

Strategi bank syariah dalam meningkatkan minat menabung pada generasi digital dalam menghadapi resesi ekonomi

Yuni Nisa Khamalia

program studi Perbankan Syariah, UIN Maulana Malik Ibrahim Malang
e-mail: yuni.nisakhamalia@gmail.com

Kata Kunci:

Generasi Digital; Resesi Ekonomi; Bank Syariah; Menabung, peningkatan

Keywords:

Digital Generation; Economic Recession; Islamic Bank; Saving Money, improvement

ABSTRAK

Penelitian ini membahas strategi bank syariah untuk meningkatkan minat menabung pada generasi digital di tengah resesi ekonomi. Fokus utama meliputi peningkatan minat menabung, peran teknologi digital dalam strategi, dan dampak resesi terhadap perilaku menabung. Tujuan penelitian mencakup identifikasi strategi efektif, analisis peran teknologi, serta pemaparan dampak resesi, dengan sasaran meningkatkan literasi keuangan syariah dan transparansi pengelolaan dana. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan pengamatan langsung dan kajian literatur. Pengamatan dilakukan untuk menangkap realitas

partisipan secara alami, sementara kajian literatur menelaah sumber akademik relevan untuk memahami konsep dan teori terkait. Data dari kedua metode dianalisis menggunakan analisis tematik, yang bertujuan mengidentifikasi pola dan tema penting, sehingga memberikan pemahaman lebih mendalam terhadap fenomena yang diteliti. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi bank syariah dalam meningkatkan minat menabung pada generasi digital melibatkan pemasaran yang efektif, inovasi produk, dan pemanfaatan teknologi digital. Resesi ekonomi mendorong perilaku menabung yang lebih bijak, dengan generasi digital cenderung memilih bank syariah sebagai solusi aman dan etis. Edukasi mengenai produk keuangan syariah dan transparansi operasional menjadi kunci untuk menarik minat nasabah. Kesimpulan penelitian ini menunjukkan bahwa bank syariah dapat meningkatkan minat menabung generasi digital melalui strategi pemasaran yang efektif, inovasi produk, dan pemanfaatan teknologi digital. Resesi ekonomi mendorong generasi ini untuk lebih berhati-hati dalam pengelolaan keuangan, menjadikan bank syariah sebagai pilihan yang aman dan sesuai dengan nilai-nilai etis. Edukasi dan transparansi operasional menjadi kunci dalam menarik minat nasabah.

ABSTRACT

This research discusses Islamic banks' strategies to increase savings interest among the digital generation amid the economic recession. The main focus includes increasing interest in saving, the role of digital technology in the strategy, and the impact of the recession on saving behavior. The research objectives include identifying effective strategies, analyzing the role of technology, and exposing the impact of the recession, with the aim of increasing Islamic financial literacy and transparency in fund management. This research uses a qualitative approach with direct observation and literature review. Observations were made to capture the participants' reality naturally, while the literature review examined relevant academic sources to understand related concepts and theories. Data from both methods were analyzed using thematic analysis, which aims to identify important patterns and themes, thus providing a deeper understanding of the phenomenon under study. The results showed that Islamic banks' strategies in increasing interest in saving in the digital generation involved effective marketing, product innovation, and the use of digital technology. The economic recession encourages wiser saving behavior, with the digital generation tending to choose Islamic banks as a safe and ethical solution. Education on Islamic financial products and operational transparency are key to attracting customers. The conclusion of this



This is an open access article under the [CC BY-NC-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/) license.

Copyright © 2023 by Author. Published by Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

study shows that Islamic banks can increase the digital generation's interest in saving through effective marketing strategies, product innovation, and utilization of digital technology. The economic recession has encouraged this generation to be more prudent in financial management, making Islamic banks a safe and ethical choice. Education and operational transparency are key in attracting customers.

Pendahuluan

Ekonomi yang fluktuatif sering kali menjadi perhatian utama masyarakat, terutama saat isu resesi muncul. Resesi ekonomi ditandai dengan penurunan signifikan dalam aktivitas ekonomi yang berlangsung terus-menerus. Beberapa faktor dapat mempengaruhi resesi, termasuk pandemi COVID-19 pada tahun 2019 yang mengakibatkan penurunan ekonomi global. Indonesia sendiri mengalami resesi pada akhir tahun 2020. Bank Indonesia memperkirakan inflasi akan menurun pada tahun 2023 dan kondisi ekonomi membaik pada tahun 2024. Meskipun demikian, masyarakat tetap waspada terhadap kemungkinan resesi yang bisa terjadi sewaktu-waktu. Hal ini terlihat dari perubahan pola konsumsi, di mana masyarakat mulai mengurangi pengeluaran untuk barang non-primer.

Pola perilaku konsumsi masyarakat terus berkembang, dipengaruhi oleh kemajuan teknologi, modernisasi, dan perubahan ekonomi. Masyarakat perkotaan cenderung bersikap konsumtif, tidak hanya untuk memenuhi kebutuhan, tetapi juga untuk meningkatkan gengsi. Perubahan perilaku ini juga didorong oleh maraknya iklan dan promosi produk melalui berbagai media. Meski demikian, pasca pandemi COVID-19 dan isu resesi global tahun 2023, masyarakat cenderung menahan konsumsi dan lebih memilih menyimpan uang sebagai langkah antisipatif. Pengalaman selama pandemi, seperti kehilangan pekerjaan dan penurunan pendapatan, membuat mereka lebih berhati-hati, dengan prioritas pada kebutuhan pokok daripada barang mewah yang sulit dijual kembali saat keadaan mendesak. Lebih lanjut, transparansi operasional juga diperlukan untuk mendukung disiplin pasar, di mana keterbukaan informasi mengenai kinerja keuangan bank syariah dapat mempengaruhi keputusan pemangku kepentingan. Menurut penelitian, transparansi ini memungkinkan partisipasi pasar, seperti investor dan nasabah, untuk memonitor risiko operasional dan mengambil keputusan yang lebih bijak (Hasan, 2013). Dalam lingkungan perbankan syariah yang kompetitif, PR berperan penting dalam mengedukasi publik mengenai risiko dan kebijakan bank, sekaligus membangun citra positif melalui komunikasi strategis (Farida et al., 2024).

Indonesia, sebagai negara berkembang yang bergantung pada impor energi, sangat rentan terhadap fluktuasi harga energi global. Ketegangan politik dan konflik di Timur Tengah sering memicu lonjakan harga minyak, yang berdampak pada inflasi dan keseimbangan perdagangan Indonesia. Ketidakpastian di kawasan tersebut dapat memengaruhi stabilitas ekonomi Indonesia secara signifikan. Sebagai pengimpor utama energi, Indonesia memiliki hubungan ekonomi yang erat dengan negara-negara Timur Tengah. Ketergantungan ini membuat Indonesia terpengaruh oleh dinamika politik dan ekonomi di kawasan tersebut. Konflik yang berkepanjangan di Timur Tengah bisa mengganggu pasokan energi, meningkatkan harga, dan memicu inflasi yang berdampak pada daya saing produk Indonesia di pasar internasional. Untuk mengurangi dampak

krisis energi, pemerintah perlu menerapkan strategi mitigasi, seperti diversifikasi sumber energi dan penguatan sektor pertanian serta manufaktur. Dengan langkah-langkah ini, Indonesia dapat meningkatkan ketahanan ekonominya dan lebih siap menghadapi ketidakpastian global. Penelitian lebih lanjut diperlukan untuk merumuskan kebijakan yang dapat menjaga kestabilan ekonomi nasional di tengah situasi global yang tidak menentu (Soemantri, 2024). Menurut data survei yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), jumlah pengguna internet di Indonesia mengalami peningkatan sebesar 8,9%, dari 171,2 juta pengguna pada tahun 2018 menjadi 196,7 juta pengguna pada kuartal II tahun 2020. Persentase pengguna internet di Indonesia juga menunjukkan peningkatan, dari 64,8% menjadi 73,7% dari total populasi yang mencapai 266,9 juta jiwa. Kontribusi terbesar dalam peningkatan jumlah pengguna internet berasal dari Pulau Jawa, yaitu sebesar 56,4%, meningkat dari sebelumnya 55,7%. Meskipun demikian, peningkatan akses internet ini tidak diiringi dengan kemampuan generasi milenial yang idealnya dapat memilah dan memfilter informasi secara kritis (Raharjo et al., 2021).

Dalam situasi resesi ekonomi saat ini, penting bagi bank syariah untuk meningkatkan minat menabung pada generasi digital. Penelitian ini bertujuan untuk menjawab tiga pertanyaan utama. Pertama, strategi apa yang digunakan oleh bank syariah untuk menarik minat menabung generasi digital?. Kedua, bagaimana peran teknologi digital dalam mendukung strategi bank syariah untuk meningkatkan minat menabung? Ketiga, apa dampak resesi ekonomi terhadap perilaku menabung generasi digital di bank syariah? Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif untuk memahami fenomena secara mendalam melalui pengamatan langsung dan kajian literatur. Pengamatan mendalam melibatkan keterlibatan peneliti dalam situasi penelitian untuk menangkap realitas dan perilaku partisipan secara alami. Selain itu, kajian literatur dilakukan dengan menelaah berbagai sumber akademik yang relevan untuk memahami konsep dan teori terkait fenomena yang diteliti. Data yang diperoleh dari kedua metode tersebut dianalisis menggunakan analisis tematik, yang bertujuan untuk mengidentifikasi pola dan tema penting, sehingga memberikan pemahaman yang lebih komprehensif terhadap fenomena yang dikaji.

Pembahasan

Penelitian tentang strategi bank syariah dalam meningkatkan minat menabung pada generasi digital di tengah resesi ekonomi menunjukkan berbagai pendekatan yang relevan. Pertama, (Asmawati, 2022) menemukan bahwa strategi pemasaran yang diterapkan oleh Bank Syariah Indonesia di KCP Takalar, yang melibatkan empat elemen marketing mix produk, harga, dan tempat berhasil mempengaruhi minat masyarakat, terutama melalui harga dan lokasi yang strategis. Selanjutnya, bahwa promosi yang efektif secara signifikan meningkatkan ketertarikan masyarakat untuk menabung di bank syariah. Selain itu, penerapan nilai religiusitas dalam strategi menabung turut berperan dalam menarik nasabah. Penelitian oleh (Putri et al., 2019) menunjukkan bahwa meskipun dampak religiusitas terhadap minat menabung tidak dominan, ada pengaruh positif yang signifikan yang bisa dimanfaatkan oleh bank syariah untuk mengoptimalkan strategi mereka. Namun, kendala utama dalam meningkatkan minat menabung di bank

syariah adalah kurangnya pemahaman masyarakat tentang operasionalnya. Oleh karena itu, strategi edukasi mengenai produk dan mekanisme bank syariah menjadi penting agar masyarakat lebih mengenal dan tertarik untuk menabung. Meskipun berbagai penelitian sebelumnya telah memberikan panduan dalam strategi bank syariah untuk meningkatkan minat menabung, terdapat beberapa hal yang perlu diperhatikan dan diperbarui agar lebih relevan dalam konteks modern. Hal ini menjadi penting, terutama ketika mempertimbangkan tantangan resesi ekonomi dan kebutuhan spesifik dari generasi digital.

Pertama, adaptasi teknologi masih menjadi kelemahan dalam beberapa penelitian terdahulu. Pentingnya promosi melalui iklan di media elektronik, tetapi tidak mengeksplorasi lebih lanjut tentang strategi digital yang lebih canggih, yang relevan bagi generasi yang terbiasa dengan platform online. Selain itu, meskipun fokus utama penelitian sering kali pada produk dan layanan, riset tersebut jarang menyinggung secara rinci preferensi digital dari nasabah muda. (Agustina, 2023) menyelidiki strategi promosi secara umum, namun tidak memaparkan bagaimana bank syariah dapat menyesuaikan layanannya dengan kebiasaan digital. Selain itu, integrasi dengan teknologi finansial juga kurang dibahas. Generasi digital kerap berinteraksi dengan fintech, dan bank syariah perlu menyesuaikan diri dengan ekosistem ini, seperti melalui aplikasi mobile payment dan e-wallet. Strategi komunikasi pun perlu diperbarui, tidak hanya terkait frekuensi promosi, tetapi juga tentang interaksi online yang efektif. Terakhir, dalam menghadapi resesi ekonomi, bank syariah perlu menganalisis data perilaku tabungan generasi digital dengan lebih komprehensif. (Risnawati & Fasa, 2023) menunjukkan peran iklan, tidak menyertakan analisis mendalam tentang pemanfaatan data secara real-time untuk menyesuaikan strategi yang responsif.

Strategi Yang Digunakan Oleh Bank Syariah Untuk Menarik Minat Menabung Generasi Digital

Bank Syariah dapat meningkatkan minat menabung generasi milenial dan generasi digital secara umum dengan menerapkan strategi Marketing Mix atau bauran pemasaran yang efektif dan terstruktur. Strategi ini melibatkan beberapa elemen penting yang disesuaikan dengan preferensi generasi tersebut. Pertama, konsep "Bank Less", yaitu menghilangkan kebutuhan akan kantor fisik, memungkinkan nasabah untuk melakukan transaksi perbankan kapan saja dan di mana saja melalui teknologi digital, sehingga lebih fleksibel dan sesuai dengan gaya hidup mereka. Kedua, inovasi produk, seperti menawarkan tabungan nikah dan tabungan kurban (one people one goat), yang dirancang untuk menarik minat generasi milenial dengan memberikan produk yang relevan dengan kebutuhan mereka. Ketiga, promosi digital, di mana bank syariah melakukan kampanye pemasaran melalui konten kreatif, mengadakan kompetisi, dan melibatkan influencer, ustaz, artis, serta memperkuat peran aktif generasi milenial dalam menyebarkan informasi. Selain itu, bank syariah juga dapat memanfaatkan digital banking, yakni aplikasi perbankan digital yang lebih sederhana, murah, dan mudah diakses untuk pengelolaan tabungan online (Susanti & Haniah Lubis, 2021).

Selanjutnya adalah literasi keuangan syariah memainkan peran penting dalam meningkatkan minat menabung generasi Z di bank syariah. Berdasarkan penelitian, literasi keuangan syariah terbukti memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap

minat menabung di kalangan generasi Z. Ini berarti bahwa ketika generasi Z memiliki pemahaman yang lebih baik tentang konsep dan prinsip keuangan syariah, kecenderungan mereka untuk menabung di bank syariah meningkat. Pengetahuan yang baik tentang keuangan syariah dapat mempengaruhi keputusan mereka untuk memilih layanan perbankan syariah (Puspa & Sadiyah, 2024).

Namun, terdapat beberapa tantangan yang perlu diatasi. Salah satu kendala utama adalah kurangnya sosialisasi mengenai aplikasi dan layanan baru oleh bank syariah, yang menyebabkan kurangnya pemahaman masyarakat terhadap produk keuangan syariah. Selain itu, infrastruktur internet yang terbatas di wilayah pedesaan dan fitur-fitur digital yang belum sepenuhnya optimal dalam mendukung pemasaran juga menjadi hambatan. Oleh karena itu, penting bagi bank syariah untuk meningkatkan edukasi dan kesadaran masyarakat melalui media sosial dan teknologi digital yang efektif, sehingga mereka dapat memahami produk-produk keuangan syariah dengan lebih baik. Dengan merancang strategi ini secara rinci, bank syariah dapat menarik minat generasi milenial yang cenderung idealis, interaktif dengan teknologi, dan menginginkan solusi yang praktis. Peningkatan literasi keuangan syariah serta inklusi keuangan di kalangan masyarakat pun diharapkan dapat tercapai, yang pada akhirnya akan mendukung terbentuknya sistem ekonomi Islam yang lebih inklusif dan bermanfaat secara luas (Susanti & Haniah Lubis, 2021).

Peran Teknologi Digital Dalam Mendukung Strategi Bank Syariah Untuk Meningkatkan Minat Menabung

Teknologi digital memainkan peran penting dalam mendukung strategi bank syariah untuk meningkatkan minat menabung, terutama melalui inovasi produk dan layanan yang sesuai dengan kebutuhan generasi digital. Salah satu cara utama untuk mewujudkannya adalah dengan menerapkan teknologi digital dalam layanan perbankan, seperti pengembangan aplikasi mobile banking yang mudah digunakan (user-friendly). Aplikasi ini tidak hanya meningkatkan aksesibilitas, tetapi juga interaktivitas nasabah, memungkinkan mereka untuk mengelola tabungan dan melakukan transaksi dengan lebih efisien. Kemudahan akses ini menjadi daya tarik tersendiri bagi generasi digital yang lebih mengutamakan kenyamanan dan fleksibilitas dalam aktivitas perbankan mereka. Inovasi dalam produk tabungan berbasis syariah juga menjadi langkah strategis yang krusial. Bank syariah perlu menawarkan produk yang dirancang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah, seperti tabungan murabaha atau musyarakah, yang tidak hanya memenuhi standar syariah tetapi juga memberikan keuntungan yang kompetitif. Inovasi ini penting untuk menjawab kebutuhan nasabah yang mencari produk keuangan yang menggabungkan nilai-nilai keagamaan dengan keuntungan finansial. Dengan demikian, produk tabungan berbasis syariah ini mampu menarik perhatian nasabah yang semakin selektif dalam memilih layanan keuangan.

Aspek kepatuhan terhadap prinsip syariah, atau sharia compliance, juga berperan besar dalam membangun kepercayaan publik terhadap bank syariah. Kejelasan dalam praktik syariah dan transparansi dalam pengelolaan dana memberikan jaminan kepada nasabah bahwa dana mereka dikelola secara etis dan sesuai dengan hukum Islam. Hal ini menjadi nilai tambah yang sangat penting, terutama bagi generasi digital yang cenderung lebih peduli terhadap integritas dan transparansi lembaga keuangan. Bank

syariah yang mampu menjamin transparansi dan integritas dalam pengelolaan dana akan lebih dipercaya dan diminati oleh nasabah. Di sisi lain, inovasi dalam bentuk kontrak berbagi laba, seperti musyarakah dan mudharabah, juga dapat menjadi daya tarik tersendiri bagi nasabah. Skema pembagian keuntungan ini menawarkan peluang investasi yang lebih adil dan sesuai dengan nilai-nilai syariah. Inovasi finansial dalam bentuk perjanjian pembagian keuntungan ini memungkinkan bank syariah untuk memberikan opsi investasi yang menarik bagi nasabah yang peduli dengan keadilan, transparansi, dan potensi keuntungan bersih. Generasi digital, yang lebih sadar akan pentingnya etika bisnis dan keberlanjutan, dapat tertarik dengan bentuk investasi ini. Secara keseluruhan, penerapan teknologi digital, inovasi produk syariah, kepatuhan terhadap prinsip syariah, dan transparansi dalam pengelolaan dana adalah elemen-elemen penting yang saling mendukung dalam strategi bank syariah untuk meningkatkan minat menabung. Dengan memanfaatkan teknologi dan inovasi ini, bank syariah dapat memperluas basis nasabahnya, khususnya di kalangan generasi digital yang menuntut kemudahan akses, keuntungan kompetitif, serta kepastian akan praktik keuangan yang transparan dan sesuai dengan syariat Islam (Syadali et al., 2023).

Dampak Resesi Ekonomi Terhadap Perilaku Menabung Generasi Digital di Bank Syariah

Resesi ekonomi membawa pengaruh yang signifikan terhadap perilaku menabung generasi digital, terutama di bank syariah. Dalam kondisi ekonomi yang tidak stabil, generasi ini cenderung meningkatkan kesadaran mereka akan pentingnya berhemat. Ketidakpastian ekonomi membuat mereka lebih waspada dalam mengelola keuangan dan mengurangi pengeluaran yang tidak perlu. Dalam upaya untuk mengantisipasi kondisi keuangan yang lebih sulit di masa depan, strategi menabung menjadi semakin penting. Bank syariah, yang menawarkan sistem perbankan berdasarkan prinsip-prinsip syariah, dipandang sebagai solusi yang aman dan berkelanjutan dalam mengelola dana, tanpa adanya unsur riba, sehingga menarik perhatian generasi digital yang mencari keamanan finansial. Selain itu, resesi ekonomi juga mendorong generasi digital untuk lebih bijak dalam merencanakan keuangan jangka panjang. Dalam menghadapi ketidakpastian yang mungkin terjadi, mereka melihat menabung sebagai salah satu cara untuk menjaga kestabilan keuangan pribadi. Bank syariah dianggap sebagai pilihan yang menarik karena memberikan keuntungan yang etis dan sesuai dengan nilai-nilai keagamaan, terutama bagi mereka yang ingin memastikan bahwa pengelolaan uang mereka sesuai dengan prinsip-prinsip Islam. Seiring dengan perkembangan teknologi, kemudahan akses terhadap layanan perbankan digital syariah juga menjadi faktor penting yang mendorong peningkatan perilaku menabung pada generasi ini, meskipun dalam kondisi ekonomi yang sulit (Karla & Stevianus, 2023).

Dampak resesi ekonomi terhadap perilaku menabung generasi digital di bank syariah dapat dilihat dari peningkatan penggunaan teknologi finansial. Generasi Z, yang tumbuh dalam era digital, lebih cenderung memanfaatkan teknologi dalam mengelola keuangan mereka. Resesi ekonomi memicu peningkatan penggunaan platform perbankan digital dan dompet digital untuk memantau pengeluaran secara real-time. Kemudahan ini memungkinkan mereka untuk lebih cermat dalam mengelola arus kas dan mengoptimalkan tabungan. Teknologi finansial ini menjadi alat penting bagi generasi digital dalam menjaga stabilitas keuangan di tengah ketidakpastian ekonomi. Selain itu,

resesi ekonomi juga mengubah prioritas keuangan generasi digital, khususnya mahasiswa. Mereka menjadi lebih berhati-hati dalam mengelola pengeluaran dan memprioritaskan menabung untuk masa depan. Kesadaran akan pentingnya memiliki dana cadangan meningkat, sehingga mereka lebih memilih menabung dibandingkan menghabiskan uang untuk barang mewah atau pengalaman yang mahal. Sikap hemat ini tercermin dalam preferensi mereka terhadap bank syariah, yang menawarkan sistem perbankan yang stabil dan berbasis nilai-nilai etis, menjadikannya sebagai pilihan yang aman dan terpercaya dalam mengelola dana selama masa resesi (Utami & Yuyun Isbanah, 2023).

Kesimpulan

Kesimpulan penelitian ini menunjukkan bahwa strategi yang diterapkan oleh bank syariah dalam meningkatkan minat menabung pada generasi digital, terutama di tengah resesi ekonomi, dapat berhasil jika mencakup beberapa elemen penting. Pertama, strategi pemasaran yang efektif, seperti penggunaan marketing mix dengan fokus pada harga, lokasi, dan promosi digital yang tepat sasaran, terbukti mampu menarik perhatian generasi muda. Pengembangan produk inovatif, seperti tabungan nikah dan tabungan kurban, juga berhasil menjawab kebutuhan spesifik generasi milenial dan generasi Z. Kedua, peran teknologi digital sangat signifikan dalam mendukung strategi tersebut. Penerapan layanan mobile banking yang mudah diakses, inovasi produk tabungan berbasis syariah yang sesuai dengan prinsip syariat Islam, serta transparansi dan integritas dalam pengelolaan dana meningkatkan kepercayaan dan kenyamanan nasabah dalam menabung di bank syariah.

Ketiga, dalam kondisi resesi ekonomi, perilaku masyarakat yang cenderung menahan konsumsi dan lebih memilih menabung sebagai langkah antisipatif dapat dimanfaatkan oleh bank syariah melalui peningkatan edukasi dan kesadaran publik. Kampanye digital dan promosi melalui media sosial, serta kolaborasi dengan influencer dan tokoh agama, terbukti efektif dalam meningkatkan literasi keuangan syariah dan mendorong minat menabung. Secara keseluruhan, penerapan strategi berbasis teknologi, inovasi produk, dan edukasi yang konsisten, serta adaptasi terhadap preferensi generasi digital, memungkinkan bank syariah untuk menghadapi tantangan resesi ekonomi dengan tetap mempertahankan transparansi, integritas, dan kepatuhan terhadap prinsip syariah.

Daftar Pustaka

- Agustina, F. (2023). *STRATEGI PROMOSI BANK AMAN SYARIAH DALAM MENINGKATKAN MINAT MASYARAKAT KECAMATAN SEKAMPUNG UNTUK MENABUNG*.
- Asmawati. (2022). *STRATEGI PEMASARAN PRODUK TABUNGAN DALAM MENINGKATKAN MINAT MENABUNG MASYARAKAT DI BANK SYARIAH INDONESIA KCP TAKALAR*.
- Farida, N., Lelli Kisdayanti, Nur Aini Anisa, & Syamsul Arifin. (2024). PERUBAHAN PERILAKU KONSUMTIF MASYARAKAT PASCA ISU RESESI EKONOMI GLOBAL TAHUN 2023. *JIRK Journal of Innovation Research and Knowledge*, 4, 975–980.

- Hasan. (2013). MENINGKATKAN TRANSPARANSI DAN DISIPLIN PASAR PERBANKAN SYARIAH DI INDONESIA (Issue 125). <https://doi.org/10.21580/economica.2013.4.1.775>
- Karla, E., & Stevianus. (2023). Faktor-Faktor Yang Dapat Mempengaruhi Perilaku Menabung Mahasiswa Era Pandemi Covid 2019. *Journal on Education*, 05(04), 16680–16686.
- Puspa, D. A., & Sadiyah, M. (2024). PENGARUH LITERASI KEUANGAN SYARIAH, DIGITAL MARKETING DAN AKSESIBILITAS TERHADAP MINAT MENABUNG GENERASI Z PADA BANK SYARIAH (Vol. 3, Issue 1). <https://jurnalannur.ac.id/index.php/quranomic>
- Putri, Y., Solihat, A., Rahmayani, R., Iskandar, I., & Trijumansyah, A. (2019). Strategi meningkatkan Minat Menabung di Bank Syariah melalui Penerapan Religiusitas. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Performa*, 16(1), 77–88. <https://doi.org/10.29313/performa.v16i1.4532>
- Raharjo, N. P., Winarko, B., Balai, B., Sumber, P., Manusia, D., & Surabaya, P. (2021). Analisis Tingkat Literasi Digital Generasi Milenial Kota Surabaya dalam Menanggulangi Penyebaran Hoaks. 33. <https://doi.org/10.31504/komunika.v9i1.3795>
- Risnawati, S., & Fasa, M. I. (2023). PERAN IKLAN DALAM MENINGKATKAN MINAT MENABUNG MASYARAKAT PADA BANK SYARIAH. In *Jurnal Manajemen dan Bisnis (JMB)* (Vol. 4, Issue 1). <https://doi.org/https://doi.org/10.57084/jmb.v4i1.938>
- Soemantri, A. I. (2024). POTENSI KRISIS EKONOMI INDONESIA DAMPAK KONFLIK DI TIMUR TENGAH (L. Y. Prakoso, Ed.). WIDINA MEDIA UTAMA. www.freepik.com
- Susanti, D., & Haniah Lubis. (2021). Strategi Pemasaran Bank Syariah dalam Meningkatkan Minat Generasi Milenial di Era Digital. *Islamic Business and Finance (IBF)*, 2, 124–137. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.24014/ibf.v2i2.16317>
- Syadali, M. R., Segaf, & Parmujianto. (2023). Risk management strategy for the problem of borrowing money for Islamic commercial banks. In *Enrichment: Journal of Management* (Vol. 13, Issue 2). <https://doi.org/https://doi.org/10.35335/enrichment.v13i2.1392>
- Utami, N. G. P., & Yuyun Isbanah. (2023). Pengaruh financial literacy, financial attitude, financial technology, self control, dan hedonic lifestyle terhadap financial behavior. <https://doi.org/10.26740>