

## **SISTEM KOMUNIKASI PENGEMBANGAN EKONOMI SYARIAH DAN PENERAPANNYA DI BIDANG PERBANKAN**

**Mas Khairani<sup>1</sup>**  
**Hendra Syahputras<sup>2</sup>**  
**Ahmad Fajar Bahri Harahap<sup>3</sup>**

1,2,3 Universitas Islam Negeri (UIN) Sumatera Utara  
(e-mail: Khairanimas79@gmail.com)

---

**Abstrak:** *Ekonomi syariah dikenal sebagai sebuah alternatif solusi bagi umat manusia untuk menjalankan kegiatan perekonomian. Sistem ini bersumber dari ajaran Islam yang secara prinsip akidah menghendaki pelibatan Tuhan dalam setiap aktivitasnya. Meski telah lama menjadi alternatif pilihan, akan tetapi sistem ini tampaknya belum sepenuhnya terkomunikasikan dengan baik pada masyarakat Indonesia. Hal ini dibuktikan dengan pangsa pasar perbankan syariah yang terbilang sangat kecil meski secara faktual penduduk Indonesia mayoritas beragama Islam. Artikel ini bertujuan menganalisis sistem komunikasi yang diterapkan dalam sistem ekonomi syariah, khususnya pada bidang perbankan. Adapun metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian perpustakaan (library research). Hasil penelitian menunjukkan, perjalanan sistem ekonomi syariah dalam bidang perbankan yang telah diterapkan selama lebih dari 30 tahun di negeri ini, tidak berkembang secara signifikan akibat sistem komunikasi yang masih lemah dan belum menyentuh logika pasar.*

**Kata kunci:** *Ekonomi Syariah, Sistem Komunikasi, Perbankan*

---

### **Pendahuluan**

Sejak era Orde Baru, ekonomi syariah telah menjadi bagian dari tonggak perekonomian Indonesia. Sistem bisnis ini menjadi alternatif pilihan bagi rakyat di samping pilihan sistem ekonomi lainnya yang telah ada sebelumnya.

Ekonomi syariah bersumber dari ajaran Islam. Dari sisi keyakinan, Islam bukan sekedar sebuah agama bagi pemeluknya. Lebih dari itu, agama samawi yang berpedoman pada Alquran dan sunnah Rasul ini, merupakan sumber ilmu pengetahuan. Di dalam ajarannya terdapat ekspresi akidah komprehensif yang melahirkan berbagai corak serta bidang pemikiran. Salah satunya adalah kegiatan melakukan tindakan ekonomi yang aturannya sesuai dengan syariat Islam.

Eksistensi ekonomi syariah di negeri ini mula-mula diterapkan pada bidang perbankan. Berdasarkan keterangan dari situs Otoritas Jasa Keuangan (OJK), ide mendirikan bank Islam telah dimulai sejak 1980. Pada tahun 1983, pemerintah pernah berencana menerapkan sistem bagi hasil dalam bidang perkreditan. Sistem bagi hasil merupakan konsep dari perbankan syariah. Lalu, pada 1990, Majelis Ulama Indonesia (MUI) membentuk kelompok kerja yang tujuannya mendirikan bank Islam.

Hasilnya, tepat pada 1 November 1991, sebuah bank Islam atau bank syariah berhasil didirikan. Bank tersebut diberi nama PT Bank Muamalat Indonesia (BMI). Secara resmi, BMI dioperasikan dengan modal awal Rp106.126.382.000 dan mulai melakukan transaksi sebagaimana layaknya sebuah usaha perbankan pada 1 Mei 1992.

Di masa itu, bank syariah belum mendapat perhatian optimal. Sebab, landasan hukum yang diterbitkan pemerintah, yaitu pasal yang terkait dengan sistem bagi hasil dalam UU Nomor 7 Tahun 1992, belum memberikan rincian yang jelas tentang hukum syariah itu sendiri. Selain itu, tidak ada pasal-pasal lanjutan yang menjelaskan usaha-usaha apa saja yang diperbolehkan sesuai syariat.

Enam tahun berselang, pemerintah menerbitkan UU Nomor 10 Tahun 1998. UU ini sekaligus memperjelas posisi perbankan syariah sebab telah ada penjelasan yang tegas, di negeri ini terdapat dua sistem perbankan, yaitu perbankan konvensional serta perbankan syariah. Regulasi ini membuka peluang yang baik bagi perkembangan ekonomi syariah lewat usaha perbankan. Ketika itu berdirilah beberapa bank Islam seperti Bank IFI, Bank Syariah Mandiri, Bank Niaga, Bank BTN, Bank Mega, Bank BRI, Bank Bukopin, BPD Jawa Barat, serta BPD Aceh.

Dalam pengoperasian bank syariah hingga 14 tahun kemudian, perkembangannya terbilang lamban. Hal ini dibuktikan dengan penguasaan pangsa pasar yang relatif kecil serta rentan mengalami penurunan.

Berdasarkan data statistik perbankan syariah Bank Indonesia, pada Januari 2006, pangsa pasar aset turun dari 1,46 persen (Desember 2005) menjadi 1,40 persen. Penurunan pangsa pasar juga terjadi pada dana deposito turun dari 1,43% (2005) menjadi 1,34% (2006). Demikian juga pangsa pembiayaan total aset yang menurun dari 2,22% menjadi 2,16% (Ahmad, 2006).

Penguasaan pangsa pasar yang demikian lamban, berbanding terbalik dengan jumlah penduduk Indonesia yang mayoritas beragama Islam. Semestinya jumlah dominan tersebut menjadi pasar potensial dan subur bagi perbankan syariah.

Bahkan, hingga saat ini, tepatnya di tahun 2023, pangsa pasarnya belum memperlihatkan perkembangan yang signifikan. Meski mengalami kenaikan dibanding dengan data tahun 2006, *market share*-nya hanya pada level 7 persen dari total keseluruhan pangsa perbankan nasional.

Fakta statistik ini menunjukkan bahwa proses pengembangan ekonomi syariah, khususnya pada bidang bisnis perbankan, belum dapat terkomunikasikan dengan baik kepada masyarakat Indonesia. Perbankan syariah belum dilirik sebagai alternatif pilihan bagi calon nasabah. Atas dasar itu, diperlukan sistem komunikasi yang mampu menarik perhatian agar masyarakat bersedia dan percaya menitipkan uangnya di bank-bank syariah.

Artikel ini bertujuan menganalisis sistem komunikasi yang diterapkan dalam upaya pengembangan ekonomi syariah. Secara khusus, analisis dilakukan pada sistem komunikasi yang dilakukan oleh perbankan syariah.

## **Tinjauan Pustaka**

Kegiatan ekonomi atau muamalah dalam tuntunan Islam, menghendaki pelibatan Tuhan pada setiap aktivitasnya. Hal ini merujuk pada pemikiran Nuruddin (2009), ekonomi syariah pada hakikatnya adalah ekonomi yang dikembangkan dan dijalankan berlandaskan pada Alquran dan Hadist. Nilai-nilai yang melekat pada ekonomi syariah adalah nilai-nilai seperti keadilan, kejujuran, kebersamaan, kesederhanaan, dan tanggung jawab.

Berdasarkan prinsip nilai tersebut, ekonomi syariah dapat menjadi senjata untuk mengikis praktik-praktik manipulasi, kecurangan, spekulasi, ketimpangan, serta keserakahan yang kerap terjadi dalam kehidupan manusia. Terlebih pada nilai semangat kebersamaan yang diusungnya merupakan wujud dari semangat ekonomi kerakyatan.

Menurut Muhammad Syafi’I Antonio (dalam Asmuni dan Mujiatun, 2016), pemaknaan syariah sendiri bersifat unik sebab bukan hanya komprehensif, lebih dari itu bersifat universal. Sifat universal tersebut didefinisikannya sebagai syariah yang dapat diterapkan dalam setiap waktu dan tempat oleh setiap manusia. Oleh sebab itu, sifat universal tersebut tidak membedakan antara muslim dan non-muslim.

Masih dari literatur yang sama, berdasarkan pemaknaan Antonio, Hermawan Kertajaya dan Sakir Sula merumuskan arti ekonomi syariah dalam kerangka bisnis syariah sebagai bisnis yang santun, penuh kebersamaan, dan penghormatan atas hak masing-masing.

Sementara itu, istilah sistem komunikasi yang dimaksud dalam artikel ini, mengacu pada komunikasi Islam. Menurut Kholil (2007), komunikasi yang bersumber dari aturan Islam disebut sebagai komunikasi Islam. Komunikasi Islam mengajarkan unsur etika dalam berkomunikasi seperti mengawali pembicaraan dengan salam, berbicara dengan lemah lembut, menggunakan perkataan yang baik/, menyebutkan hal-hal yang baik tentang diri komunikan, menggunakan hikmah dan nasehat yang baik, berlaku adil, menyesuaikan bahasa dan isi pembicaraan dengan keadaan komunikan, berdiskusi dengan cara yang baik, komunikator menyesuaikan perkataan dan perbuatan, mempertimbangkan pandangan dan pikiran orang lain, serta berdoa kepada Allah ketika akan melakukan kegiatan berkomunikasi yang berat. Prinsip komunikasi Islam ini, menurutnya, berbeda dengan model komunikasi umum yang menganut prinsip *free flow of ideas by word and image*, setiap orang bebas menyampaikan apa saja yang menarik tanpa mempertimbangkan nilai-nilai yang berlaku pada masyarakat lain. Sehingga, komunikasi dianggap menjadi suatu komoditi.

Istilah sistem sendiri, dirujuk dari Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) yang diartikan sebagai perangkat unsur yang berkaitan untuk membangun sebuah totalitas. Dari pemaknaan tersebut, sistem dapat dikatakan sebagai gabungan dari beberapa unsur yang saling berhubungan untuk mencapai suatu tujuan.

Berdasarkan uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa dua disiplin ilmu yang berlandaskan ajaran Islam ini, apabila dipadukan akan dapat menjadi perangkat kekuatan besar untuk mendukung perkembangan ilmu yang bersumber dari Alquran dan sunnah Rasul. Komunikasi Islam yang menekankan unsur keseimbangan (adil) serta tanggung jawab sosial dari para pelaku komunikasi, bisa menjadi modal yang kuat untuk pengembangan ekonomi syariah, khususnya perbankan syariah.

### **Pangsa Pasar Perbankan Syariah**

Meski pangsa pasar perbankan syariah terbilang masih kecil dibanding dengan usianya, akan tetapi kinerjanya mengarah pada tren yang positif. Berdasarkan data terakhir yang dirilis OJK, secara nasional pangsa pasar perbankan syariah berada di posisi 6,51 persen pada Desember 2020. Lalu, naik menjadi 6,55 persen pada Januari 2021. Pada Agustus 2022, terjadi penambahan persentase, yaitu menjadi sebesar 7.03 persen.

Sebagai rincian, dari penguasaan 7.03 persen pangsa pasar perbankan nasional tersebut, sebanyak 66,14 persen dikuasai oleh 13 Bank Umum Syariah (BUS). Selanjutnya, sebanyak

31,39 persen dikuasai oleh 20 Unit Usaha Syariah. Sedangkan 2,47 persen lagi dikuasai oleh 166 Bank Pembiayaan Syariah.

Untuk kategori penguasaan pangsa pasar dari BUS, PT Bank Syariah Indonesia Tbk (BRIS)/ atau dikenal dengan Bank Syariah Indonesia (BSI) yang merupakan hasil merger bank syariah plat merah menguasai pangsa pasar sebesar 60 persen. Di Posisi terbesar kedua, PT BMI, yaitu sebesar 13 persen. Selanjutnya, di posisi ketiga, Bank Aceh, 7 persen. Lalu di posisi ke empat dan ke lima, masing masing Bank BTPN Syariah (4 persen) serta Bank Panin Syariah (3 persen). Sedangkan 13 persen lagi dikuasai oleh tujuh BUS lainnya.

Dari data-data di atas, dapat dilihat bahwa bank milik pemerintah, BSI, menjadi raja pasar perbankan syariah nasional. Dengan penguasaan pasar yang signifikan dibanding persentase pasar BUS lainnya, dapat dinyatakan, BSI memiliki magnet tersendiri sehingga mampu menarik lebih banyak nasabah.

### **Faktor Penghambat Pengembangan Perbankan Syariah**

Pengembangan ekonomi syariah lewat suatu komunikasi yang tersistem merupakan hal mendasar yang perlu dilakukan. Tujuannya, agar masyarakat dapat mengenal lebih dekat hakikat ekonomi syariah itu sendiri, khususnya unit bisnis bernama perbankan syariah.

Sesuai dengan visi nasional pengembangan perbankan syariah, yaitu “mewujudkan perbankan syariah yang berkontribusi signifikan bagi pertumbuhan ekonomi berkelanjutan, pemerataan pembangunan, dan stabilitas sistem keuangan serta berdaya saing tinggi”, bank syariah sesungguhnya dapat menjadi alternatif pilihan bagi masyarakat untuk bersinergi melakukan aktivitas ekonominya.

Akan tetapi, karena belum mengenal prinsip-prinsip syariah yang diterapkan diperbankan syariah, tampaknya masyarakat masih ragu terhadap alternatif solusi yang ditawarkan bank syariah. Sesuai dengan data-data pangsa pasar yang dipaparkan di atas, jumlah masyarakat yang mempercayakan pilihan kepada bank syariah memang masih relatif kecil dibanding dengan fakta jumlah penduduk Indonesia yang mayoritas beragama Islam.

Dalam catatan OJK, ada beberapa isu strategis yang menjadi penghambat bagi percepatan pengembangan perbankan syariah. Pertama, visi serta koordinasi antara pemerintah dan pihak otoritas dalam proses pengembangan perbankan syariah belum selaras. Ini terlihat dari langkah-langkah stakeholdernya yang terkesan berjalan masing-masing sebab tidak ada acuan dalam bentuk visi atau tujuan yang bersifat nasional.

Hambatan kedua, permodalan bank-bank syariah belum memadai sehingga berdampak pada proses ekspansi. Modal terbatas yang dimiliki oleh bank syariah menjadi penghambat untuk pengembangan infrastruktur, kantor cabang, serta segmen layanan. Yang ketiga, biaya dana yang mahal berdampak pada keterbatasan variasi pembiayaan. Akibatnya, bank-bank syariah hanya fokus pada pembiayaan ritel dan belum mengarah pada pembiayaan korporasi serta investasi.

Selanjutnya, yang keempat, produk yang tidak variatif serta pelayanan yang belum sesuai ekspektasi masyarakat. Faktor ini berdampak pada penerimaan masyarakat terhadap keberadaan bank syariah. Meski layanan perbankan syariah semakin berkembang, akan tetapi bentuk penerimaan masyarakat terhadap layanan bank syariah belum optimal sebagaimana penerimaan masyarakat terhadap bank konvensional yang memiliki fitur lebih baik serta lebih lengkap. Selain itu, nilai harga, mutu pelayanan, serta akses pengenalan nasabah pada produk-produk bank syariah juga belum dapat disetarakan dengan bank konvensional.

Kelima, produk dan layanan bank syariah belum didukung dengan SDM dan teknologi informasi yang memadai. Kapasitas SDM serta teknologi informasi perbankan syariah dalam catatan OJK masih di bawah standar bank konvensional. Satu hal lagi yang menjadi tantangan bagi SDM bank syariah dalam memperkenalkan produk-produknya. SDM bank syariah selayaknya mampu memberikan penjelasan secara detail tentang aturan-aturan produk sesuai syariah. Sehingga masyarakat menjadi paham bahwa aturan di perbankan syariah bukan sekedar menghindari riba.

Keenam, pemahaman serta kesadaran masyarakat masih rendah. Terdapat perbedaan persepsi antara pihak bank syariah dan masyarakat, misalnya terkait dengan proses akad yang rumit serta berbiaya mahal. Sedangkan yang ketujuh, pengaturan dan pengawasan yang belum optimal.

Dari tujuh faktor penghambat berkembangnya bank syariah di atas, dapat dilihat, ada pesan komunikasi yang terhambat antara pihak pegiat perbankan syariah dengan stakeholder, baik dari kalangan pemangku kebijakan maupun dari masyarakat. Informasi yang ingin disampaikan kepada para stakeholder belum mampu menyentuh logika berpikir komunikan.

## Metode Penelitian

Karya tulis ini disajikan dengan pendekatan deskriptif. Adapun metode yang digunakan yaitu metode penelitian kepustakaan (*library research*) dengan teknik pengumpulan data yang mengandalkan dokumentasi. Dokumentasi tersebut selanjutnya dianalisis dengan bantuan sejumlah bahan rujukan atau referensi terkait.

## Hasil dan Pembahasan

Mengapa ekonomi syariah sulit berkembang di Indonesia? Pertanyaan ini agaknya dapat dikaitkan dengan asumsi umum yang menganggap ekonomi syariah hanya berkutat pada persoalan riba saja. Misalkan untuk menghindari bunga yang diterapkan di bank-bank konvensional, sebagian masyarakat menitipkan uangnya di bank syariah. Padahal, riba dalam konsep bisnis Islam, tak lebih dari sekedar dasar atau pondasi saja.

Sebenarnya, cakupan praktik ekonomi syariah sangat banyak. Sebut saja seperti sumber modal yang harus bebas dari unsur riba dan gharar (sesuatu yang tidak diketahui, tidak jelas, kabur akan produk yang diperjualbelikan). Lalu, terkait lafaz akad jual-beli pada saat melakukan penjualan baik secara Daring maupun Luring. Termasuk juga soal pemakaian bahan serta prosedur yang harus halal. Selain itu, ekonomi syariah juga mempertimbangkan pembagian keuntungan yang harus bersifat adil dan terbuka sesuai dengan kesepakatan yang dibangun pebisnis bersama mitra kerjanya.

Khusus pada produk-produk syariah di perbankan syariah serta lembaga keuangan syariah lainnya, sejumlah istilah telah diperkenalkan dan dipraktikkan sebagai nama produk yang diperjualbelikan serta dipergunakan dalam praktik bisnisnya. Misalkan saja istilah ujarah yang berkenaan dengan upah pekerja.

Ada sejumlah istilah yang telah digunakan di lembaga keuangan bank dan non-bank pada praktik bisnis Islam ini. Istilah-istilah tersebut seperti:

1. Ijarah (sewa) adalah akad sewa-menyewa antara pemilik dan penyewa untuk mendapatkan imbalan atas sesuatu yang disewakan.

2. Wakalah (jasa perwakilan) adalah pelimpahan kekuasaan dari seseorang kepada orang lain untuk melakukan sesuatu dalam hal yang dibenarkan syariat Islam.
3. Kafalah (jasa penjaminan) adalah jaminan yang diberikan oleh penanggung kepada pihak ketiga untuk memenuhi kewajiban pihak kedua atau pihak yang ditanggung.
4. Hiwalah (jasa transfer)
5. Rahn (gadai) adalah menahan salah satu harta milik si peminjam sebagai jaminan atas pinjaman yang diterimanya.
6. Qardhu (pinjaman kebajikan) adalah harta yang dipinjamkan kepada peminjam untuk dikembalikan lagi tanpa imbalan apapun. Sebagai contoh, dana zakat, infaq, dan sedekah (ZIS) yang diproduktifkan dikembalikan peminjam tanpa imbal hasil.
7. Sharfu (pertukaran mata uang)
8. Ji'alah (upah) adalah memberikan upah kepada orang yang telah melakukan pekerjaan yang diminta.
9. Syuf'ah (hak utama membeli harta perkongsian).
10. Murobahah (jual beli).
11. 'Ariyah (pinjaman)
12. Wadi'ah (barang titipan),
13. Sukuk (Surat Berharga Syariah Negara/SBSN).

Masih banyak istilah lain yang terkait dengan ekonomi syariah. Pada intinya, istilah-istilah ini belum begitu populer di masyarakat. Terlebih, dengan penggunaan istilah asing yang berasal dari bahasa Arab dan tidak dibantu dengan penjelasan dalam bentuk arti berbahasa Indonesia. Penggunaan istilah asing yang belum populer, tentu akan menyulitkan proses komunikasi antara pengguna ekonomi syariah dengan masyarakat umum.

Pada titik ini, diperlukan kepiawaian SDM perbankan syariah untuk meyakinkan masyarakat bahwa sistem syariah bukan sekedar persoalan akidah atau masalah halal-haram, surge atau neraka. Lebih dari itu, penjelasan secara detil dan rinci seputar keunggulan-keunggulan produk syariah, perlu disosialisasikan secara massif agar agar pemahaman masyarakat menjadi sama sebagaimana hakikat sistem syariah itu sendiri. Jadi, selain memahami soal sistem perbankan syariah, seorang SDM perbankan syariah sekaligus harus mampu menyampaikan perbedaan-perbedaan sistem keuangan lain yang dipakai dalam lingkup perbankan konvensional.

Sebagai contoh, jika ditilik dari sistem komunikasi yang diterapkan pada penggunaan kosakata produk dan jasa yang tertera dalam lembar pertama Buku Tabungan BSI, masih terdapat unsur-unsur bahasa asing tanpa bantuan arti dalam bentuk bahasa yang lazim dipakai pada bidang perbankan. Misalkan saja penggunaan kosakata asing dalam urutan tabulasi pendanaan BSI. Pada urutan pertama dan kedua, dituliskan jenis pendanaan BSI Tabungan Easy Wadiah dan BSI Tabungan Easy Mudharabah.

Untuk mengetahui maksud dari jenis tabungan tersebut, dibutuhkan penjelasan yang dapat meyakinkan masyarakat bahwa produk BSI tersebut memang dapat menjawab keluhan-keluhan pengguna bank, salah satunya soal biaya admin bulanan yang menguras saldo. Dalam situs [bsimobile.co.id](http://bsimobile.co.id), dijelaskan, tabungan wadiah merupakan tabungan yang bebas biaya macam-macam, seperti bebas biaya admin bulanan baik dengan melakukan atau tidak melakukan transaksi.

Artinya, pihak bank memang wajib mengkomunikasikan keunggulan produk-produknya secara kontinyu. Sehingga masyarakat menjadi paham. Kalau sudah paham, tentu akan tertarik mempercayakan uangnya di bank syariah.

Penggunaan istilah asing tanpa dibantu dengan arti dalam bahasa suatu Negara, tentu akan lebih sulit dipopulerkan. Hal ini bisa saja berdampak pada sikap nasabah dalam menjatuhkan pilihan serta kepercayaan terhadap bank tersebut.

Untuk itu, dibutuhkan suatu strategi yang terintegrasi dan tersistem agar ekonomi syariah, khususnya perbankan syariah dapat dikomunikasikan secara luas. Sehingga, sistem ini diharapkan lebih mudah dikenal dan dipahami masyarakat.

### **Kesimpulan**

Berdasarkan uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa ekonomi syariah dalam bidang perbankan yang telah diterapkan selama lebih dari 30 tahun, belum berkembang secara signifikan akibat sistem komunikasi yang masih lemah dan belum menyentuh logika pasar.

Hal inilah yang menjadi tanggung jawab bersama sebagai umat muslim dan khususnya kita sebagai calon pemikir dalam lingkup akademik. Diperlukan pengkajian ulang dengan sejumlah penelitian tentang cara yang relatif lebih efektif untuk mengkomunikasikan ekonomi syariah, khususnya perbankan syariah, agar menjadi lebih populer dan mengakar di alam pikiran seluruh lapisan masyarakat tanpa mengenal sekat bernama suku, agama, ras, dan antar-golongan (SARA).

### **Referensi**

- Adriyamarthanino, V. (30 Agustus 2022). *Sejarah Perkembangan Ekonomi Syariah di Indonesia*. Kompas.com.  
<https://www.kompas.com/stori/read/2022/08/30/120000279/sejarah-perkembangan-ekonomi-syariah-di-indonesia>
- Ahmad, F. *Pangsa Pasar Bank Syariah Turun*. Bisnis Indonesia. 20 Maret 2006. Dalam Perpustakaan Digital Politeknik Negeri Bandung.  
<https://digilib.polban.ac.id/gdl.php?mod=browse&op=read&id=jbptppolban-gdl-clipp-2006-09fahmiach-1220&newlang=indonesian>
- Anonim. (n.d). *Tabungan Wadiah Beri Banyak Keringanan Biaya*. bsimobile.co.id
- Anonim. (n.d). *Kebijakan Pengembangan dan Roadmap Perbankan Syariah*. OJK.  
<https://www.ojk.go.id/id/kanal/syariah/tentang-syariah/Pages/Kebijakan-Pengembangan-dan-Roadmap.aspx>
- Anonim. (n.d). *Sejarah Perbankan Syariah*. Otoritas Jasa Keuangan.  
<https://www.ojk.go.id/id/kanal/syariah/tentang-syariah/pages/Sejarah-Perbankan-Syariah.aspx>
- Anonim. (2008). *Undang-Undang Perbankan Syariah dan Surat Berharga Syariah Negara*. Bandung: Fokus Media
- Asmuni. Siti, M. (2013). *Bisnis Syariah Suatu Alternatif Pengembangan Bisnis yang Humanis dan Berkeadilan*. Medan: Perdana Publising

- Burhan, F.A. (13 Februari 2023). *BSI (BRIS) Sorot Pangsa Pasar Bank Syariah*. Bisnis.com. <https://m.bisnis.com/amp/read/20230213/90/1627552/bsi-bris-sorot-pangsa-pasar-bank-syariah>
- Hosen, M.N., Hilda S.M., Ali, AMH. (2006) *Bank-ku Syariah*. Jakarta: Pusat Komunikasi Ekonomi Syariah
- Kholil, S. (2007). *Komunikasi Islami*. Bandung: Citapustaka Media
- KBBI, Sistem. <https://kbbi.web.id/sistem>
- Nuruddin, A. (2009). *Ekonomi Syariah Menepis Badai Krisis dalam Semangat Kerakyatan*. Bandung: Citapustaka Media Perintis. 2009
- Raflianto, M. (25 Desember 2022). *Transformasi Digital dalam Perbankan Syariah: BSI Bersama Rakyat*. detiknews. <https://news.detik.com/kolom/d-6480110/transformasi-digital-dalam-perbankan-syariah-bsi-bersama-rakyat>
- Rachmayanti, S. (5 April 2021). *OJK: Perbankan Syariah Indonesia Tumbuh Positif di Tengah Pandemi*. idxchannel.com. <https://www.idxchannel.com/economics/ojk-perbankan-syariah-indonesia-tumbuh-positif-di-tengah-pandemi>
- Rohaya, H. (2008). Perkembangan Skala Usaha Perbankan Syariah di Indonesia Pra dan Pasca Kebijakan Office Channeling. *Jurnal Ekonomi Islam La Riba*. II, (2). <https://doi.org/10.20885/lariba.vol2.iss2.art3>
- Toarik, M. (6 Desember 2022). *Pangsa Pasar 7,03%, Penguatan Perbankan Syariah Perlu Terus Didorong*. Investor.id. [https://investor.id/finance/315409/pangsa-pasar703-penguatan-perbankan-syariah-perlu-terus-didorong#:~:text=Data%20Otoritas%20Jasa%20Keuangan%20\(OJK,2022%20mencapai%207%2C03%25](https://investor.id/finance/315409/pangsa-pasar703-penguatan-perbankan-syariah-perlu-terus-didorong#:~:text=Data%20Otoritas%20Jasa%20Keuangan%20(OJK,2022%20mencapai%207%2C03%25)
- Victoria, A.O., (13 Oktober 2022). *OJK Catat Pangsa Pasar Perbankan Syariah 7,03 Persen Per Agustus*. Antaranews.com. <https://www.antaranews.com/berita/3177193/ojk-catat-pangsa-pasar-perbankan-syariah-capai-703-persen-per-agustus>
- Zainuddin, Z., Yahya H., & Siti HR. (2016). Analisis FAKtor dalam Pengambilan Keputusan Nasabah Memilih Produk Pembiayaan Perbankan Syariah (Studi Kasus pada PT Bank Syariah Mandiri Cabang Ciputat). *Jurnal Keuangan dan Perbankan*. 13, (1). <http://dx.doi.org/10.35384/jkp.v13i1.29>

