

SKRIPSI

**STRATEGI SOSIALISASI BPRS WAY KANAN CABANG
NATAR DALAM MENINGKATKAN LITERASI KEUANGAN
DI MASYARAKAT NATAR KABUPATEN
LAMPUNG SELATAN**

Oleh

**SITI NURHASANAH
NPM.2003021059**



**Program Studi S1 Perbankan Syariah
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam**

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
1445 H / 2024 M**

**STRATEGI SOSIALISASI BPRS WAY KANAN CABANG NATAR
DALAM MENINGKATKAN LITERASI KEUANGAN DI
MASYARAKAT NATAR KABUPATEN
LAMPUNG SELATAN**

Diajukan untuk Memenuhi Tugas dan Memenuhi Sebagai Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

Oleh:

SITI NURHASANAH
NPM. 2003021059

Pembimbing Skripsi : Liberty, SE, MA

Program Studi S1 Perbankan Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
1445 H / 2024 M

NOTA DINAS

Nomor : -
Lampiran : 1 (Satu) Berkas
Perihal : **Pengajuan untuk di Munaqosyahkan**

Kepada Yth,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
IAIN Metro

Di
Tempat

Assalamu'alaikum, Wr.Wb

Setelah kami mengadakan pemeriksaan, bimbingan dan perbaikan seperlunya, maka Skripsi yang disusun oleh :

Nama : SITI NURHASANAH
NPM : 2003021059
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Perbankan Syariah
Judul : STRATEGI SOSIALISASI BPRS WAY KANAN CAB.
NATAR DALAM MENINGKATKAN LITERASI
KEUANGAN DI MASYARAKAT NATAR KAB LAMPUNG
SELATAN

Sudah kami setujui dan dapat diajukan ke Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam untuk di Munaqosyahkan.

* Demikian harapan kami dan atas perhatiannya saya ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum, Wr.Wb

Metro, Desember 2023
Pembimbing,



Liberty, SE, MA.
NIP. 19740824 200003 2 002

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul : STRATEGI SOSIALISASI BPRS WAY KANAN CAB. NATAR
DALAM MENINGKATKAN LITERASI KEUANGAN DI
MASYARAKAT NATAR KAB LAMPUNG SELATAN

Nama : SITI NURHASANAH

NPM : 2003021059


Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Jurusan : Perbankan Syariah

MENYETUJUI

Untuk di Munaqosyahkan dalam Sidang Munaqosyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro.

Metro, Desember 2023
Pembimbing,



Liberty, SE, MA.
NIP. 19740824 200003 2 002



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki.Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296 Website: www.metrouniv.ac.id
E-mail: iainmetro@gmail.com

PENGESAHAN SKRIPSI

No. B-1084/In.28.3/D/PP-00.9/04/2024.....

Skripsi dengan Judul : STRATEGI SOSIALISASI BPRS WAY KANAN CAB. NATAR DALAM MENINGKATKAN LITERASI KEUANGAN DI MASYARAKAT NATAR KABUPATEN LAMPUNG SELATAN, Disusun Oleh: SITI NURHASANAH, NPM. 2003021059, Jurusan Perbankan Syariah (PBS) yang telah di Ujikan dalam Sidang Munaqosyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro pada hari/tanggal : Selasa/ 20 Februari 2024.

TIM PENGUJI

Ketua / Moderator	: Liberty, S.E., M.A	(.....)
Penguji I	: Suci Hayati, M.S.I	(.....)
Penguji II	: Alva Yenica Nandavita, M.E.,Sy	(.....)
Sekretaris	: Nur Syamsiah, M.E	(.....)

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. Mat Jalil, M.Hum
NIP. 19620812 199803 1 001

ABSTRAK

STRATEGI SOSIALISASI BPRS WAY KANAN CAB.NATAR DALAM MENINGKATKAN LITERASI KEUANGAN DI MASYARAKAT NATAR KABUPATEN LAMPUNG SELATAN

Oleh

SITI NURHASANAH

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh rendahnya tingkat literasi keuangan dimasyarakat menyebabkan tidak memiliki perencanaan keuangan yang baik, dalam hal ini Strategi Sosialisasi perlu dilakukan. Penelitian bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi yang dilakukan BPRS way kanan dalam meningkatkan literasi keuangan syariah pada masyarakat.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif dengan metode *field research* (penelitian lapangan). Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer dan data sekunder, dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, dokumentasi. Informan atau narasumber dalam penelitian ini yaitu Kepala cabang BPRS Way Kanan, dan juga masyarakat BPRS Way Kanan.

Hasil penelitian ini adalah Strategi yang dilakukan oleh Dilakukan BPRS Way Kanan Cab Natar dalam Meningkatkan Literasi Keuangan Syariah melalui beberapa program yaitu melalui media massa, menggunakan media sosial dan dilakukan secara langsung. Dengan beberapa program itu diharapkan dapat meningkatkan pemahaman tentang literasi keuangan syariah. BPRS Way Kanan Cabang Natar dalam Meningkatkan Literasi Keuangan Syariah di Masyarakat Natar Kabupaten Lampung Selatan terkait produk keuangan syariah dipromosikan melalui media sosial (*Facebook, Instagram, Zoom dan Youtube*), membagikan brosur atau media cetak lainnya dan juga melalui website serta aplikasi digital pegadaian syariah.

Kata Kunci : *Strategi Sosialisasi, Literasi Keuangan*

ORISINALITAS PENELITIAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : SITI NURHASANAH

NPM : 2003021059

Jurusan : Perbankan Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian saya kecuali bagian-bagian tertentu yang dirujuk dari sumbernya dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Metro, Desember 2023
Yang Menyatakan,



SITI NUR HASANAH
NPM. 2003021059

MOTTO

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِذَا قِيلَ لَكُمْ تَفَسَّحُوا فِي الْمَجَالِسِ فَافْسَحُوا يَفْسَحَ اللَّهُ لَكُمْ
وَإِذَا قِيلَ أَنْشُرُوا فَأَنْشُرُوا يَرْفَعُ اللَّهُ الَّذِينَ ءَامَنُوا مِنْكُمْ وَالَّذِينَ أُوتُوا الْعِلْمَ دَرَجَاتٍ
وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ خَبِيرٌ

Artinya : “Wahai orang-orang yang beriman! Apabila dikatakan kepadamu, “Berilah kelapangan di dalam majelis-majelis,” maka lapangkanlah, niscaya Allah akan memberi kelapangan untukmu. Dan apabila dikatakan, “Berdirilah kamu,” maka berdirilah, niscaya Allah akan mengangkat (derajat) orang-orang yang beriman di antaramu dan orang-orang yang diberi ilmu beberapa derajat. Dan Allah Mahateliti apa yang kamu kerjakan”.

(Q.S. Al-Mujadilah:11)¹

¹“Dokumentasi RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya Al-Mujadillah:11*.”

PERSEMBAHAN

Dengan penuh rasa syukur kepada Allah SWT yang telah melimpahkan karunia dan hidayah-Nya, maka akan saya persembahkan karya ini kepada:

1. Kedua orang tua tercinta, Bapak Wajib dan Ibu Siti Widayanti yang selalu mencurahkan kasih sayangnya, perhatian, kesabaran dan selalu memberikan semangat serta tidak kenal lelah mendoakan untuk keberhasilan anak-anaknya sejak kecil hingga sekarang.
2. Kakak tercinta Ismiatun Hasanah dan suaminya Adi Tantowi yang telah memberikan dukungan dan semangat untuk menempuh studi.
3. Dosen pembimbing skripsi Ibu Liberty, SE, MA yang selalu memberikan bimbingan serta motivasi sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
4. Teman tersayang Sindi, Angel, Ulfa dan Nanda yang telah memberikan semangat.
5. Sahabat-sahabat seperjuangan (para pejuang skripsi) yang selalu memberikan dukungan dan bantuan yang tak ternilai harganya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.
6. Almamater tercinta IAIN Metro yang menjadi tempat peneliti menuntun ilmu dan memperdalam ilmu Perbankan Syariah.
7. Terakhir peneliti persembahkan untuk diri sendiri, karena telah mampu berusaha keras dan berjuang sejauh ini. Mampu mengendalikan diri dari berbagai tekanan di luar keadaan dan tak pernah memutuskan menyerah sesulit apapun proses penyusunan skripsi ini dengan menyelesaikan sebaik dan semaksimal mungkin untuk diri sendiri.

KATA PENGANTAR

Bismillahirrohmanirrohim

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Alhamdulillah puji syukur kehadirat Allah SWT. shalawat, Serta salam selalu tercurahkan kepada Baginda Nabi Muhammad SAW, atas limpahan ilmu dan rahmat-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“STRATEGI SOSIALISASI BPRS WAY KANAN CAB NATAR DALAM MENINGKATKAN LITERASI KEUANGAN DI MASYARAKAT NATAR KAB LAMPUNG SELATAN”**. Penyusunan skripsi ini dibuat sebagai salah satu syarat menyelesaikan studi dan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi jurusan S1 Perbankan Syariah di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, untuk itu dengan kerendahan hati, saya sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun guna menyempurnakan laporan skripsi ini.

Dalam kesempatan ini, peneliti mengucapkan terimakasih yang sebesar besarnya kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian Skripsi ini, untuk itu peneliti ucapkan terimakasih kepada:

1. Prof. Dr.Siti Nurjanah, M.Ag., PIA Selaku Rektor IAIN Metro.
2. Dr. Mat Jalil, M.Hum Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro.
3. Muhammad Ryan Fahlevi, S.E,M.M Selaku Ketua Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro.
4. Dliyaul Haq, M.E.I Selaku Pembimbing Akademik (PA) yang telah memberikan bimbingan dalam mengarahkan yang sangat berharga kepada peneliti.
5. Liberty, S.E., M.A Selaku Pembimbing Skripsi terimakasih atas segala arahan dan bimbimngannya dan selalu meluangkan waktu di tengah-tengah kesibukannya untuk membimbing peneliti dalam menyelesaikan proposal skripsi ini, Semoga Allah SWT memberikan ribuan kebaikan dunia dan akhirat Aamiin.

6. Bapak/Ibu dosen IAIN Metro yang telah memberi ilmu pengetahuan dan sarana prasarana selama peneliti menempuh pendidikan.
7. Pimpinan, segenap Karyawan BPRS Way Kanan Cab Natar yang telah memberikan sarana dan prasarana kepada peneliti sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
8. Masyarakat Natar yang telah memberikan peneliti informasi sehingga skripsi ini terselesaikan.

Peneliti menyadari bahwa banyak kekurangan dalam skripsi ini, maka peneliti mengharapkan kritik dan saran yang positif yang dapat membantu memperbaiki hasil penelitian.

Akhir kata peneliti ucapkan terima kasih bagi para dosen, dan semua orang yang membantu atas terselesainya skripsi ini, dan tidak lupa peneliti selalu berharap semoga hasil dari penelitian ini dapat bermanfaat bagi pengembangan ilmu pendidikan Perbankan Syariah.

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Metro, April 2024
Peneliti,



SITI NURHASANAH
NPM. 2003021059

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN NOTA DINAS	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
HALAMAN ABSTRAK	vi
ORISINALITAS PENELITIAN	vii
MOTTO	viii
PERSEMBAHAN	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Pertanyaan Penelitian	8
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	9
D. Penelitian Relevan.....	9
BAB II LANDASAN TEORI	15
A. Strategi Sosialisasi	15
1. Pengertian Strategi Sosialisasi	15
2. Langkah-langkah Strategi Sosialisasi	17
3. Indikator Strategi Sosialisasi.....	19
4. Syarat Terjadinya Strategi Sosialisasi.....	20
5. Materi Sosialisasi	21
6. Subjek Strategi Sosialisasi	22
7. Metode Strategi Sosialisasi	22
8. Mekanisme Sosialisasi	28
9. Kendala dalam Sosialisasi.....	31

B. Literasi Keuangan Syariah	32
1. Pengertian Literasi Keuangan Syariah	32
2. Manfaat Literasi Keuangan	35
3. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Literasi Keuangan	36
4. Indikator Literasi Keuangan Syariah	37
BAB III METODE PENELITIAN	40
A. Jenis dan Sifat Penelitian	40
B. Sumber Data.....	41
C. Teknik Pengumpulan Data.....	42
D. Teknik Keabsahan Data	43
E. Teknik Analisa Data.....	44
BAB IV PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	46
A. Gambaran Umum BPRS Way Kanan Cab.Natar.....	46
1. Profil Bank Syariah Way Kanan	46
2. Visi dan Misi Bank Syariah Way Kanan	48
3. Struktur Organisasi Bank Syariah Way Kanan.....	49
4. Produk-Produk Bank Syariah Way Kanan.....	50
B. Strategi Sosialisasi BPRS Way Kanan Cab.Natar Dalam Meningkatkan Literasi Keuangan Di Masyarakat Natar Kab.Lampung Timur.....	51
C. Analisis Strategi Sosialisasi BPRS Way Kanan Cab.Natar Dalam Meningkatkan Literasi Keuangan Di Masyarakat Natar Kab.Lampung Selatan.....	59
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan.....	66
B. Saran.....	66
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	
RIWAYAT HIDUP	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Profil Bank Syariah Way Kanan.....	46
Gambar 1.2 Struktur Organisasi Bank Syariah Way Kanan	48

DAFTAR LAMPIRAN

1. Surat Bimbingan Skripsi
2. Outline
3. Alat Pengumpulan Data
4. Surat Research
5. Surat Tugas
6. Surat Balasan Research
7. Surat Keterangan Bebas Pustaka
8. Surat Keterangan Bebas Plagiasi
9. Formulir Konsultasi Bimbingan Skripsi
10. Foto Dokumentasi
11. Riwayat Hidup

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Literasi keuangan merupakan penggerak, pengetahuan, keterampilan, dan sikap untuk membuat keputusan keuangan yang sehat pada akhirnya mencapai kesejahteraan keuangan individu.¹ Literasi keuangan syariah adalah kemampuan seseorang untuk menggunakan pengetahuan keuangan, keterampilan dan sikap dalam mengelola sumber daya keuangan menurut ajaran Islam.

Undang-undang Nomor 21 Tahun 2011 tentang Otoritas Jasa Keuangan mengamanatkan OJK untuk mengatur dan mengawasi industri jasa keuangan sekaligus melindungi kepentingan masyarakat dalam berinteraksi dengan industri jasa keuangan. Dalam melindungi kepentingan masyarakat terdapat aspek literasi dan inklusi keuangan yang memerlukan strategi tersendiri dalam implementasinya.²

Karena itu BPRS Way Kanan menggunakan strategi dalam mensosialisasikan produk-produk bank tersebut. Yang mana strategi secara umum adalah langkah-langkah yang harus di jalankan oleh suatu perusahaan untuk mencapai tujuan. Kadang kala langkah yang harus dihadapi terdapat banyak lika-liku, namun ada pula langkah yang relatif mudah. Di samping itu

¹ “Otoritas Jasa Keuangan (OJK). *Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia*. Jakarta:OJK, 2022). 22.”

² “Penjelasan Undang-undang No.21 tahun 2011 tentang Otoritas Jasa Keuangan.”

banyak rintangan untuk mencapai tujuan, oleh karena itu setiap langkah harus di jalankan secara hati-hati.³

Menurut Kenneth R. Adreus strategi perusahaan adalah pola keputusan dalam perusahaan yang menentukan dan mengungkapkan sasaran, maksud untuk tujuan serta rincian jangkauan bisnis yang akan dikejar oleh perusahaan. Sedangkan menurut Griffin strategi adalah rencana komprehensif untuk mencapai tujuan organisasi. Tidak hanya sekedar mencapai, akan tetapi strategi juga di maksudkan untuk mempertahankan keberlangsungan organisasi di lingkungan dimana organisasi tersebut menjalankan aktivitasnya.⁴

Perlahan-lahan telah mulai mengenal dengan jelas perbedaan antara bank syariah dan konvensional, karena sekarang zaman teknologi sehingga masyarakat mudah mengakses perbankan syariah dan mengetahui bahwa sekarang sudah ada perbankan syariah. Tetapi tak cukup hanya menggunakan teknologi saja, lembaga perbankan ini perlu juga sosialisasi secara luas dan keseluruhan kepada masyarakat. Selain itu masyarakat tau perbedaan umum bank syariah dan konvensional menerapkan sistem bunga sebagai imbalan hasilnya sedangkan bank syariah menerapkan prinsip bagi hasil.⁵

Pelaksanaan edukasi dalam meningkatkan pemahaman tentang keuangan di masyarakat sangat diperlukan. Dengan semakin pesatnya pembangunan dan pertumbuhan ekonomi, lembaga keuangan mempunyai peran yang penting

³ Kasmir, *Kewirausahaan*, (Jakarta:rajawali, cet 2013), h.186.

⁴ Ernie Trisnawati dan Kurnia Saefullah, *Pengantar Manajemen*, Cet 6 (Jakarta : Kencana 2012) h.127.

⁵ Ismail, *Perbankan Syariah*, (Jakarta: Kencana, 2017), h. 38.

dalam kehidupan dimasyarakat luas.⁶ Hal ini di harapkan agar masyarakat tidak terjebak dalam melakukan investasi yang menawarkan keuntungan yang menggiurkan dalam waktu yang singkat dengan tidak mempertimbangkan adanya risiko yang tinggi. Literasi keuangan syariah dalam masyarakat erat kaitannya dengan kegiatan perencanaan keuangan dalam kehidupan sehari-hari.⁷

Sosialisasi ditengah masyarakat yang terhitung banyak jumlahnya pasti akan mengalami hambatan, apa lagi objek dari strategi sosialisasi tergolong baru bagi masyarakat. Disinilah melalui strategi sosialisasi dalam meningkatkan literasi keuangan dapat dilihat hambatan-hambatan apa yang muncul saat dilakukan sosialisasi kepada masyarakat seperti keterbatasan fasilitas dan keterbatasan dana.

Menurut Kotler dalam strategi sosialisasi terdapat empat bauran promosi yaitu periklanan (*advertensi*), promosi penjualan (*sales promotion*), penjualan personal (*personal selling*), *publisitas*.⁸

Dalam dunia Perbankan, diantara strategi sosialisasi yang ada, BPRS Way Kanan melakukan strategi sosialisasi melalui *advertensi dan personal selling* yang merupakan bagian terpenting dalam rangka meningkatkan jumlah nasabah dan meningkatkan literasi keuangan, BPRS Way Kanan harus kreatif untuk menentukan bagaimana memasarkan produk-produknya sehingga dapat menarik minat masyarakat.

⁶ “Pentingnya Literasi Keuangan Bagi Pengelolaan Keuangan Pribadi.”

⁷ “Rita & Santoso, ‘Literasi Keuangan dan Perencanaan Keuangan pada Dana Pendidikan Anak,’ Jurnal Ekonomi Volume 20, No. 02, 2015, h. 214.”

⁸ “Philip Kotler dan Armstrong, *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta. 2008, h. 424-425.”

Dengan adanya berbagai lembaga keuangan yang bervariasi menjadikan tiap lembaga berupaya untuk menyalurkan berbagai produk dan jasa keuangan kepada masyarakat secara menyeluruh. Agar masyarakat luas dapat menentukan produk dan layanan jasa keuangan yang sesuai dengan kebutuhan, masyarakat harus memahami dengan benar manfaat dan risiko, mengetahui hak dan kewajiban serta meyakini bahwa produk dan layanan jasa keuangan yang dipilih dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat.⁹

Rendahnya tingkat literasi keuangan tidak hanya berakibat negatif terhadap kondisi keuangan, literasi keuangan yang rendah merupakan persoalan serius karena bisa memberi dampak negatif terhadap perilaku keuangan.¹⁰

Menurut Byrne bahwa rendahnya literasi keuangan akan menyebabkan pembuatan rencana keuangan yang salah dan menyebabkan bisa dalam pencapaian kesejahteraan di usia yang tidak produktif lagi. Hal ini secara tidak langsung dapat mempengaruhi stabilitas keuangan nasional.¹¹

Literasi keuangan merupakan salah satu fokus pemerintahan dalam menciptakan kesejahteraan masyarakat di Indonesia. Pemerintah berpandangan bahwa melalui literasi keuangan maka stabilitas sistem keuangan, kesejahteraan masyarakat, dan pembangunan secara *inklusif* dapat lebih mudah tercapai. Hal ini yang kemudian mendorong Pemerintah Republik

⁹ Amanita Novi Yushita, *Op.Cit.*, h. 12.

¹⁰ Toafik Hidajat, *Op.Cit.*, h. 3.

¹¹ Rosyeni Rasyid, 'Byrne', '*Analisis Tingkat Literasi Keuangan Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang*, 'Jurnal Kajian Manajemen Bisnis Volume 1, No. 2, 2012, h. 92.'

Indonesia membentuk Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia (SNLKI) sejak tahun 2013.¹²

Masyarakat Natar yang termasuk *less literate* artinya masyarakat Natar masih mengalami kurangnya pemahaman mengenai literasi keuangan, hal itu disebabkan kurangnya sosialisasi dengan masyarakat sekitar. Kegiatan ekonomi dimasyarakat Natar sebagian besar bermata pencaharian sebagai petani yang sehari-harinya bepergian ke sawah dan mereka hanya memperhatikan pekerjaan mereka saja. Kurangnya bersosialisasi memberikan dampak sendiri bagi masyarakat Natar, hal itu dapat dilihat dari pengetahuan mengenai literasi keuangan yang masih rendah dan masih mengalami kesulitan literasi keuangan.

Sebagai Negara dengan jumlah penduduk muslim terbesar, Indonesia sangat berpotensi untuk menjadi pusat ekonomi dan keuangan syariah dunia. Hal ini tercermin dari posisi Indonesia di tahun 2020 yang berada di peringkat kedua dunia pada *Islamic Finance Development Indicator (IFDI)* indeks, yakni indeks untuk mengukur perkembangan industri keuangan syariah.¹³

Namun rendahnya literasi keuangan syariah membuat potensi menjadi kurang optimal. Program strategi sosialisasi harus dilakukan untuk mengembangkan keuangan syariah, terutama optimalisasi promosi keuangan syariah guna meningkatkan literasi dan *preferensi masyarakat*. Hal ini

¹² “Fikri Brillianti & Achmad Kautsar, ‘Apakah Literasi Keuangan Memengaruhi Kesejahteraan Rumah Tangga Di Indonesia,’ Jurnal Kajian Ekonomi & Keuangan Volume 4, No. 2, 2020, h. 104.”

¹³ “Otoritas Jasa Keuangan (OJK), ‘Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia (SNLKI) 2021-2025’, hl. 59.”

dikarenakan literasi keuangan syariah masyarakat Indonesia saat ini masih tergolong rendah.¹⁴

Berdasarkan indeks literasi keuangan kabupaten Lampung Selatan mengalami penurunan menjadi 55,25 dari angka sebelumnya yaitu 55,99 pada 2022. Indeks literasi dibawah indeks rata-rata nasional yang berada di angka 60-an, Lampung termasuk dibawah rata-rata. Adapun indikator yang perlu diperbaiki seperti indikator penilaian Indeks Pembangunan Literasi Masyarakat mencakup pemerataan layanan perpustakaan, dan kunjungan masyarakat.

Masyarakat Natar di tahun 2022 secara keseluruhan berjumlah 193.185 penduduk, dengan jumlah laki-laki sebanyak 98.904 jiwa dan perempuan sebanyak 94.280. Sehingga, peneliti melakukan *survey* dengan beberapa masyarakat natar.¹⁵

Berdasarkan hasil wawancara yang peneliti lakukan di Natar Kabupaten Lampung Selatan. Menurut Saryono mengatakan bahwa tidak tahu tentang literasi keuangan dan belum pernah mengikuti sosialisasi.¹⁶ Menurut Rizka ia mengetahui tentang mengelola keuangan hanya belum mempelajari secara syariah dikarenakan belum pernah mempelajari keuangan syariah juga berpendapat bahwa keuangan syariah sama dengan keuangan konvensional.¹⁷

¹⁴ “Anriza Witi Nasution & Marlya Fatira AK, *Analisis Kesadaran Literasi Keuangan Syariah Mahasiswa Keuangan Dan Perbankan Syariah*, ‘Jurnal Equilibrium’, Volume 7, Nomor 1, 2019, h. 42.”

¹⁵ *BPS Kabupaten Lampung Selatan*.

¹⁶ “Wawancara dengan Saryono Pada Tanggal 20 Oktober 2023.”

¹⁷ “Wawancara dengan Rizka Pada Tanggal 20 Oktober 2023.”

Menurut Sri Handayani bahwa mengetahui dan paham tentang keuangan syariah tidak mengandung riba tapi menggunakan prinsip bagi hasil, ia berniat untuk memahami lebih luas mengenai literasi keuangan syariah seperti produk dan layanan jasa keuangan syariah.¹⁸

Menurut alfan bahwa ia mengetahui strategi sosialisasi literasi keuangan hanya dalam mengelola keuangan dan terbantu dengan adanya sosialisasi membuat lebih paham terkait literasi keuangan.¹⁹ Menurut Ayu ia mengetahui dalam mengelola keuangan serta merasa nyaman dan aman untuk menyimpan uang di BPRS Way Kanan.²⁰

Setelah melakukan wawancara di BPRS Way Kanan cabang Natar yang berada di Jl. Raya Natar Desa Merak Batin Kecamatan Natar Kabupaten Lampung Selatan. Penjelasan dari bapak Mifta Kholil, BPRS Way Kanan mulai beroperasi pada 24 Januari 2011 hingga saat ini. Kemudian pada tahun 2022 BPRS Way Kanan membuka cabang di Natar. BPRS Way Kanan Cabang Natar mempunyai 8 karyawan, yang mana laki-laki berjumlah 4 karyawan dan perempuan berjumlah 4 karyawan. BPRS Way Kanan menggunakan strategi dalam bersosialisasi kepada masyarakat. BPRS Way Kanan cabang Natar memiliki produk tabungan dan produk pembiayaan. Adapun cara yang paling sering digunakan dalam strategi sosialisasi adalah dengan menggunakan media sosial.

Hasil wawancara diatas peneliti mengamati beberapa masalah yang muncul pada masyarakat Natar, dimana keseluruhan masyarakat Natar

¹⁸ “Wawancara dengan Sri Handayani Pada Tanggal 20 Oktober 2023.”

¹⁹ “Wawancara dengan Alfan Pada Tanggal 20 Oktober 2023.”

²⁰ “Wawancara dengan Ayu Pada Tanggal 20 Oktober 2023.”

beragama Islam namun pengetahuan masyarakat Natar terhadap keuangan syariah masih minim. Masih ada masyarakat yang belum mengetahui jenis Lembaga Keuangan Syariah yang sebenarnya. Salah satu contohnya masih ada masyarakat yang menyamakan bank syariah dengan bank konvensional. Bahkan masyarakat Natar tidak mengetahui produk dan layanan jasa keuangan syariah. Hal ini dikarenakan beberapa faktor yaitu, kurangnya sosialisasi dari pihak Bank, Pemerintah, OJK, *industry* jasa keuangan dan berbagai pihak lainnya. Masyarakat yang belum terbiasa dengan penggunaan layanan jasa keuangan syariah dan kurangnya kesadaran masyarakat terhadap keberadaan keuangan syariah.

Dengan demikian, tingkat pengetahuan masyarakat terhadap jasa keuangan syariah menjadi faktor yang sangat penting dalam mendorong perkembangan keuangan syariah di Indonesia. Berdasarkan berbagai latar belakang masalah yang telah dipaparkan diatas maka peneliti tertarik untuk mengambil judul “ **Strategi Sosialisasi BPRS Way Kanan Cabang Natar Dalam Meningkatkan Literasi Keuangan Di Masyarakat Natar Kabupaten Lampung Selatan**”.

B. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan dari uraian latar belakang diatas, maka pertanyaan penelitian pada penelitian ini adalah “Bagaimana Strategi Sosialisasi yang Dilakukan BPRS Way Kanan Cab Natar dalam Meningkatkan Literasi Keuangan Syariah di Masyarakat Natar Kab Lampung Selatan?”.

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan pertanyaan penelitian, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis Strategi Sosialisasi BPRS Way Kanan Cabang Natar Dalam Meningkatkan Literasi Keuangan di Masyarakat Natar Kabupaten Lampung Selatan.

2. Manfaat Penelitian

a. Manfaat Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini dapat diharapkan memberikan ide untuk pengembangan keilmuan literasi keuangan syariah dan dapat dijadikan sebagai kajian dalam bidang ekonomi islam yang dapat meningkatkan perilaku keuangan individu khususnya dikalangan mahasiswa perbankan syariah.

b. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat sebagai referensi tambahan mengenai strategi sosialisasi dalam meningkatkan literasi keuangan pada masyarakat dan penelitian ini sebagai acuan dalam persiapan penelitian selanjutnya yang membahas topik yang sama.

D. Penelitian Relevan

Penelitian relevan merupakan uraian secara sistematis mengenai hasil penelitian terdahulu tentang persoalan yang akan dikaji. Berdasarkan penelurusan yang peneliti lakukan menemukan beberapa karya ilmiah yang terkait dengan pembahasan peneliti yaitu:

1. Penelitian yang dilakukan oleh Kiki Rizkia Nuraini, Skripsi dengan judul *“Analisis Sosialisasi Literasi Keuangan Syariah Oleh Bank Mandiri Syariah Terhadap Penggunaan Jasa Perbankan Syariah Sebagai Upaya Meningkatkan Sharia Financial Inclusion (Studi Pada Pedagang Di Pasar Plaza Bandar Jaya)”*²¹

Penelitian *ini* bertujuan untuk mengetahui pola sosialisasi literasi keuangan syariah pada pedagang di pasar Plaza Bandar Jaya, tingkat literasi keuangan syariah pada pedagang di pasar Plaza Bandar Jaya dan peran literasi keuangan syariah terhadap penggunaan jasa perbankan syariah sebagai upaya meningkatkan sharia financial inclusion. Metode yang digunakan adalah metode kualitatif dengan teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan jumlah sampel sebanyak 94 responden. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif kualitatif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pola sosialisasi literasi keuangan syariah kepada para pedagang sudah teraplikasi dengan tepat, namun dalam pemberian intensitas sosialisasi langsung masih kurang maksimal. Tingkat literasi keuangan syariah pada pedagang berada pada tingkat kategori rendah. Peran literasi keuangan syariah terhadap penggunaan jasa perbankan syariah pada pedagang Plaza Bandar Jaya juga dapat dikatakan belum maksimal karena masih rendahnya tingkat literasi keuangan syariah pada pedagang hal ini dibuktikan dengan dari 94 responden, hanya 31 responden

²¹ Kiki Rizkia Nuraini, *“Analisis Sosialisasi Literasi Keuangan Syariah Oleh Bank Mandiri Syariah Terhadap Penggunaan Jasa Perbankan Syariah Sebagai Upaya Meningkatkan Sharia Financial Inclusion (Studi pada pedagang di Pasar Plaza Bandar Jaya)”*, (Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Uin Raden Intan Lampung, 2019)

yang sudah menjadi nasabah dan memiliki rekening di bank syariah. Sehingga sebagai bentuk dari percepatan ekonomi, diharapkan seluruh pihak turut serta dalam kegiatan edukasi mengenai literasi keuangan syariah guna tercapainya *sharia financial inclusion*.

Persamaan pada penelitian ini adalah sama-sama membahas tentang sosialisasi keuangan syariah dalam memperkenalkan suatu produk. Sedangkan perbedaan pada penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pelaksanaan strategi sosialisasi dalam meningkatkan literasi keuangan di masyarakat. Sedangkan kebaruan dalam penelitian ini adalah pola strategi sosialisasi tentang literasi keuangan dengan metode yang baru dan tidak monoton sehingga masyarakat akan memahami tentang literasi keuangan syariah.

2. Penelitian yang dilakukan oleh Elni Purnama Sari, skripsi dengan judul "*Strategi Pegadaian Syariah Dalam Meningkatkan Literasi Keuangan Syariah Pada Masyarakat Batusangkar (Studi Kasus PT Pegadaian Syariah Batusangkar)*"²²

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan Strategi Pegadaian Syariah Batusangkar dalam Meningkatkan Literasi Keuangan Syariah Pada Masyarakat Batusangkar. Jenis penelitian yang digunakan adalah *field research* (penelitian lapangan) yaitu suatu penelitian yang dilakukan di lokasi penelitian dengan mengadakan pengumpulan data yang penulis

²² ELNI PURNAMA SARI, "*Strategi Pegadaian Syariah Dalam Meningkatkan Literasi Keuangan Syariah Pada Masyarakat Batusangkar (Studi Kasus PT Pegadaian Syariah Batusangkar)*", (Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Batusangkar, 2021)

gunakan melalui wawancara dan dokumentasi. Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Lokasi penelitian dilakukan di Pegadaian Syariah Unit Batusangkar

Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan syariah merupakan sesuatu yang sangat penting di tengah masyarakat. Dengan pemahaman yang baik masyarakat dapat mengelola keuangannya dengan baik dan mulai bertransaksi di lembaga keuangan syariah salah satunya Pegadaian Syariah. Strategi yang dilakukan oleh Pegadaian Syariah Unit Batusangkar dalam meningkatkan literasi keuangan syariah pada masyarakat dilakukan melalui beberapa program yaitu Pertama, melakukan sosialisasi dan edukasi kepada masyarakat yang dilakukan secara langsung dengan mendatangi nasabah atau calon nasabahnya, maupun nasabah langsung yang datang ke kantor Pegadaian Syariah, Kedua melakukan edukasi melalui media massa. Pegadaian Syariah Batusangkar melakukan program edukasi untuk meningkatkan literasi keuangan syariah di masyarakat berupa kegiatan seminar, mendatangi kelompok masyarakat, menjalankan promosi melalui media sosial (Facebook, Instagram, Zoom dan Youtube), membagikan brosur atau media cetak lainnya dan juga melalui website serta aplikasi digital pegadaian syariah.

Penelitian ini mempunyai persamaan dengan yang penulis kaji yaitu membahas tentang literasi lembaga keuangan syariah. Sedangkan perbedaannya adalah peneliti ini fokus terhadap strategi sosialisasi. Sedangkan kebaruan dalam penelitian ini adalah pola strategi sosialisasi

tentang literasi keuangan dengan metode yang baru dan tidak monoton sehingga masyarakat akan memahami tentang literasi keuangan syariah

3. Penelitian yang dilakukan oleh Nenden Kostini, Ratna Meisa Dai, dan Pratami Wulan Tresna, Jurnal dengan judul "*Sosialisasi Literasi Keuangan Pada Pelaku Usaha Kecil Komunitas Buys Unpad*".²³

Literasi keuangan masyarakat di Indonesia masih dikategorikan rendah. Rendahnya tingkat literasi keuangan tersebut dapat menjadi indikasi bahwa pengetahuan masyarakat khususnya yang berkaitan dengan pengelolaan keuangan, baik untuk personal maupun unit usaha masih kurang baik. Hal ini dapat berdampak pada kesalahan dalam pengambilan keputusan keuangan yang salah. Oleh karena itu, banyak pihak yang berusaha untuk dapat meningkatkan literasi keuangan masyarakat di Indonesia. Salah satu khalayak masyarakat yang menjadi sasaran kegiatan pengabdian pada masyarakat ini adalah pelaku usaha Komunitas Buys Unpad. Adapun yang menjadi pertimbangannya adalah masih ada pelaku usaha kecil yang belum memiliki wawasan pengetahuan keuangan yang baik. Kegiatan untuk meningkatkan literasi keuangan yang dipilih adalah dalam bentuk sosialisasi. Kegiatan sosialisasi literasi keuangan pada pelaku usaha Komunitas Buys Unpad dilakukan dalam bentuk *Zoom Conference* dengan menampilkan narasumber yang berkompeten dalam aspek keuangan. Kegiatan sosialisasi ini bertujuan agar agar para pelaku usaha kecil tersebut dapat meningkatkan dan memiliki pengetahuan mengenai keuangan,

²³ Nenden Kostini, Ratna Meisa Dai, dan Pratami Wulan Tresna, "*Sosialisasi Literasi Keuangan Pada Pelaku Usaha Kecil Komunitas Buys Unpad*" (Dharmakarya: Jurnal Aplikasi Ipteks untuk Masyarakat, Vol. 11, No. 3, September 2022 235-239)

khususnya pengelolaan keuangan untuk personal dan kegiatan usahanya. Berdasarkan hasil evaluasi kegiatan yang dikumpulkan dalam *Google Form* dapat diketahui bahwa kegiatan sosialisasi literasi keuangan para pelaku usaha mengalami peningkatan meskipun tidak secara signifikan

Penelitian ini mempunyai persamaan dengan yang penulis kaji yaitu membahas tentang literasi lembaga keuangan syariah. Sedangkan perbedaannya adalah peneliti ini fokus terhadap strategi sosialisasi. Sedangkan kebaharuan dalam penelitian ini adalah pola strategi sosialisasi tentang literasi keuangan dengan metode yang baru dan tidak monoton sehingga masyarakat akan memahami tentang literasi keuangan syariah.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Strategi Sosialisasi

1. Pengertian Strategi Sosialisasi

Istilah strategi berasal dari kata Yunani *strategeia stratus* = militer dan *aq*= memimpin, yang artinya seni atau ilmu untuk jenderal.¹ Konsep ini relevan dengan situasi zaman dahulu yang sering diwarnai perang, dimana jenderal dibutuhkan untuk memimpin suatu angkatan perang agar dapat selalu memenangkan perang. Konsep strategi militer seringkali diadaptasi dan diterapkan dalam dunia bisnis, strategi menggambarkan arah bisnis yang mengikuti lingkungan yang dipilih dan merupakan pedoman untuk mengalokasikan sumber daya dan usaha suatu organisasi.

Menurut Din Syamsudin mendefinisikan strategi mengandung arti lain, rencana dan cara seksama untuk mencapai tujuan, seni dalam mensiasati pelaksanaan rencana atau program untuk mencapai tujuan dan sebuah penyesuaian terhadap lingkungan untuk menampilkan fungsi dan peran penting dalam mencapai keberhasilan.²

Menurut Stephanie K. Marrus menyatakan bahwa strategi adalah proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi disertai penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat dicapai.

¹ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran* (Yogyakarta:CV. Andi Offset, 2008) h.3.

² Din Syamsudin, *Etika Agama Dalam Membangun Agama Masyarakat Madani*, (Jakarta: PT. Logo, 2014), h. 127

Strategi adalah langkah-langkah yang harus dijalankan oleh suatu perusahaan untuk mencapai tujuan. Kadang-kadang langkah harus dihadapi terjal dan liku-liku, namun ada pula langkah yang relatif mudah. Disamping itu banyak rintangan untuk mencapai tujuan oleh karena itu, setiap langkah harus dijalankan secara hati-hati dan terarah.³

Sosialisasi menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia berarti upaya memasarkan sesuatu sehingga menjadi dikenal, dipahami, dihayati oleh masyarakat atau permasyarakatan.⁴

Sosialisasi merupakan kegiatan marketing mix yang terakhir. Dalam kegiatan ini setiap bank berusaha mensosialisasikan seluruh produk dan jasa yang dimilikinya baik langsung maupun tidak langsung.⁵

Sosialisasi menurut Perbankan Syariah sangat penting untuk memberikan pengetahuan kepada masyarakat tentang kelebihan dan keunggulan suatu produk. Sosialisasi bisa dilakukan melalui pelatihan seminar ataupun sebagainya. Sosialisasi adalah satu konsep umum yang bisa dimaknakan sebagai sebuah proses dimana kita belajar melalui interaksi dengan orang lain, tentang cara berpikir, merasakan dan bertindak, dimana kesemuanya itu merupakan hal-hal yang sangat penting dalam menghasilkan partisipasi sosial yang efektif.⁶

Dapat diartikan bahwa strategi sosialisasi adalah serangkaian aktivitas yang ditunjukkan untuk memberitahukan atau mempengaruhi

³ Kasmir, *Kewirausahaan*, (Jakarta: Rajawali, cet 2013), h. 186.

⁴ "<https://kbbi.web.id/sosialisasi>, di unduh pada tanggal 6 Juni 2023 pukul 01.06"

⁵ Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta: Kencana, 2004), h. 176."

⁶ Joko Suyanto. *Gender dan Sosialisasi*. Jakarta: Nobel Edumedia, 2018, h.13.

masyarakat untuk tetap menggunakan produk dan jasa yang dihasilkan serta untuk selalu memanfaatkan jasa-jasa yang ditawarkan.

2. Langkah-langkah Strategi Sosialisasi

a. Memperkenalkan apa yang akan disampaikan

Strategi Sosialisasi diharapkan dapat menyampaikan pesan pada masyarakat yang dituju atau ditargetkan itu. Kemudian dengan demikian, perlu dipilih cara yang sesuai dengan masyarakat yang ditargetkan itu.

b. Untuk menarik perhatian

Aktivitas strategi sosialisasi harus dikemas dalam bentuk yang menarik perhatian agar masyarakat tertarik dan menyimpan pesan yang disampaikan dalam memori pikiran mereka. Kemudian, secara yang dilakukan pada umumnya memberikan sponsor pada suatu acara tertentu menggunakan tokoh masyarakat setempat menonjolkan dari program-program yang diperkenalkan.

c. Perubahan sikap

Setelah strategi sosialisasi dapat dipahami maka organisasi mengharapkan suatu tanggapan dari calon nasabah terhadap sosialisasi tersebut.

d. Tercapainya pemahaman

Strategi sosialisasi yang direncanakan dengan baik akan memudahkan masyarakat memahami pesan yang disampaikan.

Kemudian pesan yang jelas dan penggunaan media yang tepat serta mampu menyampaikan pesan kepada pengguna secara cepat dan tepat.

e. Tindakan

Tujuan akhir strategi sosialisasi adalah mempertahankan keberadaan organisasi melalui peningkatan hasil yang dicapai akibat meningkatkan pengguna yang memanfaatkan barang dan jasa yang ditawarkan. Secara garis besar tujuan akhir sosialisasi adalah menimbulkan tindakan calon pengguna yang dituju untuk memanfaatkan barang dan jasa yang di sosialisasikan.⁷

Menurut Peter L. Berger dan Lukman dalam buku Indriyo Gitosudarno terdapat dua jenis sosialisasi yaitu sebagai berikut:

a. Sosialisasi Primer

Sosialisasi primer adalah sosialisasi pertama yang dijalankan individu semasa kecil dan menjadi pintu bagi seseorang untuk memasuki keanggotaan dalam masyarakat. Tempat sosialisasi primer adalah keluarga karena manusia lahir dan hidup ditengah-tengah keluarga.

Sosialisasi primer akan mempengaruhi seorang anak untuk dapat membedakan dirinya dengan orang-orang yang ada sekitarnya seperti ayah, ibu, kakak, dan adik. Dalam tahap tersebut, peran orang-orang terdekat dengan anak menjadi sangat penting sebab seorang anak melakukan pola interaksi secara terbatas didalamnya. Sosialisasi

⁷ Abdul syani, *Sisiologi Skematika*, (Jakarta:PT Bumi Aksarah, 2015) h 26.

primer adalah tempat menanamkan nilai-nilai budaya yang dianut keluarga.

b. Sosialisasi Sekunder

Sosialisasi sekunder merupakan proses sosialisasi lanjutan yang memperkenalkan kepada individu tersebut sektor-sektor baru dunia objektif masyarakat. Sosialisasi sekunder mengajarkan nilai-nilai baru di luar lingkungan keluarga seperti lingkungan sekolah, lingkungan bermain dan lingkungan kerja.

Kedua proses tersebut berlangsung dalam institusi total yaitu tempat tinggal, sekolah, dan tempat kerja. Dalam institusi tersebut terdapat sejumlah individu dalam institusi yang sama, terpisah dari masyarakat luas dan jangka waktu tertentu bersama-sama menjalani proses kehidupan dan diatur secara formal.⁸

3. Indikator Strategi Sosialisasi

Dalam strategi sosialisasi literasi keuangan pada masyarakat terdapat empat indikator yaitu:

- a. Penemuan ide (Inovasi yang belum diketahui oleh masyarakat) Yaitu Inovasi adalah ide, praktis, produk serta sesuatu perkara yang baru artinya komunikasi difusi-inovasi baru dapat dikatakan berlangsung apabila ide, harapan atau produk yang menjadi pesan komunikasi tersebut adalah sesuatu yang belum dikenal oleh khalayak secara umum, maksudnya bahwa pesan yang disampaikan belum menjadi

⁸ Indriyo Gitosudarmo, *Manajemen Pemasaran*, (Yogyakarta:BPFE, 2018). H 165.

kebiasaaan yang merata dalam masyarakat Bersangkutan, bahkan pesan tersebut belum sama sekali dikenal oleh mereka.

- b. Saluran komunikasi Saluran komunikasi termasuk media komunikasi (media print, radio, televisi) dan komunikasi interpersonal melibatkan individu dan organisasi yang berpengaruh (pemerintah, pemimpin pendapat dan badan atau oleh institusional).
- c. Jangka waktu pelaksanaan sosialisasi Memiliki jangka waktu tertentu, waktu pelaksanaan komunikasi *difusi-inovasi*, bergantung pada tempo pelaksanaan program yang direncanakan dan penerimaan pesan atau inovasi yang disalurkan oleh sumber yang berkredibilitas yang mempengaruhi pemikiran dan tindakan masyarakat yang terlibat.
- d. Penerimaan inovasi oleh khalayak sasaran. Sistem sosial kelompok yang menerima inovasi dan diberi motivasi untuk melakukan perubahan sikap demi mencapai sasaran sumber untuk mengaplikasikan inovasi dalam kehidupan harian masyarakat tersebut.⁹

4. Syarat Terjadinya Strategi Sosialisasi

Sosialisasi merupakan sistem dalam kehidupan masyarakat yang sangat penting. Berdasarkan hal tersebut sosialisasi memberikan dua kontribusi fundamental bagi kehidupan masyarakat yaitu: pertama, memberikan dasar atau kondisi kepada individu bagi terciptanya partisipasi yang efektif dalam masyarakat. Kedua, memungkinkan

⁹ Rachman, dkk. *komunikasi inovasi* (UNRI Press, Pekanbaru, 2008). 12-13 }

lestarynya suatu masyarakat karena tanpa sosialisasi akan ada satu generasi saja sehingga kelestarian masyarakat akan sangat terjangkau.¹⁰

Selain hal tersebut dalam melakukan sosialisasi perusahaan haruslah memperhatikan hal-hal berikut:

- a. Diskripsi pekerjaan yang akan dilakukan
- b. Tingkat kinerja yang ingin dicapai
- c. Serta ukuran keberhasilan.¹¹

5. Materi Sosialisasi

Materi sosialisasi merupakan isi yang akan disampaikan kepada sasaran sosialisasi. Pada dasarnya, materi sosialisasi harus mengandung nilai-nilai dan norma-norma. Adapun pengertian dari nilai dan norma menurut Hasan Muta'fa, nilai adalah prinsip-prinsip etika yang dipegang dengan kuat oleh individu atau kelompok sehingga mengikatnya dan sangat berpengaruh pada perilaku yang harus dipatuhi oleh setiap anggota unit sosial sehingga ada sanksi negatif dan positif. Selain unsur tersebut, dalam materi sosialisasi harus mengandung peran. Peran adalah seperangkat harapan atau tuntutan kepada seseorang untuk menampilkan perilaku tertentu karena orang tersebut menduduki suatu status sosial tertentu, jadi peran materi sosialisasi harus mengandung peran yang berupa pengetahuan. Pengetahuan secara mendasar sifatnya adalah *faktual* (walapun tidak *esklusif*), pengetahuan dapat mendahului pembentukan nilai-

¹⁰ Joko Susanto, *Gender dan Sosialisasi*, (Jakarta: Nobel Edumedia, 2015), h. 21.

¹¹ LSPP-IBI, *Mengelola Bank Syariah*, (Jakarta: Gramdeia Pustaka Utama, 2018), h. 112.

nilai dan sikap-sikap begitupun sebaliknya. Pengetahuan dapat digunakan untuk mendukung suatu nilai khusus atau suatu sikap setelah nilai dan sikap terbentuk, selain itu pengetahuan dipengaruhi oleh nilai-nilai dan sikap-sikap.

Sikap-sikap berkaitan dengan nilai-nilai dalam makna kepercayaan individu dapat memainkan peran yang penting dalam penentuan terhadap rangsangan khusus dan terhadap pembentukan sikap-sikap ataupun pendapat-pendapat khusus, akan tetapi sikap-sikap dapat mendahului nilai-nilai khususnya yang berlangsung pada dasar sosialisasi.¹²

6. Subjek atau Sasaran Strategi Sosialisasi

Subjek atau sasaran sosialisasi adalah masyarakat agen sosialisasi mempunyai tujuan untuk menanamkan nilai-nilai dan norma-norma yang terdapat dalam materi sosialisasi kepada masyarakat. Agen sosialisasi akan memobilisasi masyarakat untuk mendukung program yang terdapat pada materi sosialisasi dengan tujuan untuk mewujudkan cita-cita bersama.¹³

7. Metode Strategi Sosialisasi

Proses strategi sosialisasi perlu dilanjutkan dengan promosi untuk meningkatkan layanan, karena produk yang kita kenalkan ke masyarakat belum menjamin keberhasilan pemasaran terhadap produk itu.

¹² “Nawoko dan Bangong, Sosialisasi, h.108.”

¹³ “Nawoko dan Bangong, Sosialisasi, h.115.”

Menurut Kotler terdapat alat-alat yang digunakan untuk melakukan strategi sosialisasi yang harus digunakan dalam meliterasi keuangan yaitu:¹⁴

a. *Advertensi*

Advertensi merupakan alat utama bagi pengusaha untuk mempengaruhi konsumen. *Advertensi* ini dapat dilakukan oleh pengusaha lewat surat kabar, radio, majalah, televisi maupun bentuk poster-poster yang dipasang dipinggir jalan atau tempat-tempat yang strategis. Dengan membaca atau melihat *advertensi* itu diharapkan para konsumen atau calon konsumen (nasabah) akan terpengaruh lalu tertarik untuk menggunakan produk atau jasa perbankan syariah. Oleh karena itu, *advertensi* haruslah dibuat semenarik mungkin sehingga dapat menarik atau minat para pembaca.¹⁵

Menurut William J. Shultz, periklanan adalah suatu cara promosi untuk meningkatkan perminatan suatu produk atau jasa melalui surat atau media sebagai perbandingan. Jenis promosi ini bersifat non personal karena menggunakan media, sehingga produsen tidak berinteraksi langsung dengan konsumen (nasabah), namun tetap bertujuan untuk meningkatkan daya tarik konsumen terhadap suatu produk. Agar iklan ini berjalan efektif dan efisien maka diperlukan program sosialisasi atau promosi yang tepat:

¹⁴ “Philip Kotler dan Armstrong, *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta. 2008, h.424-425.”

¹⁵ Indriyo Gitosdarmo, *Managemen Pemasaran (Yogyakarta: BPFE, 2014)*, h.285.

- 1) Identifikasi pasar sasaran dan motif pembelian.
- 2) Tentukan misi yang menyangkut sasaran penjualan dan tujuan periklanan.
- 3) Anggaran iklan yang ditetapkan
- 4) Merancang pesan yang disampaikan
- 5) Memilih media yang akan disampaikan
- 6) Mengukur dampak dari iklan.¹⁶

Adapun keunggulan promosi melalui media (iklan) antara lain sebagai berikut :

- 1) *Presentasi public*, artinya iklan menawarkan pesan yang sama kepada banyak orang.
- 2) *Prevasines*, yaitu berpeluang untuk mendramatisir produk melalui pemanfaatan suara, warna, ataupun bentuk produk atau jasa.
- 3) *Impresionalitiy*, maksudnya konsumen atau anggota tidak wajib untuk memperhatikan dan merespon iklan sekarang.

b. *Publisitas*

Cara yang biasa digunakan juga oleh pengusaha untuk membentuk pengaruh secara tidak langsung kepada konsumen agar mereka menjadi tahu dan menyenangi produk yang dipasarkan. Cara ini dilakukan dengan cara memuat berita tentang produk atau perusahaan yang menghasilkan produk tersebut di media, misalnya saja berita disurat kabar, koran, radio maupun televisi. Dengan memuat

¹⁶ Bashu Swastha DH, *Asas-asas Marketing*, (Yogyakarta: Liberty, 1999)h.245.

berita itu maka para pendengar dan pembaca secara tidak sadar telah terpengaruhi oleh berita tersebut. Berita macam ini akan lebih *efektif* karena bersifat bebas yang pada umumnya oleh konsumen dianggap lebih dapat dipercaya akan kebenarannya.¹⁷

Publisitas merupakan suatu alat promosi yang mampu membentuk opini masyarakat secara cepat, sehingga disebut sebagai suatu usaha untuk “mensosialisasikan” atau “memasyarakatkan” suatu produk atau jasa. *Publisitas* dapat menimbulkan kepercayaan yang tinggi, memberikan pesan yang lebih bersifat berita sehingga menciptakan hubungan yang menguntungkan antara perusahaan dengan masyarakat.

Publisitas adalah promosi yang bersifat non personal terhadap permintaan suatu produk atau jasa yang bersifat komersial di dalam media yang dipublikasikan melalui televisi atau radio, namun pembayaran berasal dari dana produsen bukan dari dana sponsor, maksudnya adalah promosi mengenai pelayanan, kepuasan konsumen dan informasi tentang suatu produk dalam sebuah liputan berita televisi atau radio, agar banyak yang mengetahuinya.¹⁸

c. *Personal Selling*

Personal selling merupakan kegiatan perusahaan untuk melakukan kontak langsung dengan para calon konsumen atau nasabah. Dengan kontak langsung ini diharapkan akan terjadi

¹⁷ Indriyo Gitosudarmo, *Managemen pemasaran*. Yogyakarta:BPFE.2014, h.292.

¹⁸ Philip Kotler, *Dasar-dasar Pemasaran*, (Jakarta: CV Intermedia, 1985)h.350.

hubungan atau interaksi yang positif antara pengusaha dengan calon konsumen. Berdasarkan kenyataan inilah maka diperlukan suatu sistem atau strategi sosialisasi (promosi) yang *efektif* dan *efisien* sehingga produk akan cepat dikenal dan disenangi oleh konsumen secara cepat.

Dengan demikian diungkapkan disini bahwa tujuan utama sosialisasi adalah:

- 1) Untuk memberikan informasi
- 2) Untuk mempengaruhi

Personal selling adalah salah satu bentuk sosialisasi secara personal atau bertatap muka, dan disampaikan dalam persentasi lisan kepada calon konsumen (nasabah) untuk mengenal dan mengajak secara *persuasif* agar mereka mau menggunakan produk atau jasa disaat yang bersamaan atau dikemudian hari.¹⁹ Dalam hal ini perusahaan atau penjual menjelaskan kelebihan produk atau jasa yang ditawarkan kemudian konsumen atau calon konsumen (nasabah) dapat bertanya dan mendapatkan jawabannya secara langsung, sehingga proses transaksi pembelian cepat terjadi. Untuk itulah maka seorang penjual yang melakukan *personal selling* harus mempunyai sifat sebagai berikut:

¹⁹ Philip Kotler dan Gary Amstrong, *Principle of marketing, (Global Edition, Pearson Education. 2012.h.204.*

d. *Personal (Persorangan)*

Personal merupakan alat sosialisasi yang terlibat langsung, menanggapi dan berinteraksi secara langsung, dengan pribadi atau beberapa pribadi yang dihadapi.

1) *Direct Respont (tanggapan langsung)*

Karena *personal selling* mampu memberikan tanggapan atau reaksi kepada konsumen (nasabah) secara langsung, sehingga dapat memberikan kesan baik perusahaan kepada konsumen (nasabah).

2) Mempererat hubungan perusahaan dan konsumen (nasabah)

Jika *personal selling* yang dilakukan perusahaan dapat berjalan secara efektif maka dapat mempererat hubungan perusahaan dan konsumen (nasabah).

e. Promosi Penjualan

Promosi penjualan merupakan kegiatan perusahaan untuk menajajakan produk yang dipasarkan sedemikian rupa sehingga konsumen (nasabah) akan mudah untuk melihatnya dan bahkan dengan cara penempatan dan penganturan tertentu maka produk tersebut akan menarik perhatian konsumen (nasabah).

Sosialisasi (promosi) merupakan kegiatan *marketing mix* yang terakhir. Dalam kegiatan ini setiap bank berusaha mensosialisasikan seluru produk dan jasa yang dimilikinya baik langsung maupun tidak langsung.²⁰

²⁰ Kasmir, *Pemasaran Bank (Jakarta:Kencana, 2004)*h.176.

Menurut Bashu Swastha Dhamesta, *marketing mix* adalah kombinasi strategi yang paling baik dari variabel periklanan. *Personal selling*, alat promosi yang lain yang semuanya direncanakan untuk mencapai tujuan program penjualan.²¹

8. Mekanisme Sosialisasi

Sebagai bagian dari proses sosialisasi dalam semua kultur, masyarakat memiliki norma yang disebut *norma of reciprocity*. Sejak masa kanak-kanak, kita belajar membalas bantuan yang kita terima dengan memberikan bantuan, mersepon kebaikan dengan kebaikan pula. Dengan mengetahui hal ini, komunikator pemasaran kadangkalah memberikan hadiah atas contoh produk dengan harapan bahwa pelanggan akan membalas (*reciprocate* dengan menggunakan produk atau jasa kita).²²

Sosialisasi merupakan bagian dari suatu pemasaran dalam setiap kegiatan, baik yang bersifat produksi barang maupun jasa sehingga sosialisasi ini merupakan titik awal untuk konsumen (nasabah) atau pemanfaat mengenai barang maupun jasa yang bersifat jasa. Kegiatan sosialisasi atau pemasaran yang dilakukan suatu perusahaan memiliki beberapa tujuan yang hendak dicapai, baik tujuan jangka panjang maupun tujuan jangka pendek. Tujuan jangka pendek misalnya untuk mempengaruhi konsumen (nasabah) terutama untuk produk yang baru

²¹ Bashu Swastha DH, *Asas-asas Marketing*, (Yogyakarta: Liberty, 1999)h.176.

²² Ridh Pahlawan, *Manajemen Sosialisasi Produk Asuransi Berbasis Syariah Pada Asuransi Bumi Putera Syariah*, (Banda Aceh: UIN Ar-Ranry Darussalam, 2015), h. 23.”

diluncurkan. Sedangkan yang dalam jangka panjang dilakukan untuk mempertahankan produk-produk yang sudah ada agar tetap eksis.

Perusahaan dan para agen lembaga keuangan sangat berperan penting dalam meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya menggunakan produk dan jasa perbankan syariah. Untuk itu perusahaan perlu mengoptimalkan sosialisasi terhadap produk dan jasa perbankan syariah. Adapun cara yang dilakukan, yaitu:

a. Melakukan kegiatan promosi di media masa dan ruang terbuka

Pemasangan iklan cetak dan elektronik secara berkala. Penggunaan media lokal diperlukan mengingat target pasar perbankan syariah mencakup wilayah yang sangat luas dengan karakteristik masyarakat yang berbeda-beda.

b. Kegiatan kampanye kepada target masyarakat tertentu

Seminar *release* di media masa, penyelenggaraan bakti sosial dan berpartisipasi dalam even-even nasional yaitu menjadi sponsor seminar-seminar perbankan yang berbasis syariah dengan tujuan dapat memperkenalkan produk dan jasa, serta manfaat bank syariah kepada masyarakat.

c. Media online

Perusahaan juga menggunakan media online mengingat internet saat ini telah mencapai keseluruhan pelosok daerah dan dapat diakses dengan cepat sehingga informasi dapat tersalurkan dengan mudah kepada masyarakat.

d. Kerjasama

Perusahaan juga melakukan kerjasama dengan instansi-instansi pemerintah maupun perguruan tinggi untuk melakukan sosialisasi produk dan jasa bank syariah.²³

Untuk mengoptimalkan kinerja dalam mensosialisasikan produk dan jasa bank syariah perusahaan juga meningkatkan sumber daya manusia pada bidang pemasaran, yaitu agen. Agen merupakan seseorang yang diberi pekerjaan untuk memasarkan produk dan jasa bank syariah, yaitu penghubung antara nasabah dengan perusahaan. Mengingat agen adalah orang terdekat dengan masyarakat, maka peran agen dalam memasarkan produk dan jasa, sekaligus sebagai orang yang dapat menyampaikan atau mensosialisasikan secara langsung kepada masyarakat tentang bagaimana produk dan jasa bank syariah. Untuk dapat mensosialisasikan produk bank syariah kepada nasabah, yang dilakukan agen adalah:

- a. Melakukan pendekatan terhadap calon nasabah, dimulai dari keluarga terdekat, karena keluarga adalah orang yang paling mudah untuk dapat dijelaskan mengenai bank syariah, produk dan jasa serta manfaatnya. Selanjutnya kerabat hingga orang-orang di sekitar.
- b. Melakukan kunjungan langsung kepada calon nasabah untuk dapat diberikan penjelasan langsung kepada nasabah tentang bank syariah.

²³ Ridha Pahlawan, Mekanisme..., h. 24.”

9. Kendala dalam Sosialisasi

a. Keterbatasan Fasilitas

Fasilitas merupakan segala sesuatu yang dapat memudahkan dan melancarkan pelaksanaan sesuatu usaha. Fasilitas dapat pula berupa segala sesuatu yang memudahkan konsumen (nasabah) dalam memperoleh kepuasan. Karena suatu bentuk jasa tidak bisa dilihat, tidak bisa dicium dan tidak bisa diraba maka aspek wujud fisik menjadi penting sebagai ukuran dari pelayanan. Pelanggan akan menggunakan indera penglihatan untuk menilai suatu yang diberikan oleh bank dalam hal fasilitas, sarana dan perasaranan serta kelengkapan lainnya.²⁴

b. Keterbatasan Dana

Setiap perusahaan akan selalu dihadapi kepada berbagai macam jenis dan kondisi seputar keterbatasan. Kondisi seperti inilah yang sering kali memaksa perusahaan agar mampu dalam menyusun perencanaan yang lebih tepat agar sumber daya yang masih serba terbatas seperti ini dapat dimanfaatkan sedemikian rupa dalam memberikan manfaat secara lebih optimal dalam pencapaian tujuan perusahaan.

Dana operasional merupakan elemen terpenting dari sebuah perusahaan. Oleh karena itu, dana operasional terlebih dahulu harus direncanakan agar bisa sesuai dengan anggaran sebaik-baiknya.

²⁴ Mohammad Ali dan Mohammad Asori, *Psikologi Remaja: Perkembangan-perkembangan Peserta Didik*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2012), h. 95.

B. Literasi Keuangan Syariah

1. Pengertian Literasi Keuangan Syariah

Literasi secara umum diartikan sebagai pemahaman atau kemampuan seseorang untuk membaca dan menulis. Kemampuan ini tidak bisa langsung didapatkan oleh seorang tanpa adanya proses pembelajaran yang dilaluinya. *Financial literacy* menurut Irman, lebih dikenal dengan pengetahuan dalam mengatur keuangannya dan hal tersebut merupakan salah satu perilaku ekonomi yang berkembang di masyarakat dengan sadar maupun tidak sadar telah dijalani bertahun-tahun.

Literasi keuangan menurut Otoritas Jasa Keuangan merupakan tingkat pengetahuan, keterampilan, keyakinan masyarakat terkait lembaga keuangan serta produk dan jasanya yang dituangkan dalam parameter ukuran indeks.²⁵ Menurut Widayanti mengatakan bahwa memiliki pengetahuan mengenai keuangan atau *financial literacy* yang baik merupakan kebutuhan dasar yang harus dimiliki oleh setiap individu, dengan literasi keuangan yang baik maka individu tersebut terhindar dari masalah keuangan.

Adapun hal tersebut sesuai dengan Al-Qur'an surat Al-Isra' yang membahas tentang literasi keuangan syariah yaitu Mengelola uang: Jangan Pelit tapi Tidak Boleh Terlalu Royal (al-isra' [17]: 29-30)²⁶

²⁵ Otoritas Jasa Keuangan, t.t.

²⁶ Departemen RI, *Al-Qur'an dan Terjemhannya*, Al-Isra (17):29-30."

وَلَا تَجْعَلْ يَدَكَ مَغْلُولَةً إِلَىٰ عُنُقِكَ وَلَا تَبْسُطْهَا كُلَّ الْبَسْطِ
 فَتَقْعُدَ مَلُومًا مَّحْسُورًا ۗ إِنَّ رَبَّكَ يَبْسُطُ الرِّزْقَ لِمَن يَشَاءُ وَيَقْدِرُ
 إِنَّهُ كَانَ بِعِبَادِهِ خَبِيرًا بَصِيرًا

Artinya : “Dan janganlah engkau jadikan tanganmu terbelenggu pada lehermu dan jangan (pula) engkau terlalu mengulurkannya (sangat pemurah) nanti kamu menjadi tercela dan menyesal. Sungguh, Tuhanmu melapangkan rezeki bagi siapa yang Dia kehendaki dan membatasi (bagi siapa yang Dia kehendaki); sungguh, Dia Maha Mengetahui, Maha Melihat hamba-hambanya”. (Q.S. Al-Isra’ : 29-30).

Ayat diatas dapat diketahui bahwa di Al-Qur’an menyindir dalam bentuk majas orang pelit dan orang terlalu royal sekaligus. Pertama, digambarkan orang yang tanganya terikat di leher sehingga tidak pernah mengulurkan bantuan, dan Kedua, digambarkan terlalu banyak membuang-buang harta.

Al-Qur’an selanjutnya, hanya menyatakan banyak sedikitnya rezeki (diantara sebagian kecilnya adalah harta) manusia sudah ditakar. Maka, Allah pada intinya Maha Mengetahui apa intensi manusia. Sehingga kita dianjurkan untuk tetap menengah dalam berperilaku, termasuk dalam persolan mengelola rezeki.

Berbeda dengan literasi keuangan konvensional, literasi keuangan syariah adalah pemahaman seseorang mengenai keuangan secara syariah. Pemahaman ini termasuk prinsip dasar, akad, transaksi, lembaga dan juga produk keuangan. Sistem ekonomi Islam juga sudah semestinya

diterapkan secara keseluruhan dalam kehidupan sehari-hari. Hal tersebut sesuai dengan Al-Qur'an surat Al-Baqarah ayat 208 yang berbunyi:²⁷

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا ادْخُلُوا فِي السِّلْمِ كَآفَّةً وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ

Artinya : “Wahai orang-orang yang beriman! Masuklah ke dalam Islam secara keseluruhan, dan janganlah kamu ikuti langkah-langkah setan. Sungguh, ia musuh yang nyata bagimu”. (Q.S. Al-Baqarah : 208).

Menurut tafsir Ibnu Katsir, ayat di atas dapat diketahui bersama bahwa sebagai seorang muslim dianjurkan untuk menerapkan Islam secara keseluruhan, kaitnya dengan hal ini adalah dalam permasalahan ataupun kegiatan ekonomi yang kita lakukan sehari-hari. Dengan menerapkan sistem ekonomi syariah tentunya seseorang akan memiliki landasan yang kokoh sekaligus untuk menghindari hal-hal yang bertentangan dengan sistem Islam seperti pelarangan *riba*, *maysir*, *tadlis* dan *gharar*.²⁸

Dari pengertian-pengertian di atas dapat diartikan bahwa literasi keuangan syariah merupakan pengetahuan dan kemampuan individu dalam mengelola keuangan untuk mengambil keputusan yang sesuai dengan hukum dan prinsip dasar syariah yang kemudian akan bermanfaat bagi keuangannya dimana yang akan datang.

Terdapat tingkat literasi keuangan Indonesia menurut Otoritas Jasa Keuangan (2013) dibagi menjadi empat bagian yaitu sebagai berikut:²⁹

²⁷ Departemen RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, AL-Baqarah:208.”

²⁸ Juliana, 2018.”

²⁹ Otoritas Jasa Keuangan, *Literasi Keuangan*. 2023. <http://www.ojk.go.id/id/kanal/edukasi-dan-konsumen/Pages/Literasi-Kuangan.aspx>.

- a. *Well literate*, yaitu seseorang yang memiliki pengetahuan dan keyakinan tentang lembaga jasa keuangan dan juga produk atau jasa keuangan, termasuk fitur, manfaat dan resiko, hak dan kewajiban terkait produk dan jasa keuangan serta memiliki keterampilan dalam menggunakan produk dan jasa keuangan tersebut.
- b. *Sufficient literate*, seseorang yang memiliki pengetahuan dan keyakinan tentang lembaga jasa keuangan dan produk atau jasa keuangan, termasuk fitur, manfaat dan resiko, hak dan kewajiban terkait produk dan jasa keuangan namun tidak memiliki keterampilan dalam menggunakan produk dan jasa keuangan tersebut.
- c. *Less literate*, yaitu seseorang yang hanya memiliki pengetahuan tentang lembaga jasa keuangan, produk dan jasa keuangan.
- d. *Not literate*, yaitu seseorang yang tidak memiliki pengetahuan dan keyakinan terhadap lembaga jasa keuangan, produk dan jasa keuangan serta tidak memiliki keterampilan dalam menggunakan produk dan jasa keuangan.

2. Manfaat Literasi Keuangan

Adapun menurut Shobah literasi keuangan memiliki manfaat yang besar yaitu:

- a. Masyarakat dapat memilih dan memanfaatkan produk dan jasa keuangan syariah sesuai dengan kebutuhan mereka.
- b. Masyarakat mampu melakukan perencanaan keuangan (*financial literate*) secara syariah dengan lebih baik.

- c. Masyarakat terhindar dari aktivitas pada instrumen keuangan yang tidak jelas seperti investasi bodong.
- d. Masyarakat mendapat pemahaman mengenai manfaat dan resiko produk dan jasa keuangan syariah.

3. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Literasi Keuangan

Setiap orang memiliki literasi yang berbeda-beda, Monticone yang dikutip oleh Nadya, dkk menjelaskan bahwa tingkat literasi keuangan seseorang dipengaruhi oleh beberapa faktor sebagai berikut:

a. Karakteristik Demografi

Etnis minoritas dan perempuan memiliki pengetahuan yang rendah, sementara individu yang berpendidikan memiliki pengetahuan finansial/melek keuangan yang besar. Pengetahuan tentang keuangan berkorelasi positif dengan kekayaan atau penghasilan. Laki-laki memiliki pengetahuan keuangan dan ekonomi makro yang lebih baik.

b. Latar Belakang Keluarga

Selain faktor *sosio-demografis*, pengetahuan tentang keuangan dipengaruhi oleh latar belakang keluarga, terutama pendidikan orang tua. Bahwasannya pendidikan orang tua mempengaruhi pengetahuan seseorang tentang keuangan.

c. Kekayaan

Individu yang kaya akan memiliki insentif yang lebih besar untuk memiliki pengetahuan finansial.

d. Preferensi Waktu

Saat preferensi waktu individu dapat menjelaskan siapa yang diakui dan siapa yang tidak akan memiliki untuk finansial.

Menurut Salleh, yang dikutip Nadya,dkk menyebutkan beberapa faktor yang mempengaruhi literasi keuangan yaitu Peran Tingkat Pendidikan, Peran Pendapatan dan Kekayaan, Peran Usia dan Peran Kelamin.

Berdasarkan uraian diatas dapat dipahami bahwa terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi literasi keuangan seseorang antara lain karakteristik demografi, latar belakang keluarga, kekayaan, dan preferensi waktu.

4. Indikator Literasi Keuangan Syariah

Literasi keuangan syariah merupakan sebuah kesabaran masyarakat dalam mengelola dana yang dimiliki berdasarkan pengetahuan yang didapatkan sesuai dengan prinsip syariah. Sehingga dapat mengubah sikap dan tingkat laku masyarakat serta dapat mensejahterakan hidupnya.

Menurut Muna Dahlia terdapat indikator literasi keuangan syariah sebagai berikut:³⁰

- a. Pengetahuan, adalah satu aspek yang harus dimiliki seseorang dalam konsep literasi keuangan agar dapat mengelola keuangan dengan baik.

Hal ini diharapkan agar dapat meningkatkan kesejahteraan.

³⁰ Muna Dahlia. *Pengaruh Tingkat Literasi Keuangan Syariah Terhadap Keputusan Menggunakan Lembaga Keuangan Syariah (Studi Pada Dosen Universitas Islam Negeri Ar-Raniry)*. 2020.47-48.”

Pengetahuan terkait keuangan meliputi pengetahuan pribadi yaitu bagaimana cara mengelola pengeluaran serta pemasukan, dan paham terkait konsep dasar keuangan. Maka, selanjutnya pengetahuan itu wajib diolah sehingga akan menghasilkan sebuah kemampuan pengelolaan terhadap uang.

- b. Kemampuan, dapat didefinisikan apabila seseorang memiliki tingkat literasi yang tinggi maka ia mampu menciptakan keputusan keuangan yang baik. Pengambilan keputusan menjadi salah satu hal yang paling penting dalam konteks literasi keuangan.

Kemampuan menghitung mampu menguatkan seseorang dalam mengambil sebuah keputusan dalam mengelola uang dan darimana asalnya secara baik. Pengambilan keputusan menjadi salah satu aspek yang penting dalam konteks literasi keuangan.³¹

- c. Sikap, dalam manajemen keuangan pribadi sikap artinya kemampuan dalam mengetahui sumber uang tunai, membayar kewajiban, pengetahuan tentang pembukaan rekening pada lembaga keuangan syariah, mengajukan pembiayaan serta melakukan rencana keuangan pribadi dimasa yang akan datang.

Seseorang yang mampu untuk mengetahui sumber uang dan membayar kewajiban pribadi, pengetahuan dan membuka rekening dibank, mengajukan pinjaman, dan merencanakan keuangan pribadi

³¹ Yuda Pratama. *Analisis Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Perbankan Syariah (Skripsi, Universitas Islam Negeri (UIN) Raden Intan Lampung.2021)* 41.”

dimasa depan itu berarti seseorang tersebut sudah mempunyai sikap dalam manajemen keuangan pribadi.

- d. Kepercayaan, tidak semua orang mampu meningkatkan kepercayaan diri pada saat merencanakan kebutuhan jangka panjang.

Masyarakat diharapkan dapat memiliki kepercayaan dalam aktivitas keuangan serta kepercayaan terhadap lembaga jasa keuangan serta produk dan layanannya setelah memiliki pengetahuan dan keterampilan yang memadai. Karena kepercayaan tersebut akan mempengaruhi sikap masyarakat dalam pengambilan keputusan terhadap pemilihan lembaga jasa keuangan yang akan dipilih.³²

³² Otoritas Jasa Keuangan (OJK). *Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia*. Jakarta: OJK, 2022). 22.”

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Sifat Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*) merupakan metode untuk menemukan secara spesifik dan realistis tentang apa yang terjadi dilapangan.¹ Penelitian lapangan dikerjakan dengan menggali data yang bersumber dari lokasi atau lapangan penelitian yang terkait dengan Strategi Sosialisasi BPRS Way Kanan Cab.Natar Dalam Meningkatkan Literasi Keuangan di Masyarakat Natar Kab.Lampung Selatan. Oleh karena itu, penelitian ini peneliti akan terjun langsung ke lapangan untuk memperoleh data di lokasi penelitian.

2. Sifat Penelitian

Sifat penelitian ini adalah *deskriptif* yaitu menganalisis dan menyajikan fakta secara sistematis sehingga dapat lebih mudah untuk dipahami serta disimpulkan. Sedangkan *kualitatif* yaitu penelitian yang bersifat *deskriptif* dan cenderung menggunakan analisis landasan teori dimanfaatkan sebagai pemandu agar fokus penelitian sesuai dengan fakta di lapangan.²

Penulisan *deskriptif kualitatif* yaitu memberikan gambaran dan keterangan-keterangan mengenai Strategi Sosialisasi BPRS Way Kanan

¹ Suwendra, I. W. *Metodologi Penelitian Kualitatif dalam Ilmu Sosial, Pendidikan, Kebudayaan, Keagamaan*. Nilacakra. 2018.

² Saifudin Azwar, *Metode Penelitian* (Yogyakarta:Pustaka Pelajar, 2017), h. 1

Cab. Natar Dalam Meningkatkan Literasi Keuangan Di Masyarakat Natar
Kab.Lampung Selatan.

B. Sumber Data

1. Sumber Data Primer

Sumber data primer atau tangan pertama adalah data yang diperoleh langsung dari subjek penelitian dengan menegenalakan alat pengukuran atau alat pengambilan data langsung pada subjek sebagai sumber informasi yang dicari.

Sumber data primer ini diperoleh dari sumber utama dimana sumber data primer dalam penelitian ini diperoleh secara langsung dari wawancara kepada pihak BPRS Way Kanan dan Masyarakat Natar.

Masyarakat sebagai sumber data primer pada penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu.³

Pada penelitian ini, masyarakat sebagai sumber data primer ditentukan secara *purposive* (berdasarkan kriteria tertentu) sesuai dengan kebutuhan penelitian. Kriteria-kriteria masyarakat tersebut antara lain sebagai berikut:

- a. Subyek memiliki pengetahuan literasi keuangan.
- b. Bersedia menjadi subyek penelitian.

³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2016).
h. 85.

2. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder yaitu sumber data yang telah tersusun dalam bentuk dokumen-dokumen. Sumber data sekunder diharapkan dapat menunjang peneliti dalam mengungkap data yang dibutuhkan dalam penelitian ini sehingga, sumber data primer menjadi lengkap.

Adapun yang menjadi acuan sumber data sekunder dalam penelitian ini adalah masyarakat natar, buku, jurnal dan penelitian terdahulu atau data yang berkaitan dengan dokumentasi BPRS way kanan cabang natar.

Penelitian ini mengacu pada sumber referensi dari masyarakat natar, buku-buku, jurnal dan penelitian terdahulu yang menerangkan tentang strategi sosialisasi dalam meningkatkan literasi keuangan seperti buku *Bank Syariah Dari Teori ke Pratek* (Muhammad Syafi'i Antonio), *Sosialisasi Literasi Keuangan Pada Pelaku Usaha Kecil Komunitas BUYS UNPAD* (Universitas Padjadjaran 2022), *Pengaruh Tingkat Literasi Leuangan Syraiah Terhadap Keputusan Menggunakan Lembaga Keuangan Syariah* (Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh 2020). Dan beberapa referensi yang peneliti tidak jelaskan.

C. Teknik Pengumpulan Data

1. Wawancara/*Interview*

Wawancara adalah bentuk komunikasi langsung dengan peneliti dan responden. Komunikasi langsung dalam bentuk tanya jawab dalam

hubungan tatap muka sehingga gerak dan mimik responden merupakan pola media yang melengkapi kata-kata secara verbal.⁴

Wawancara terbagi menjadi tiga jenis yaitu wawancara terstruktur, wawancara tidak terstruktur dan wawancara semi terstruktur. Wawancara terstruktur adalah peneliti sudah menyiapkan pertanyaan-pertanyaan tertulis yang sekaligus alternatif jawaban yang telah disediakan. Sedangkan wawancara tidak terstruktur artinya peneliti bebas untuk menanyakan apa saja kepada responden peneliti, dalam hal ini responden berhak menjawab sesuai dengan pikiran dan pendapatnya. Wawancara semi terstruktur ialah kombinasi antara wawancara terstruktur dengan wawancara dengan wawancara tidak terstruktur.⁵

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode wawancara semi terstruktur yang artinya peneliti menggunakan panduan wawancara yang *fleksibel* agar mendapatkan data yang akurat. Pedoman wawancara yang digunakan hanya berupa garis-garis besar permasalahan yang ditanyakan. Untuk mendapatkan gambaran permasalahan yang lebih lengkap, maka peneliti perlu melakukan wawancara kepada pihak-pihak yang mewakili berbagai tingkatan yang ada dalam obyek, terdapat 7 narasumber yang peneliti lakukan sesuai dengan kriteria yaitu kepada Bapak Mifta Kholil, S.H.I selaku Kepala Cabang, dan Masyarakat Natar yaitu Ibu Eviyanti selaku masyarakat, Ibu Eka selaku masyarakat, Ibu Nurlela

⁴ W Gulo, *Metode Penelitian*, (Jakarta: PT Grafindo, 2002), h. 1.

⁵ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian, Suatu Pendekatan Praktik*, (Yogyakarta: Rineka Cipta, 2010), h. 198.

selaku masyarakat, Bapak Roni selaku masyarakat dan Bapak Ahmad selaku masyarakat.

2. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan catatan tertulis tentang berbagai kegiatan atau peristiwa pada waktu yang lalu.⁶ Dalam penelitian ini teknik dokumentasi bertujuan untuk mencari, mengumpulkan, dan melengkapi data serta informasi yang berhubungan dengan masalah penelitian. Hasil dokumentasi berupa foto. Data yang didapatkan tersebut untuk memperkuat apa yang di dapat dilapangan pada saat wawancara.

D. Teknik Keabsahan Data

Penelitian ini menggunakan teknik keabsahan data triangulasi. Triangulasi dapat diartikan sebagai teknik pengumpulan data yang bersifat menggabungkan dari berbagai teknik pengumpulan data dan sumber data yang telah ada. Dalam penelitian ini, peneliti membandingkan informasi yang diperoleh dari hasil wawancara dan dokumentasi tersebut.

Dalam penelitian pengecekan dan pemeriksaan pada keabsahan menggunakan triangulasi teknik. Triangulasi teknik adalah teknik untuk menguji *kredibilitas data* yang dilakukan dengan cara mengecek pada sumber yang sama tetapi dengan teknik yang berbeda.⁷ Peneliti menggunakan wawancara dan dokumentasi.

⁶ W Gulo, *Metode Penelitian*, h. 91.

⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*, (Bandung: Alfabeta, 2017), h. 274.

E. Teknik Analisa Data

Analisis data menurut Patton adalah proses mengatur urutan data, mengorganisasikannya kedalam suatu pola, kategori, dan satuan uraian dasar.⁸ Data yang diperoleh dari wawancara dan dokumentasi dari BPRS Way Kanan Cab.Natar akan diolah dengan menggunakan *teknik deskriptif kualitatif*.

Metode kualitatif maksudnya adalah data yang diperoleh diuraikan sedemikian rupa dan disertai pembahasan dan kemudian hasil analisa tersebut dilaporkan dalam bentuk laporan. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif karena penelitian ini bertujuan untuk menjabarkan keterangan dengan mengacu pada berbagai teori dengan pokok masalah.

Sedangkan data hasil dokumentasi digunakan untuk menunjang hasil wawancara. Untuk menganalisis data, peneliti menggunakan cara berfikir induktif. Nana Sudjana mengemukakan bahwa "*berfikir induktif* berangkat dari data-data khusus dan fakta empiris dilapangan disusun, diolah, dikaji kemudian ditarik maknanya dalam bentuk pernyataan atau kesimpulan yang bersifat umum".⁹

Pada penelitian ini peneliti akan mencari apakah strategi sosialisasi perbankan syariah dalam meningkatkan literasi keuangan syariah di BPRS Way Kanan Cab.Natar sudah berperan dengan baik atau belum.

⁸ Lexy j.Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*,(Bandung:Remaja Rosdakarya Offset, 1998), h103.

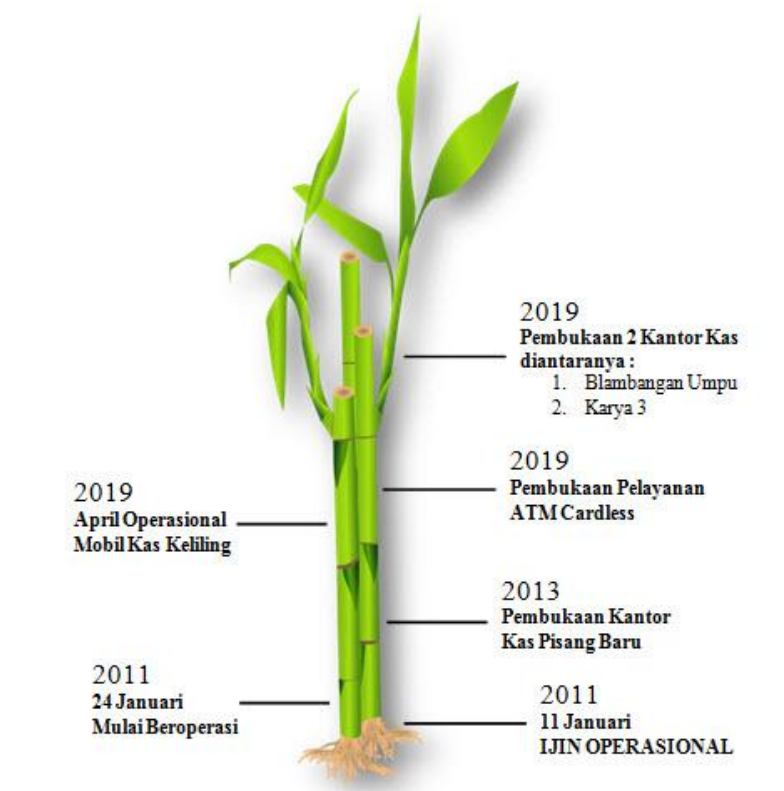
⁹ Nana Sudjana, *Tuntunan Penyusunan Karya Ilmiah*, (Bandung: Sinar Baru Algensindo, 2011), h. 7.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum BPRS Way Kanan

1. Profil Bank Syariah Way Kanan



Gambar 4.1
Profil Bank Syariah Way Kanan

PT. BPR Syariah Way Kanan berdiri berdasarkan Peraturan Daerah Kabupaten Way Kanan No. 2 Tahun 2009 dengan Keputusan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia Nomor : AHU-50532.A.H.01.01. tanggal 27 Oktober 2010. Ijin Operasional PT. BPR Syariah Way Kanan berdasarkan SK Gubernur Bank Indonesia No.

13/1/KEP.GBI/DpG/2011 tanggal 11 Januari 2011. PT. BPR Syariah Way Kanan mulai beroperasi terhitung tanggal 24 Januari 2011.

Hingga saat ini, PT. BPR Syariah Way Kanan telah menyumbangkan pendapatan asli daerah (PAD) sejak tahun kedua berdiri dan terus meningkatkan sumbangan bagi Pendapatan Asli Daerah (PAD) hingga tahun 2013. Legalitas PT. BPR Syariah Way Kanan adalah Keputusan Gubernur Bank Indonesia No. 13/1/KEP.GBI/DpG/2011 tanggal 11 Januari 2011 Tentang Pemberian Izin Usaha PT Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Way Kanan. Legalitas lainnya adalah Surat Direktur Perbankan Syariah Bank Indonesia No : 12/1285/DPbS tanggal 23 Juli 2010 Tentang Persetujuan Prinsip Pendirian PT. BPRS Way Kanan.¹

Kemudian Akte perubahan pengurus dan modal berdasarkan RUPS yang dinotariskan No. 51 tanggal 14 Agustus 2012 dengan Keputusan Menkum dan HAM Republik Indonesia No : AHU-AH.01.10.33639 dan AHU-AH.01.10-33640 tanggal 14 september 2012. Selain itu, akte perubahan modal berdasarkan RUPS yang dinotariskan No. 12, tanggal 5 maret 2013 dengan Keputusan Menkum dan HAM RI No : AHU-AH.01.10.18390 tanggal 14 Mei 2013. Legalitas PT. BPRS Way Kanan terbaru adalah Akte Perubahan Modal Berdasarkan RUPS yang dinotariskan No. 1 tanggal 3 Februari 2014 dengan Keputusan Menkum dan HAM RI No : AHU-AH.01.10.19080 tanggal 9 juli 2014, kemudian

¹ Dokumentasi PT BPR Syariah Way Kanan Pada tanggal 5 Desember 2023.

akte perubahan Berdasarkan RUPS yang dinotariskan No. 36 tanggal 11 Desember 2014 dengan Keputusan Menkum dan HAM RI N'o : AHU-09682.40.21.2014 tanggal 15 Desember 2014 dan terbaru adalah Akte Perubahan berdasarkan RUPS yang dinotariskan No. 46 tanggal 14 Agustus 2015 dengan Keputusan Menkum dan HAM RI No : AHU-AH.01.03-0957053 tanggal 14 Agustus 2015.

Dengan komposisi pemegang saham PT. BPRS Way Kanan terdiri atas:

- a. Pemda Way Kanan sebesar Rp. 6.200.000.000,- atau 99,36 %
- b. Hj. Maria Merry sebesar Rp. 40.000.000,- atau 0,64 %

Dengan total modal sebesar Rp. 6.240.000.000,-.

2. Visi, dan Misi Bank Syariah Way Kanan

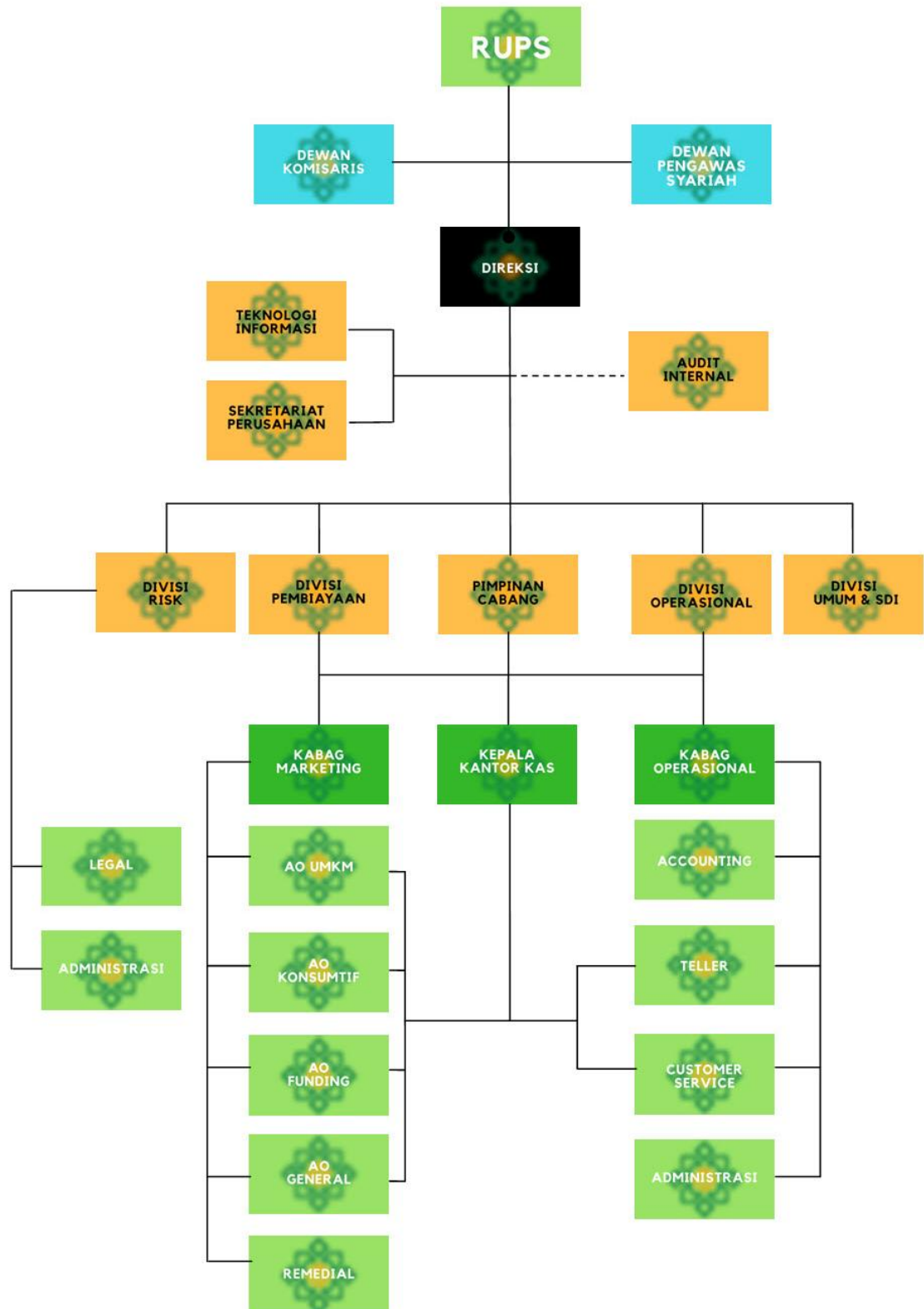
a. Visi

Menjadi BPRS yang sehat, menguntungkan dan besar dalam rangka meningkatkan kesejahteraan rakyat dan kemaslahatan umat.

b. Misi

- 1) Menjadi motor penggerak pemberdayaan ekonomi rakyat.
- 2) Meningkatkan taraf hidup dan kesejahteraan rakyat.
- 3) Mengembangkan ekonomi rakyat sesuai syariah.

3. Struktur Organisasi Bank Syariah Way Kanan



Gambar 4.2
Struktur Organisasi Bank Syariah Way Kanan

4. Produk-Produk Bank Syariah Way Kanan

a. Produk Tabungan

- 1) Tabungan Wadiah Ummat
- 2) Tabungan Simpel
- 3) Tabungan Haji
- 4) Tabungan Hari Tua
- 5) Tabungan Tabarru
- 6) Tabungan Deposito
- 7) Tabungan Hari Raya
- 8) Tabungan Qurban
- 9) Tabungan Walimah

b. Produk Pembiayaan

- 1) Pembiayaan Sertifikat Guru
- 2) Pembiayaan Full Gaji dan Sisa Gaji
- 3) Pembiayaan Asyik/UMKM
- 4) Pembiayaan Talangan Umrah
- 5) Pembiayaan Talangan Haji
- 6) Pembiayaan Kepemilikan Emas
- 7) Pembiayaan Kepemilikan Rumah

B. Strategi Sosialisasi BPRS Way Kanan Cabang Natar Dalam Meningkatkan Literasi Keuangan Di Masyarakat Natar Kabupaten Lampung Selatan

Berdasarkan penelitian yang peneliti lakukan di BPRS Way Kanan Cab.Natar, maka peneliti memaparkan dibawah ini Strategi Sosialisasi yang dilakukan oleh BPRS Way Kanan Cab.Natar dalam meningkatkan literasi keuangan.

Program sosialisasi literasi keuangan yang dilakukan BPRS Way Kanan Cab.Natar merupakan program yang bertujuan untuk meningkatkan literasi keuangan syariah pada masyarakat. Berikut adalah hasil wawancara Bapak Mifta Kholil selaku Kepala Cabang:

“Literasi keuangan adalah pengetahuan masyarakat tentang lembaga keuangan syariah mulai dari produk dan sikap masyarakat dalam mengelola keuangan.² Untuk literasi keuangan di BPRS Way Kanan pada Masyarakat masih rendah dengan persentase 30% dikarenakan BPRS kita masih baru di Natar serta kalah dengan bank syariah dan bank konvensional yang sudah di Natar lebih dahulu.”

Berdasarkan wawancara dengan Bapak Mifta Kholil bahwa saat melakukan strategi sosialisasi literasi keuangan dimasyarakat kami melakukan presentasi terlebih dahulu dan menjelaskan juga produk dan jasa yang ada di BPRS Way Kanan. Ia mengatakan juga bahwa di BPRS Way Kanan melakukan sosialisasi tersebut tidak setiap hari tetapi seminggu hanya tiga kali.³

Sebagaimana wawancara dengan Mifta Kholil selaku kepala cabang di BPRS Way Kanan Cabang Natar menggunakan beberapa strategi sosialisasi

² Wawancara dengan Kepala Cabang BPRS Way Kanan Bapak Mifta Kholil (pada tanggal 5 Desember 2023).

³ Wawancara dengan Kepala Cabang BPRS Way Kanan Bapak Mifta Kholil (pada tanggal 5 Desember 2023).

yaitu Media massa, Media sosial, dan Sosialisasi secara langsung serta di pertegas dengan hasil wawancara dengan informan.⁴

a. Media Massa

Sebagaimana yang dipertegas oleh Mifta Kholil sebagai Kepala Cabang mengatakan:

“Media Massa dengan berbagai cara yang bisa kita lakukan seperti membagi brosur dengan masyarakat supaya masyarakat dapat memahami tentang BPRS Way Kanan. Tv dan radio dapat dimanfaatkan melalui kerja sama yang bisa mempromosikan tentang Bank Syariah baik kelebihan dan keunggulan Bank tersebut sehingga menarik minat masyarakat untuk menjadi nasabah. Dizaman yang cangih ini masyarakat sudah terbiasa dengan media masa yang jangkauannya luas dan ekonomis serta praktis yang dapat dilihat oleh masyarakat melalui Tv, Radio, Majalah, Surat kabar, brosur, baleho dan lain-lain. BPRS Way Kanan menggunakan media masa dengan alasan lebih mudah dan unggul untuk memberikan informasi kepada masyarakat. Seperti dengan brosur anak kecil mampu membedakan Bank Syariah dengan Bank yang lain. Dengan menggunakan Media Massa lebih mempermudah untuk mensosialisasikan BPRS Way Kanan tanpa harus bertemu secara langsung melalui Brosur, Majalah, Surat Kabar dan lain sebagainya masyarakat mampu mengenal dan memahami BPRS Way Kanan.⁵”

b. Media Sosial

Sebagaimana yang disampaikan oleh Mifta Kholil sebagai kepala cabang mengatakan:

“Dizaman yang serba teknologi ini Media Sosial adalah salah satu cara terbaik untuk melakukan strategi sosialisasi meliterasi masyarakat, karena masyarakat lebih mudah mengakses informasi tentang BPRS Way Kanan tanpa harus memakan waktu yang lama

⁴ Wawancara dengan Kepala Cabang BPRS Way Kanan Bapak Mifta Kholil (pada tanggal 5 Desember 2023).

⁵ Wawancara dengan Kepala Cabang BPRS Way Kanan Bapak Mifta Kholil (pada tanggal 5 Desember 2023).

dan jangkauannya yang luas. Dengan menggunakan Media Sosial maka, untuk mensosialisaikan produk-produk dan meliterasi masyarakat lebih mudah, lebih efektif serta informasi yang diberikan dapat masuk keberbagai kalangan masyarakat. Dizaman sekarang semua orang pasti tau Media Sosial, dengan menggunakan media sosial tersebut lebih mempermudah mensosialisasikan produk dan literasi keuangan serta lebih unggul dari pada menggunakan media masa. Sosialisasi menggunakan Media Sosial itu lebih mudah, cepat tanpa harus memakan waktu yang banyak dan sangat efektif.⁶”

c. Sosialisasi Secara Langsung

Sebagaimana yang disampaikan oleh Mifta Kholil sebagai Kepala

Cabang mengatakan:

“Menggunakan Sosialisasi Secara Langsung dalam melakukan sosialisasi lebih baik, karena kita bertatapapan langsung dengan masyarakat banyak, hanya saja untuk melakukan presentasi secara langsung harus memakan waktu yang banyak dan juga harus memperhatikan kondisi masyarakat. Sosialisasi menggunakan Sosialisasi Secara Langsung cukup efektif dalam mempengaruhi masyarakat karena kita menjelaskan dan bertatapapan langsung kepada masyarakat hanya saja waktu yang kita gunakan terlalu banyak. Sosialisasi Secara Langsung adalah salah satu strategi yang digunakan BPRS dalam meningkatkan literasi keuangan dan memperkenalkan produk-produknya kepada masyarakat, dengan bertemu langsung kepada masyarakat kita bisa tau apa yang dibutuhkan oleh masyarakat tersebut. Sedangkan untuk sosialisasi menggunakan Sosialisasi Secara Langsung lebih efektif digunakan, sebelum kita melakukan sosialisasi kita sudah ada persiapan dan juga kita sudah mengetahui kondisi serta waktu yang harus kita gunakan dalam mensosialisaikan literasi keuangan dan produk-produk BPRS Way Kanan kepada masyarakat, hanya saja waktu yang dibutuhkan untuk mempersiapkan semuanya tidaklah sedikit.⁷”

⁶ Wawancara dengan Kepala Cabang BPRS Way Kanan Bapak Mifta Kholil (pada tanggal 5 Desember 2023).

⁷ Wawancara dengan Kepala Cabang BPRS Way Kanan Bapak Mifta Kholil (pada tanggal 5 Desember 2023).

Sebagaimana yang disampaikan oleh Mifta Kholil sebagai Kepala Cabang mengatakan:

“Dengan menggunakan ketiga strategi sosialisasi tersebut jumlah nasabah mengalami kenaikan serta sangat berpengaruh sekali dalam meningkatkan literasi keuangan. Menggunakan ketiga strategi sosialisasi sangat efektif dalam meningkatkan literasi keuangan yang mana BPRS ini masih tergolong baru di Natar, sampai saat ini untuk tingkat literasi nya masih di angka 30% dari yang ditargetkan. Menggunakan ketiga strategi sosialisasi tersebut sangat efektif dalam meningkatkan literasi keuangan dan jumlah nasabah, tapi dari ketiga strategi itu yang paling efektif dalam meningkatkan literasi melalui media sosial dan media masa”.⁸

Untuk mengetahui strategi BPRS Way Kanan Cab.Natar dalam meningkatkan literasi keuangan pada masyarakat dilakukan beberapa program kegiatan seperti berikut:

1) Media Massa

Media Massa adalah salah satu strategi sosialisasi yang digunakan oleh BPRS Way Kanan dalam meningkatkan literasi keuangan masyarakat. Strategi sosialisasi dengan menggunakan media masa sangat efektif, jangkauannya luasa dan ekonomis, serta praktis. Pada zaman era globalisasi masyarakat sudah terbiasa dengan media masa, informasi produk dan jasa BPRS Way Kanan dapat dilihat oleh masyarakat melalui TV, Radio, Majalah, Surat kabar, brosur, baleho dan lain-lain.⁹

⁸ Wawancara dengan Kepala Cabang BPRS Way Kanan Bapak Mifta Kholil (pada tanggal 5 Desember 2023).

⁹ Wawancara dengan Kepala Cabang BPRS Way Kanan Bapak Mifta Kholil (pada tanggal 5 Desember 2023).

2) Media Sosial

Media Sosial merupakan salah satu strategi sosialisasi yang digunakan oleh BPRS Way Kanan dalam meningkatkan literasi keuangan pada masyarakat dengan cara memanfaatkan teknologi (internet) yang canggih sehingga mempermudah masyarakat untuk mengakses informasi BPRS Way Kanan dimanapun mereka berada serta waktu yang digunakan relatif singkat untuk mengakses informasi seputar BPRS Way Kanan. Strategi sosialisasi dengan menggunakan media sosial ini sangat menguntungkan bagi BPRS Way Kanan dalam meningkatkan literasi keuangan pada masyarakat dan jumlah Nasabah karena tidak memerlukan waktu yang lama serta tidak harus bertemu secara langsung dengan masyarakat untuk menyampaikan informasi tentang BPRS Way Kanan dan juga sangat efektif serta jangkauan yang bisa dicapai dengan menggunakan strategi sosialisasi melalui media sosial ini sangat luas.

BPRS Way Kanan melakukan sosialisasi melalui mini website yang dapat dikunjungi yaitu www.banksyariahwaykanan.co.id website tersebut dapat diakses oleh masyarakat luas yang memuat informasi tentang profil, produk, layanan, laporan keuangan dan kegiatan lainnya. Media sosial lainnya selain website yaitu melalui media sosial

seperti instagram dengan akun banksyariah_wk dan akun sosial karyawan.¹⁰

3) Secara Langsung

Sosialisasi tentang literasi keuangan syariah dilakukan BPRS Way Kanan Cab.Natar dengan tujuan agar masyarakat dapat memanfaatkan produk dan layanan jasa keuangan syariah, terutama pemahaman mengenai fitur, manfaat, biaya, risiko, dan kewajiban pengguna produk jasa keuangan syariah. Selain itu agar masyarakat dapat melakukan perencanaan dan pengelolaan keuangan dengan baik.

Program sosialisasi ini dilakukan dengan bentuk sosialisasi secara langsung yaitu mendatangi nasabah Bank Way Kanan Cab.Natar, sekolah ke sekolah dan masyarakat umum ataupun calon nasabah. Sosialisasi atau edukasi tentang literasi keuangan syariah dilakukan BPRS Way Kanan Cab.Natar untuk memberikan pengertian kepada masyarakat agar dapat mengelola keuangan dengan *personal* maupun kelompok.¹¹

Target dari program sosialisasi literasi keuangan syariah adalah semua lapisan masyarakat, baik calon nasabah BPRS Way Kanan maupun yang sudah menjadi nasabah. Untuk targetnya semua golongan masyarakat yang bisa digapai oleh BPRS Way Kanan.¹² Hal

¹⁰ Wawancara dengan Kepala Cabang BPRS Way Kanan Bapak Mifta Kholil (pada tanggal 5 Desember 2023).

¹¹ Wawancara dengan Kepala Cabang BPRS Way Kanan Bapak Mifta Kholil (pada tanggal 5 Desember 2023).

¹² Wawancara dengan Kepala Cabang BPRS Way Kanan Bapak Mifta Kholil (pada tanggal 5 Desember 2023).

tersebut sesuai dengan penerapan literasi keuangan yang dilakukan oleh BPRS Way Kanan yaitu mencakup semua golongan masyarakat.

Berdasarkan wawancara dengan Mifta Kholil mengatakan bahwa strategi sosialisasi yang dilakukan BPRS Way Kanan Cabang Natar terdapat juga kendala dalam melakukannya seperti keterbatasan dana, fasilitas dan ATM yang belum tersedia.¹³ Apalagi dengan respon masyarakat yang berbeda-beda, ya namanya masyarakat. Jadi, selama melakukan strategi sosialisasi dalam meningkatkan literasi keuangan dimasyarakat terbilang cukup baik apalagi BPRS ini yang masih baru buat masyarakat Natar.¹⁴

Berdasarkan wawancara dengan Ibu Eviyanti mengatakan bahwa ia mengetahui tentang strategi sosialisasi literasi keuangan yaitu hanya merujuk pada mengelola keuangan. Dengan adanya sosialisasi tersebut beliau mengatakan sangat terbantu dengan adanya sosialisasi yang diadakan oleh BPRS Way Kanan melalui pihak marketing karena penjelasannya secara langsung dan mudah dipahami jadi lebih paham terkait literasi keuangan .¹⁵

Wawancara bersama ibu Eka mengatakan bahwa setelah dilakukanya sosialisasi beliau paham dan mengetahui cara mengelola keuangan serta menggunakan produk dan jasa bank syariah untuk menabung.¹⁶

¹³ Wawancara dengan Kepala Cabang BPRS Way Kanan Bapak Mifta Kholil (pada tanggal 5 Desember 2023).

¹⁴ Wawancara dengan Kepala Cabang BPRS Way Kanan Bapak Mifta Kholil (pada tanggal 5 Desember 2023).

¹⁵ Wawancara dengan Ibu Eviyanti Pada Tanggal 23 Februari 2024.”

¹⁶ Wawancara dengan Masyarakat Ibu Eka Setyawati pada tanggal 7 Desember 2023.

Wawancara dengan ibu Irma mengatakan bahwa di BPRS Way Kanan dengan melakukan pembiayaan membuat literasi keuangannya meningkat dan juga tahu tentang strategi sosialisasi awalnya melalui media sosial.¹⁷

Berdasarkan wawancara dengan Ibu Nurlela mengatakan bahwa lebih percaya dengan lembaga keuangan di BPRS Way Kanan karena ia merasa nyaman dan aman menyimpan uangnya disana mengingat pengelolaan keuangannya sangat baik dan transparan di BPRS.¹⁸

Selanjutnya wawancara dengan Bapak Roni beliau mengetahui tentang strategi sosialisasi tetapi belum paham mengenai literasi keuangan dan belum mengetahui seperti apa Bank Syariah itu mulai dari konsepnya dan informasi-informasi lainnya.¹⁹

Wawancara dengan bapak Ahmad mengatakan bahwa ia tidak tahu literasi keuangan, beliau hanya tahu tentang BPRS melalui media sosial.²⁰ Karena saya belum pernah mengikuti sosialisasi jadi saya masih mengatur uang dengan cara menabung sendiri dirumah.

Menurut pemaparan diatas, dapat diartikan bahwa literasi keuangan syariah pada masyarakat yang sudah mendapatkan program edukasi dan sosialisasi dari BPRS Way Kanan berada pada kategori rendah. Hal tersebut dinyatakan oleh Bapak Mifta Kholil yang memiliki persentase yaitu 30 % berada pada kategori rendah.²¹

¹⁷ Wawancara dengan Ibu Irma pada tanggal 23 Februari 2024 ”

¹⁸ Wawancara dengan Masyarakat ibu Nurlela pada tanggal 6 Desember 2023.

¹⁹ Wawancara dengan Masyarakat Bapak Roni pada tanggal 6 Desember 2023.

²⁰ Wawancara dengan bapak Ahmad Pada Tanggal 23 Februari 2024.”

²¹ Wawancara dengan Kepala Cabang BPRS Way Kanan Bapak Mifta Kholil pada tanggal 5 Desember 2023.

Dengan pelaksanaan kegiatan edukasi yang dilakukan BPRS Way Kanan memberikan dampak yaitu tingkat literasi keuangan syariah masyarakat yang sudah mendapatkan program edukasi dan sosialisasi masuk kategori rendah. Selain itu penggunaan produk dari BPRS Way Kanan meningkat setiap tahunnya, baik nasabah tabungan maupun pembiayaan dengan jumlah nasabah tabungan 780 nasabah dan pembiayaan 131 nasabah.

Adanya program kegiatan edukasi dan sosialisasi yang dilakukan BPRS Way Kanan dapat membantu masyarakat dalam memperluas wawasan tentang *financial literacy*, khususnya pada lembaga keuangan syariah. Sehingga dengan semakin bertambahnya pemahaman masyarakat. Berdasarkan hasil wawancara dengan bapak Mifta Kholil selaku Kepala Cabang BPRS menyatakan adanya peningkatan pengetahuan masyarakat setelah mendapat edukasi dan sosialisasi *financial literacy*, masyarakat yang tadinya tidak mengetahui tentang bank syariah sekarang menjadi tahu keberadaan bank syariah, terutama BPRS Way Kanan. Masyarakat cukup antusias dengan keberadaan bank syariah BPRS Way Kanan tersebut.

C. Analisis Strategi Sosialisasi BPRS Way Kanan Cabang Natar Dalam Meningkatkan Literasi Keuangan Di Masyarakat Natar Kabupaten Lampung Selatan

Menganalisis hasil penelitian, peneliti akan menginterpretasikan hasil wawancara dengan beberapa informan tentang strategi sosialisasi BPRS way kanan cabang natar dalam meningkatkan literasi keuangan di masyarakat natar kabupaten lampung selatan.

Berdasarkan teori terdapat empat strategi sosialisasi yang digunakan yaitu *advertensi, personal selling, promosi penjualan, dan publisitas*. Maka, dari keempat strategi tersebut pihak BPRS Way Kanan menggunakan *personal selling dan advertensi*.

BPRS Way Kanan Cabang Natar merupakan lembaga keuangan yang menerapkan segala sistemnya berdasarkan syariah. BPRS way kanan dalam meningkatkan literasi keuangan pada masyarakat menggunakan beberapa strategi sosialisasi sebagai berikut:

1. Secara langsung adalah salah satu strategi sosialisasi yang diterapkan oleh BPRS dalam meningkatkan literasi keuangan pada masyarakat dengan cara mengadakan sosialisasi atau pelatihan untuk menyampaikan tentang BPRS Way Kanan. Strategi ini sangat efektif untuk menumbuhkan simpati dan pendekatan emosional masyarakat supaya masyarakat berminat menggunakan jasa BPRS way kanan. Sayangnya, strategi sosialisasi ini memerlukan waktu yang relatif lama guna mempersiapkan materi yang akan disampaikan dan juga harus mengerti kondisi masyarakat yang akan dituju agar masyarakat berminat menggunakan jasa BPRS way kanan.
2. Media Massa adalah salah satu strategi sosialisasi yang digunakan oleh BPRS Way Kanan dalam meningkatkan literasi keuangan masyarakat. Strategi sosialisasi dengan menggunakan media masa sangat efektif, jangkauannya luasa dan ekonomis, serta praktis. Pada zaman era globalisasi masyarakat sudah terbiasa dengan media masa, informasi

produk dan jasa BPRS Way Kanan dapat dilihat oleh masyarakat melalui TV, Radio, Majalah, Surat kabar, brosur, baleho dan lain-lain.²²

3. Media Sosial merupakan salah satu strategi sosialisasi yang digunakan oleh BPRS dalam mempengaruhi masyarakat untuk menggunakan produk dan jasa BPRS Way Kanan dengan cara memanfaatkan teknologi (internet) yang canggih sehingga mempermudah masyarakat untuk mengakses informasi BPRS dimanapun mereka berada serta waktu yang digunakan relatif singkat untuk mengakses informasi seputar BPRS Way Kanan. Strategi sosialisasi dengan menggunakan media sosial ini sangat menguntungkan bagi BPRS dalam meningkatkan jumlah Nasabah karena tidak memerlukan waktu yang lama serta tidak harus bertemu secara langsung dengan masyarakat untuk menyampaikan informasi tentang BPRS dan juga sangat efektif serta jangkauan yang bisa dicapai dengan menggunakan strategi sosialisasi melalui media sosial ini sangat luas.

Sosialisasi merupakan suatu cara memasarkan produk dan jasa agar dikenal, dipahami serta dihayati oleh masyarakat atau pemasarakan. Dari beberapa penjelasan di atas dapat diketahui bahwa Strategi Sosialisasi BPRS Way Kanan Terhadap Peningkatan literasi keuangan secara target terus meningkat dari tahun ketahun. Pada tahun 2022 target yang harus dicapai sebesar 80% tapi kenyataannya angka dilapangan tidak signifikan dari target yang ditetapkan.

²² Wawancara dengan Kepala Cabang BPRS Way Kanan Bapak Mifta Kholil (pada tanggal 5 Desember 2023).

Hal ini tidak terlepas dari strategi sosialisasi yang digunakan oleh BPRS Way Kanan dalam mensosialisasikan produk dan jasanya, strategi sosialisasi berperan sangat penting dalam meningkatkan literasi keuangan, apabila strategi sosialisasinya baik maka hasil yang dicapai juga bagus, begitu juga sebaliknya apabila strategi sosialisasinya buruk maka hasil yang dicapai juga buruk. Pada tahun 2023 melakukan peningkatan dari segi kualitas dan kuantitas strategi sosialisasinya yaitu sebesar 30% dari tahun sebelumnya.

Strategi sosialisasi yang digunakan oleh BPRS Way Kanan yaitu, media masa, promosi dan secara langsung, dari ketiga sistem tersebut yang sangat berpengaruh meningkatkan literasi keuangan yaitu media sosial. Media sosial adalah sebuah media online, yaitu media dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagai dan menciptakan suatu informasi. Sedangkan media masa adalah alat yang digunakan dalam penyampaian pesan-pesan dari sumber kepada pihak khalayak dengan menggunakan alat-alat komunikasi mekanis seperti brosur.

Berdasarkan Indikator literasi keuangan syariah yang dapat mempengaruhi meningkatnya literasi keuangan pada masyarakat sebagai berikut:

1. Pengetahuan, adalah satu aspek yang harus dimiliki seseorang dalam konsep literasi keuangan agar dapat mengelola keuangan dengan baik. Hal ini diharapkan agar dapat meningkatkan kesejahteraan. Pengetahuan terkait keuangan meliputi pengetahuan pribadi yaitu bagaimana cara mengelola pengeluaran serta pemasukan, dan paham terkait konsep dasar

keuangan. Maka, selanjutnya pengetahuan itu wajib diolah sehingga akan menghasilkan sebuah kemampuan pengelolaan terhadap uang.

2. Kemampuan, dapat didefinisikan apabila seseorang memiliki tingkat literasi yang tinggi maka ia mampu menciptakan keputusan keuangan yang baik. Pengambilan keputusan menjadi salah satu hal yang paling penting dalam konteks literasi keuangan. Kemampuan menghitung mampu menguatkan seseorang dalam mengambil sebuah keputusan dalam mengelola uang dan darimana asalnya secara baik. Pengambilan keputusan menjadi salah satu aspek yang penting dalam konteks literasi keuangan.²³
3. Sikap, dalam manajemen keuangan pribadi sikap artinya kemampuan dalam mengetahui sumber uang tunai, membayar kewajiban, pengetahuan tentang pembukaan rekening pada lembaga keuangan syariah, mengajukan pembiayaan serta melakukan rencana keuangan pribadi dimasa yang akan datang. Seseorang yang mampu untuk mengetahui sumber uang dan membayar kewajiban pribadi, pengetahuan dan membuka rekening dibank, mengajukan pinjaman, dan merencanakan keuangan pribadi dimasa depan itu berarti seseorang tersebut sudah mempunyai sikap dalam manajemen keuangan pribadi.
4. Kepercayaan, tidak semua orang mampu meningkatkan kepercayaan diri pada saat merencanakan kebutuhan jangka panjang. Masyarakat diharapkan dapat memiliki kepercayaan dalam aktivitas keuangan serta

²³ Yuda Pratama. 'Analisis Pengaruh Literasi Keangan Syraiah Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan ProdunPerbankan Syraih' (Skripsi, Universitas Islam Negeri (UIN) Raden Intan Lampung.2021) 41."

kepercayaan terhadap lembaga jasa keuangan serta produk dan layanannya setelah memiliki pengetahuan dan keterampilan yang memadai. Karena kepercayaan tersebut akan mempengaruhi sikap masyarakat dalam pengambilan keputusan terhadap pemilihan lembaga jasa keuangan yang akan dipilih.²⁴

Dari penjelasan diatas dapat dipahami bahwa indikator literasi keuangan yang digunakan BPRS Way Kanan Cabang Natar dalam meningkatkan literasi keuangan yaitu pengetahuan, kemampuan, sikap, dan kepercayaan, maka akan meningkat pula tingkat literasi atau pemahaman keuangan masyarakat tersebut. Dengan adanya literasi keuangan yang baik pada masyarakat, maka masyarakat akan semakin mengenal lembaga keuangan dan juga mengenal produknya dengan baik serta dapat terhindar dari bentuk investasi yang merugikan serta dapat menanggulangi risiko-risiko yang terjadi dalam hal keuangan.

Hal ini juga tidak terlepas dari peran lembaga keuangan terkait memberikan sosialisasi kepada masyarakat seperti memberikan brosur-brosur tentang manfaat lembaga keuangan dan pertemuan pada masyarakat. Dengan demikian masyarakat akan lebih jauh mengenal lembaga keuangan terutama syariah agar terhindar dari pengelolaan keuangan yang melanggar ajaran islam.

Dalam hal ini BPRS Way Kanan sebagai salah satu lembaga terpercaya juga harus memperhatikan setiap kepercayaan yang ada pada setiap

²⁴ Otoritas Jasa Keuangan (OJK). Strategi Nasional Literasi Keaangan Indonesia. Jakarta:OJK, 2022). 22.”

masyarakat terhadap lembaga keuangan tersebut, dengan adanya kepercayaan yang dimiliki masyarakat terhadap lembaga keuangan, maka bisa menjadi salah satu faktor kesuksesan dan berkembangnya lembaga keuangan itu sendiri. Tanpa adanya suatu kepercayaan yang dimiliki, maka masyarakat tidak akan mau pula menggunakan jasa maupun produk yang ada dalam lembaga keuangan tersebut.

Jadi, indikator literasi keuangan yang digunakan BPRS Way Kanan cabang Natar dalam meningkatkan literasi keuangan yaitu pengetahuan dan kepercayaan. Pengetahuan adalah satu aspek yang harus dimiliki seseorang dalam konsep literasi keuangan agar dapat mengelola keuangan dengan baik, seperti seseorang yang dapat mengelola pengeluaran serta pemasukan keuangan. Sedangkan kepercayaan adalah tidak semua orang mampu meningkatkan kepercayaan diri pada saat merencanakan kebutuhan jangka panjang, seperti seseorang percaya dan merasa yakin terhadap orang lain (lembaga keuangan) dalam suatu situasi.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan penjelasan yang telah diuraikan pada bab-bab sebelumnya maka peneliti menyimpulkan bahwa strategi sosialisasi yang digunakan BPRS Way Kanan Cabang Natar dalam meningkatkan literasi keuangan yaitu dengan menerapkan indikator pengetahuan, kemampuan, sikap, dan kepercayaan serta menggunakan strategi sosialisasi yaitu *advertensi, personal selling, promosi penjualan dan publisitas*. Strategi sosialisasi dari tahun ke tahun tidak signifikan tapi mengalami kenaikan berdasarkan jumlah nasabah. BPRS Way Kanan Cabang Natar dalam Meningkatkan Literasi Keuangan Syariah melalui beberapa program yaitu melalui media massa, menggunakan media sosial, dan dilakukan secara langsung. Dengan beberapa program tersebut diharapkan dapat meningkatkan pemahaman tentang literasi keuangan di masyarakat serta dipromosikan melalui media sosial (Facebook, Instagram, Zoom dan Youtube), membagikan brosur atau media cetak lainnya dan juga melalui website serta aplikasi digital pegadaian syariah.

B. Saran

Setelah melakukan penelitian di BPRS Way Kanan, penulis memiliki beberapa saran sebagai bahan pertimbangan dan masukan agar kedepannya proses edukasi dapat diterima oleh semua lapisan masyarakat. Adapun masukan yang diberikan penulis, sebagai berikut:

1. BPRS Way Kanan lebih memaksimalkan lagi dalam melaksanakan program edukasi dan sosialisasi *financial literacy*, sasaran peserta hendaknya diperluas seperti mahasiswa, ibu rumah tangga dan perusahaan.
2. Sosialisasi dan edukasi literasi keuangan syariah khususnya generasi muda perlu ditingkatkan. Hal ini agar generasi muda sudah sejak dini memiliki perencanaan keuangan yang baik dan mengikuti hukum syariah.
3. Melakukan *survey* tingkat literasi keuangan syariah setelah dilaksanakannya program edukasi *financial literacy*, agar hasil yang didapatkan dapat digunakan sebagai bahan evaluasi untuk kedepannya.
4. Bank syariah perlu memperbaiki dan meningkatkan pelayanan kepada konsumen agar mereka merasa puas dan masyarakat tertarik untuk menabung di bank syariah.

DAFTAR PUSTAKA

- Adlyanto, Mochamad Reza, Ar Dwi Purnomo. (2021). *Dampak Tingkat Literasi Keuangan Syariah Terhadap Minat Menggunakan Produk Keuangan Syariah*. Jurnal Administrasi Kantor, Vo; 9, No.1.
- Alifia, M. 2021. *Analisis tingkat literasi keuangan syariah pada pelaku usaha di kawasan masjid Agung An-Nur, Pekanbaru*: fakultas ekonomi dan bisnis islam.
- Antonio Muhammad Syafi'i. *Bank Syariah Dari Teori dan Praktek*. Jakarta: Gema Insan, 2018.
- Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Yogyakarta: Rineka Cipta, 2017.
- Bashu Swastha DH, *Asas-asas Marketing*, (Yogyakarta: Liberty, 1999).
- Dahlia, Muna. *Pengaruh Tingkat Literasi Keangan Dyariah Terhadap Keputusan Menggunakan Lembaga Keuangan Syariah (Studi Pada Dosen Universitas Islam Negeri Ar-Raniry)*. 2020.
- Dermawan, Fasa, Muhammad Iqbal. 2020. *Manajemen Lembaga Keuangan Syariah*. Yogyakarta: UNY Press.
- Dewa, Hery Indra Saputra. 2019. *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Literasi Masyarakat Tentang Lembaga Keuangan Syariah Dan Relevansinya Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah*. Lampung: Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.
- Dewi, Indra Kusuma, Sr Hayati. 2018. *Strategi Bank Syariah Dalam Meningkatkan Literasi Keuangan Syariah Pada Masyarakat*. *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia, Vol Viii, No.2:129-137*.
- ELNI PURNAMA SARI, "*Strategi Pegadaian Syariah Dalam Meningkatkan Literasi Keuangan Syariah Pada Masyarakat Batusangkar (Studi Kasus PT Pegadaian Syariah Batusangkar)*", (Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Batusangkar, 2021)
- Ghozali, Imam. *Desain Penelitian Kuantitatif & Kualitatif, Untuk Akuntansi Bisnis Dan Ilmu Sosial Lainnya*. Penerbit: Yoga Pratama, Semarang, 2017.
- Gitosudarmo, Indriyo *Managemen Pemasaran*, Yogyakarta: Indriyo BPF. 2014.
- Gulo, W. *Metode Penelitian*. Jakarta: PT Grafindo, 2002.

- Hayati, S. R. 2019. *Strategi Bank Syariah dalam Meningkatkan Literasi Keuangan Syariah pada Masyarakat (Studi Kasus pada BPRS Madina Mandiri Sejahtera)*. *JESI (Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia)*, 8(2), 129. [https://doi.org/10.21927/jesi.2018.8\(2\)](https://doi.org/10.21927/jesi.2018.8(2)).
- Hery, I. *Institut Agama Islam Negeri Metro*, 2018.
- Ismail, *Perbankan Syariah*, (Jakarta: Kencana, 2017).
- Kasmir. *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2002.
- Kasmir. *Kewirausahaan*. Jakarta: Rajawali cet, 2013.
- Kasmir. *Pemasaran Bank* (Jakarta:Kencana, 2004).
- Kiki Rizkia Nuraini, “*Analisis Sosialisasi Literasi Keuangan Syariah Oleh Bank Mandiri Syariah Terhadap Penggunaan Jasa Perbankan Syariah Sebagai Upaya Meningkatkan Sharia Financial Inclusion (Studi pada pedagang di Pasar Plaza Bandar Jaya)*”, (Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Uin Raden Intan Lampung, 2019).
- Kotler, Philip. *Dasar-dasar Pemasaran*.(Jakarta: CV Intermedia, 1985).
- Kotler, Philip & Gary Amstrong.2008.*Prinsip-prinsip Pemasaran*.Erlangga.Jakarta.
- Kusumadewi, R., Yusuf, H. A.A., & Wartoyo. 2019. *Literasi Keuangan Syariah Di Kalangan Pondok Pesantren*.
- Moleong, L. J. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosda Karya Offset, 2019.
- Nenden Kostini, Ratna Meisa Dai, dan Pratami Wulan Tresna, "*Sosialisasi Literasi Keuangan Pada Pelaku Usaha Kecil Komunitas Buys Unpad*" (*Dharmakarya: Jurnal Aplikasi Ipteks untuk Masyarakat*, Vol. 11, No. 3, September 2022 235-239).
- OJK. 2021. *Strategi OJK Dalam Meningkatkan Indeks Literasi Dan Inklusi Keuangan Syariah*. Jakarta: Otoritas Jasa Keuangan.
- OJK. *Suarat Edaran Otoritas Jasa Keuangan Nomor 1/Seojk.07/2014*. Jakarta: Otoritas Jasa Keuangan, 2018.
- OJK.2019. *Laporan Perkembangan Keuangan Syraiah Indonesia*. Jakarta: Otoritas Jasa Keuangan.
- Otoritas Jasa Keuangan. *Statistik Perbankan Syariah*. Jakarta: Departemen Perizinan dan Infomasi Perbankan, 2018.

- Otoritas Jasa Keuangan (OJK). *Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia*. Jakarta:OJK, 2022).
- Philip Kotler dan Gary Armstrong. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.2008.
- Pratama, Yuda. *Analisis Pengaruh Literasi Keangan Syraiah Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan ProdunPerbankan Syraih' (Skripsi, Universitas Islam Negeri (UIN) Raden Intan Lampung.)2021*.
- R, Delyanan Pulungan. 2017. *Literasi Keuangan Dan Dampaknya Terhadap Perilaku Keuangan Masyarakat Kota Medan*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Muhammadiyah Sumatera Utara.
- Sari, Elni Purnama. 2021. *Strategi Pengadaian Syariah Dalam Literasi Keuangan Pada Masyarakat*. Batusangkar: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Batusangkar.
- Shobah, Nurus. *Analisis Literasi Keuangan Syariah Terhadap Pneggunaan Jasa Perbankan Syariah Sebagai Upaya Meningkatkan Sharia Financial inclision (Studi Pada Mahaiswa Ekonomi Syraiah UIN Sunan Ampel Surabaya)*.
- Sudjana, Nana. *Tuntunan Penyusunan Karya Ilmiah*. Bandung: Sinar Bari Algensindo, 2017.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R & D*. Bandung: Alfabeta, 2017.
- Suhardjono,Mudrajad Kuncoro.*Manajemen Perbankan Teori dan Aplikasi*, (Yogyakarta: BPFE, 2002).
- Sumitro, Warkum. *Asas-asas Perbankan Islam dan Lembaga-lembaga Terkait*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2002.
- Susanto, Joko. *Gender dan Sosialisasi*, (Jakarta: Nobel Edumedia, 2015).
- Tjiptono, Fandy.*Strategi Pemasaran*(Yogyakarta:CV. Andi Offset, 2008).
- Trisnawati,Ernie & Kurnia Saefullah, *Pengantar Manajemen*, (Jakarta:Kencana cet 6 2012).
- Zubairi, Hasan. *Undang-undang Perbankan Syraiah*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2009.
- <https://kbbi.web.id/tingkat.html> Arti kata Tingkat Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). Diakses pada 15 September 2023.

<https://Www.Ojk.Go.Id> Literasi Keuangan Syariah. Diakses pada 6 November 2023.

LAMPIRAN



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.febi.metrouniv.ac.id; e-mail: febi.iain@metrouniv.ac.id

Nomor : B-3197/In.28.1/J/TL.00/11/2023
Lampiran : -
Perihal : **SURAT BIMBINGAN SKRIPSI**

Kepada Yth.,
Liberty (Pembimbing 1)
(Pembimbing 2)
di-

Tempat
Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dalam rangka penyelesaian Studi, mohon kiranya Bapak/Ibu bersedia untuk membimbing mahasiswa :

Nama : **SITI NURHASANAH**
NPM : 2003021059
Semester : 7 (Tujuh)
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : S1 Perbankan Syariah
Judul : STRATEGI SOSIALISASI BPRS WAY KANAN CAB.NATAR DALAM MENINGKATKAN LITERASI KEUANGAN DI MASYARAKAT NATAR KAB.LAMPUNG SELATAN

Dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Dosen Pembimbing membimbing mahasiswa sejak penyusunan proposal s/d penulisan skripsi dengan ketentuan sebagai berikut :
 - a. Dosen Pembimbing 1 bertugas mengarahkan judul, outline, alat pengumpul data (APD) dan memeriksa BAB I s/d IV setelah diperiksa oleh pembimbing 2;
 - b. Dosen Pembimbing 2 bertugas mengarahkan judul, outline, alat pengumpul data (APD) dan memeriksa BAB I s/d IV sebelum diperiksa oleh pembimbing 1;
2. Waktu menyelesaikan skripsi maksimal 2 (semester) semester sejak ditetapkan pembimbing skripsi dengan Keputusan Dekan Fakultas;
3. Mahasiswa wajib menggunakan pedoman penulisan karya ilmiah edisi revisi yang telah ditetapkan dengan Keputusan Dekan Fakultas;

Demikian surat ini disampaikan, atas kesediaan Bapak/Ibu diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Metro, 02 November 2023
Ketua Jurusan,



Muhammad Ryan Fahlevi M.M
NIP 19920829 201903 1 007

OUTLINE

STRATEGI SOSIALISASI BPRS WAY KANAN CAB.NATAR DALAM MENINGKATKAN LITERASI KEUANGAN DI MASYARAKAT NATAR KAB.LAMPUNG SELATAN

HALAMAN SAMPUL
HALAMAN JUDUL
NOTA DINAS
HALAMAN PERSETUJUAN
HALAMAN PENGESAHAN
HALAMAN ABSTRAK
ORISINALITAS PENELITIAN
MOTTO
PERSEMBAHAN
KATA PENGANTAR
DAFTAR ISI
DAFTAR TABEL
DAFTAR GAMBAR
DAFTAR LAMPIRAN

BAB I PENDAHULUAN

- A. Latar Belakang Masalah
- B. Pertanyaan Penelitian
- C. Tujuan dan Manfaat Penelitian
 - 1. Tujuan Penelitian
 - 2. Manfaat Penelitian
- D. Penelitian Relevan

BAB II LANDASAN TEORI

- A. Strategi
 - 1. Pengertian Strategi
 - 2. Fungsi Strategi
 - 3. Indikator Strategi

B. Sosialisasi

1. Pengertian Sosialisasi
2. Tujuan Sosialisasi
3. Jenis Sosialisasi

C. Literasi Keuangan Syariah

1. Pengertian Literasi Keuangan Syariaah
2. Manfaat Literasi Keuangan
3. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Literasi Keuangan
4. Indikator Literasi Keuangan Syariah

D. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS)

1. Pengertian BPRS
2. Tujuan BPRS
3. Produk-Produk BPRS

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Sifat Penelitian

1. Jenis Penelitian
2. Sifat Penelitian

B. Sumber Data

1. Sumber Data Primer
2. Sumber Data Sekunder

C. Teknik Pengumpulan Data

1. Wawancara/interview
2. Dokumentasi

D. Teknik Keabsahan Data

E. Teknik Analisa Data

BAB IV PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum BPRS Way Kanan Cab.Natar

1. Sejarah Bank Syariah Way Kanan
2. Visi, Misi Dan Motto Bank Syariah Way Kanan
3. Struktur Organisasi Bank Syariah Way Kanan
4. Prinsip – Prinsip Operasional Bank Syariah Way Kanan
5. Akad (Transaksi) Yang Diterapkan Bank Syariah Way Kanan
6. Produk – Produk Bank Syariah Way Kanan

B. Strategi Sosialisasi BPRS Way Kanan Cab.Natar Dalam Meningkatkan Literasi Keuangan Di Masyarakat Natar Kab.Lampung Selatan

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

B. Saran

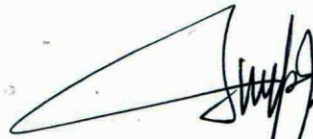
DAFTAR PUSTAKA LAMPIRAN-LAMPIRAN RIWAYAT HIDUP

Metro, November 2023
Peneliti,



Siti Nurhasanah
NPM 2003021059

Mengetahui,
Dosen Pembimbing,



Liberty, SE, MA
NIP. 19740824 200003 2 002

ALAT PENGUMPULAN DATA (APD)

STRATEGI SOSIALISASI BPRS WAY KANAN CABANG NATAR DALAM MENINGKATKAN LITERASI KEUANGAN DI MASYARAKAT NATAR KABUPATEN LAMPUNG SELATAN

A. Wawancara

1. Wawancara kepada Pihak BPRS Way Kanan

- a. Apa yang anda pahami tentang literasi keuangan?
- b. Strategi sosialisasi apa yang dilakukan BPRS Way Kanan dalam meningkatkan literasi keuangan pada masyarakat?
- c. Apakah program tersebut dilaksanakan sebagai program tahunan atau bulanan?
- d. Siapa saja target dari pelaksanaan program sosialisasi literasi keuangan?
- e. Bagaimana mekanisme yang dilakukan BPRS Way Kanan dalam meningkatkan literasi keuangan dengan menggunakan strategi sosialisasi tersebut?
- f. Apakah ada kendala yang dihadapi BPRS Way Kanan dalam upaya meningkatkan literasi keuangan?
- g. Bagaimana respon masyarakat terhadap strategi sosialisasi yang dilakukan BPRS Way Kanan dalam meningkatkan literasi keuangan pada masyarakat?


2. Wawancara kepada Masyarakat Natar

- a. Apa yang anda ketahui tentang strategi sosialisasi literasi keuangan?
- b. Bagaimana pengetahuan anda dalam mengelola keuangan?
- c. Apa media yang digunakan untuk sosialisasi tentang literasi keuangan?
- d. Bagaimana kemampuan anda dalam mengelola keuangan?
- e. Bagaimana sikap anda dalam mengelola keuangan?
- f. Bagaimana kepercayaan terhadap BPRS Way Kanan?
- g. Menurut anda, apa ada perubahan yang terjadi sebelum dan sesudah menerapkan literasi keuangan?

B. Dokumentasi


1. Sejarah Bank Syariah Way Kanan
2. Visi, Misi Dan Motto Bank Syariah Way Kanan
3. Struktur Organisasi Bank Syariah Way Kanan
4. Prinsip – Prinsip Operasional Bank Syariah Way Kanan
5. Akad (Transaksi) Yang Diterapkan Bank Syariah Way Kanan
6. Produk – Produk Bank Syariah Way Kanan

Metro, November 2023
Peneliti



Siti Nurhasanah
NPM. 2003021059

Mengetahui,
Dosen Pembimbing



Liberty, SE, MA
NIP. 19740824 200003 2 002



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507, Faksimili (0725) 47296; Website: www.febi.metrouniv.ac.id, e-mail: febi.iain@metrouniv.ac.id

Nomor : B-3599/In.28/D.1/TL.00/11/2023
Lampiran : -
Perihal : IZIN RESEARCH

Kepada Yth.,
Pimpinan BPRS Way Kanan Cab.
Natar
di-
Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Sehubungan dengan Surat Tugas Nomor: B-3600/In.28/D.1/TL.01/11/2023, tanggal 29 November 2023 atas nama saudara:

Nama : SITI NURHASANAH
NPM : 2003021059
Semester : 7 (Tujuh)
Jurusan : S1 Perbankan Syariah

Maka dengan ini kami sampaikan kepada Pimpinan BPRS Way Kanan Cab. Natar bahwa Mahasiswa tersebut di atas akan mengadakan research/survey di BPRS Way Kanan Cab. Natar, dalam rangka menyelesaikan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "STRATEGI SOSIALISASI BPRS WAY KANAN CAB. NATAR DALAM MENINGKATKAN LITERASI KEUANGAN DI MASYARAKAT NATAR KAB. LAMPUNG SELATAN".

Kami mengharapkan fasilitas dan bantuan Saudara untuk terselenggaranya tugas tersebut, atas fasilitas dan bantuannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Metro, 29 November 2023
Wakil Dekan Akademik dan
Kelembagaan,



Putri Swastika SE, M.IF
NIP 19861030 201801 2 001



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.febi.metrouniv.ac.id; e-mail: febi.iain@metrouniv.ac.id

SURAT TUGAS

Nomor: B-3600/In.28/D.1/TL.01/11/2023

Wakil Dekan Akademik dan Kelembagaan Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Metro, menugaskan kepada saudara:

Nama : **SITI NURHASANAH**
NPM : 2003021059
Semester : 7 (Tujuh)
Jurusan : S1 Perbankan Syariah

- Untuk :
1. Mengadakan observasi/survey di BPRS Way Kanan Cab. Natar, guna mengumpulkan data (bahan-bahan) dalam rangka menyelesaikan penulisan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "STRATEGI SOSIALISASI BPRS WAY KANAN CAB.NATAR DALAM MENINGKATKAN LITERASI KEUANGAN DI MASYARAKAT NATAR KAB.LAMPUNG SELATAN".
 2. Waktu yang diberikan mulai tanggal dikeluarkan Surat Tugas ini sampai dengan selesai.

Kepada Pejabat yang berwenang di daerah/instansi tersebut di atas dan masyarakat setempat mohon bantuannya untuk kelancaran mahasiswa yang bersangkutan, terima kasih.

Dikeluarkan di : Metro
Pada Tanggal : 29 November 2023

Mengetahui,
Pejabat Setempat

Wakil Dekan Akademik dan
Kelembagaan,



Putri Swastika SE, M.IF
NIP 19861030 201801 2 001



Bank Syariah
WAY KANAN
(PERSERODA)

Nomor : 038/KC/BPRS-WK/XII/2023
Lampiran :

Natar, 05 Desember 2023
14 Jumadil Akhir 1445 H

Kepada Yth,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri Metro
Up.
Ketua Jurusan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Perihal : Konfirmasi Izin Research

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Puji syukur kehadiran ALLAH SWT atas rahmat dan hidayah-Nya. Salam serta sholawat tercurah pada Baginda Rosulullah Muhammad SAW. Keluarga, sahabat serta seluruh umatnya hingga akhir zaman.

Merujuk surat Nomor : B- 3599/In.28/D.1/TL.00/11/2023 tanggal 29 November 2023, Perihal Izin Research. Bersama surat ini kami sampaikan bahwa kami bersedia menerima Mahasiswi Institut Agama Islam Negeri Metro Lampung sebagai berikut :

Nama : Siti Nurhasanah
NPM : 2003021059
Semester : 7 (Tujuh)
Jurusan : S 1 Perbankan Syariah

Untuk melakukan research / survey di PT. BPRS Way Kanan (Perseroda) Cabang Natar dalam rangka menyelesaikan Skripsi dengan judul "Strategi Sosialisasi BPRS Way Kanan Cabang Natar Dalam Meningkatkan Literasi Keuangan di Masyarakat Natar Kabupaten Lampung Selatan.

Demikian surat ini kami sampaikan. Atas kerja samanya yang baik di ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

PT. BPRS Way Kanan (Perseroda) *Wb*



Mifta Kholil, S.H.I.
Kepala Cabang



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
UNIT PERPUSTAKAAN
NPP: 1807062F0000001

Jalan Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp (0725) 41507; Faks (0725) 47296; Website: digilib.metrouniv.ac.id; pustaka.iain@metrouniv.ac.id

SURAT KETERANGAN BEBAS PUSTAKA
Nomor : P-30/In.28/S/U.1/OT.01/01/2024

Yang bertandatangan di bawah ini, Kepala Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung menerangkan bahwa :

Nama : SITI NURHASANAH
NPM : 2003021059
Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam / Perbankan Syariah

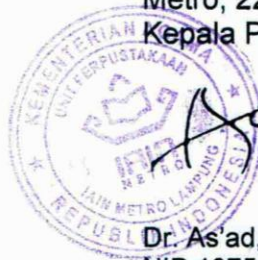
Adalah anggota Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung Tahun Akademik 2023/2024 dengan nomor anggota 2003021059

Menurut data yang ada pada kami, nama tersebut di atas dinyatakan bebas administrasi Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung.

Demikian Surat Keterangan ini dibuat, agar dapat dipergunakan seperlunya.

Metro, 22 Januari 2024

Kepala Perpustakaan



Dr. As'ad, S. Ag., S. Hum., M.H., C.Me.
NIP.19750505 200112 1 002



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Ki Hajar Dewantara 15A Iringmulyo, Metro Timur, Kota Metro, Lampung, 34111
Telepon (0725) 41507, Faksimili (0725) 47296

SURAT KETERANGAN LULUS PLAGIASI

Yang bertanda tangan di bawah ini menerangkan bahwa;

Nama : SITI NURHASANAH
NPM : 2003021059
Jurusan : S1 Perbankan Syariah

Adalah benar-benar telah mengirimkan naskah Skripsi berjudul **STRATEGI SOSIALISASI BPRS WAY KANAN CAB. NATAR DALAM MENINGKATKAN LITERASI KEUANGAN DI MASYARAKAT NATAR KAB LAMPUNG SELATAN** untuk diuji plagiasi. Dan dengan ini dinyatakan **LULUS** menggunakan aplikasi Turnitin dengan **Score 19%**.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Metro, 12 Februari 2024
Ketua Jurusan S1 Perbankan Syariah



Muhammad Ryan Fahlevi
NIP.199208292019031007



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0726) 41507; Faksimili (0725) 47296;
Website: www.metrouniv.ac.id E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Siti Nurhasanah
NPM : 2003021059

Fakultas/Jurusan : FEBI /PBS
Semester/TA : VII/2023

No	Hari/ Tanggal	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	RABU 15/23 "	Bimbingan APD & Outline	
		Acc APD	
		Acc Outline	

Dosen Pembimbing,

Liberty, SE, MA
NIP. 19740824 200003 2 002

Mahasiswa Ybs,

Siti Nurhasanah
NPM. 2003021059



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0726) 41507; Faksimili (0725) 47296;
Website: www.metrouniv.ac.id E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Siti Nurhasanah
NPM : 2003021059

Fakultas/Jurusan : FEBI /PBS
Semester/TA : VII/2023

No	Hari/ Tanggal	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	Senin 18/-23 12	Wawancara yg mengacu dari APD harus runtut dan rinci.	
		Kesimpulan harus menjawab pertanyaan pada bab sebelumnya	
		lengkapi lampiran z	
		Dokumentasi di beri Narasi	
		Perbaiki	

Dosen Pembimbing,

Liberty, SE, MA
NIP. 19740824 200003 2 002

Mahasiswa Ybs,

Siti Nurhasanah
NPM. 2003021059



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0726) 41507; Faksimili (0725) 47296;
Website: www.metrouniv.ac.id E-mail: iaimetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Siti Nurhasanah
NPM : 2003021059

Fakultas/Jurusan : FEBI /PBS
Semester/TA : VII/2023

No	Hari/ Tanggal	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	Kamis 14/ -23 12	Bimbingan BAB 4-5 <hr/> Gambaran Umum tentang objek lebih di pusingkat saja. <hr/> Visi dan misi luhungan saja karena tidak ada bimbingan dan pembahasan <hr/> Konsisten terhadap penulisan bahasa asing (Arab / Inggris) Cetak miring Perbaiki	

Dosen Pembimbing,

Mahasiswa Ybs,

Liberty, SE, MA
NIP. 19740824 200003 2 002

Siti Nurhasanah
NPM. 2003021059



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0726) 41507; Faksimili (0725) 47296;
Website: www.metrouniv.ac.id E-mail: lainmetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Siti Nurhasanah
NPM : 2003021059

Fakultas/Jurusan : FEBI /PBS
Semester/TA : VII/2023

No	Hari/ Tanggal	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	Kamis 21/12-23/12	Secara keseluruhan telah di perbaiki sesuai arahan saat bimbingan	
		Kesimpulan harus menjawab Pertanyaan pada bab sebelumnya.	
		lingkupi lampiran ?	
		Daftar pustaka sesuaikan dgn kapotensi keilmuan	
		perbaiki	

Dosen Pembimbing,

Liberty, SE, MA
NIP. 19740824 200003 2 002

Mahasiswa Ybs,

Siti Nurhasanah
NPM. 2003021059





**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0726) 41507; Faksimili (0725) 47296;
Website: www.metrouniv.ac.id E-mail: iaimetro@metrouniv.ac.id


FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Siti Nurhasanah
NPM : 2003021059

Fakultas/Jurusan : FEBI /PBS
Semester/TA : VII/2023

No	Hari/ Tanggal	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	Kamis 20/12-23 12	Skrripsi Acc Siap di Ujikan. 	

Dosen Pembimbing,


Liberty, SE, MA
NIP. 19740824 200003 2 002

Mahasiswa Ybs,



Siti Nurhasanah
NPM. 2003021059

FOTO DOKUMENTASI



Wawancara dengan Bapak Mifta Kholil,
Selaku Kepala Cabang BPRS Way Kanan



Dokumentasi dengan Bapak Mifta Kholil, Selaku Kepala Cabang BPRS
Way Kanan Cabang Natar



Wawancara dengan Masyarakat Natar Bapak Roni



Wawancara dengan Masyarakat Natar Ibu Nurlela



Wawancara dengan Ibu Eka, Masyarakat Natar



Wawancara dengan Bapak Ahmad, Masyarakat Natar



Wawancara dengan Ibu Irma, Masyarakat Natar



Wawancara dengan Ibu Eviyanti, Masyarakat Natar

RIWAYAT HIDUP



Peneliti bernama Siti Nurhasanah, lahir di Dabuk Rejo pada tanggal 05 Oktober 2002. Peneliti merupakan anak bungsu dari dua bersaudara dari Bapak Wajib dan Ibu Siti Widayanti. Alamat orang tua jln.Lintas Timur Desa Dabuk Rejo Blok C Kecamatan Lempuing, Kabupaten Ogan Komering Ilir, Provinsi Sumatera Selatan.

Peneliti menyelesaikan pendidikan formal di SD N 3 Dabuk Rejo lulus pada tahun 2014, SMP N 3 Lempuing lulus pada tahun 2017, SMA N 1 Lempuing lulus pada tahun 2020. Pada tahun 2020 peneliti terdaftar sebagai Mahasiswi di IAIN Metro.

Peneliti dalam study Strata Satu (S1) saat ini mengambil konsentrasi jurusan S1 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Masuk Institut Agama Islam Negeri Metro melalui seleksi penerimaan mahasiswi berjalur UM-PTKIN.