15
3.1 Pendekatan	15
3.2 Unit Analisis	16
BAB IV HASIL PELAKSANAAN PROGRAM DAN DISKUSI.....	17
4.1 Analisis Tingkat Literasi Keuangan Nasabah Terhadap Produk Keuangan Syariah Pada PT Bank Syariah Indonesia, Tbk KCP Jakarta Sunter 1.....	17
4.1.1. Deskripsi Responden	17
4.1.2. Deskripsi Responden	19
4.2 Analisis Tingkat Pengetahuan Karyawan Terhadap Produk PT Bank Syariah Indonesia, Tbk KCP Jakarta Sunter 1	27
4.3 Kegiatan Promosi Produk PT Bank Syariah Indonesia, Tbk KCP Jakarta Sunter 1.....	32
4.4 Permintaan Produk-Produk Pembiayaan Pada Penyaluran Pembiayaan Bank Syariah Indonesia KCP Jakarta Sunter 1.....	37
4.5 Hubungan Aktivitas Promosi dan Sosialisasi Karyawan, Literasi Keuangan Nasabah, dan Penggunaan Produk-Produk Pembiayaan Bank Syariah Indonesia KCP Jakarta Sunter 1	39
BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI	41
5.1 Kesimpulan	41
5.2 Rekomendasi	41
DAFTAR PUSTAKA	44
LAMPIRAN.....	48
Lampiran 1: Surat Pernyataan Magang.....	48
Lampiran 2: Daftar Harian Magang	48
Lampiran 3: Dokumentasi	51
Lampiran 4: Kuisisioner Karyawan	51
Lampiran 5: Kuisisioner Nasabah	52

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Kerja Penelitian	13
Gambar 4. 1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	17
Gambar 4. 2 Responden Berdasarkan Usia	18
Gambar 4. 3 Grafik Penyaluran Pembiayaan Syariah Bank Syariah Indonesia KCP Jakarta Sunter 1	38



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Produk-Produk Pembiayaan Syariah Untuk Pengusaha	6
Tabel 4. 1 Pernah Mendengar Tentang Perbankan Syariah	19
Tabel 4. 2 Mengetahui Perbedaan Bank Syariah dan Bank Konvensional.....	19
Tabel 4. 3 Mengetahui Produk-Produk dan Jasa yang ada Di Bank Syariah.....	20
Tabel 4. 4 Mengetahui Bahwa Keuntungan yang Di Dapat Dari Kerjasama Dengan Perbankan Syariah Dinamakan Dengan Bagi Hasil.....	20
Tabel 4. 5 Memahami Hak dan Kewajiban Sebagai Nasabah Bank Syariah	21
Tabel 4. 6 Memahami Akad dan Prosedur Pembiayaan Pada Bank Syariah.....	21
Tabel 4. 7 Sistem dan Produk-Produk Bank Syariah Indonesia Sesuai dengan Prinsip Syariah.....	22
Tabel 4. 8 Bekerjasama Dengan Bank Syariah Indonesia Karena Pembagian Dari Keuntungannya Menggunakan Sistem Bagi Hasil.....	22
Tabel 4. 9 Menabung Di Bank Syariah Indonesia Karena Bebas Dari Riba	23
Tabel 4. 10 Menjadikan Bank Syariah Sebagai Prioritas Utama Dibandingkan Bank Konvensional	23
Tabel 4. 11 Keluarga, Kerabat, dan Orang Terdekat Banyak yang Memilih Bank Syariah dibanding Bank Konvensional	24
Tabel 4. 12 Mereferensikan Bank Syariah Indonesia Kepada Kerabat dan Orang Terdekat.....	24
Tabel 4. 13 Sosialisasi yang Dilakukan Oleh Praktisi Perbankan Syariah Mampu Memberikan Isi Pesan Produk yang Menarik, Puas, dan Professional.....	25
Tabel 4. 14 Skoring Jawaban Responden Setelah Dikalikan Bobot.....	26
Tabel 4. 15 Kategori Literasi Keuangan	26
Tabel 4. 16 Memahami Produk-Produk Keuangan Pembiayaan Syariah	27
Tabel 4. 17 Mengetahui Dengan Baik Produk Linkage.....	28
Tabel 4. 18 Mengetahui Dengan Baik Produk NON Linkage.....	28
Tabel 4. 19 Mengetahui Dengan Baik Produk KUR.....	29
Tabel 4. 20 Mengetahui Dengan Baik Produk NON KUR.....	29
Tabel 4. 21 Mengetahui Dengan Baik Produk Cicil Emas	29

Tabel 4. 22 Mengetahui Dengan Baik Produk Gadai Emas.....	30
Tabel 4. 23 Mengetahui dengan Baik Produk Mitraguna.....	30
Tabel 4. 24 Mengetahui Dengan Baik Produk Griya.....	31
Tabel 4. 25 Mengetahui Dengan Baik Produk OTO.....	31
Tabel 4. 26 Mengetahui Dengan Baik Produk Pensiun.....	32
Tabel 4. 27 Efektifkan Kinerja Karyawan.....	32
Tabel 4. 28 Promosi yang sudah dilaksanakan PT Bank Syariah Indonesia Tbk KCP Jakarta Sunter 1.....	33
Tabel 4. 29 Intensitas Sosialisasi Dalam Satu Bulan.....	33
Tabel 4. 30 Intensitas Promosi Dalam Satu Bulan.....	34
Tabel 4. 31 Penyebab Menurunnya Penjualan Produk-Produk BSI.....	34
Tabel 4. 32 Peran Public Relations Dalam Komunikasi Pemasaran.....	35
Tabel 4. 33 Strategi Meningkatkan Literasi Produk Keuangan Syariah.....	35
Tabel 4. 34 Penyaluran Pembiayaan Bank Syariah Indonesia KCP Jakarta Sunter 1...37	



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Profil Perusahaan

1.1.1. Sejarah Perusahaan

Indonesia dengan penduduk muslim terbesar di dunia berkeinginan untuk menjadikan industri keuangannya berbasis syariah. Dengan Masyarakat modern yang semakin sadar akan pentingnya produk halal dan di dukung *stakeholder* yang mampu menjadikan unsur penting dalam pengembangan industri halal di Indonesia. Bank Syariah menjadi salah satu didalamnya.

Bank Syariah berperan penting menjadi penyedia terhadap seluruh aktivitas ekonomi dalam komunitas industri halal. Eksistensi industri perbankan syariah di Indonesia telah mengalami peningkatan dan pengembangan secara signifikan dalam kurun waktu tiga dekade ini. Trend yang positif dari tahun ke tahun dapat dilihat dari perbaikan produk, layanan, dan pembaharuan jaringan. Bahkan, semangat dalam melakukan percepatan juga terlihat dari banyaknya Bank Syariah yang melakukan aksi korporasi termasuk yang dimiliki Bank BUMN, yaitu Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, dan BRI Syariah.

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 dimana tanggal 1 Februari 2021 bertepatan dengan 19 Jumadil Akhir 1442 H menjadi penanda sejarah

bergabungnya ketiga Bank Syariah tersebut. Dari penggabungan tersebut akan mempersatukan kelebihan yang ada pada bank syariah hasil merger tersebut menghasilkan layanan yang lebih komplit, jangkauan yang lebih luas, dan mempunyai kapasitas pendanaan yang lebih besar. Dengan kontributif sinergi induk Perusahaan (Mandiri, BNI, BRI) dan keterikatan pemerintah melalui Kementerian BUMN diharapkan Bank Syariah Indonesia bisa bersaing pada tingkat global.

Penggabungan ketiga bank adalah suatu bentuk usaha untuk menciptakan Bank Syariah kebanggaan umat dengan harapan membentuk kekuatan baru dalam pembangunan ekonomi nasional dan berperan serta akan kemakmuran masyarakat. 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*).

1.1.2. Visi dan Misi Perusahaan

a. Visi Perusahaan

Top 10 global Islamic bank.

b. Misi Perusahaan

- Memberikan suatu akses solusi keuangan syariah di Indonesia
- Menjadi bank besar yang memberikan nilai terbaik bagi para pemegang saham
- Menjadi perusahaan pilihan serta kebanggaan bagi para talenta terbaik Indonesia.

1.2 Latar Belakang Masalah

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.

Pada artikel terdahulu, dikemukakan (Rahmawati & Maimun 2018) bahwa dengan meningkatnya literasi keuangan akan melancarkan pertumbuhan ekonomi suatu negara. Meningkatnya kesejahteraan hidup dan pertumbuhan ekonomi suatu daerah hingga negara bisa ditentukan oleh masyarakat yang memiliki pengetahuan tentang keuangan dari berbagai aspek. Menurut data yang dihasilkan oleh bank dunia menjelaskan untuk Indonesia sendiri hanya sekitar 52% dari masyarakat yang berhubungan dengan layanan keuangan formal, sekitar 31% masyarakat mengakses keuangan informal. Selain itu, sekitar 50% masyarakat Indonesia diperkirakan tidak memahami pembahasan mengenai jasa serta produk keuangan baik formal maupun informal.

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.

Bertepatan dengan berkembangnya bank syariah tersebut dalam pertahanan melalui pandemi Covid-19, secara umum perbankan syariah juga memberikan penawaran berbagai macam produk yang beragam diantaranya produk penghimpunan dana (giro, deposito, serta tabungan), produk penyaluran dana (pembiayaan dengan prinsip jual-beli, pembiayaan dengan prinsip sewa, pembiayaan dengan prinsip bagi hasil, serta pembiayaan dengan akad lengkap), dan produk jasa perbankan lainnya (wakalah, kafalah, sharf, qardh, rahn, hiwalah, ijarah, dan al-wadiah). Sedangkan, ada beberapa produk yang ditawarkan dalam Bank Syariah Indonesia diantaranya produk penghimpunan dana (giro, deposito, serta tabungan), dan produk penyaluran dana (pembiayaan pensiun dan prapensiun, gadai, cicil emas, OTO, mitraguna, griya, mikro KUR dan non-KUR).

Bank Syariah Indonesia memiliki beberapa produk yang ditawarkan kepada nasabah diantaranya produk-produk dari pembiayaan, yaitu:

- 1) BSI Mitra Beragun Emas merupakan pembiayaan untuk tujuan konsumtif maupun produktif dengan menggunakan akad murabahah atau musyarakah, mutanaqishah atau ijarah melalui agunan berupa emas yang diikat dengan akad rahn, dimana emas yang diagunkan disimpan oleh bank selama jangka waktu tertentu seperti

cicil emas dan gadai emas.

- 2) BSI Mitraguna Berkah merupakan produk pembiayaan untuk tujuan multiguna tanpa adanya agunan dengan berbagai manfaat hingga kemudahan bagi pegawai payroll di BSI dengan keunggulan produk yang dimiliki, yaitu limit pembiayaan Dokter sampai dengan Rp 2 Miliar dan Pegawai Rp 1.5 Miliar, tenor sampai dengan 15 tahun, serta angsuran ringan dan tetap. Mitraguna Online merupakan pembiayaan tanpa agunan untuk tujuan multiguna dengan berbagai manfaat dan kemudahan bagi pegawai.
- 3) BSI Griya merupakan layanan pembiayaan kepemilikan rumah untuk ragam kebutuhan rumah seperti pembelian rumah baru atau rumah *second*, pembelian kavling siap bangun, pembangunan atau renovasi rumah, ambil alih pembiayaan dari bank lain (*Take Over*), *refinancing* untuk pemenuhan kebutuhan nasabah. BSI Griya Spesial Milad merupakan layanan pembiayaan dengan margin setara 1,11% dan tanpa adanya *down payment* atau uang muka.
- 4) BSI OTO merupakan produk layanan pembiayaan kepemilikan kendaraan dengan cara mudah dan angsuran tetap.
- 5) BSI Pensiun Berkah merupakan produk pembiayaan yang diberikan kepada para penerima manfaat pensiun bulanan. Dengan keunggulan produk, yaitu limit pembiayaan hingga Rp 350 Juta, tenor hingga 15 tahun, serta angsuran ringan dan tetap.

Produk-produk pembiayaan Bank Syariah Indonesia yang berfokus untuk pengusaha:

Tabel 1. 1 Produk-Produk Pembiayaan Syariah Untuk Pengusaha

Produk Pembiayaan	Nasabah	Plafond	Margin
SME			
Linkage	Pihak Ketiga (contoh: Koperasi karyawan)	500 juta – 25 milyar	Sesuai kebijakan bank
NonLinkage	Perorangan dan Perusahaan	500 juta – 25 milyar	Sesuai kebijakan bank
MIKRO			
KUR	Perorangan	s.d 500 juta	e.q 6% eff p.a
NonKUR	Perorangan	s.d 200 juta	Sesuai kebijakan bank

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. Karena lanskap industri keuangan syariah di Indonesia memiliki perbedaan yang sangat berbeda dengan negara lain. 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”.

1.3 Rumusan Masalah

Rumusan masalah yang akan dikaji melalui kegiatan magang adalah bagaimana strategi meningkatkan literasi keuangan nasabah terhadap penggunaan produk keuangan syariah khususnya dari sembilan produk pembiayaan syariah pada PT Bank Syariah Indonesia, Tbk KCP Jakarta Sunter 1?

1.4 Tujuan Magang

Adapun tujuan dari magang ini adalah untuk menentukan 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.

1.5 Manfaat Magang

1.5.1. Bagi Perusahaan

1. Terjalin kemitraan yang berkelanjutan antara dunia akademisi dengan dunia usaha dan industri
2. Memperoleh kontribusi pemikiran serta tenaga dalam peningkatan pengembangan usaha perusahaan mitra.

1.5.2. Bagi Mahasiswa

1. Memberikan pengetahuan dan pengalaman dalam mengkombinasikan keilmuan penulis dengan kegiatan praktis di lapangan.
2. Memperkaya karya tulis ilmiah yang berdasarkan pada pengamatan serta praktek langsung di lapangan.
3. Menjadi sarana penerapan ilmu pengetahuan yang didapat selama perkuliahan ke dalam dunia nyata.

BAB II

KAJIAN LITERATUR

2.1 Landasan Teori

2.1.1. Literasi Keuangan Syariah

2.1.1.1. Pengertian Literasi Keuangan Syariah

Pada artikel terdahulu, dikemukakan (Ajeng 2020) bahwa literasi keuangan syariah merupakan sebuah langkah atas suatu tingkatan dimana dapat menguasai konsep dari keuangan serta proses dari sebuah kemampuan agar dapat mengurus keuangan pribadinya secara tepat, baik untuk jangka waktu pendek, sedang, maupun seumurhidup dan merubah keadaan ekonominya.

2.1.1.2. Manfaat Literasi Keuangan Syariah

Pada artikel terdahulu, dikemukakan (Shobah 2017) bahwa adanya manfaat yang besar bagi masyarakat dari literasi keuangan syariah, diantaranya:

- 1) Masyarakat dapat memilih serta memanfaatkan produk hingga jasa keuangan syariah sesuai kebutuhannya
- 2) Masyarakat dapat melaksanakan *financial planning* atau perencanaan keuangan berbasis prinsip syariah
- 3) Masyarakat dapat terlepas dari kegiatan investasi palsu pada keuangan yang tidak resmi
- 4) Masyarakat akan memahami pentingnya risiko serta manfaat terkait produk dan jasa keuangan syariah.

2.1.1.3. Aspek-aspek Literasi Keuangan Syariah

Pada artikel terdahulu, dikemukakan (Yuda 2021) aspek-aspek literasi keuangan dapat meliputi beberapa aspek yaitu:

1) Keuangan Dasar

Disimpulkan pada literasi keuangan syariah seluruh aturan hingga pengaturan utama berumber dari Al-Qur'an dan Sunnah. Sementara itu sumber-sumber sekunder lainnya yang mampu menjadi pedoman adalah *ijma'*, *qiyas*, dan *ijtihad*. Dasar dari prinsip keuangan islam, yaitu adanya larangan riba (bunga), *gharar* (ketidakpastian), dan *maysir* (perjudian). Selain dari hal tersebut, dalam keuangan syariah yang dilarang adalah menggunakan dan menangani komoditas tertentu yang dilarang, berbagi keuntungan hingga risiko dalam bisnis, zakat serta takaful dalam bisnis tersebut.

2) Pinjaman atau pembiayaan

Dalam islam, konsep instrument keuangan tersebut memiliki sifat yang luas. Dikarenakan lembaga keuangan islam dapat digunakan dalam berbagai keperluan dan keperluan transaksi jauh lebih variatif seperti contoh jika seseorang memerlukan rumah tinggal dapat dilakukan dengan jual beli (murabahah, istishna) dan syirkah (musyarakah, mutanaqisah). Jika penggunaannya hanya temporer, maka bisa dilakukan melalui akad sewa menyewa ijarah.

3) Investasi atau Tabungan

Menurut Fitz Gerald (dalam artikel Maria Omega Liow, 2022) dimana investasi merupakan kegiatan mengenai usaha penarikan dalam berbagai

sumber dana yang digunakan dalam pengadaan modal barang pada masa sekarang. Kemudian diharapkan akan menghasilkan suatu aliran produk baru di masa mendatang.

4) Asuransi

Berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia No. 40 Tahun 2014 (dalam artikel Otoritas Jasa Keuangan), asuransi merupakan kesepakatan antara perusahaan asuransi dan pemegang polis dimana menjadi dasar bagi penerimaan premi oleh perusahaan asuransi sebagai imbalan yang telah ada.

2.1.2. Bank Syariah Indonesia

2.1.2.1. Pengertian Bank Syariah

Berdasarkan Undang-Undang RI No.21 tahun 2008 tentang perbankan syariah, mendefinisikan Bank Syariah merupakan bank yang melaksanakan aktivitas usahanya berdasarkan pada prinsip syariah atau prinsip hukum Islam yang ditetapkan dalam Fatwa Majelis Ulama Indonesia seperti prinsip keadilan dan keseimbangan (*'adl wa tawazun*), kemashlahatan (masalahah), universalisme (alamiyah), serta tidak mengandung gharar, riba, maysir, zalim, dan objek yang haram.

Pada artikel terdahulu, dikemukakan (Wafa 2020) bahwa Bank Syariah merupakan bank yang beroperasi dalam menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkannya kembali kepada masyarakat dalam bentuk pembiayaan melalui sistem bagi hasil berdasarkan pada ketentuan-ketentuan syariat Islam.

2.1.2.2. Tujuan Bank Syariah

Berdasarkan Undang-Undang RI No. 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah, tujuan Bank Syariah, yaitu menunjang pelaksanaan pembangunan nasional

Indonesia untuk mencapai terciptanya masyarakat adil dan makmur berdasarkan demokrasi ekonomi, dikembangkan sistem ekonomi yang berlandaskan pada nilai keadilan, kebersamaan, pemerataan, serta kemanfaatan yang sesuai dengan prinsip syariah.

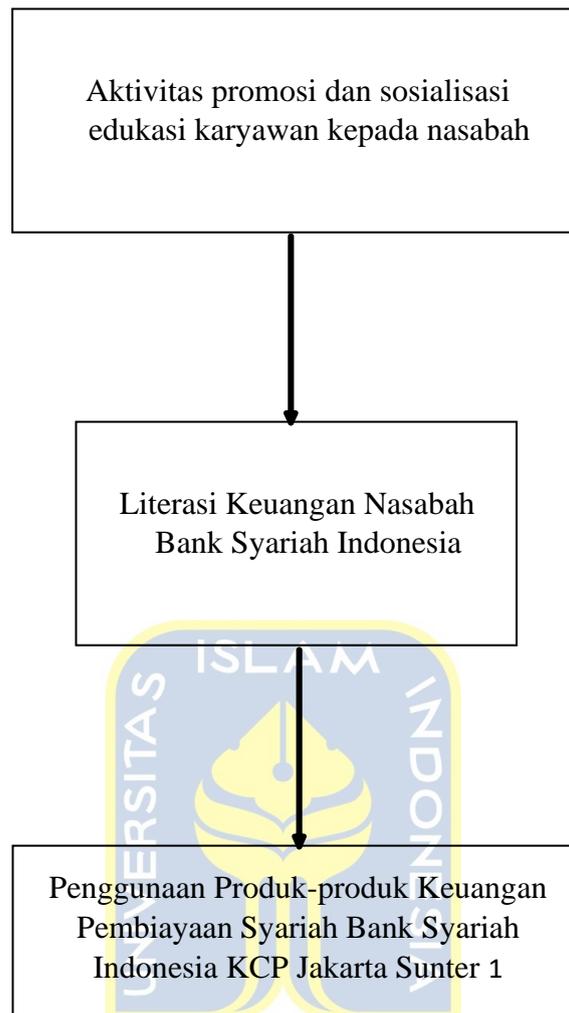
2.1.3. Perilaku Keuangan

Pada penelitian (Kholilah & Iramani, 2013) di dalam jurnal Tiani et al. (2021, p. 45) menyatakan bahwa perilaku manajemen keuangan merupakan suatu kemampuan dari individu maupun kelompok dalam mengatur dari bentuk kegiatan yang telah dirangkai dimulai pada perencanaan, penganggaran, pemeriksaan, pengendalian, pencarian, dan penyimpanan dana keuangan dalam memenuhi kebutuhan. Dalam perilaku keuangan ini, (Ida & Dwinta 2010) menjelaskan kegiatan utama pada pengelolaan perencanaan keuangan merupakan proses penganggaran dengan tujuan, yaitu memastikan jika individu mampu mengelola kewajiban keuangan secara tepat dan bijaksana dalam pendapatan yang didapatkan saat penggunaan.

2.1.4. Kepatuhan Syariah

Pada artikel terdahulu dalam penelitian (Khaidir & Tari 2022) menyatakan bahwa kepatuhan syariah merupakan praktek dari penerapan prinsip-prinsip islam, ketentuan syariah, serta tradisi dalam keuangan dan transaksi bisnis terkait lainnya. Seperti dimana budaya kepatuhan, yaitu berbagai nilai, perilaku, dan tindakan yang mendukung kepatuhan terhadap segala ketentuan yang berlaku. Lalu, kepatuhan secara konsisten menjadikan syariah sebagai kerangka kerja sistem kelembagaan syariah dalam alokasi sumber daya manusia, produksi, aktivasi pasar modal, hingga distribusi kekayaan.

2.2 Kerangka Kerja



Gambar 2. 1 Kerangka Kerja Penelitian

Keterangan:

Dalam penelitian ini, peneliti melakukan analisa terkait aktivitas promosi dan sosialisasi edukasi yang dilakukan karyawan kepada nasabah untuk menambah wawasan serta ketertarikan terhadap produk-produk BSI Jakarta Sunter 1. Lalu, dari hasil tersebut dapat dilihat pengaruhnya literasi keuangan nasabah yang berada di Bank Syariah Indonesia KCP Jakarta Sunter 1 menggunakan hasil kuisioner yang disebarakan kepada responden nasabah dan karyawan Bank Syariah Indonesia KCP Jakarta Sunter 1 untuk mengetahui bagaimana pengetahuan keuangan syariah nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Jakarta Sunter 1 pada penggunaan produk

pembiayaan syariah yang ada, dimana produk pembiayaan yang ditawarkan oleh Bank Syariah Indonesia KCP Jakarta Sunter 1 adalah pembiayaan mitra beragun emas, mitraguna, berkah, griya, OTO, pensiun berkah, SME (Linkage dan Non Linkage), dan Mikro (KUR dan Non KUR). Hal itu akan terlihat seberapa paham nasabah terhadap produk pembiayaan Bank Syariah Indonesia dan peneliti akan menemukan solusi bagaimana 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.



BAB III

METODOLOGI

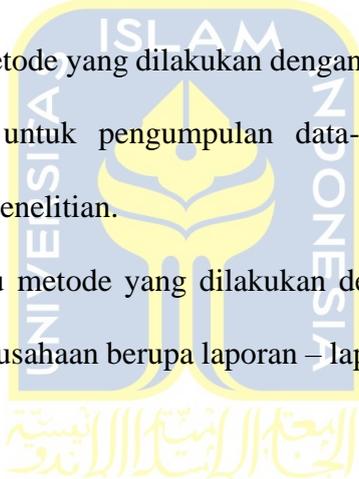
3.1 Pendekatan

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 dalam penelitian ini adalah karyawan dan nasabah Bank Syariah Indonesia Jakarta Sunter 1.

Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki dari suatu populasi. 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.

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 pembandingan 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:
 - 1) Observasi, yaitu metode yang dilakukan dengan meninjau secara langsung dan cermat di lokasi untuk pengumpulan data-data yang berkaitan dengan pembahasan pada penelitian.
 - 2) Dokumentasi, yaitu metode yang dilakukan dengan menganalisis data yang didapatkan dari perusahaan berupa laporan – laporan penting terkait penelitian ini.



3.2 Unit Analisis

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.

BAB IV

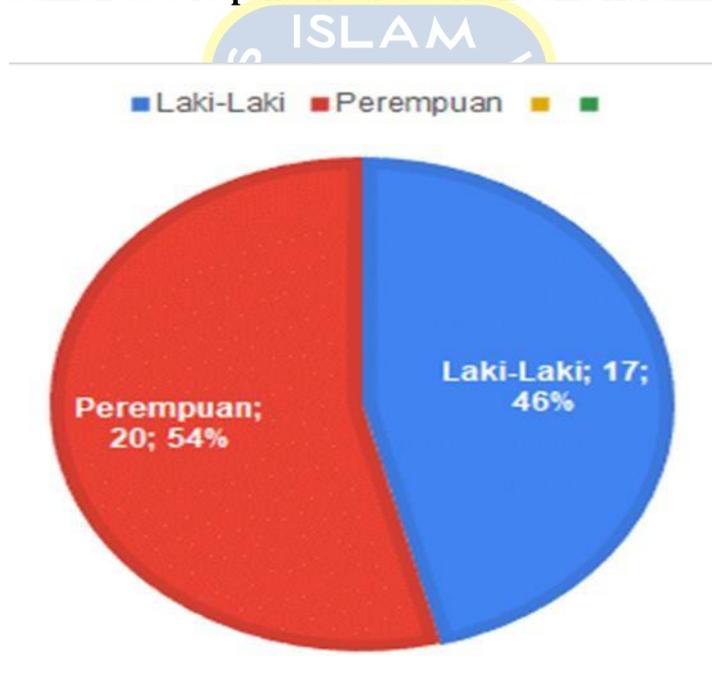
HASIL PELAKSANAAN PROGRAM DAN DISKUSI

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

4.1.1. Deskripsi Responden

Berikut adalah deskripsi nasabah berdasarkan jenis kelamin dan usia yang diperoleh:

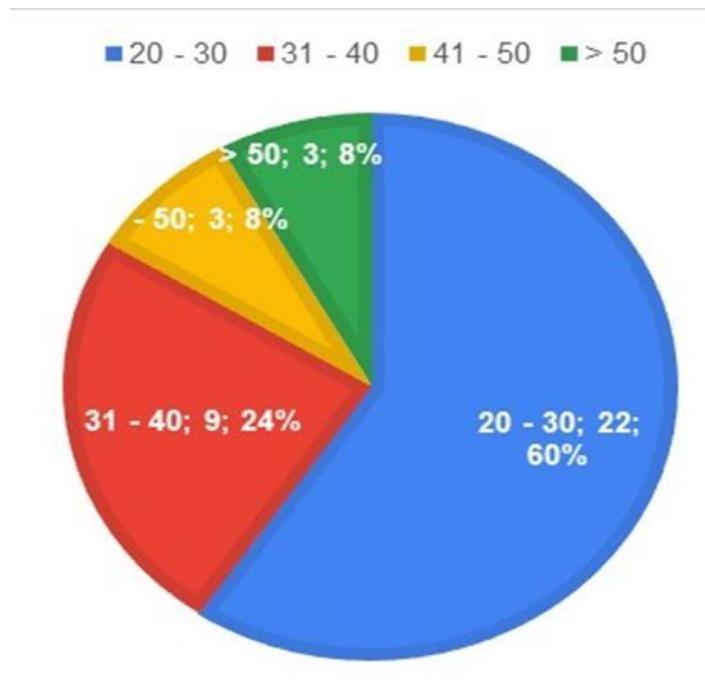
4.1.1.1. Jumlah data responden berdasarkan Jenis Kelamin



Gambar 4. 1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan gambar 2 diketahui bahwa jumlah responden jenis kelamin laki-laki sebanyak 17 atau 46 % dan perempuan sebanyak 20 atau 54%. Hal tersebut menunjukkan bahwa masyarakat yang menjadi peserta edukasi dan sosialisasi dari PT Bank Syariah Indonesia, Tbk KCP Jakarta Sunter 1 lebih dominan perempuan.

4.1.1.2. Jumlah data responden berdasarkan Usia



Gambar 4. 2 Responden Berdasarkan Usia

Berdasarkan gambar 3 diketahui bahwa persentase usia responden usia 20 - 30 tahun sebesar 60%, usia 31-40 tahun berjumlah 24%, usia 41-50 tahun sebesar 8% dan usia > 50 tahun ada 8%. Persentase tertinggi berada pada usia 20 – 30 tahun yang menunjukkan bahwa PT Bank Syariah Indonesia, Tbk KCP Jakarta Sunter 1 dalam mendukung *financial literacy* kepada masyarakat lebih dominan untuk usia produktif.

4.1.2. Deskripsi Responden

Data yang dikumpulkan dari hasil penyebaran kuesioner kemudian diolah dalam bentuk tabel dengan menggunakan teknik deskripsi. Setiap pertanyaan dibuat tabulasi sehingga dapat mempermudah untuk menganalisis data. Hasil dari penyebaran kuesioner dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4. 1 Pernah Mendengar Tentang Perbankan Syariah

Kategori	Frekuensi	Persentase
Sangat Tidak Setuju	1	2.7
Tidak Setuju	0	0.0
Cukup Setuju	0	0.0
Setuju	15	40.5
Sangat Setuju	21	56.8
Total	37	100

Berdasarkan tabel 4.1 diketahui bahwa sebagian besar responden memberikan jawaban **sangat setuju** dengan persentase 56,8% atau 21 responden. Menurut hasil data tersebut dapat disimpulkan bahwa nasabah sudah sangat familiar dengan keberadaan perbankan syariah.

Tabel 4. 2 Mengetahui Perbedaan Bank Syariah dan Bank Konvensional

Kategori	Frekuensi	Persentase
Sangat Tidak Setuju	0	0.0
Tidak Setuju	1	2.7
Cukup Setuju	4	10.8
Setuju	17	45.9
Sangat Setuju	15	40.5
Total	37	100

Berdasarkan tabel 4.2 diketahui bahwa sebagian besar responden memberikan jawaban **setuju** dengan persentase 45,9% atau 17 responden. Menurut hasil data tersebut dapat disimpulkan bahwa nasabah sudah mengetahui perbedaan antara

bank syariah dan bank konvensional, sehingga dengan mengetahui perbedaan tersebut responden memilih untuk menjadi nasabah di bank syariah.

Tabel 4.3 Mengetahui Produk-Produk dan Jasa yang ada Di Bank Syariah

Kategori	Frekuensi	Persentase
Sangat Tidak Setuju	0	0.0
Tidak Setuju	2	5.4
Cukup Setuju	5	13.5
Setuju	20	54.1
Sangat Setuju	10	27.0
Total	37	100

Berdasarkan tabel 4.3 diketahui bahwa sebagian besar responden memberikan jawaban **setuju** dengan persentase 54,1% atau 20 responden. Menurut hasil data tersebut dapat disimpulkan bahwa nasabah sudah mengetahui produk-produk dan jasa yang ada di bank syariah, sehingga dengan mengetahui produk jasa yang ditawarkan oleh bank syariah tersebut, responden memilih untuk menjadi nasabah di bank syariah.

Tabel 4.4 Mengetahui Bahwa Keuntungan yang Di Dapat Dari Kerjasama Dengan Perbankan Syariah Dinamakan Dengan Bagi Hasil

Kategori	Frekuensi	Persentase
Sangat Tidak Setuju	0	0.0
Tidak Setuju	1	2.7
Cukup Setuju	1	2.7
Setuju	19	51.4
Sangat Setuju	16	43.2
Total	37	100

Berdasarkan tabel 4.4 diketahui bahwa sebagian besar responden memberikan jawaban **setuju** dengan persentase 51,4% atau 19 responden. Menurut hasil data tersebut dapat disimpulkan bahwa nasabah sudah mengetahui jika menabung di bank syariah maka nanti akan mendapatkan keuntungan dalam bentuk bagi hasil

bukan bunga bank. Hal ini mungkin dianggap bagi mereka yang beragama islam tertarik untuk menabung di bank syariah.

Tabel 4. 5 Memahami Hak dan Kewajiban Sebagai Nasabah Bank Syariah

Kategori	Frekuensi	Persentase
Sangat Tidak Setuju	0	0.0
Tidak Setuju	1	2.7
Cukup Setuju	3	8.1
Setuju	20	54.1
Sangat Setuju	13	35.1
Total	37	100

Berdasarkan tabel 4.5 diketahui bahwa sebagian besar responden memberikan jawaban **setuju** dengan persentase 54,1% atau 20 responden. Menurut hasil data tersebut dapat disimpulkan bahwa nasabah sudah memahami hak dan kewajiban sebagai nasabah di bank syariah, sehingga dengan mengetahui hak dan kewajiban tersebut nasabah merasa yakin untuk memilih bank syariah.

Tabel 4. 6 Memahami Akad dan Prosedur Pembiayaan Pada Bank Syariah

Kategori	Frekuensi	Persentase
Sangat Tidak Setuju	0	0.0
Tidak Setuju	3	8.1
Cukup Setuju	4	10.8
Setuju	16	43.2
Sangat Setuju	14	37.8
Total	37	100

Berdasarkan tabel 4.6 diketahui bahwa sebagian besar responden memberikan jawaban **setuju** dengan persentase 43,2% atau 16 responden. Menurut hasil data tersebut dapat disimpulkan bahwa nasabah memahami akan dan prosedur pembiayaan di bank syariah, sehingga dengan mengetahui akad di bank syariah tersebut responden mengerti akan hak dan kewajiban selama menjadi nasabah di bank syariah.

Tabel 4. 7 Sistem dan Produk-Produk Bank Syariah Indonesia Sesuai dengan Prinsip Syariah

Kategori	Frekuensi	Persentase
Sangat Tidak Setuju	0	0.0
Tidak Setuju	0	0.0
Cukup Setuju	1	2.7
Setuju	25	67.6
Sangat Setuju	11	29.7
Total	37	100

Berdasarkan tabel 4.7 diketahui bahwa sebagian besar responden memberikan jawaban **setuju** dengan persentase 67,6 % atau 25 responden. Menurut hasil data tersebut dapat disimpulkan bahwa nasabah sudah mengetahui bahwa sistem dan produk di bank syariah sesuai dengan prinsip syariah/agama, sehingga dengan mengetahui hal tersebut, responden memilih untuk menjadi nasabah di bank syariah.

Tabel 4. 8 Bekerjasama Dengan Bank Syariah Indonesia Karena Pembagian Dari Keuntungannya Menggunakan Sistem Bagi Hasil

Kategori	Frekuensi	Persentase
Sangat Tidak Setuju	0	0.0
Tidak Setuju	0	0.0
Cukup Setuju	3	8.1
Setuju	18	48.6
Sangat Setuju	16	43.2
Total	37	100

Berdasarkan tabel 4.8 diketahui bahwa sebagian besar responden memberikan jawaban **setuju** dengan persentase 48,6 % atau 18 responden. Menurut hasil data tersebut dapat disimpulkan bahwa menjadi nasabah di bank syariah, salah satu faktornya adalah karena pembagian dari keuntungannya menggunakan sistem bagi hasil.

Tabel 4. 9 Menabung Di Bank Syariah Indonesia Karena Bebas Dari Riba

Kategori	Frekuensi	Persentase
Sangat Tidak Setuju	0	0.0
Tidak Setuju	0	0.0
Cukup Setuju	5	13.5
Setuju	15	40.5
Sangat Setuju	17	45.9
Total	37	100

Berdasarkan tabel 4.9 diketahui bahwa sebagian besar responden memberikan jawaban **sangat setuju** dengan persentase 45,9% atau 17 responden. Menurut hasil data tersebut dapat disimpulkan bahwa responden sudah mengetahui bahwa di bank syariah terbebas dari riba, sehingga dengan mengetahui hal tersebut membuat responden memilih **menabung dan menjadi nasabah** di bank syariah.

Tabel 4. 10 Menjadikan Bank Syariah Sebagai Prioritas Utama Dibandingkan Bank Konvensional

Kategori	Frekuensi	Persentase
Sangat Tidak Setuju	0	0.0
Tidak Setuju	2	5.4
Cukup Setuju	6	16.2
Setuju	17	45.9
Sangat Setuju	12	32.4
Total	37	100

Berdasarkan tabel 4.10 diketahui bahwa sebagian besar responden memberikan jawaban **setuju** dengan persentase 45,9% atau 17 responden. Menurut hasil data tersebut dapat disimpulkan jika dibandingkan dengan bank konvensional maka responden lebih memilih menjadi nasabah bank syariah, hal ini mungkin disebabkan oleh beberapa faktor yaitu tentang penerapan prinsip keuangan syariah misal dalam hal bagi hasil.

Tabel 4. 11 Keluarga, Kerabat, dan Orang Terdekat Banyak yang Memilih Bank Syariah dibanding Bank Konvensional

Kategori	Frekuensi	Persentase
Sangat Tidak Setuju	1	2.7
Tidak Setuju	3	8.1
Cukup Setuju	6	16.2
Setuju	14	37.8
Sangat Setuju	13	35.1
Total	37	100

Berdasarkan tabel 4.11 diketahui bahwa sebagian besar responden memberikan jawaban **setuju** dengan persentase 37,8% atau 14 responden. Menurut hasil data tersebut dapat disimpulkan bahwa selain responden yang bersangkutan, keluarga, kerabat, dan orang terdekat banyak yang memilih bank syariah dibanding bank konvensional.

Tabel 4. 12 Mereferensikan Bank Syariah Indonesia Kepada Kerabat dan Orang Terdekat

Kategori	Frekuensi	Persentase
Sangat Tidak Setuju	0	0.0
Tidak Setuju	0	0.0
Cukup Setuju	7	18.9
Setuju	16	43.2
Sangat Setuju	14	37.8
Total	37	100

Berdasarkan tabel 4.12 diketahui bahwa sebagian besar responden memberikan jawaban **setuju** dengan persentase 43,2% atau 16 responden. Menurut hasil data tersebut dapat disimpulkan bahwa responden akan mereferensikan bank syariah indonesia kepada kerabat dan orang terdekat untuk menjadi nasabah karena banyak produk jasa yang ditawarkan sesuai dengan syariah.

Tabel 4. 13 Sosialisasi yang Dilakukan Oleh Praktisi Perbankan Syariah Mampu Memberikan Isi Pesan Produk yang Menarik, Puas, dan Professional

Kategori	Frekuensi	Persentase
Sangat Tidak Setuju	0	0.0
Tidak Setuju	1	2.7
Cukup Setuju	4	10.8
Setuju	23	62.2
Sangat Setuju	9	24.3
Total	37	100

Berdasarkan tabel 4.13 diketahui bahwa sebagian besar responden memberikan jawaban **setuju** dengan persentase 62,2% atau 23 responden. Menurut hasil data tersebut dapat disimpulkan bahwa responden merasa sosialisasi yang dilakukan oleh praktisi perbankan syariah mampu memberikan isi pesan produk yang menarik, puas, dan professional. Dari hal tersebut bisa memberikan informasi yang jelas berkaitan dengan produk dan layanan Bank Syariah Indonesia, sehingga menjadi yakin untuk menjadi nasabah.

Berdasarkan tiga belas pertanyaan yang telah di jawab oleh responden, maka dapat dibuat skoring jawaban responden setelah dikalikan dengan bobot. Bobot dalam jawaban responden adalah:

1. Sangat Tidak setuju bobot 1
2. Tidak setuju bobot 2
3. Cukup setuju bobot 3
4. Setuju bobot 4
5. Sangat Setuju bobot 5

Berdasarkan pembobotan tersebut maka skoring jawaban responden dapat dilihat pada tabel 15 sebagai berikut:

Tabel 4. 14 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 4.14 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 4. 15 Kategori Literasi Keuangan

No	Kategori	Interval Data
1	Rendah	< 60
2	Sedang	$60 \leq 80$
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 %.

4.2 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. Setiap pertanyaan dibuat tabulasi sehingga dapat mempermudah untuk menganalisis data. Hasil dari penyebaran kuesioner dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4. 16 Memahami Produk-Produk Keuangan Pembiayaan Syariah

Kategori	Frekuensi	Persentase
Baik	4	36.4
Cukup	5	45.5
Kurang	2	18.2
Total	11	100

Berdasarkan tabel 4.16 diketahui bahwa dari 11 karyawan PT Bank Syariah Indonesia, Tbk KCP Jakarta Sunter 1 ada 45,5% atau 5 karyawan mempunyai pemahaman yang cukup tentang produk keuangan pembiayaan syariah, 36,4% atau 4

karyawan mempunyai pemahaman yang baik dan 18,2% atau 2 karyawan mempunyai pemahaman yang kurang. Menurut hasil data tersebut dapat disimpulkan bahwa sebagian besar karyawan sudah memahami produk keuangan pembiayaan syariah.

Tabel 4. 17 Mengetahui Dengan Baik Produk Linkage

Kategori	Frekuensi	Persentase
Baik	2	18.2
Cukup	3	27.3
Kurang	6	54.5
Total	11	100

Berdasarkan tabel 4.17 diketahui bahwa dari 11 karyawan PT Bank Syariah Indonesia, Tbk KCP Jakarta Sunter 1 ada 54,5% atau 6 karyawan mempunyai pemahaman yang kurang tentang produk linkage, 27,3% atau 3 karyawan mempunyai pemahaman yang cukup dan 18,2% atau 2 karyawan mempunyai pemahaman yang baik. Menurut hasil data tersebut dapat disimpulkan bahwa sebagian besar karyawan masih belum memahami produk linkage.

Tabel 4. 18 Mengetahui Dengan Baik Produk NON Linkage

Kategori	Frekuensi	Persentase
Baik	3	27.3
Cukup	5	45.5
Kurang	3	27.3
Total	11	100

Berdasarkan tabel 4.18 diketahui bahwa dari 11 karyawan PT Bank Syariah Indonesia, Tbk KCP Jakarta Sunter 1 ada 45,5% atau 5 karyawan mempunyai pemahaman yang cukup tentang produk non linkage, 27,3% atau 3 karyawan mempunyai pemahaman yang kurang dan 27,3% atau 3 karyawan mempunyai pemahaman yang baik. Menurut hasil data tersebut dapat disimpulkan bahwa sebagian besar karyawan mempunyai pemahaman yang cukup tentang produk non linkage.

Tabel 4. 19 Mengetahui Dengan Baik Produk KUR

Kategori	Frekuensi	Persentase
Baik	7	63.6
Cukup	4	36.4
Kurang	0	0.0
Total	11	100

Berdasarkan tabel 4.19 diketahui bahwa dari 11 karyawan PT Bank Syariah Indonesia, Tbk KCP Jakarta Sunter 1 ada 63,6% atau 7 karyawan mempunyai pemahaman yang baik tentang produk keuangan KUR, 36,4% atau 4 karyawan mempunyai pemahaman yang cukup. Menurut hasil data tersebut dapat disimpulkan bahwa sebagian besar karyawan sudah memahami produk KUR.

Tabel 4. 20 Mengetahui Dengan Baik Produk NON KUR

Kategori	Frekuensi	Persentase
Baik	5	45.5
Cukup	4	36.4
Kurang	2	18.2
Total	11	100

Berdasarkan tabel 4.20 diketahui bahwa dari 11 karyawan PT Bank Syariah Indonesia, Tbk KCP Jakarta Sunter 1 ada 45,5% atau 5 karyawan mempunyai pemahaman yang baik tentang produk non KUR, 36,4% atau 4 karyawan mempunyai pemahaman yang cukup dan 18,2% atau 2 karyawan mempunyai pemahaman yang kurang. Menurut hasil data tersebut dapat disimpulkan bahwa sebagian besar karyawan sudah memahami produk KUR dengan baik.

Tabel 4. 21 Mengetahui Dengan Baik Produk Cicil Emas

Kategori	Frekuensi	Persentase
Baik	9	81.8
Cukup	2	18.2
Kurang	0	0.0
Total	11	100

Berdasarkan tabel 4.21 diketahui bahwa dari 11 karyawan PT Bank Syariah Indonesia, Tbk KCP Jakarta Sunter 1 ada 81,8% atau 9 karyawan mempunyai pemahaman yang baik tentang produk keuangan cicil emas, 18,2% atau 2 karyawan mempunyai pemahaman yang cukup. Menurut hasil data tersebut dapat disimpulkan bahwa sebagian besar karyawan sudah memahami dengan baik produk cicil emas.

Tabel 4. 22 Mengetahui Dengan Baik Produk Gadai Emas

Kategori	Frekuensi	Persentase
Baik	7	63.6
Cukup	3	27.3
Kurang	1	9.1
Total	11	100

Berdasarkan tabel 4.22 diketahui bahwa dari 11 karyawan PT Bank Syariah Indonesia, Tbk KCP Jakarta Sunter 1 ada 63,6% atau 7 karyawan mempunyai pemahaman yang baik tentang produk gadai emas, 27,3% atau 3 karyawan mempunyai pemahaman yang cukup dan 9,1% atau 1 karyawan mempunyai pemahaman yang kurang. Menurut hasil data tersebut dapat disimpulkan bahwa sebagian besar karyawan sudah memahami produk gadai emas dengan baik.

Tabel 4. 23 Mengetahui dengan Baik Produk Mitraguna

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

Berdasarkan tabel 4.23 diketahui bahwa dari 11 karyawan PT Bank Syariah Indonesia, Tbk KCP Jakarta Sunter 1 ada 54,5% atau 6 karyawan mempunyai pemahaman yang baik tentang produk mitraguna, 36,4% atau 4 karyawan mempunyai pemahaman yang cukup dan 9,1% atau 1 karyawan mempunyai pemahaman yang

kurang. Menurut hasil data tersebut dapat disimpulkan bahwa sebagian besar karyawan sudah memahami produk mitraguna dengan baik.

Tabel 4. 24 Mengetahui Dengan Baik Produk Griya

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

Berdasarkan tabel 4.24 diketahui bahwa dari 11 karyawan PT Bank Syariah Indonesia, Tbk KCP Jakarta Sunter 1 ada 54,5% atau 6 karyawan mempunyai pemahaman yang baik tentang produk griya, 36,4% atau 4 karyawan mempunyai pemahaman yang cukup dan 9,1% atau 1 karyawan mempunyai pemahaman yang kurang. Menurut hasil data tersebut dapat disimpulkan bahwa sebagian besar karyawan sudah memahami produk griya dengan baik.

Tabel 4. 25 Mengetahui Dengan Baik Produk OTO

Kategori	Frekuensi	Persentase
Baik	5	45.5
Cukup	5	45.5
Kurang	1	9.1
Total	11	100

Berdasarkan tabel 4.25 diketahui bahwa dari 11 karyawan PT Bank Syariah Indonesia, Tbk KCP Jakarta Sunter 1 ada 45,5% atau 5 karyawan mempunyai pemahaman yang baik tentang produk OTO, 45,5% atau 5 karyawan mempunyai pemahaman yang cukup dan 9,1% atau 1 karyawan mempunyai pemahaman yang kurang. Menurut hasil data tersebut dapat disimpulkan bahwa sebagian besar karyawan sudah memahami produk OTO dengan baik.

Tabel 4. 26 Mengetahui Dengan Baik Produk Pensiun

Kategori	Frekuensi	Persentase
Baik	3	27.3
Cukup	7	63.6
Kurang	1	9.1
Total	11	100

Berdasarkan tabel 4.26 diketahui bahwa dari 11 karyawan PT Bank Syariah Indonesia, Tbk KCP Jakarta Sunter 1 ada 63,6% atau 7 karyawan mempunyai pemahaman yang baik tentang produk pensiun, 27,2% atau 3 karyawan mempunyai pemahaman yang cukup dan 9,1% atau 1 karyawan mempunyai pemahaman yang kurang. Menurut hasil data tersebut dapat disimpulkan bahwa sebagian besar karyawan sudah cukup memahami produk pensiun.

4.3 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 4. 27 Efektifkan Kinerja Karyawan

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

Salah satu yang menjadi pendukung kegiatan promosi adalah karyawan, khususnya karyawan *public relations*. Dari pertanyaan yang diajukan yaitu BSI melakukan dengan baik upaya reposisi karyawan berdasarkan beban kerja dan memenuhi jumlah tenaga kerja sesuai dengan persyaratan jabatan, baik untuk mengembangkan

organisasi maupun mengganti karyawan yang pindah 54,5% atau 6 karyawan menyatakan sudah cukup baik, 36,4% atau 4 karyawan menyatakan sudah baik dan hanya 9,1% atau 1 karyawan yang menyatakan masih kurang. 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 4.28 di bawah ini.

Tabel 4. 28 Promosi yang sudah dilaksanakan PT Bank Syariah Indonesia Tbk KCP Jakarta Sunter 1

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. Selain media promosi intensitas promosi dan sosialisasi terhadap masyarakat juga sangat diperlukan, hal tersebut dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4. 29 Intensitas Sosialisasi Dalam Satu Bulan

Intensitas Sosialisasi	Frekuensi	Persentase
>7 kali	2	18.2
1-3 kali	8	72.7
4-7 kali	1	9.1

Total	11	100
--------------	-----------	------------

Intensitas sosialisasi produk keuangan syariah dilakukan antara satu sampai lebih dari tujuh kali dalam sebulan. Berdasarkan tabel 4.29 dapat diketahui 72,7% atau 8 karyawan menyatakan sosialisasi dilakukan 1 – 3 kali dalam sebulan. 18,2% atau 2 karyawan menyatakan sosialisasi dilakukan lebih dari tujuh kali dalam sebulan dan 9,1% atau 1 karyawan menyatakan sosialisasi dilakukan empat sampai tujuh kali dalam sebulan.

Tabel 4. 30 Intensitas Promosi Dalam Satu Bulan

Intensitas Sosialisasi	Frekuensi	Persentase
>7 kali	2	18.2
1-3 kali	6	54.5
4-7 kali	3	27.3
Total	11	100

Intensitas promosi produk keuangan syariah dilakukan antara satu sampai lebih dari tujuh kali dalam sebulan. Berdasarkan tabel 4.30 dapat diketahui 54,5% atau 6 karyawan menyatakan promosi dilakukan 1 – 3 kali dalam sebulan. 18,2% atau 2 karyawan menyatakan sosialisasi dilakukan lebih dari tujuh kali dalam sebulan dan 27,3% atau 3 karyawan menyatakan sosialisasi dilakukan empat sampai tujuh kali dalam sebulan.

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

Tabel 4. 31 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 4.31 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 4. 32 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 4. 33 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

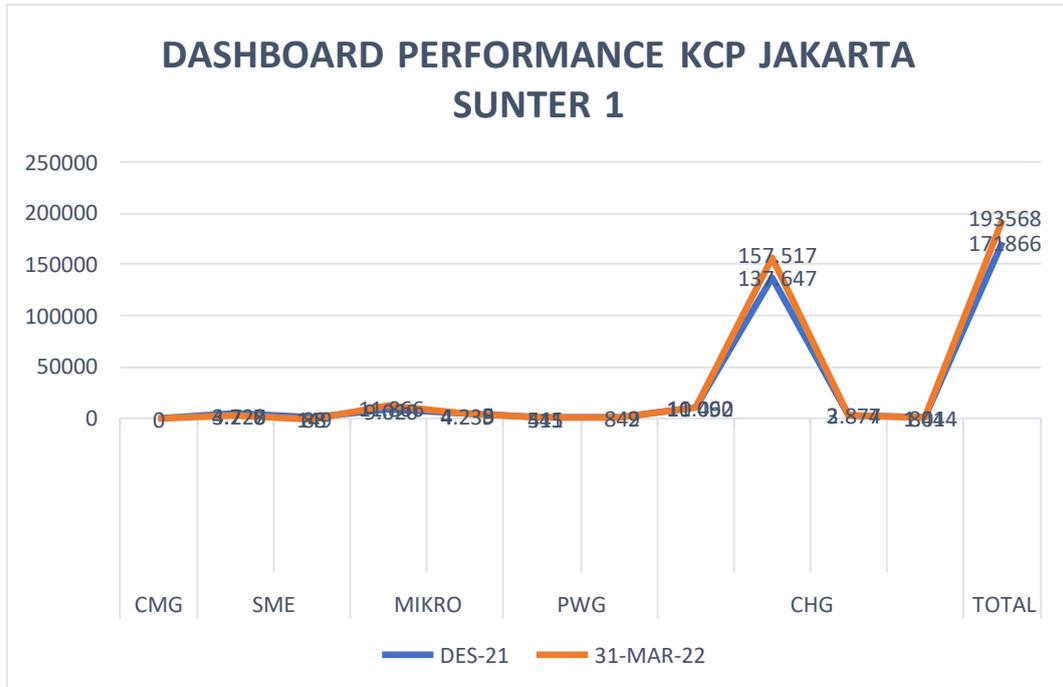


4.4 Permintaan Produk-Produk Pembiayaan Pada Penyaluran Pembiayaan Bank Syariah Indonesia KCP Jakarta Sunter 1

Setelah melakukan pelaksanaan magang pada periode Februari 2022 hingga Juni 2022 di Bank Syariah Indonesia KCP Jakarta Sunter 1 dan 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:

Tabel 4. 34 Penyaluran Pembiayaan Bank Syariah Indonesia KCP Jakarta Sunter 1

PENYALURAN PEMBIAYAAN		DESEMBER 2021	MARET 2022
CMG		0	0
SME	LINKAGE	4.270	3.728
	NONLINKAGE	149	88
MIKRO	KUR	9.020	11.866
	NONKUR	4.885	4.239
PWG	CICIL EMAS	445	511
	GADAI EMAS	893	842
CHG	MITRAGUNA	10.490	11.062
	GRIYA	137.647	157.517
	OTO	3.077	2.874
	PENSIUN	1.044	841
TOTAL PEMBIAYAAN RETAIL		171.920	193.569



Gambar 4. 3 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.

Keterbatasan penelitian dimana peneliti melaksanakan magang hingga Juni. Namun, diberikan data pembiayaan hanya sampai dengan periode Maret tidak menjadi permasalahan meskipun ada kurangnya. 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.

4.5 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.

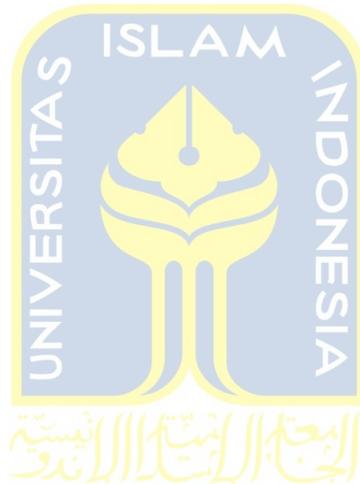
Dari jalannya aktivitas promosi dan sosialisai yang telah diusahakan oleh para karyawan bisa menjadi hasil bagaimana literasi keuangan nasabah maupun calon nasabah meningkat dan hal itu dapat dilihat pada bagian analisis tingkat literasi keuangan nasabah 4.1 dimana pada kategori tinggi karena dari program aktivitas yang dilakukan karyawan dapat membantu masyarakat dalam memperluas wawasan tentang literasi keuangan, khususnya lembaga keuangan syariah, yaitu salah satunya Bank Syariah Indonesia KCP Jakarta Sunter 1.

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 ini dapat dilihat pada bagian 4.4 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 kuisioner 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 kuisioner yang telah disebar kepada responden di Jakarta Sunter 1 tersebut.



BAB V

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan tentang strategi meningkatkan literasi keuangan nasabah terhadap penggunaan produk-produk keuangan syariah di PT Bank Syariah Indonesia, Tbk KCP Jakarta Sunter 1 khususnya sembilan produk pembiayaan syariah pada PT Bank Syariah Indonesia, Tbk KCP Jakarta Sunter 1, maka dapat disimpulkan yaitu:

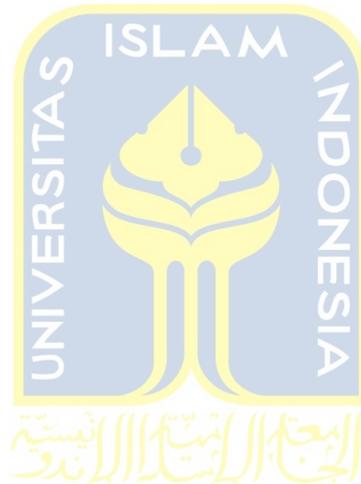
1. Strategi PT Bank Syariah Indonesia, Tbk KCP Jakarta Sunter 1 dalam meningkatkan literasi keuangan syariah pada masyarakat dilakukan melalui beberapa program kegiatan seperti: melakukan sosialisasi dan edukasi kepada masyarakat, melakukan edukasi melalui media massa, dan masyarakat secara langsung 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.

5.2 Rekomendasi

Dari kesimpulan yang ada didapatkannya strategi untuk 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, yaitu:

1. Bank Syariah Indonesia KCP Jakarta Sunter 1 diharapkan bisa meningkatkan kualitas dari sumber daya manusia yang ada dalam segala bidang dengan cara memberikan pendidikan dan pelatihan pelatihan secara komprehensif.
2. Meningkatkan sosialisasi dan pemahaman atau edukasi untuk masyarakat sekitar mengenai produk-produk keuangan Bank Syariah Indonesia KCP Jakarta Sunter 1.
3. Hendaknya Bank Syariah Indonesia KCP Jakarta Sunter 1 melakukan promosi dengan saluran media secara massif melalui telemarketing dengan menggunakan bantuan dari pihak ketiga selaku penyedia jasa untuk memberikan tambahan informasi dan pengetahuan agar dapat menarik minat nasabah atau calon nasabah serta mampu memberikan literasi untuk membeli produk yang ditawarkan dengan sistem bagi hasil dengan melibatkan media baik itu media cetak ataupun elektronik harus lebih gencar lagi. Dapat juga melakukan penyebaran brosur dengan *direct sales* yang menyertakan informasi yang lengkap dan valid, seperti membuka stand pada mall yang berada dekat Jakarta Sunter, yaitu Mall Artha Gading, Mall Of Indonesia, dan Summarecon Mall Kelapa Gading, serta pemasangan spanduk di lokasi yang strategis, menjadikan informasi yang disampaikan dapat sampai hingga dipahami oleh semua lapisan masyarakat.
4. Menjalani kerja sama dengan instansi baik pemerintah maupun swasta. Contoh dalam pemerintah, yaitu bekerja sama dengan Kementerian Agama dalam memberikan gaji karyawan PNS dengan *Content Management System BSI* (CMS BSI) sebagai salah satu jenis layanan pengelolaan keuangan yang ditunjukan untuk nasabah perusahaan atau lembaga dimana yang bersangkutan dapat melakukan pengelolaan keuangan langsung melalui fasilitas online. Selain itu, CSM BSI ini akan mempermudah dan dapat meningkatkan kualitas layanan

keuangan perkara. Pada swasta sendiri, Bank Syariah Jakarta Sunter 1 ini dapat mengimplementasikannya, seperti Perguruan Tinggi Swasta yang berada di daerah DKI Jakarta diantaranya Binus University, Universitas Trisakti, Universitas Mercu Buana, Universitas Muhammadiyah Jakarta, Universitas Buya Hamka, dan Universitas Pancasila. Dari kerja sama itu berguna untuk bisa meningkatkan produk pembiayaan syariah yang mengalami penurunan, seperti Produk Linkage, Non Linkage, dan pensiun.



DAFTAR PUSTAKA

- Antara, P., M. dkk. 2017, Conceptualisation and Operationalisation of Islamic Financial Literacy Scale, *Pertanika Journals of Social Science and Humanities*. Vol 25, pp. 251-260.
- 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.
- Handida, R., D., & Sholeh, M., 2018, PENGARUH TINGKAT PENGETAHUAN, KUALITAS LAYANAN, DAN TINGKAT LITERASI KEUANGAN SYARIAH TERHADAP PENGAMBILAN KEPUTUSAN MASYARAKAT MUSLIM MENGGUNAKAN PRODUK PERBANKAN SYARIAH DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA, *Jurnal Economia*, Vol. 14, No. 1, pp. 84-90.
- 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>
- Hayyinun, W. 2020, Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Terhadap Keputusan Penggunaan Produk Di Bank Syariah Mandiri Yogyakarta. *Skripsi*. Universitas Islam Indonesia. Yogyakarta.

Ida, & Dwinta, C. Y. 2010. PENGARUH LOCUS OF CONTROL, FINANCIAL KNOWLEDGE, INCOME TERHADAP FINANCIAL MANAGEMENT BEHAVIOR, vol. 12 no. 3, pp. 131-144.

Kholilah, N. Al & Iramani, R. 2013. Studi Financial Management Behavior Pada Masyarakat Surabaya. *Journal of Business and Banking*, vol. 3, no. 1, pp 69.

Kinanti, A., A. 2020, PENGARUH LITERASI KEUANGAN SYARIAH TERHADAP MINAT NASABAH BANK SYARIAH MANDIRI KANTOR CABANG SIMPANG PATAL PALEMBANG. *Thesis*. UIN Raden Fatah Palembang. Palembang.

Liow, M., O., Naukoko, A., & Rompas, W., 2022. Pengaruh Jumlah Penduduk dan Investasi Terhadap Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) di Provinsi Sulawesi Utara, *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, vol. 22, No. 2, pp. 138-149.

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. Asuransi. Tersedia di: <https://www.ojk.go.id/id/kanal/iknb/Pages/Asuransi.aspx> (diakses:23 Februari 2023).

_____. 2022. *Konsep Operasional Perbankan Syariah*. Tersedia di: <https://www.ojk.go.id/id/kanal/syariah/tentang->

syariah/pages/konsep-operasional-PBS.aspx (diakses: 15 maret 2023).

. 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).

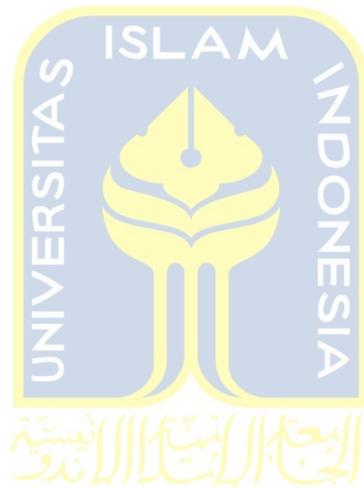
Pratama, Y. 2021, ANALISIS PENGARUH LITERASI KEUANGAN SYARIAH TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH MENGGUNAKAN PRODUK PERBANKAN SYARIAH (Studi Pada Bank BSI Di Kotabumi Lampung Utara). *Skripsi*. Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung. Lampung.

Shobah, N. 2017, Analisis Literasi Keuangan Syariah Terhadap Penggunaan Jasa Perbankan Syariah Sebagai Upaya Meningkatkan Sharia Financial Inclusion: Studi Pada Mahasiswa Ekonomi Syariah UIN Sunan Ampel Surabaya. *Skripsi*. Universitas Islam Negeri Sunan Ampel. Surabaya.

Tiani, R., Z., Lasmanah, & Lufthia, S. 2021. Pengaruh Sikap Keuangan dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Keuangan Pada Anggota Ghoib Community di Kabupaten Bandung Barat. *Journal Riset Manajemen Bisnis*, vol. 1, no. 1, pp. 1-6.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2008 Perbankan Syariah. 16 juli 2008. Lembaga Negara Republik Indonesia Tahun 2008 Nomor

94. Jakarta.



LAMPIRAN

Lampiran 1: Surat Pernyataan Magang

**SURAT PERNYATAAN
(PRAKTIK KERJA/MAGANG)**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

- Nama: Savira Sandra Dewi
- No. Identitas (NIM/NIS): 19311273
- Alamat Rumah: Jl. Muhajirin II No. 9 RT 003/D12 Kec. Cibodas Kel. Ujung Jaya Kota Tangerang, Banten.
- Nomor Telepon Rumah & HP: 089687405468
- Nama Instansi: Universitas Islam Indonesia
- Jurusan: Manajemen
- Alamat Instansi: Ringroad Utara, Condongcatur, Depok, Sleman, Yogyakarta 55283
- Penanggung Jawab di Institusi:
 - Nama Dosen Penanggung Jawab: Bagus Panuntun
 - Jabatan Dosen Penanggung Jawab: Dosen Pembimbing
 - No. Hp Dosen Penanggung Jawab: 08990999399
- Penanggung Jawab di PT Bank Syariah Indonesia (Group Head, Regional CEO, Branch Manager, atau Sub Branch Manager):
 - Nama: Dwi Fatwati Rahayu
 - NIP: 2191009230
 - Jabatan: Branch Manager
 - Unit Kerja: KCP Jakarta Sunter

Dalam rangka melaksanakan praktik kerja/magang di KPA/KCP: **Jakarta Sunter** Tamilung mulai tanggal: **21-02-22** s.d. **01-07-22** di PT Bank Syariah Indonesia, dengan ini menyatakan sanggup untuk memenuhi ketentuan-ketentuan sebagai berikut:

- Bahwa tujuan praktik kerja/magang ini adalah semata-mata untuk kepentingan ilmiah dan tidak akan mempergunakannya kecuali untuk kepentingan tersebut serta bersedia untuk tetap merahasiakan setiap informasi yang diperoleh dari PT Bank Syariah Indonesia dan pihak-pihak yang berkepentingan.
- Tidak melanggar ketentuan menyangkut rahasia Bank sesuai dengan Undang-Undang No.21 tahun 2008 tentang perbankan syariah.
- Materi praktik kerja/magang relevan dengan kegiatan Bank dan tidak menyangkut hal-hal yang bersifat rawan dan akan membahayakan kepentingan serta keamanan PT Bank Syariah Indonesia.
- Dalam pelaksanaan praktik kerja/magang tidak mengganggu kegiatan operasional Group/Regional Office/KCP/KCP tempat praktik kerja/magang dilaksanakan.

**SURAT PERNYATAAN
(PRAKTIK KERJA/MAGANG)**

- PT Bank Syariah Indonesia hanya akan memberikan jawaban atas outline praktik kerja/magang yang disampaikan oleh peserta praktik kerja/magang dan saya telah sesuai dengan outline praktik kerja/magang yang telah memperoleh persetujuan PT Bank Syariah Indonesia.
- PT Bank Syariah Indonesia berwenang untuk memberikan surat keterangan praktik kerja/magang setelah sebelumnya melakukan penelitian dan pengkajian serta telah menyakini bahwa materi praktik kerja/magang tidak menyimpang dan merugikan kepentingan PT Bank Syariah Indonesia.
- PT Bank Syariah Indonesia memberikan uang kompensasi kepada peserta praktik kerja/magang sebesar Rp. 25.000/hari sesuai dengan kehadiran peserta praktik kerja/magang. PT Bank Syariah Indonesia meminta peserta praktik kerja/magang untuk membuka rekening tabungan Bank Syariah Indonesia guna pemberian uang kompensasi tersebut.
- Kompensasi magang hanya diberikan kepada peserta magang yang mengisi daftar hadir yang telah ditandatangani oleh atasan langsung (pemberi tugas) beserta Kepala Unit Kerja (Group Head, Regional CEO, Branch Manager, atau Sub Branch Manager).
- Waktu praktik kerja/magang untuk peserta praktik kerja/magang di PT Bank Syariah Indonesia adalah setiap hari Senin s.d. Jumat, pukul 08.30 sampai dengan pukul 17.00, jam istirahat 1 (satu) jam (mulai 12.00 s.d. 13.00) dan tidak diperkenankan untuk dipekerjakan di luar waktu yang telah ditentukan di atas (tidak diberikan kompensasi overtime/lembur).
- Peserta praktik kerja/magang yang tidak masuk tanpa keterangan selama 3 (tiga) hari berturut-turut tanpa keterangan, dinyatakan mengundurkan diri dari praktik kerja/magang dan tidak berhak diberikan kompensasi dan surat keterangan praktik kerja/magang.
- PT Bank Syariah Indonesia berhak untuk melaporkan segala aktifitas & kegiatan yang dilaksanakan oleh peserta praktik kerja/magang kepada penanggung jawab di Institusi (Perguruan Tinggi/Univ./Sekolah) peserta praktik kerja/magang.

Demikian Surat Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa tekanan maupun paksaan atas nama peserta magang. Seandainya apabila dikemudian hari ternyata terdapat penyimpangan atas pelaksanaan pernyataan-pernyataan yang telah saya buat tersebut di atas, maka saya bersedia untuk menerima sanksi sesuai ketentuan perundang-undangan yang berlaku.

Mengetahui:
PT BANK SYARIAH INDONESIA.

Jakarta, 21 Februari 2022
Hormat saya,


Dwi Fatwati Rahayu


Savira Sandra Dewi

Lampiran 2: Daftar Hari Magang

DAFTAR HADIR MAGANG

Bulan/Tahun : Februari - Juli 2022

Nama Instansi : PT Bank Syariah Indonesia, Tbk.

Nama Mahasiswa : Savira Sandra Dewi

Asal Perguruan Tinggi : Prodi Manajemen Universitas Islam Indonesia

No	Tanggal	Lama Kerja	Deskripsi Singkat Aktivitas	Paraf Supervisor
1	21/02/22	9 Jam	Ideb Checking	
2	22/02/22	9 Jam	Analisa Data Nasabah	
3	23/02/22	9 Jam	Analisa Data Nasabah, Ideb Checking	
4	24/02/22	9 Jam	Membuat Memo Permohonan Pencairan Retensi Tahap III	
5	25/02/22	9 Jam	Cek DMH (Daftar Mutasi Harian)	
6	01/03/22	9 Jam	Analisa Data Nasabah, Ideb Checking	
7	02/03/22	9 Jam	Cek Data pada Web T24, Analisa Data Nasabah, Ideb Checking	
8	04/03/22	9 Jam	Analisis Data Nasabah, Ideb Checking	
9	07/03/22	9 Jam	Ideb Checking	
10	08/03/22	9 Jam	Analisis Data Nasabah, Ideb Checking	

Jakarta, 08 Maret 2022


(Savira Sandra Dewi)


(Angra Dwi Nuryawan)

DAFTAR HADIR MAGANG

Bulan/Tahun : Februari - Juli 2022

Nama Instansi : PT Bank Syariah Indonesia, Tbk.

Nama Mahasiswa : Savira Sandra Dewi

Asal Perguruan Tinggi : Prodi Manajemen Universitas Islam Indonesia

No	Tanggal	Lama Kerja	Deskripsi Singkat Aktivitas	Paraf Supervisor
11	09/03/22	9 Jam	Analisis Data Nasabah, Ideb Checking	
12	10/03/22	9 Jam	Membuat Surat Permohonan Permintaan Pengambilan Jaminan Nasabah	
13	11/03/22	9 Jam	Membuat Memo Permohonan Pencairan Retensi Nasabah	
14	14/03/22	9 Jam	Ideb Checking	
15	15/03/22	9 Jam	Input Data Reimburse Agustus-November 2021	
16	16/03/22	9 Jam	Input Data Reimburse Agustus-November 2021	
17	17/03/22	9 Jam	Ideb Checking	
18	18/03/22	9 Jam	Input Data Nasabah Dalam Web Rumah Impian	
19	21/03/22	9 Jam	Analisa Data Nasabah, Ideb Checking	
20	22/03/22	9 Jam	Menginput Data Reimburse Desember-Februari	

Jakarta, 22 Maret 2022


(Savira Sandra Dewi)


(Angra Dwi Nuryawan)

DAFTAR HADIR MAGANG

Bulan/Tahun : Februari - Juli 2022

Nama Instansi : PT Bank Syariah Indonesia, Tbk.

Nama Mahasiswa : Savira Sandra Dewi

Asal Perguruan Tinggi : Prodi Manajemen Universitas Islam Indonesia

No	Tanggal	Lama Kerja	Deskripsi Singkat Aktivitas	Paraf Supervisor
21	23/03/22	9 Jam	Simulasi Kalkulator Griya BSI	
22	24/03/22	9 Jam	Analisa Data Nasabah	
23	25/03/22	9 Jam	Input Data Pensiun di Web WISE, Analisa Data Nasabah	
24	28/03/22	-	Izin Bimbingan	
25	29/03/22	-	Izin Bimbingan	
26	30/03/22	-	Izin Bimbingan	
27	31/03/22	9 Jam	Input Data Pensiun di WEB WISE, Analisa Data Nasabah	
28	01/04/22	9 Jam	Input Data Pensiun di WEB WISE, Analisa Data Nasabah	
29	04/04/22	9 Jam	Input Data Pensiun di WEB WISE, Analisa Data Nasabah	
30	05/04/22	9 Jam	Input Data Pensiun di WEB WISE, Memo fee marketing	

Jakarta, 05 April 2022

(Savira Sandra Dewi)

(Angga Dwi Nuryawan)

DAFTAR HADIR MAGANG

Bulan/Tahun : Februari - Juli 2022

Nama Instansi : PT Bank Syariah Indonesia, Tbk.

Nama Mahasiswa : Savira Sandra Dewi

Asal Perguruan Tinggi : Prodi Manajemen Universitas Islam Indonesia

No	Tanggal	Lama Kerja	Deskripsi Singkat Aktivitas	Paraf Supervisor
31	06/04/22	9 Jam	Analisa Data Nasabah, Ideb Checking	
32	07/04/22	9 Jam	Analisa Data Nasabah, Ideb Checking	
33	08/04/22	9 Jam	Analisa Data Nasabah, Ideb Checking	
34	11/04/22	9 Jam	Analisa Data Nasabah, Ideb Checking	
35	12/04/22	9 Jam	Analisa Data Nasabah, Input Data Reimburse Desember-Februari 2022	
36	13/04/22	9 Jam	Analisa Hasil Ideb Checking	
37	14/04/22	9 Jam	Analisa Data Nasabah	
38	18/04/22	9 Jam	Analisa Hasil Ideb Checking, Ideb Checking	
39	19/04/22	9 Jam	Ideb Checking, Analisa Data Nasabah	
40	20/04/22	9 Jam	Ideb Checking	

Jakarta, 20 April 2022

(Savira Sandra Dewi)

(Angga Dwi Nuryawan)

DAFTAR HADIR MAGANG

Bulan/Tahun : Februari - Juli 2022

Nama Instansi : PT Bank Syariah Indonesia, Tbk.

Nama Mahasiswa : Savira Sandra Dewi

Asal Perguruan Tinggi : Prodi Manajemen Universitas Islam Indonesia

No	Tanggal	Lama Kerja	Deskripsi Singkat Aktivitas	Paraf Supervisor
41	21/04/22	9 Jam	Ideb Checking, Analisa Data Nasabah	
42	22/04/22	9 Jam	Ideb Checking	
43	25/04/22	9 Jam	Ideb Checking, Analisa Data Nasabah	
44	26/04/22	9 Jam	Ideb Checking, Analisa Data Nasabah, Input Data KPR di WEB WISE	
45	27/04/22	9 Jam	Input Data KPR di WEB WISE, Ideb Checking	
46	28/04/22	9 Jam	Ideb Checking	
47	09/05/22	9 Jam	Ideb Checking	
48	10/05/22	9 Jam	Ideb Checking, Analisa Hasil Ideb Checking	
49	11/05/22	9 Jam	Ideb Checking, Analisa Data Nasabah	
50	12/05/22	9 Jam	Ideb Checking	

Jakarta, 12 Mei 2022

(Savira Sandra Dewi)

(Angga Dwi Nuryawan)

DAFTAR HADIR MAGANG

Bulan/Tahun : Februari - Juli 2022

Nama Instansi : PT Bank Syariah Indonesia, Tbk.

Nama Mahasiswa : Savira Sandra Dewi

Asal Perguruan Tinggi : Prodi Manajemen Universitas Islam Indonesia

No	Tanggal	Lama Kerja	Deskripsi Singkat Aktivitas	Paraf Supervisor
51	13/05/22	9 Jam	Ideb Checking, Analisa Hasil Ideb Checking, Analisa Data Nasabah	
52	17/05/22	9 Jam	Ideb Checking, Analisa Hasil Ideb Checking	
53	18/05/22	9 Jam	Ideb Checking, Analisa Hasil Ideb Checking	
54	19/05/22	9 Jam	Ideb Checking, Input Data KPR di WEB WISE	
55	20/05/22	9 Jam	Input Data KPR di WEB WISE	
56	23/05/22	9 Jam	Ideb Checking, Analisa Hasil Ideb Checking	
57	24/05/22	9 Jam	Ideb Checking	
58	25/05/22	9 Jam	Ideb Checking	
59	27/05/22	9 Jam	Ideb Checking, Analisa Data Nasabah	
60	30/05/22	9 Jam	Membuat Memo Permohonan Pencairan Retensi Nasabah, Analisa Data Nasabah	

Jakarta, 30 Mei 2022

(Savira Sandra Dewi)

(Angga Dwi Nuryawan)

DAFTAR HADIR MAGANG

Bulan/Tahun : Februari - Juli 2022

Nama Instansi : PT Bank Syariah Indonesia, Tbk.
 Nama Mahasiswa : Savira Sandra Dewi
 Asal Perguruan Tinggi : Prodi Manajemen Universitas Islam Indonesia

No	Tanggal	Lama Kerja	Deskripsi Singkat Aktivitas	Paraf Supervisor
61	31/05/22	9 Jam	Ideb Checking, Input Data KPR di WEB WISE, Analisa Data Nasabah	
62	02/06/22	9 Jam	Ideb Checking, Analisa Hasil Ideb Checking	
63	03/06/22	9 Jam	Ideb Checking, Analisa dokumen terkait permohonan pencairan pembiayaan pensiunan	
64	06/06/22	9 Jam	Ideb Checking, Analisa Data Nasabah	
65	07/06/22	9 Jam	Ideb Checking, Analisa Data Nasabah, Membuat Lampiran Developer	
66	08/06/22	9 Jam	Ideb Checking, Analisa Data Nasabah	
67	09/06/22	9 Jam	Ideb Checking	
68	10/06/22	9 Jam	Ideb Checking, Analisa Data Nasabah	
69	13/06/22	9 Jam	Ideb Checking	
70	14/06/22	9 Jam	Ideb Checking	

Jakarta, 14 Juni 2022


 (Savira Sandra Dewi)


 (Angga Dwi Nuryawan)

DAFTAR HADIR MAGANG

Bulan/Tahun : Februari - Juli 2022

Nama Instansi : PT Bank Syariah Indonesia, Tbk.
 Nama Mahasiswa : Savira Sandra Dewi
 Asal Perguruan Tinggi : Prodi Manajemen Universitas Islam Indonesia

No	Tanggal	Lama Kerja	Deskripsi Singkat Aktivitas	Paraf Supervisor
71	15/06/22	9 Jam	Ideb Checking, Analisa Data Nasabah, mempersiapkan dokumen akad dan pencairan dana nasabah	
72	16/06/22	9 Jam	Analisa Data Nasabah	
73	17/06/22	9 Jam	Ideb Checking	
74	20/06/22	9 Jam	Analisa Data Nasabah	
75	21/06/22	9 Jam	Ideb Checking, Membuat Memo Permohonan Pencairan Retensi Nasabah	
76	22/06/22	9 Jam	Ideb Checking, Analisa Data Nasabah, verifikasi dokumen akad dan pencairan dana nasabah	
77	23/06/22	9 Jam	Ideb Checking, Analisa Data Nasabah	
78	24/06/22	9 Jam	Analisa Data Nasabah	
79	27/06/22	9 Jam	Ideb Checking, Analisa Data Nasabah, Membuat Lampiran Developer	
80	28/06/22	9 Jam	Ideb Checking	

Jakarta, 28 Juni 2022


 (Savira Sandra Dewi)


 (Angga Dwi Nuryawan)

DAFTAR HADIR MAGANG

Bulan/Tahun : Februari - Juli 2022

Nama Instansi : PT Bank Syariah Indonesia, Tbk.
 Nama Mahasiswa : Savira Sandra Dewi
 Asal Perguruan Tinggi : Prodi Manajemen Universitas Islam Indonesia

No	Tanggal	Lama Kerja	Deskripsi Singkat Aktivitas	Paraf Supervisor
81	29/06/22	9 Jam	Ideb Checking, Analisa Data Nasabah	
82	30/06/22	9 Jam	Ideb Checking, Membuat Memo Pemindah Bukuan Rekening Nasabah	
83	01/07/22	9 Jam	Ideb Checking, Analisa Data Nasabah	

Jakarta, 01 Juli 2022


 (Savira Sandra Dewi)


 (Angga Dwi Nuryawan)

Lampiran 3: Dokumentasi



Lampiran 4: Kuisisioner Karyawan

KUISISIONER PENELITIAN
TINGKAT LITERASI KEUANGAN NASABAH TERHADAP PENGGUNAAN
PRODUK-PRODUK KEUANGAN SYARIAH PADA BANK SYARIAH
INDONESIA JAKARTA SUNTER 1

Nama _____

PERNYATAAN

<p>1. Apakah pada saat menjadi bagian baru dari pegawai BSI Anda sudah cukup memahami produk-produk keuangan pembiayaan syariah sebelumnya?</p> <p><input type="checkbox"/> Kurang <input type="checkbox"/> Cukup <input type="checkbox"/> Baik</p>	<p>6. Apakah anda mengetahui dengan baik produk Cicil Emas?</p> <p><input type="checkbox"/> Kurang <input type="checkbox"/> Cukup <input type="checkbox"/> Baik</p>
<p>2. Apakah anda mengetahui dengan baik produk Linkage?</p> <p><input type="checkbox"/> Kurang <input type="checkbox"/> Cukup <input type="checkbox"/> Baik</p>	<p>7. Apakah anda mengetahui dengan baik produk Gadai Emas?</p> <p><input type="checkbox"/> Kurang <input type="checkbox"/> Cukup <input type="checkbox"/> Baik</p>
<p>3. Apakah anda mengetahui dengan baik produk NON Linkage?</p> <p><input type="checkbox"/> Kurang <input type="checkbox"/> Cukup <input type="checkbox"/> Baik</p>	<p>8. Apakah anda mengetahui dengan baik produk MitraGuna?</p> <p><input type="checkbox"/> Kurang <input type="checkbox"/> Cukup <input type="checkbox"/> Baik</p>
<p>4. Apakah anda mengetahui dengan baik produk KUR?</p> <p><input type="checkbox"/> Kurang <input type="checkbox"/> Cukup <input type="checkbox"/> Baik</p>	<p>9. Apakah anda mengetahui dengan baik produk Griya?</p> <p><input type="checkbox"/> Kurang <input type="checkbox"/> Cukup <input type="checkbox"/> Baik</p>
<p>5. Apakah anda mengetahui dengan baik produk NON KUR?</p>	

<p>10. Apakah anda mengetahui dengan baik produk OTO?</p> <p><input type="checkbox"/> Kurang <input type="checkbox"/> Cukup <input type="checkbox"/> Baik</p>	<p>15. Dalam sebulan berapa kali BSI Jakarta Sunter 1 melakukan promosi?</p> <p><input type="checkbox"/> 1-3 kali <input type="checkbox"/> 4-7 kali <input type="checkbox"/> > 7 kali</p>
<p>11. Apakah anda mengetahui dengan baik produk Pensiun?</p> <p><input type="checkbox"/> Kurang <input type="checkbox"/> Cukup <input type="checkbox"/> Baik</p>	<p>16. Bagaimana Anda mempengaruhi calon nasabah/nasabah dalam peningkatan literasi konsumen untuk menggunakan salah satu produk pembiayaan syariah yang dimiliki BSI?</p> <p><input type="checkbox"/> Bersikap ramah <input type="checkbox"/> Memberikan pemahaman secara singkat dan jelas <input type="checkbox"/> Berpenampilan menarik dan sopan</p>
<p>12. Dalam mengaktifkan kinerja karyawan, BSI melakukan dengan baik upaya reposisi karyawan berdasarkan beban kerja dan memenuhi jumlah tenaga kerja sesuai dengan persyaratan jabatan, baik untuk mengembangkan organisasi maupun mengganti karyawan yang pindah atau dipindahkan, serta selalu berupaya mencari masukan (umpan balik) dalam rangka meningkatkan kualitas pelayanan?</p> <p><input type="checkbox"/> Kurang <input type="checkbox"/> Cukup <input type="checkbox"/> Baik</p>	<p>17. Apa yang menjadi penyebab menurunnya penjualan produk-produk BSI?</p> <p><input type="checkbox"/> Promosi yang tidak berkelanjutan <input type="checkbox"/> Kurangnya pemahaman masyarakat mengenai produk-produk BSI <input type="checkbox"/> Lainnya _____</p>
<p>13. Bagaimana promosi yang sudah dilaksanakan BSI?</p> <p><input type="checkbox"/> Sosialisasi instansi/tatap muka <input type="checkbox"/> Promosi melalui media (brosur, social media, televisi) <input type="checkbox"/> Lainnya _____</p>	<p>18. Seberapa penting <i>public relations</i> dalam komunikasi pemasaran dalam komunikasi pemasaran</p> <p><input type="checkbox"/> Kurang Penting <input type="checkbox"/> Penting <input type="checkbox"/> Sangat Penting</p>
<p>14. Dalam sebulan berapa kali BSI Jakarta Sunter 1 melakukan sosialisasi?</p> <p><input type="checkbox"/> 1-3 kali</p>	

Lampiran 5: Kuisisioner Nasabah

Skala 1-4 =

- 1 = Sangat Tidak Setuju
- 2 = Tidak Setuju
- 3 = Ragu-Ragu
- 4 = Setuju
- 5 = Sangat Setuju

Pernyataan dengan jawaban skala

1. Saya pernah mendengar tentang perbankan syariah.
2. Saya mengetahui perbedaan bank syariah dan bank konvensional.
3. Saya mengetahui produk-produk dan jasa yang ada di bank syariah.
4. Saya mengetahui bahwa keuntungan yang didapat dari kerjasama dengan perbankan syariah dinamakan dengan bagi hasil.
5. Saya memahami hak dan kewajiban sebagai nasabah bank syariah.
6. Saya memahami akad dan prosedur pembiayaan pada bank syariah.
7. Sistem dan produk-produk Bank Syariah Indonesia sesuai dengan prinsip syariah.
8. Saya akan bekerjasama dengan Bank Syariah Indonesia karena pembagian dari keuntungannya menggunakan sistem bagi hasil.
9. Saya akan menabung di Bank Syariah Indonesia karena bebas dari riba.
10. Saya akan menjadikan bank syariah sebagai prioritas utama dibandingkan bank konvensional.
11. Keluarga, kerabat, dan orang terdekat saya banyak yang memilih bank syariah dibanding bank konvensional.
12. Saya akan mereferensikan Bank Syariah Indonesia kepada kerabat dan orang terdekat saya.

13. Sosialisasi yang dilakukan oleh praktisi perbankan syariah mampu memberikan isi pesan produk yang menarik, puas, dan professional.

Pernyataan dengan jawaban banyak pilihan

14. Dari produk-produk pembiayaan keuangan syariah BSI tersebut yang mana yang anda ketahui? (Pilih sebanyak yang diketahui).

- Linkage
- NON Linkage
- KUR
- NON KUR
- Cicil Emas
- Gadai Emas
- Mitraguna
- Griya
- OTO
- Pensiun

