

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan perbankan syariah di Indonesia tidak terlepas dari sistem perbankan syariah di Indonesia secara umum. Sistem Perbankan Syariah juga diatur dalam Undang-Undang No.21 tahun 2008 tentang Perbankan Syariah, dimana Bank Umum adalah Bank yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional atau berdasarkan prinsip syariah yang dalam kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. Peran Bank syariah dalam memacu pertumbuhan perekonomian daerah semakin strategis dalam rangka mewujudkan struktur perekonomian yang berimbang (Nainggolan, 2016).

Bank syariah beroperasi atau melakukan kegiatan usahanya tidak berdasarkan bunga atau bebas bunga (*Interest free*) tetapi berdasarkan prinsip pembagian keuntungan dan kerugian (*profit and loss sharing principle* atau *PLS principle*) yang berlandaskan Al-Qur'an dan As-Sunah (Ismail, 2016). Bank syariah juga berfokus pada kegiatan yang etis dan berkelanjutan, menghindari investasi dalam bisnis yang dianggap haram, seperti alkohol, perjudian, atau riba (Umam, 2021). Dengan demikian, bank syariah berupaya untuk menciptakan sistem keuangan yang adil dan transparan, serta mendukung pertumbuhan ekonomi yang berbasis pada nilai-nilai moral dan sosial (Antonio, 2009).

Hal ini menjadi salah satu solusi yang diharapkan dapat melindungi nasabah dari kecemasan, keraguan, dan ketidakpastian yang muncul akibat praktik bunga di bank konvensional. Konsep bagi hasil dalam perbankan syariah lebih menekankan

pada kemaslahatan umat manusia, sementara sistem bunga cenderung berfokus pada kepentingan pribadi tanpa mempertimbangkan dampak sosial yang mungkin timbul. Meskipun perbankan syariah dan konvensional memiliki beberapa kesamaan, prinsip imbalan yang diberikan kepada nasabah berbeda, sesuai dengan nilai-nilai masing-masing sistem (Soemitra, 2015).

Dari sudut pandang teoritis, perbankan syariah memiliki perbedaan mendasar dengan bank konvensional karena menerapkan prinsip-prinsip syariah (hukum Islam). Sumber hukum utama yang dijadikan rujukan adalah Al-Qur'an dan hadits. Meskipun perbankan syariah mengalami pertumbuhan aset yang signifikan setiap tahun, bank syariah masih belum menjadi pilihan utama bagi masyarakat dalam melakukan transaksi keuangan (Anshori, 2018).

Bank syariah, sebagai lembaga keuangan yang menyediakan layanan pembiayaan, memiliki kemampuan untuk menawarkan inovasi dalam produk dan jasa (Arifin, 2017). Namun, minat nasabah dalam melakukan transaksi tetap sepenuhnya berada di tangan konsumen itu sendiri. Proses pengambilan keputusan pembelian adalah panjang dan melibatkan beberapa tahap, termasuk pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan membeli, serta perilaku pasca pembelian.

Ada dua kelompok faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan ini. Pertama, faktor internal yang berasal dari nasabah itu sendiri, meliputi proses kognitif seperti kebutuhan atau motivasi, persepsi, sikap, serta karakteristik non-kognitif seperti demografi, gaya hidup, dan kepribadian. Kedua, faktor eksternal

yang berasal dari lingkungan, termasuk nilai-nilai budaya, pengaruh subkultur, interaksi budaya, kelas sosial, dan situasi lain yang berpengaruh.

Disisi lain perkembangan perbankan syariah di Indonesia masih banyak mengalami kendala. Pada kenyataannya mayoritas nasabah perbankan syariah merupakan nasabah mengambang yang mengedepankan motif keuntungan, sehingga dapat berpindah ketika suku bunga simpanan di bank konvensional lebih menguntungkan (Hasibuan, 2020). Kelompok nasabah ini biasanya mempunyai rekening ganda, baik di bank syariah maupun bank konvensional. Hanya sebagian nasabah yang benar-benar loyal menyimpan dananya di bank syariah karena alasan religious. Sebagian lagi karena faktor terpaksa misalnya mengikuti aturan kampus maupun tempat bekerja yang bekerja sama dengan bank syariah.

Kendala lain yang dihadapi oleh perbankan syariah ialah sosialisasi ke masyarakat masih kurang. Sosialisasi tidak hanya sekedar memperkenalkan keberadaan bank syariah di suatu tempat, tetapi juga memperkenalkan mekanisme, produk bank syariah dan instrumen keuangan bank syariah kepada masyarakat. Informasi yang nasabah peroleh hanya sekilas tentang bank syariah. Dan sulitnya akses akses bank syariah menjadi salah satu alasan masyarakat lebih akrab dan memilih bank konvensional (Wangsawidjaja, 2012). Ini juga salah satu kendala yang dihadapi bank syariah di Indonesia saat ini, ditambah lagi tingkat pengetahuan yang kurang terhadap bank syaria menjadikan masyarakat lebih memilih bank konvensional untuk kebutuhan transaksinya.

Tetapi kebanyakan masyarakat memang sudah tahu apa itu bank syariah tetapi nasabah tidak mengetahui produk-produk yang ditawarkan bank syariah,

sehingga masyarakat yang tidak tahu produk-produk bank syariah tentunya tidak akan berminat untuk menggunakan jasa bank syariah karena nasabah menganggap bahwa fasilitas penunjang yang diberikan masih kalah dengan fasilitas yang ditawarkan oleh bank konvensional, kecuali orang yang mempunyai keinginan kuat menabung pada bank syariah dikarenakan menghindari unsur riba. pemahaman dan pengetahuan juga mempengaruhi pandangan masyarakat mengenai bank syariah (Sjahdeini, 2018). Secara mudahnya, pandangan masyarakat terhadap bank syariah tergantung dengan apa yang nasabah ketahui. Jika pengetahuan tentang bank syariah rendah maka dalam memandang dan keinginan untuk menjadi nasabah bank syariah tentunya rendah pula.

Hal tersebut diatas disebabkan oleh kurangnya wawasan dan pengetahuan staf bagian promosi, sehingga masyarakat atau nasabah belum juga terlalu mengerti dan paham tentang produk-produk yang ditawarkan oleh Bank Syariah Indonesia (BSI) (Sjahdeini, 2018). Perbankan syariah memerlukan pengaturan khusus yaitu harus dapat menampung berbagai kepentingan tidak dari umat Islam saja tetapi juga non muslim karena perbankan syariah bersifat universal atau menyeluruh seperti menyediakan Sumber Daya Manusia yang dapat memberikan pelayanan selayak mungkin tanpa membedakan suku atau Agama satu sama lain, dalam menawarkan produk-produk yang banyak pilihan sesuai kebutuhan pada bank syariah, agar diminati semua kalangan konsumen Indonesia. Karena semua kalangan nasabah juga memiliki alasan tertentu dalam menentukan keputusan dalam menetapkan pilihannya (Kurniawan, 2021).

Hingga Juni 2024, jumlah nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) telah mencapai lebih dari 20 juta orang . Pertumbuhan ini menjadikan BSI sebagai bank syariah dengan jumlah nasabah terbesar di dunia. Dari total tersebut, sekitar 7,12 juta nasabah aktif menggunakan layanan BSI Mobile, meningkat 33,9% dibandingkan tahun sebelumnya. Sebanyak 97,9% nasabah telah memanfaatkan layanan digital BSI untuk transaksi keuangan, dan 94,4% calon nasabah membuka rekening secara online melalui aplikasi tersebut. Selain itu, BSI juga mencatat pertumbuhan di segmen nasabah prioritas, dengan lebih dari 60 ribu nasabah per Juni 2024. Untuk nasabah UMKM, jumlahnya mencapai 353 ribu orang hingga November 2024. Pertumbuhan jumlah nasabah ini sejalan dengan strategi digitalisasi dan perluasan layanan BSI, memperkuat posisinya sebagai pemimpin dalam industri perbankan syariah di Indonesia dan global.

Minat merupakan faktor utama dalam pelaksanaan investasi. Minat dapat diartikan sebagai kecenderungan atau ketertarikan terhadap sesuatu tanpa adanya paksaan atau arahan eksternal. Minat mencerminkan preferensi dan keinginan individu, yang mendorong nasabah untuk terlibat atau fokus pada suatu kegiatan. Ketika seseorang memiliki ketertarikan atau rasa suka yang mendalam terhadap sesuatu, hal tersebut akan menumbuhkan minat untuk melakukannya. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), minat adalah perhatian, semangat, dan ketahanan mental yang tinggi terhadap suatu tujuan atau cita-cita. Sementara itu, Kotler & Keller (2016) menjelaskan bahwa minat adalah dorongan internal yang memotivasi seseorang untuk terlibat dalam suatu aktivitas atau membuat keputusan.

Dalam konteks investasi, minat mencakup keinginan yang kuat untuk mengeksplorasi berbagai aspek investasi dan menerapkannya dalam praktik.

Minat memiliki pengaruh yang besar terhadap aktivitas yang dilakukan tetapi semua itu kembali kepada persepsi seseorang. Persepsi merupakan proses memahami lingkungan yang melibatkan observasi dan analisis. Persepsi, sebagaimana sering dipahami, adalah proses kognitif seorang individu mempelajari lingkungan sekitar melalui pengamatan, perasaan, dan penyimpulan (Pirous et al., 2022).

Muhammadiyah adalah sebuah organisasi Islam yang didirikan oleh K.H. Ahmad Dahlan pada 18 November 1912 di Yogyakarta, Indonesia. K.H. Ahmad Dahlan membentuk Muhammadiyah sebagai respons terhadap kondisi umat Islam pada waktu itu, yang dinilai belum sepenuhnya memahami ajaran Islam secara murni. Organisasi ini bertujuan untuk memurnikan dan memperbaharui ajaran Islam dengan penekanan pada prinsip-prinsip yang sesuai dengan konteks zaman modern. Visi Muhammadiyah adalah menciptakan masyarakat yang berlandaskan ajaran Islam yang murni dan berkemajuan, serta berkontribusi pada kesejahteraan umat dengan mempromosikan prinsip rahmatan lil-alamin, yaitu rahmat bagi seluruh alam. Misi utama Muhammadiyah meliputi pemberdayaan masyarakat melalui sektor pendidikan, kesehatan, dan ekonomi, serta pengembangan dakwah dan amal sosial untuk meningkatkan kualitas hidup dan solidaritas sosial (Mu'arif, 2020).

Struktur organisasi Muhammadiyah terdiri dari beberapa tingkat, mulai dari Pimpinan Pusat (PP) di tingkat nasional, yang bertanggung jawab atas kebijakan

dan pengelolaan strategis, hingga Pimpinan Wilayah (PWM) di tingkat provinsi, Pimpinan Daerah (PDM) di tingkat kabupaten atau kota, dan Pimpinan Ranting (PRM) di tingkat desa atau kelurahan. Setiap tingkat organisasi memiliki peran dan tanggung jawab dalam melaksanakan program dan kegiatan Muhammadiyah di wilayahnya masing-masing (Mu'arif, 2020).

Muhammadiyah merupakan organisasi masyarakat (Ormas) dengan aset terbesar di Indonesia. Total asetnya, yang terdiri atas masjid, lembaga pendidikan (PAUD hingga Perguruan Tinggi), Rumah Sakit, uang, dan amal usaha Muhammadiyah (AUM) lainnya, senilai Rp. 400 Triliun. Total dana yang tersimpan di Bank, yakni Bank Syariah Indonesia (BSI), diestimasikan senilai 13 Triliun rupiah (Elihami, 2024).

Berdasarkan Surat Edaran Nomor 320/I.0/A/2024 dari Pimpinan Pusat Muhammadiyah kepada Majelis Pendidikan Tinggi Penelitian dan Pengembangan PP Muhammadiyah, Majelis Pembinaan Kesehatan Umum PP Muhammadiyah, Pimpinan Perguruan Tinggi Muhammadiyah dan Aisyiyah, Pimpinan Rumah Sakit Muhammadiyah dan Aisyiyah serta Pimpinan Badan Usaha Milik Muhammadiyah bahwa Muhammadiyah akan melakukan rasionalisasi dana simpanan dan pembiayaan di Bank Syariah Indonesia (BSI) dengan pengalihan ke Bank Syariah Bukopin, Bank Mega Syariah, Bank Muamalat, Bank-Bank Syariah daerah dan bank-bank lain yang selama ini bekerja sama baik dengan Muhammadiyah.

Dari perspektif teori ekonomi, penarikan dana oleh Muhammadiyah dari BSI memiliki potensi dampak yang signifikan, baik pada tingkat mikro maupun makro ekonomi. Keputusan ini mencerminkan perilaku rasional dari nasabah besar

berdasarkan analisis risiko dan kinerja, serta mempengaruhi pasar keuangan dan stabilitas ekonomi secara keseluruhan. Reaksi dari pihak terkait seperti BSI, otoritas regulasi, dan nasabah lain akan sangat menentukan sejauh mana dampak ini akan terasa .

Dalam konteks manajemen risiko keuangan bahwa pengalihan dana oleh Muhammadiyah ke beberapa bank syariah lain memang bagian dari strategi manajemen risiko keuangan. Dengan menerapkan prinsip diversifikasi, *never put your eggs in one basket*, Muhammadiyah dapat mengelola risiko lebih efektif, mengoptimalkan keuntungan, dan meningkatkan stabilitas serta fleksibilitas keuangan organisasi nasabah.

Penarikan dana yang signifikan dapat meningkatkan rasio likuiditas (LDR) BSI. LDR yang tinggi berarti bank lebih bergantung pada dana pihak ketiga untuk beroperasi, sehingga likuiditasnya lebih ketat. Penarikan dana dalam jumlah besar dapat menjadi tekanan besar bagi BSI, terutama jika diikuti oleh puluhan juta anggota Muhammadiyah.

Adanya dugaan bahwa puluhan juta anggota Muhammadiyah juga akan menarik semua tabungan nasabah dari Bank BSI. Hal ini sikap dari anggota Muhammadiyah yang taat kepada pimpinannya. Dan, dalam konteks organisasi Islam tentang ketaatan ini di dalam Surat An-Nur ayat 51 yang berbunyi :

“Sesungguhnya jawaban oran-orang mukmin, bila mereka dipanggil kepada Allah dan rasul-Nya agar rasul menghukum (mengadili) di antara mereka ialah ucapan. “Kami mendengar, dan kami taat”. Dan mereka itulah orang-orang yang beruntung”.

Surat An-Nur ayat 51 tersebut menegaskan pentingnya ketaatan kepada Allah dan Rasul-Nya, yang menjadi prinsip utama dalam kehidupan umat Islam,

termasuk dalam konteks organisasi seperti Muhammadiyah. Dalam hal ini, jika para anggota Muhammadiyah memutuskan untuk menarik tabungan nasabah dari Bank BSI berdasarkan arahan pemimpin nasabah, itu bisa dilihat sebagai tindakan yang mengikuti ajaran dalam ayat tersebut, nasabah mendengar dan taat pada keputusan yang diambil oleh otoritas yang nasabah percayai.

Penarikan dana sebesar Rp. 13 triliun oleh Muhammadiyah dari BSI memang akan memiliki dampak, namun besarnya dampak negatif tergantung pada bagaimana BSI mengelola situasi ini. Mengingat ukuran dan kapasitas BSI, serta mekanisme pengawasan yang ada, BSI memiliki potensi untuk mengatasi tantangan ini tanpa mengalami gangguan besar pada operasionalnya. Langkah-langkah mitigasi yang tepat serta dukungan dari regulator dapat membantu menjaga stabilitas dan kepercayaan terhadap BSI.

Berdasarkan penelitian terdahulu bahwa terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi minat nasabah antara lain persepsi manfaat, kemudahan penggunaan, persepsi resiko dan kepercayaan. Berdasarkan penelitian yang dilakukan Purboyo et al (2023) bahwa persepsi manfaat berpengaruh signifikan terhadap minat. Namun menurut penelitian yang dilakukan oleh Iffat & Laksmi (2023) bahwa persepsi manfaat tidak berpengaruh signifikan terhadap minat.

Selanjutnya penelitian Silalahi & Fathihani, (2023) menjelaskan bahwa kemudahan penggunaan berpengaruh secara signifikan terhadap minat menggunakan. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Kurniawan & Helen, (2022) menyatakan kemudahan penggunaan tidak berpengaruh terhadap minat.

Kemudian pernyataan bahwa risiko berpengaruh secara signifikan terhadap minat diperkuat dengan penelitian yang dilakukan oleh Rorie et al., (2022) yang mengatakan bahwa risiko berpengaruh secara signifikan terhadap minat. Namun penelitian yang dilakukan oleh Silalahi & Fathihani, (2023) dan Khairunnisa' & Bahrin Ni'am, (2023) mengatakan bahwa risiko tidak berpengaruh terhadap minat.

Terakhir untuk ketarkaitan pada variable kepercayaan dengan minat nasabah diperkuat dengan penelitian yang dilakukan oleh Andriani & Halmawati, (2019) yang mengatakan bahwa kepercayaan berpengaruh secara signifikan terhadap minat. Namun penelitian yang dilakukan oleh mengatakan bahwa Aziz & Hendrasyo (2020) kepercayaan tidak berpengaruh terhadap minat.

Guru Muhammadiyah Jambi dipilih sebagai objek penelitian dalam penelitian ini karena nasabah merupakan kelompok yang terdidik, aktif dalam kegiatan organisasi Islam, serta berpotensi besar menjadi nasabah loyal perbankan syariah. Berdasarkan data perkiraan dari Majelis Pendidikan Dasar dan Menengah (Dikdasmen) Pimpinan Wilayah Muhammadiyah Provinsi Jambi tahun 2023, terdapat sekitar 35 sekolah Muhammadiyah di seluruh provinsi, dengan rata-rata 15–20 guru per sekolah, sehingga jumlah guru Muhammadiyah diperkirakan mencapai 530 orang. Jumlah yang signifikan ini mencerminkan potensi pasar yang besar dan representatif untuk melihat preferensi terhadap layanan perbankan syariah. Dari total tersebut, sebagian besar berdomisili di wilayah perkotaan seperti Kota Jambi, yang memiliki akses mudah terhadap layanan perbankan termasuk Bank Syariah Indonesia (BSI). Sebagai organisasi Islam modernis, Muhammadiyah mendorong warganya untuk berpartisipasi aktif dalam pengembangan ekonomi

syariah. Maka, guru Muhammadiyah dianggap memiliki persepsi dan kepercayaan yang kuat terhadap sistem keuangan berbasis syariah. Dengan latar belakang pendidikan yang memadai dan pemahaman nilai-nilai Islam yang baik, nasabah menjadi subjek yang tepat untuk mengkaji pengaruh persepsi manfaat, kemudahan penggunaan, persepsi risiko, dan kepercayaan terhadap minat menggunakan layanan perbankan syariah seperti BSI.

Karakteristik sosial dan ekonomi guru Muhammadiyah Jambi secara umum menunjukkan profil kelompok pendidik yang cukup stabil secara sosial dan memiliki latar belakang keagamaan yang kuat. Berdasarkan perkiraan, sebagian besar guru Muhammadiyah berada dalam rentang usia 30–50 tahun, dengan komposisi gender yang relatif seimbang antara laki-laki dan perempuan. Tingkat pendidikan mayoritas berada pada jenjang S1 (Strata 1), terutama lulusan dari jurusan kependidikan dan studi keislaman. Dari sisi ekonomi, rata-rata pendapatan bulanan guru Muhammadiyah diperkirakan berkisar antara Rp2.000.000 hingga Rp3.000.000, tergantung pada status kepegawaian (honorar atau tetap) serta lokasi sekolah (perkotaan atau pedesaan). Sebagian besar dari nasabah sudah berkeluarga dan memiliki tanggungan keluarga inti. Dalam hal kepemilikan aset, banyak yang sudah memiliki kendaraan pribadi seperti sepeda motor, dan sebagian kecil memiliki rumah sendiri melalui pembiayaan atau warisan keluarga. Karakteristik ini menunjukkan bahwa guru Muhammadiyah Jambi merupakan kelompok yang cukup stabil secara ekonomi dan memiliki orientasi nilai yang sejalan dengan prinsip-prinsip keuangan syariah, sehingga berpotensi besar menjadi pengguna aktif layanan Bank Syariah Indonesia.

Berdasarkan observasi awal, terdapat sejumlah faktor yang diduga memengaruhi tingkat minat nasabah, seperti persepsi manfaat atas produk dan layanan yang ditawarkan, kemudahan penggunaan layanan digital, persepsi terhadap risiko bertransaksi di bank syariah, serta tingkat kepercayaan nasabah terhadap keamanan dan prinsip syariah yang dijalankan. Beberapa masyarakat masih ragu menggunakan layanan bank syariah karena kurangnya pemahaman mengenai keuntungan dan sistem syariah itu sendiri, serta kekhawatiran terhadap keamanan dana atau keterbatasan layanan teknologi yang tersedia. Sementara itu, nasabah yang telah menggunakan layanan BSI mengaku tertarik karena merasa mendapatkan manfaat yang sesuai dengan nilai-nilai keislaman, kemudahan transaksi digital, serta keyakinan bahwa bank ini lebih aman dan terhindar dari praktik riba. Fenomena inilah yang mendorong perlunya kajian lebih lanjut mengenai pengaruh persepsi manfaat, kemudahan penggunaan, persepsi risiko, dan kepercayaan terhadap minat nasabah pada Bank Syariah Indonesia.

Berdasarkan pemaparan permasalahan diatas penulis tertarik untuk mengangkat permasalahan tersebut dan melakukan penelitian tentang pengaruh persepsi manfaat, kemudahan penggunaan, persepsi resiko dan kepercayaan terhadap minat pada Bank Syariah Indonesia. Sehingga Judul pada penelitian ini adalah “Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan, Persepsi Resiko dan Kepercayaan Terhadap Minat Nasabah pada Bank Syariah Indonesia”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, maka rumusan masalah yang akan diteliti dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana karakteristik sosial dan ekonomi Guru Muhammadiyah Jambi?
2. Bagaimana pengaruh persepsi manfaat, kemudahan penggunaan, persepsi resiko dan kepercayaan terhadap Minat Nasabah pada Bank Syariah Indonesia?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan di atas, maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui karakteristik sosial dan ekonomi Guru Muhammadiyah Jambi.
2. Untuk mengetahui pengaruh persepsi manfaat, kemudahan penggunaan, persepsi resiko dan kepercayaan terhadap Minat Nasabah pada Bank Syariah Indonesia

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

1. Penelitian ini memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu pengetahuan di bidang manajemen pemasaran dan perilaku konsumen, khususnya dalam konteks perbankan syariah.
2. Hasil penelitian ini dapat memperkaya kajian mengenai faktor-faktor yang memengaruhi minat nasabah, seperti persepsi manfaat, kemudahan penggunaan, persepsi risiko, dan kepercayaan dalam memilih layanan keuangan syariah.
3. Temuan ini juga dapat dijadikan referensi untuk mengembangkan model-model teoritis baru dalam memahami perilaku konsumen di sektor jasa keuangan berbasis nilai-nilai keislaman..

1.4.2 Manfaat Praktis

1. Bagi pengambil kebijakan dan pihak stakeholder, khususnya manajemen Bank Syariah Indonesia (BSI) dan organisasi Muhammadiyah, hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai dasar dalam merancang strategi pemasaran yang lebih efektif dan sesuai dengan karakteristik sosial ekonomi guru Muhammadiyah. Dengan memahami faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah sebagai nasabah potensial, pihak BSI dapat meningkatkan kualitas layanan, memperkuat kepercayaan, dan meminimalkan risiko yang dirasakan oleh calon nasabah.
2. Organisasi Muhammadiyah juga dapat menjadikan hasil ini sebagai acuan dalam mengembangkan kerja sama kelembagaan dengan bank syariah guna meningkatkan kesejahteraan anggotanya melalui akses keuangan yang sesuai prinsip syariah.
3. Penelitian ini juga dapat memberikan masukan bagi pemerintah daerah dan regulator sektor keuangan dalam mendukung literasi dan inklusi keuangan syariah di Provinsi Jambi..

