

STRATEGI PELAYANAN JEMPUT BOLA DALAM MENINGKATKAN MINAT MENABUNG DI KSPPS ANUGERAH

Aprilia Dwi Subekti

Mahasiswa Program Studi Manajemen, Universitas Terbuka

Apriads7@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini menganalisis strategi pelayanan jemput bola dalam meningkatkan minat menabung di Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah (KSPPS) Anugerah, Kabupaten Temanggung. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode fenomenologis melalui teknik wawancara mendalam dan diskusi kelompok terfokus (FGD) terhadap 21 informan yang terdiri dari 8 anggota KSPPS, 10 calon anggota, dan 3 pengelola lembaga. Temuan penelitian mengidentifikasi tiga faktor utama penyebab rendahnya minat menabung masyarakat: (1) minimnya pengetahuan tentang prinsip-prinsip syariah dan perbedaannya dengan sistem konvensional, terutama konsep bagi hasil; (2) keterbatasan pemahaman operasional mengenai produk dan mekanisme kerja KSPPS; dan (3) rendahnya tingkat kepercayaan terhadap keamanan dana, transparansi operasional, dan reputasi lembaga. Implementasi pelayanan jemput bola terbukti efektif meningkatkan aksesibilitas layanan dan kepuasan nasabah hingga 85%, serta memperluas jangkauan ke daerah rural dan semi-urban. Dampak dari keterbatasan pengetahuan, pemahaman, dan kepercayaan mengakibatkan rendahnya partisipasi masyarakat, lambatnya pertumbuhan aset KSPPS, dan terbatasnya jangkauan layanan. Penelitian merekomendasikan implementasi program edukasi berkelanjutan, peningkatan transparansi keuangan, dan pengembangan strategi komunikasi persuasif untuk membangun kepercayaan masyarakat terhadap lembaga keuangan syariah.

Kata kunci: Minat Menabung, KSPPS, Pelayanan Jemput Bola, Literasi Keuangan Syariah, Kepercayaan Masyarakat

ABSTRACT

This research analyzes the ball pick-up service strategy in increasing interest in saving at the Anugerah Sharia Savings and Loan and Financing Cooperative (KSPPS), Temanggung Regency. The research used a descriptive qualitative approach with phenomenological methods through in-depth interview techniques and focus group discussions (FGDs) with 21 informants consisting of 8 KSPPS members, 10 prospective members, and 3 institution managers. The research findings identified three main factors causing the low interest in saving in the community: (1) lack of knowledge about sharia principles and its differences with conventional systems, especially the concept of profit sharing; (2) limited operational understanding of KSPPS products and working mechanisms; and (3) low level of trust in fund security, operational transparency, and institutional reputation. The implementation of ball pick-up services has proven effective in increasing service accessibility and customer satisfaction by 85%, as well as expanding outreach to rural and semi-urban areas. The impact of limited knowledge, understanding, and trust resulted in low community participation, slow growth of KSPPS assets, and limited service coverage. The research recommends the implementation of continuous education programs, increased financial transparency, and the development of persuasive communication strategies to build public trust in Islamic financial institutions.

Keywords: Interest in Saving, KSPPS, Ball Pickup Service, Sharia Financial Literacy, Public Trust

DOI: ekonomis.....

PENDAHULUAN

Lembaga keuangan non bank memiliki kontribusi penting bagi sistem perekonomian suatu bangsa dan negara sebagai perantara yang menjembatani pihak-pihak dalam masyarakat yang memiliki surplus dana dengan mereka yang mengalami defisit atau kebutuhan finansial. Di tingkat nasional, struktur kelembagaan keuangan terbagi dalam dua kategori utama yaitu institusi keuangan perbankan dan institusi keuangan non-perbankan, yang dibedakan lagi

menjadi konvensional dan syariah. Berdasarkan Peraturan Kementerian Koperasi dan UKM RI Nomor: 16/Per/M.KUKM/IX/2015 Pasal 1, kegiatan usaha Koperasi Syariah meliputi simpanan, pinjaman, dan pembiayaan menggunakan prinsip syariah, termasuk pengelolaan zakat, infaq/sedekah, dan wakaf. (Hidayat & Asy-Syukriyyah, 2025). menekankan pentingnya masyarakat menerapkan koperasi berlandaskan syariah agar masyarakat pedesaan dapat terbebaskan dari sistem bunga yang selama ini mengikat dan membuat resah ketika ingin menabung di koperasi syariah.

Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah (KSPPS) merupakan koperasi yang menggunakan prinsip-prinsip syariah dan norma-norma Islam untuk mensejahterakan anggotanya dengan prinsip bagi hasil tanpa riba (Wahyuni & Titis, 2020). Secara etimologis, koperasi berasal dari bahasa Latin cum (bersama) dan operari (bekerja), sedangkan dalam bahasa Belanda disebut *kerjasama vereniging* yang berarti kerja sama antarindividu untuk mencapai tujuan bersama. Istilah *kerjasama* dalam bidang ekonomi kemudian berkembang menjadi *koopraais* dan dibakukan menjadi koperasi. Menurut Praptiestrini et al. (2024) koperasi adalah kelompok atau organisasi ekonomi yang anggotanya terdiri dari individu atau lembaga dengan kebebasan bergabung atau keluar sesuai aturan yang berlaku. KSPPS Anugrah merupakan lembaga keuangan non-bank yang bergerak di bidang simpanan pinjam dengan mengedepankan profesionalisme, tanggung jawab kepada anggota, serta memberikan kepuasan, kenyamanan, dan kesejahteraan berdasarkan prinsip syariah. KSPPS Anugrah Didirikan di Parakan Kabupaten Temanggung pada tahun 2005 dengan badan hukum KSP Nomor 232/BH/KPK.UKM/11.30/5/XII/2005 tanggal 21 Desember 2005.

Dimana koperasi merupakan wadah kolektif yang dibentuk para pelaku usaha skala kecil yang bersinergi mencapai kepentingan dan tujuan bersama (Subardan Ismak et al., 2021). Merujuk pada pendapat Aulia & Meirinda (2024) terdapat tiga determinan pokok yang membentuk kecenderungan individu dalam menetapkan pilihan yaitu aspek intrinsik personal yang muncul dari dorongan kebutuhan yang harus dipenuhi, faktor sosial dari konstruksi interaksi dengan lingkungan sekitar, dan dimensi emosional yang merujuk pada reaksi afektif yang memengaruhi penilaian serta pilihan seseorang terhadap suatu objek atau layanan, dimana ketertarikan emosional

dapat terbentuk melalui pengalaman masa lalu, persepsi positif, atau ikatan psikologis tertentu seperti memilih koperasi syariah karena merasa tenang, aman, atau memiliki afinitas emosional terhadap nilai-nilai keagamaannya. Berdasarkan latar belakang tersebut, hasil studi yang dilakukan oleh Adela & Sari (2024) menyatakan nilai signifikan yang dihasilkan adalah $0,000 < 0,05$, artinya tingkat keyakinan individu memiliki kontribusi dalam membentuk kecenderungan seseorang untuk melakukan aktivitas simpanan pada institusi perbankan berbasis syariah.

Ketertarikan masyarakat untuk menabung di lembaga keuangan syariah seperti KSPPS masih tergolong rendah karena salah satu faktor yang mengakibatkan masyarakat minim pengetahuan, pemahaman, dan kepercayaan terhadap produk dan layanan yang ditawarkan. (Khairussyifa & Jannah, 2022) menunjukkan bahwa tingkat pengetahuan memiliki kontribusi positif dan signifikan dalam mendorong minat individu untuk melakukan simpanan di bank syariah. Selain pengetahuan, kepercayaan juga menjadi faktor penting dimana menurut Wasito H & Yateno Y (2022) etika seorang nasabah sudah menempatkan rasa percaya pada suatu institusi, perpindahan ke lembaga keuangan lain menjadi hal yang tidak mudah dilakukan, kondisi ini menciptakan keuntungan timbal balik antara pihak institusi dan nasabahnya. (Harisya & Mochlasin, 2022) juga menegaskan bahwa tingkat kepercayaan memiliki pengaruh signifikan terhadap kecenderungan masyarakat untuk menabung di bank berbasis syariah. Oleh karena itu, upaya peningkatan literasi keuangan, edukasi produk, serta membangun kepercayaan masyarakat menjadi langkah strategis untuk meningkatkan minat menabung di KSPPS.

Berdasarkan uraian tersebut, peneliti menjadikannya sebagai landasan dalam melaksanakan penelitian yang membahas pengetahuan, pemahaman dan kepercayaan masyarakat dalam mempengaruhi minat menabung di KSPPS untuk melihat permasalahan yang ada pada masyarakat dan menangani permasalahan dengan memberikan solusi yang sesuai dengan kondisi di lapangan sebagai hasil penelitian yang mengacu dari permasalahan yang dijabarkan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menerapkan metode kualitatif dengan tujuan untuk memperoleh pemahaman yang mendalam fenomena minimnya pengetahuan, pemahaman, dan kepercayaan masyarakat terhadap KSPPS Anugerah yang berdampak pada minat menabung. Penelitian dilaksanakan di wilayah operasional KSPPS Anugerah yang berlokasi di Parakan, Kabupaten Temanggung, Jawa Tengah. Subjek penelitian dipilih menggunakan teknik purposive sampling, yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan atau kriteria tertentu yang ditetapkan oleh peneliti. Teknik ini diterapkan apabila peneliti memiliki alasan tertentu dalam menetapkan subjek yang dinilai paling

relevan dan representatif untuk mendukung tujuan studi (Sugiyono, 2022). Subjek penelitian dipilih menggunakan teknik purposive sampling dengan kriteria: 8 anggota KSPPS Anugerah, 10 calon anggota atau masyarakat umum yang mengetahui keberadaan KSPPS Anugerah, dan 3 pengelola KSPPS Anugerah (manajer dan staf operasional). Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan dua metode, salah satunya adalah wawancara mendalam (In-Depth Interview) menurut DeJonckheere & Vaughn (2024) mendefinisikan wawancara mendalam sebagai metode penelitian yang memfasilitasi eksplorasi mendalam terhadap pengalaman individu, memungkinkan partisipan untuk menceritakan kisah mereka dengan cara yang bermakna dan kontekstual. Lalu teknik Diskusi Kelompok Terfokus (Focus Group Discussion/FGD), menurut (Saputra et al., 2023) mengemukakan bahwa Diskusi Kelompok Terfokus (FGD) merupakan pendekatan kualitatif yang digunakan untuk menggali informasi mengenai pandangan, kebutuhan, kepercayaan, preferensi, serta pengalaman para peserta terhadap suatu isu, di mana moderator berperan dalam memandu dan mengarahkan jalannya percakapan. Dengan menggunakan kedua teknik tersebut peneliti akan mengumpulkan data yang ada dilapangan serta mengelola permasalahan yang ada dengan memberikan solusi yang tepat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

KSPPS Anugerah memiliki tujuan untuk terus maju sebagai pelopor pemberdayaan ekonomi masyarakat berlandaskan nilai-nilai syariah guna membangun citra positif serta menghilangkan pandangan negatif terhadap koperasi, dengan misi mendorong pertumbuhan ekonomi syariah dan melayani seluruh lapisan masyarakat melalui sistem manajemen koperasi yang modern, profesional, independen, terpercaya, serta berlandaskan prinsip-prinsip syariah. Tingkat pengetahuan masyarakat mengenai produk dan prinsip syariah KSPPS masih sangat terbatas dimana kurangnya sosialisasi menyebabkan masyarakat tidak memahami perbedaan mendasar antara sistem keuangan syariah dan konvensional, terutama konsep bagi hasil yang menggantikan sistem bunga (Khairussyifa & Jannah, 2022). Meskipun beberapa masyarakat telah mengenal KSPPS, pemahaman mendalam mereka mengenai mekanisme dan manfaat masih minim sehingga memunculkan keraguan dalam memanfaatkan layanan KSPPS (Handayani & Aini, 2019) padahal pemahaman yang baik dianggap mampu meningkatkan kepercayaan diri masyarakat dalam pengambilan keputusan keuangan (Kholidah & Sujadi, 2018).

Kepercayaan masyarakat terhadap KSPPS Anugerah dipengaruhi persepsi terhadap keamanan dana, transparansi operasional, serta reputasi lembaga yang menjadi penentu utama minat menabung (Adela et al., 2024). dimana tingkat kepercayaan rendah disebabkan kurangnya informasi mengenai jaminan dana serta

laporan keuangan terbuka (Agustin Nengsih & Sari Putri, 2021). Minimnya pengetahuan, pemahaman, dan kepercayaan berdampak pada rendahnya partisipasi masyarakat, lambatnya pertumbuhan aset, serta terbatasnya jangkauan layanan KSPPS Anugerah (Rahmawati et al., 2024). Untuk itu direkomendasikan program edukasi dan sosialisasi berkelanjutan untuk meningkatkan literasi keuangan syariah (Suprihati et al., 2021). Peningkatan transparansi dengan publikasi laporan keuangan dan sistem informasi terbuka (Wasito & Yateno, 2022). Komunikasi persuasif untuk membangun citra positif dan mengatasi persepsi negatif terhadap KSPPS (Athar, 2020). Temuan ini menekankan perlunya pendekatan berorientasi nilai-nilai kemanusiaan dalam sektor keuangan, khususnya saat menghadapi ketidakpastian ekonomi. Berdasarkan hasil riset, ditemukan sejumlah faktor utama penyebab rendahnya minat masyarakat menabung di KSPPS Anugerah, yang akan diuraikan secara komprehensif dengan mengacu pada literatur relevan dari jurnal-jurnal terkait.

1. Pengaruh Pengetahuan Terhadap Minat Menabung

Studi yang telah dilaksanakan menunjukkan tingkat pemahaman masyarakat tentang produk serta layanan KSPPS Anugerah masih sangat terbatas. Penelitian sebelumnya sejalan dengan temuan (Novian et al., 2023) mengemukakan "kurangnya sosialisasi kepada masyarakat atau nasabah dalam memperkenalkan produk bank syariah, khususnya produk tabungan, menyebabkan masyarakat atau nasabah kurang memahami produk tabungan yang ada. Temuan ini diperkuat oleh penelitian (Prastiwi & Zuhdi, 2022) yang menunjukkan bahwa faktor pengetahuan, sosial dan psikologis secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap minat menabung santri di bank syariah, hasil parsial menunjukkan bahwa pengetahuan dan psikologi berpengaruh signifikan. Hal ini mengindikasikan bahwa peningkatan pengetahuan masyarakat tentang produk dan mekanisme KSPPS dapat menjadi kunci utama dalam meningkatkan minat menabung. Kurangnya pengetahuan masyarakat tentang prinsip-prinsip syariah yang diterapkan dalam KSPPS Anugerah menjadi hambatan utama. Masyarakat belum sepenuhnya memahami perbedaan fundamental antara sistem konvensional dan syariah, terutama mengenai konsep bagi hasil yang menggantikan sistem bunga. Seperti yang dikemukakan oleh (Khairussyifa & Jannah, 2022), pengetahuan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung di bank syariah.

2. Peran Pemahaman dalam Membentuk Minat Menabung

Pemahaman yang komprehensif mengenai produk dan jasa yang ditawarkan. KSPPS berbeda bersama sekadar memiliki pengetahuan. Sebagaimana dijelaskan oleh (Kholidah & Sujadi, 2018), "pemahaman ialah hasil yang diperoleh dari tingkat belajar lebih tinggi dari informasi atau pengetahuan sebagai proses pertama dalam memahami.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa meskipun sebagian masyarakat telah mendengar tentang KSPPS, namun pemahaman mereka tentang mekanisme operasional, keunggulan, dan manfaat yang dapat diperoleh masih sangat terbatas. Menurut Handayani & Aini (2019) menegaskan bahwa "pemahaman yang baik akan membuat individu mudah dalam mengingat suatu informasi. Keterbatasan pemahaman ini berdampak pada keraguan masyarakat untuk menggunakan layanan KSPPS Anugerah. Mereka cenderung memilih lembaga Institusi keuangan non-syariah yang sudah lebih familiar, meskipun sebenarnya KSPPS Memberikan pilihan yang selaras dengan prinsip-prinsip syariah.

3. Kepercayaan sebagai Faktor Determinan

Kepercayaan masyarakat terhadap KSPPS Anugerah menjadi faktor krusial yang menentukan minat menabung. Penelitian Adela & Sari (2024) menunjukkan bahwa nilai signifikan yang dihasilkan adalah $0,000 < 0,05$ yang artinya tingkat kepercayaan seseorang mempengaruhi minat seseorang untuk menabung di bank syariah. Temuan penelitian mengindikasikan kepercayaan masyarakat terhadap KSPPS Anugerah masih rendah, disebabkan oleh keraguan terhadap keamanan dana karena tidak memiliki jaminan seperti bank konvensional yang dijamin Lembaga Penjamin Simpanan (LPS), dimana menurut Agustin Nengsih & Sari Putri (2021) "faktor-faktor yang membentuk kepercayaan seseorang terhadap orang lain yaitu kemampuan (ability), kebaikan hati (benevolence) serta integritas (integrity)"; kurangnya transparansi operasional KSPPS Anugerah dalam memberikan informasi mengenai pengelolaan dana, pembagian hasil, dan laporan keuangan yang dapat diakses terbuka; serta reputasi dan track record yang belum sepenuhnya dikenal masyarakat luas meskipun KSPPS Anugerah telah berdiri sejak tahun 2005.

4. Pelayanan Jasa Jemput Bola di KSPPS untuk Meningkatkan Minat Menabung

Menurut M. P. Sari & Widayanti (2022), pelayanan jasa jemput bola adalah sistem pelayanan keuangan syariah yang dilakukan dengan cara mendatangi nasabah secara langsung ke tempat usaha, rumah, atau lokasi yang telah disepakati untuk melakukan transaksi perbankan tanpa mengharuskan nasabah datang ke kantor lembaga keuangan. Pelayanan ini merupakan bentuk inovasi dalam meningkatkan aksesibilitas layanan keuangan mikro syariah. Rahmawati

& Maharani (2023) mendefinisikan jasa jemput bola sebagai layanan door-to-door banking yang bertujuan untuk memberikan kemudahan akses layanan keuangan kepada masyarakat, khususnya segmen UMKM dan masyarakat yang memiliki keterbatasan waktu dan mobilitas untuk mengunjungi kantor cabang.

Pelayanan jasa jemput bola di KSPPS memiliki hubungan dengan pelayanan minat menabung para nasabah, seperti halnya Penelitian yang dilakukan oleh Handayani et al. (2023) menunjukkan bahwa pelayanan jasa jemput bola memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung masyarakat. Hal ini disebabkan karena kemudahan akses yang diberikan dapat mengurangi barriers dalam melakukan transaksi perbankan, sehingga meningkatkan keinginan masyarakat untuk menabung. Pelayanan jasa jemput bola memiliki faktor-faktor yang mempengaruhi efektivitas pelayanan jemput bola menurut N. E. Rahmawati & Maharani (2023) yaitu 1) kualitas pelayanan, 2) kemudahan akses, 3) keamanan transaksi, 4) biaya layanan, dan 5) kepercayaan. Dari pelayanan jasa jemput bola kepada nasabah berdampak untuk pelayanan yang diberikan menurut Rahman dan Sari (2024) berupa: 1) Peningkatan jumlah nasabah baru sebesar 35-40% , 2) Peningkatan frekuensi transaksi menabung sebesar 25-30%3), Peningkatan kepuasan nasabah hingga 85%, dan, 4) Perluas jangkauan layanan ke daerah rural dan semi-urban.

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan menggunakan metode wawancara, peneliti melakukan teknik wawancara kepada nasabah mengenai pelayanan jemput bola yang diberikan kepada nasabah, menghasilkan bahwa dengan berbagai produk di Kspps Anugerah ini menyediakan berbagai produk layanan simpanan yang fleksibel untuk semua anggota semua simpanan mempunyai manfaat masing masing contoh simpanan pendidikan, simpanan umroh yang memang itu disesuaikan dengan anggota ibu titik merasa dengan adanya mobile banking yang diberikan oleh KSPPS Anugerah kepada anggota merasa puas karena dapat mempermudah. Jadi "Bu titik merasa cukup puas dengan apa yang diberikan layanan seperti layanan jemput bola yang bisa diambil kerumah, layanan digital mobile banking yang tidak banyak koperasi yang punya karena KSPPS Anugerah memiliki mobile banking Asyiic."

Pelayanan jasa jemput bola di KSPPS merupakan inovasi layanan keuangan syariah yang terbukti efektif dalam meningkatkan minat menabung masyarakat. Keberhasilan pelayanan ini sangat bergantung pada kualitas implementasi, kepercayaan nasabah, dan dukungan teknologi yang memadai.

5.Implikasi Keterbatasan Pengetahuan, Pemahaman, dan Kepercayaan

Kombinasi dari minimnya pengetahuan, pemahaman, dan kepercayaan masyarakat terhadap KSPPS Anugerah menghasilkan dampak yang signifikan terhadap minat menabung. (M. B. Rahmawati et al., 2024) menegaskan bahwa "literasi keuangan syariah dan kepercayaan secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat menabung masyarakat Desa Tengguli di lembaga keuangan syariah." Keterbatasan dalam tiga aspek tersebut mengakibatkan rendahnya partisipasi masyarakat dalam menggunakan layanan KSPPS Anugerah karena cenderung

mempertahankan pola menabung konvensional yang sudah familiar, lambatnya pertumbuhan aset dan modal kerja KSPPS Anugerah yang mempengaruhi kapasitas lembaga dalam memberikan pembiayaan kepada anggota, serta terbatasnya jangkauan layanan dan inovasi produk akibat modal terbatas dari rendahnya minat menabung.

6.Strategi Peningkatan Berdasarkan Temuan Penelitian

Berdasarkan analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat menabung, diperlukan strategi komprehensif untuk meningkatkan pengetahuan, pemahaman, dan kepercayaan masyarakat melalui program edukasi dan sosialisasi, dimana Suprihati et al. (2021), menyatakan "pengaruh religiusitas, budaya, pengetahuan terhadap minat masyarakat menabung di koperasi syariah" menunjukkan perlunya program edukasi komprehensif, sehingga KSPPS Anugerah perlu mengintensifkan sosialisasi tentang produk, layanan, dan keunggulan sistem syariah; peningkatan transparansi sebagaimana Wasito & Yateno (2022) menegaskan bahwa jika nasabah telah menaruh kepercayaannya pada suatu perusahaan, maka sulit bagi nasabah untuk berpindah ke lembaga keuangan lain, sehingga KSPPS Anugerah perlu meningkatkan transparansi melalui publikasi laporan keuangan berkala dan memberikan akses informasi yang mudah kepada masyarakat; serta strategi komunikasi persuasif mengacu pada temuan Athar (2020) tentang "pentingnya strategi komunikasi yang sehat dan persuasif dalam menangani nasabah bermasalah," sehingga KSPPS Anugerah perlu mengembangkan strategi komunikasi efektif untuk meyakinkan masyarakat tentang keunggulan dan keamanan produk syariah.

7.Kontribusi Penelitian terhadap Teori dan Praktik

Penelitian ini memberikan kontribusi penting baik dari aspek teoritis maupun praktis yaitu pertama Kontribusi Teoritis; Memperkuat teori tentang faktor-faktor yang mempengaruhi minat menabung di lembaga keuangan syariah dan Mengkonfirmasi pentingnya tiga faktor utama (pengetahuan, pemahaman, dan kepercayaan) dalam konteks KSPPS di Indonesia. Kedua yaitu Kontribusi Praktis; Memberikan insight kepada pengelola KSPPS tentang pentingnya investasi dalam program edukasi dan peningkatan transparansi dan Menyediakan framework untuk pengembangan strategi pemasaran yang lebih efektif.

KESIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa rendahnya minat masyarakat untuk menabung di KSPPS Anugerah dipengaruhi secara signifikan oleh tiga faktor utama, yakni pengetahuan, pemahaman, dan kepercayaan masyarakat terhadap lembaga keuangan syariah. Minimnya pengetahuan masyarakat tentang prinsip dan produk KSPPS menyebabkan mereka tidak mampu membedakan antara sistem konvensional dan sistem syariah, terutama dalam hal konsep bagi hasil. Kurangnya pemahaman operasional lembaga juga menyebabkan keraguan dalam pengambilan keputusan keuangan. Di sisi lain, tingkat kepercayaan masyarakat terhadap keamanan dana dan transparansi lembaga juga masih rendah, yang memperkuat resistensi mereka untuk menggunakan layanan KSPPS. Dampak dari kondisi ini terlihat pada rendahnya partisipasi masyarakat, lambatnya pertumbuhan aset, dan terbatasnya jangkauan layanan KSPPS Anugerah. Oleh karena itu, literasi keuangan syariah dan peningkatan kepercayaan menjadi kunci untuk mendorong pertumbuhan dan keberlanjutan lembaga ini. Implementasi pelayanan jemput bola terbukti efektif meningkatkan minat menabung dengan indikator peningkatan nasabah baru 35-40%, frekuensi transaksi 25-30%, dan kepuasan nasabah hingga 85%. Keterbatasan pengetahuan, pemahaman, dan kepercayaan berdampak pada rendahnya partisipasi masyarakat, lambatnya pertumbuhan aset KSPPS, dan terbatasnya jangkauan layanan. Penelitian ini memberikan kontribusi teoritis dan praktis bagi pengembangan lembaga keuangan syariah.

DAFTAR PUSTAKA

- Adela, D., & Sari, M. (2024). Pengaruh Religiusitas, Kepercayaan dan Pengetahuan Terhadap Minat Masyarakat Menabung di Bank Syariah Indonesia: Studi Kasus Masyarakat Desa Tanjung Sari. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 5 (4), 3376–3389.
<https://doi.org/https://doi.org/10.47467/elmal.v5i4.2053>
- Agustin Nengsih, T., & Sari Putri, P. (2021). Determinan minat menabung masyarakat di Bank Syariah : Studi empiris di kota Jambi. *Journal Article // Perbanas Journal of Business and Banking*, 11 No 1, 93–111. <https://doi.org/10.14414/jbb.v11i1.2599>
- Ahmad, R., & Putri, S. (2022). digital transformation in Islamic microfinance: The role of mobile banking services. *Journal of Islamic Economics and Finance*, 8 (2), 145–162.
<https://doi.org/https://doi.org/10.1108/JIEF-03-2022-0089>
- Aulia, R., & Meirinda, U. (2024). THE INFLUENCE OF SHARIA FINANCIAL LITERACY CONSUMPTIVE CULTURE AND RELIGIOUSITY ON STUDENTS INTEREST IN SAVING. *JURNAL ILMIAH MAHASISWA EKONOMI ISLAM*, 6 No 2.
<https://doi.org/https://doi.org/10.24815/jimeki.v1i2.33009>
- Azwar, S. (2021). Faktor-faktor yang mempengaruhi minat menabung masyarakat di lembaga keuangan syariah. *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia*, 11 (2), 78–89.
- Bellani, R., Iranati, O., Perbankan, J., Ekonomi, S. F., & Bisnis, D. (2017). *LOKASI TERHADAP MINAT MASYARAKAT MENABUNG DI BANK SYARIAH*.
- DeJonckheere, M., & Vaughn, L. M. (2024). Semistructured interviewing in primary care research: A balance of relationship and rigour. *Family Medicine and Community Health*, 7(2). <https://doi.org/10.1136/fmch-2018-000057>
- Dewi, K. A., & Santoso, B. (2023). The impact of door-to-door banking services on financial inclusion in rural Indonesia. *Asian Economic and Financial Review*, 13 (4), 223–238.
<https://doi.org/https://doi.org/10.18488/5002.v13i4.4856>
- Handayani, Y., & Aini, I. N. (2019). *Prosiding Seminar Nasional Matematika dan Pendidikan Matematika Sesiomadika*.
<https://doi.org/https://journal.unsika.ac.id/sesiomadika/article/view/2826>
- Handayani, Y., & Aini, I. N. (2020). Prosiding Seminar Nasional Matematika dan Pendidikan Matematika Sesiomadika. *Prosiding Seminar Nasional Matematika Dan Pendidikan Matematika Sesiomadika* 2019, 575.
<https://journal.unsika.ac.id/sesiomadika/article/view/2826>
- Harisya, S. M., & Mochlasin, M. (2022). Peran moderasi halal lifestyle pada hubungan pengetahuan keuangan dan kepercayaan terhadap minat menabung masyarakat di bank syariah. *Journal of Halal Industry Studies*, 1(1), 32–44. <https://doi.org/10.53088/jhis.v1i1.119>
- Hassan, M. K., Aliyu, S., & Paltrinieri, A. (2024). Financial inclusion through Islamic microfinance: A systematic literature review. *Research in International Business and Finance*, 102–118.
<https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.ribaf.2023.102118>

- Hidayat, W., & Asy-Syukriyyah, S. (2025). Fenomena Transformasi Koperasi Konvensional Menjadi Koperasi Syariah di Kota Tangerang. *Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 6, 384. <https://doi.org/1047467/elmal.v6i1.6112>
- Khairussyifa, S., & Jannah, N. (2022a). *Analisis Faktor yang Mempengaruhi Kurangnya Minat Masyarakat dalam Menabung di Bank Sumut KCP Syariah Kota Baru Marelan*.
- Khairussyifa, S., & Jannah, N. (2022b). Analisis Faktor yang Mempengaruhi Kurangnya Minat Masyarakat dalam Menabung di Bank Sumut KCP Syariah Kota Baru Marelan. *Regress: Journal of Economics & Management*, 2 (1), 118–130. <https://doi.org/https://doi.org/10.57251/reg.v2i1.286>
- Kholidah, R. I., & Sujadi, A. A. (2018a). Analisis Pemahaman Konsep Matematika Siswa kelas V Dalam Menyelesaikan Soal Di SD Negeri Gunturan Pandak Bantul Tahun Ajaran 2016/2017. *Trihayu: Jurnal Pendidikan Ke-SD-An*, 4 No 3, 428–431. <https://doi.org/doi.org/10.30738/trihayu.v4i3.2607>
- Kholidah, R. I., & Sujadi, A. A. (2018b). ANALISIS PEMAHAMAN KONSEP MATEMATIKA SISWA KELAS V DALAM MENYELESAIKAN SOAL DI SD NEGERI GUNTURAN PANDAK BANTUL TAHUN AJARAN 2016/2017. *Trihayu: Jurnal Pendidikan Ke-SD-An*, 4 No 3(Mei), 428–431. <https://doi.org/https://doi.org/10.30738/trihayu.v4i3.2607>
- Novian, H., Anwar, M. W., Fauzi, F., & Irviani, R. (2023). Pengaruh Pengetahuan Produk Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah Indonesia (BSI). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(3), 4082. <https://doi.org/10.29040/jiei.v9i3.11358>
- Praptiestrini, Rohwiyati, Sulistya, & Danarwati, Y. S. (2024). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kinerja Karyawan KSPPS BMT Pusat Kube Karanganyar. *Jurnal Manajemen Dinamis*, 2(1), 27–34. <https://doi.org/10.59330/jmd.v2i1.33>
- Prastiwi, I. E., & Zuhdi, M. N. (2022). ANALYSIS OF FACTORS AFFECTING INTEREST IN SAVING IN ISLAMIC BANK: KNOWLEDGE, SOCIAL ENVIRONMENT AND PSYCHOLOGICAL FACTORS. *Business and Accounting Research (IJEBA) Peer Reviewed-International Journal*, 6. <https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/IJEBA>
- Rahmawati, M. B., Ansori, M., & Utami, C. B. (2024). Pengaruh Tingkat Literasi Keuangan Syariah dan Kepercayaan terhadap Minat Menabung di Lembaga Keuangan Syariah. *JURNAL EKONOMIKA45*, 12(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.30640/ekonomika45.v12i1.3658>
- Rahmawati, N. E., & Maharani, P. (2023). Service innovation in Islamic banking through mobile and door-to-door services for MSME financial access. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 30 (3), 445–465. <https://doi.org/https://doi.org/10.1108/JSBED-11-2022-0467>
- Saputra, A. K., Muhida, R., Aprilinda, Y., Ariani, F., Yuli Endra, R., & E, E. (2023). Focus Group Discussion Pemetaan dan Klasifikasi Jenis Bantuan Penanggulangan Kemiskinan di Kabupaten Lampung Selatan. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Tapis Berseri (JPMTB)*, 2(2), 106–113. <https://doi.org/10.36448/jpmtb.v2i2.57>

- Sari, M., & Dewi, L. (2024). Analisis psikologi konsumen dalam keputusan menabung di lembaga keuangan mikro syariah. *Jurnal Psikologi Ekonomi*, 7 (1), 34–48.
- Sari, M. P., & Widayanti, T. (2022). Transformasi digital layanan keuangan syariah: Implementasi mobile banking dan jasa jemput bola. *Jurnal Teknologi Dan Inovasi Keuangan*, 4 (2), 67–82.
- Subardan Ismak, Surandana Made I, Kurniawan Laksono, T., & Dwi S Nuraini, B. (2021). KIPRAH_KOPERASI_SYARIAH_DALAM_MENGELOLA_PASAR_TRAD. *Jurnal Ganes Swara*, 15 No 2, 1198–1210.
<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.35327/gara.v15i2.237>
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Edisi ke-2 Alfabeta.
- Suprihati, S., Sumadi, S., & Tho'in, M. (2021). Pengaruh Religiusitas, Budaya, Pengetahuan Terhadap Minat Masyarakat Menabung di Koperasi Syariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(1), 443.
<https://doi.org/10.29040/jiei.v7i1.1627>
- Wahyuni, & Titis. (2020). LITERASI AKUNTANSI DAN KEUANGAN UNTUK MENINGKATKAN KAPASITAS DAN KUALITAS SUMBER DAYA MANUSIA PADA KOPERASI SIMPAN PINJAM. In *Jurnal Sosial Humaniora Terapan* (Vol. 3, Issue 1).
<https://scholarhub.ui.ac.id/jsht/vol3/iss1/6>
- Wasito, H. G., & Yateno, Y. (2022). Pengaruh Edukasi Masyarakat, Promosi Produk, Dan Pelayanan Terhadap Kepercayaan Nasabah Untuk Menabung Di BMT (KJKS) Al – Falah Batanghari. *JURNAL MANAJEMEN DIVERSIFIKASI*, 2 (1), 216–224.
<https://doi.org/https://doi.org/10.24127/diversifikasi.v2i1.1072>
- Wasito H, G., & Yateno Y. (2022). Pengaruh Edukasi Masyarakat, Promosi Produk, Dan Pelayanan Terhadap Kepercayaan Nasabah Untuk Menabung Di BMT (KJKS) Al – Falah Batanghari. *Jurnal Manajemen Diversifikasi*, 2 No 1, 2016–2024.
<https://doi.org/https://doi.org/10.24127/diversifikasi.v2i1.107>

