

Persepsi Nasabah Tentang Mutu Pelayanan dan Produk Bankaltimtara Syariah Cabang Samarinda

Irma Yuliani

IAIN Samarinda

irmaimara@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to determine customer perceptions of service quality and products of Kaltimtara Sharia Bank Samarinda Branch. This type of research is field research. The research method used in this study was qualitative descriptive by using interviews and questionnaires as data collection techniques. The population in this study are all priority customers of Samarinda Bank Kaltimtara Syariah Branch, amounting to 300 customers, using purposive techniques sampling, the research sample was 75 respondents. The results showed that customer perceptions of service quality and products at Bankaltimtara Syariah Samarinda branch were measured using the CARTER dimension (Compliance, Assurance, Reliability, Tangibles, Emphaty, and Responsiveness). Whereas for products measured through 6 dimensions which include Performance, Features, Realiability, Durability, Conformance to specifications and aesthetic shows positive results which are very good but the things that need to be considered are regarding the need for additional park land specialized and financial consultations to meet priority customer needs. This is in line with the results of interviews with relevant parties that indicate the quality or quality of services and products that are sharia standard and in accordance with the vision and mission of Bankaltimtara Syariah.

Keywords: Customer's perception, service quality, Sharia bank product, CARTER dimensions.

PENDAHULUAN

Sistem perekonomian Islam memberikan perhatian penuh kepada aspek manusia dan kemanusiaan, karena ajaran Islam bermuara pada kemaslahatan manusia dan kemanusiaan, yaitu tercapainya kebaikan, kesejahteraan, keutamaan, menghapuskan kejahatan, kesengsaraan, kerugian pada manusia, bahkan pada seluruh ciptaan-Nya (Sjadeini, 2014). Mendasarkan pada kemaslahatan tersebut maka Islam mengajarkan pada

umatnya untuk saling bantu- membantu, yang kaya membantu yang miskin. Dengan perkembangan perekonomian masyarakat yang semakin meningkat, maka seseorang dapat mencari uang pinjaman melalui jasa pembiayaan baik melalui lembaga keuangan bank maupun lembaga keuangan non-bank.

Perbankan syariah merupakan salah satu lembaga keuangan syariah yang memiliki peran penting dalam aktifitas perekonomian masyarakat yang

mendorong dan mempercepat kemajuan masyarakat yang menjalankan fungsinya sebagai lembaga yang menghimpun aliran dana untuk pengembangan investasi sesuai prinsip syariah. Persaingan dunia perbankan yang semakin tajam dewasa ini, ditandai dengan bermunculan berbagai jenis produk dan sistem usaha yang berbingkai syariah dalam berbagai keunggulan yang kompetitif, menjadikan dunia perbankan semakin berwarna.

Dana simpanan masyarakat yang tercermin dari dana pihak ketiga (DPK) perseorangan menunjukkan pertumbuhan selama tahun 2017, yakni tumbuh 6,1 % dari sebesar 53,5 triliun di tahun 2016. Seluruh komponen DPK mengalami pertumbuhan yaitu tabungan sebesar 6,2 %, deposito sebesar 6,1 % dan giro sebesar 2,6 %. Komposisi DPK perseorangan didominasi oleh tabungan sebesar 63%, diikuti deposito sebesar 34% dan giro sebesar 3%. Pertumbuhan DPK terjadi di tengah tren suku bunga DPK yang cenderung rendah (suku bunga di kisaran 2,5 % s.d 2,9%) hal ini mengindikasikan bahwa masyarakat cenderung untuk menahan belanja dan mengalokasikan sebagian penghasilannya dalam bentuk simpanan (tabungan dan deposito) (Bank Indonesia Provinsi Kalimantan Timur, 2018).

Perkembangan Perbankan syariah saat ini tentu saja dipengaruhi oleh beberapa faktor, diantaranya adalah masyarakat Indonesia yang mayoritas beragama Islam merupakan pangsa pasar yang dominan untuk disentuh, kemudian sistem perbankan kita yang menganut sistem dual banking sistem menjadikan banyak bank konvensional melebarkan sayap dengan membuka unit usaha syariah, terlebih dengan dikeluarkannya Fatwa oleh

Majelis Ulama Indonesia, Fatwa No. 1 thn 2004 tentang bunga.

Fatwa tersebut menyatakan bahwa; (a) praktek pembungaan saat ini telah memenuhi kriteria riba yang terjadi pada zaman Rasulullah SAW, yakni Riba Nasi'ah. Dengan demikian, praktek pembungaan uang ini termasuk salah satu bentuk riba, dan riba haram hukumnya; (b) Praktek penggunaan uang tersebut hukumnya adalah haram, baik dilakukan oleh bank, asuransi, pasar modal, pegadaian, koperasi, dan lembaga-lembaga keuangan yang menerapkan prinsip syariah di Indonesia (Antonio, 2001).

Berdasarkan pada fatwa tersebut, mendorong perbankan syariah untuk melakukan inovasi dan mencari celah peluang *Market share* diantara persaingan dengan bank konvensional. Perbankan syariah adalah suatu sistem perbankan yang pelaksanaannya berdasarkan hukum Islam (Syariah), sistem itu didasarkan pada larangan dalam agama Islam untuk meminjamkan atau memungut pinjaman dengan menggunakan bunga pinjaman (riba), serta larangan untuk berinvestasi pada usaha-usaha berkategori terlarang (haram).

Adapun dalam Al-Qur'an surah An-Nisa Ayat 29 dijelaskan larangan tentang riba:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha

Penyayang kepadamu". (Q.S. An-Nisa: 29)

Adapun mengenai larangan riba, yang merupakan ciri dari sistem perbankan Syariah dan telah diterapkan sebagai alternatif dari sistem perbankan konvensional yang diharapkan dapat menggerakkan sektor riil (*moneter based economy*), karena itu perbankan syariah memerlukan pengaturan khusus. Seperti layaknya sebuah produk barang, perbankan syariah mulai diminati oleh semua kalangan konsumen di Indonesia. Konsumen mempunyai alasan-alasan dan persepsi tersendiri dalam menetapkan pilihan pada bank syariah (Munajim & Anwar, 2016).

Berdasarkan data pada Otoritas Jasa Keuangan (OJK) perkembangan perbankan syariah nasional baru meraih market share sebesar 5,55 % terhadap perbankan Nasional dengan komposisi: bank Umum Syariah (BUS) 3,74 %, unit Usaha Syariah (UUS) 1,67%, Bank perkreditan Rakyat Syariah (BPNS) 0,14%, sedangkan stabilnya sekitar 92,7% didominasi Bank Konvensional, serta sisanya BPR sebesar 1,68% (Utomo, 2017).

Sejalan dengan pertumbuhan perbankan syariah nasional, per Oktober 2017 perbankan syariah di Kalimantan Timur menunjukkan Pertumbuhan tertinggi pada DPK sebesar 14,91% (yoy), sementara Pembiayaan hanya tumbuh sebesar 2,71% (yoy). Penyaluran dana masih belum optimal yang di tunjukan dengan menurunnya FDR sebesar 10,5% (Utomo, 2017). Melihat pada perkembangan tersebut, perbankan syariah harus bekerja keras untuk meraih *Market Share* agar dapat menjadi komperator yang handal untuk bisa bersaing dari Bank Konvensional.

Prospek Pertumbuhan ekonomi KALTIM triwulan II 2018 diperkirakan tumbuh lebih baik dibandingkan

periode sebelumnya yang didorong oleh peningkatan kinerja lapangan usaha utama yang berorientasi ekspor. Secara kumulatif tahunan ekonomi KALTIM 2018 diperkirakan tetap tumbuh positif namun tidak sebaik tahun sebelumnya.

Pengembangan Keuangan Syariah Indonesia pada 2017-2019 adalah untuk mewujudkan industri jasa keuangan syariah yang tumbuh dan berkelanjutan, berkeadilan, serta memberikan kontribusi bagi perekonomian nasional dan stabilitas sistem keuangan menuju terwujudnya Indonesia sebagai pusat keuangan syariah dunia. Selanjutnya, untuk mencapai visi tersebut, misi utama yang akan dilakukan dalam periode waktu 2017-2019 adalah; meningkatkan kapasitas kelembagaan dan ketersediaan produk industri keuangan syariah yang lebih kompetitif dan efisien; memperluas akses terhadap produk dan layanan keuangan syariah untuk memenuhi kebutuhan masyarakat; dan meningkatkan inklusi produk keuangan syariah dan koordinasi dengan pemangku kepentingan untuk memperbesar pangsa pasar keuangan syariah (Bank Sentral Republik Indonesia, 2004).

Penelitian yang terkait dengan Persepsi Nasabah Tentang Mutu Pelayanan dan Produk Pada Bank Syariah telah banyak dilakukan oleh peneliti sebelumnya. Penelitian sebelumnya yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian Bank Indonesia tentang Potensi, Prefensi, dan Perilaku masyarakat terhadap Bank Syariah di Pulau Jawa. Dalam pokok hasil penelitian yang dilakukan Bank Indonesia tersebut, faktor yang dominan yang merupakan motivasi masyarakat di Pulau Jawa untuk menggunakan jasa Bank Syariah adalah kualitas pelayanan dan lokasi. Sedangkan, faktor pertimbangan keagamaan yaitu masalah

halal atau haram bukanlah menjadi faktor penting dalam mempengaruhi kecenderungan menggunakan jasa Bank Syariah. Dengan demikian, masyarakat Pulau Jawa (konsumen) menilai penting manfaat dari kualitas dan pelayanan yang diberikan oleh pihak Bank Syariah. Selain itu, beberapa penelitian menunjukkan bahwa mutu pelayanan dan produk Bank syariah merupakan faktor yang mempengaruhi kepuasan dan loyalitas nasabah ((Astuti, Isharijadi, & Murwani, 2018; Dewi, Hasiholan, & Minarsih, 2016; Iffah, 2018; Rofiah & Wahyuni, 2017; Rusdianto & Ibrahim, 2016; Setiawan, Minarsih, & Fathoni, 2016).

Berdasarkan latar belakang masalah dan terkait dengan pertumbuhan ekonomi global, ekonomi KALTIM dan tingkat persaingan bank syariah yang semakin tinggi dalam merebut pangsa pasar di Indonesia maka penelitian ini penting untuk dilakukan. Melalui penelitian yang berjudul “Persepsi Nasabah tentang Mutu Pelayanan dan Produk pada Bank Kaltimara Syariah Cabang Samarinda” ini diharapkan dapat diketahui persepsi nasabah bank syariah dan sebagai bahan evaluasi dan pihak manajemen bank syariah bisa mendapat masukan mengenai mutu pelayanan dan produk yang selama ini dirasakan pada bank syariah khususnya Bank Kaltimara Syariah Cabang Samarinda sebagai bank kebanggaan Kalimantan Timur serta strategi pemasaran yang tepat untuk meningkatkan *market share* nya.

LANDASAN TEORI

Perilaku Konsumen Perspektif Ekonomi Islam

Perspektif Islam di tentukan oleh konsep *maslahah*. Pembahasan konsep kebutuhan dalam Islam tidak dapat dipisahkan dari kajian perilaku konsumen dalam kerangka *maqasid*

syari'ah (tujuan syari'ah). Tujuan syari'ah harus dapat menentukan tujuan perilaku konsumen dalam Islam. Tujuan syari'ah Islam adalah tercapainya kesejahteraan umat manusia (*maslahat-al-'ibad*). Oleh karena itu, semua barang dan jasa yang memiliki *maslahah* akan dikatakan menjadi kebutuhan manusia.

Dalam konteks ini, konsep *maslahah* sangat tepat untuk diterapkan. Sebagaimana yang dikutip oleh Karim, menurut Syatibi kemaslahatan diartikan sebagai segala sesuatu yang menyangkut rezeki, pemenuhan penghidupan manusia, perolehan apa-apa yang dituntut oleh kualitas emosional dan intelektual, serta kepemilikan barang atau jasa yang mengandung elemen-elemen dasar dan tujuan kehidupan umat manusia di dunia ini untuk memperoleh kemenangan akhirat. Syatibi pun membedakan *maslahah* menjadi tiga, yaitu: kebutuhan (*daruriyah*), pelengkap (*hajiyah*), dan perbaikan (*tahsiniah*) (Karim, 2008).

Lima kebutuhan *dharuriyah* (esensial) yang mencakup *din*, *nafs*, *'aql*, *nasl*, dan *mal* merupakan satu kesatuan yang tidak dapat dipisahkan. Bila ada satu jenis saja yang sengaja diabaikan, maka akan menimbulkan ketimpangan dalam hidup manusia. Dalam bentuk kebutuhan ini, manusia membutuhkan agama karena dia berkaitan dengan keimanan dan ketaqwaan, pilar pokok yang perlu segera manusia bangun ialah lima rukun Islam yaitu syahadat, shalat, puasa, zakat, dan haji. Kelima rukun tersebut mendasari identitas ketaqwaan kepada Allah yang harus dijalankan secara sempurna. Kemudian bersamaan dengan itu, manusia membutuhkan pula kehidupan yang aman, nyaman, sehat, tentram, dan terpenuhi hak-haknya, semua ini terbingkai dalam *nafs*. Kunci

terbangunnya *nafs* terdiri dari dua aspek, yakni kesadaran, kemauan, dan disiplin yang kuat. Seiring dengan agama dan jiwa, manusia perlu pendidikan nalar ('*aql*) (Karim, 2008).

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*) dengan sifat deskriptif Kualitatif, dengan sumber data penelitian kualitatif yaitu penelitian yang menggambarkan dan melaporkan suatu objek penelitian dengan mengkomparasikan antara teori dengan keadaan yang terjadi di lapangan, apakah ada kesenjangan atau mungkin kesamaan antara teori dengan kenyataan dilapangan, kemudian dianalisis berdasarkan tujuan penelitian (Surakhmad, 1995).

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari dua jenis yaitu data primer merupakan data yang diperoleh menggunakan metode pengumpulan data kuesioner. Nasabah yang dimaksud adalah nasabah prioritas di Bankaltimtara Syariah Cabang Samarinda sedangkan data sekunder yang di gunakan sebagai pelengkap dari data primer di peroleh dari *library research*, terutama dari *text books*, majalah, surat kabar, dan bulletin, serta literatur penunjang lainnya tentang Mutu Pelayanan dan Produk di Bank Syariah, yang kemudian dianalisis menggunakan jenis Miles and Huberman yaitu reduksi, display data, verifikasi data.

Menurut Suharsimi Arikunto sebagai perkiraan apabila subjeknya kurang dari 100 maka lebih baik diambil semua sehingga penelitiannya merupakan penelitian populasi. Jika subyeknya besar maka dapat diambil antara 10-15% atau 20-25% atau lebih (Suharsimi Arikunto, 1993). Dari data populasi nasabah prioritas yang ada di Bankaltimtara Syariah Cabang

Samarinda sebanyak 300 nasabah maka $300 \times 25 \% = 75$. Jadi peneliti mengambil sampel sebanyak 75 orang nasabah yang mewakili nasabah prioritas pada Bankaltimtara Syariah Cabang Samarinda.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dimensi Produk (*Product*) yang diuraikan dalam 6 Dimensi dengan 6 indikator pertanyaan menghasilkan jawaban responden sebagai berikut :

- a. Indikator kinerja (*Performance*)
Bahwa Produk Yang ditawarkan Bank Kaltimtara Syariah sesuai kebutuhan, bervariasi, menarik dan inovatif dijawab Sangat Setuju (SS) sebanyak 50 orang dengan persentase 66,67% dan 25 orang menjawab Setuju (S) dengan persentase 33,33% yang berarti persepsi nasabah sangat baik
- b. Indikator Keistimewaan (*Features*)
Bahwa Produk yang ditawarkan Bank Kaltimtara memiliki keunggulan dibanding produk bank lain dijawab Sangat Setuju (SS) sebanyak 55 orang dengan persentase 73,33% dan 20 orang menjawab Setuju (S) dengan persentase 26,67% yang berarti persepsi nasabah sangat baik
- c. Indikator Keandalan (*Realiability*)
Bahwa Produk Bank Kaltimtara Syariah Cepat, mudah dalam proses transaksinya dan tidak berbelit-belit dijawab Sangat Setuju (SS) sebanyak 10 orang dengan persentase 13,33% dan sebanyak 65 orang menjawab Setuju (S) dengan persentase 86,66% yang berarti persepsi nasabah sangat baik
- d. Indikator Tahan Lama (*Durability*)
bahwa Produk yang ditawarkan berkualitas dan tersedia di outlet/cabang dan telah dipromosikan dengan baik dijawab

Setuju (S) sebanyak 75 orang dengan persentase 100% yang berarti persepsi nasabah sangat baik

- e. Indikator kesesuaian Produk dengan spesifikasinya (*Conformance to specifications*) dijawab Setuju (S) sebanyak 75 orang dengan persentase 100% yang berarti persepsi nasabah sangat baik
- f. Indikator Estetika/Keindahan Produk (*Aesthetic*) bahwa Produk Yang ditawarkan Bank Kaltimtara Syariah sudah memiliki fitur yang menarik dan mudah diakses dan fasilitas lengkap dijawab Setuju (S) sebanyak 69 orang dengan persentase 92% dan menjawab Kurang Setuju (KS) sebanyak 9 orang dengan persentase 8% yang berarti persepsi nasabah baik.

Berdasarkan hasil wawancara diketahui bahwa *image* Bankaltimtara Syariah telah melekat dihati nasabah sebagai bank daerah yang besar dengan cabang dan jaringan yang ada di daerah sudah sangat memudahkan untuk bertransaksi, namun mutu pelayanan harus terus ditingkatkan dan produk hendaknya dilengkapi dengan fitur-fitur yang memudahkan dan mendukung kegiatan bisnis nasabah sehingga nasabah tetap loyal atau setia dan tidak akan berpindah ke bank lain. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan kualitas produk merupakan faktor penting yang dapat mempengaruhi kepuasan bahkan loyalitas nasabah (Astuti dkk., 2018; Dewi dkk., 2016; Iffah, 2018; Rofiah & Wahyuni, 2017; Rusdianto & Ibrahim, 2016).

Secara umum prinsip-prinsip syariah telah dilaksanakan dan persepsi nasabah mengenai mutu pelayanan dan

produk pada Bankaltimtara Syariah tampak pada hasil penilaian melalui dimensi CARTER dan produk. Melalui hasil penelitian kiranya dapat diperhatikan beberapa hal yang menjadi masukan dan saran untuk meningkatkan pangsa pasar bank syariah dan peningkatan mutu pelayanan dan produk yang berkualitas dimasa yang akan datang.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan dari analisis data tersebut maka dapat ditarik kesimpulan bahwa dimensi CARTER mengenai Mutu Pelayanan Pada Bankaltimtara Syariah adalah sangat baik namun hal-hal yang perlu diperhatikan adalah mengenai adanya penambahan lahan parkir khusus dan konsultasi keuangan untuk memenuhi kebutuhan nasabah prioritas. Hal ini sesuai pula dengan hasil wawancara dengan pihak-pihak terkait yang menunjukkan adanya Kualitas atau Mutu Pelayanan yang berstandar Syariah dan sesuai dengan Visi dan misi Bankaltim. Selain itu, Produk Pada Bankaltimtara Syariah sangat baik tetapi berdasarkan wawancara nasabah mengharapkan adanya penambahan produk yang lebih bervariasi dan dengan fitur-fitur yang sesuai dengan kebutuhan terutama untuk kalangan bisnis yang tentunya sesuai dengan ketentuan syariat Islam dan standar Bank Syariah.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan maka terdapat beberapa saran dan kontribusi bagi objek penelitian dalam hal ini Bankaltimtara Syariah Cabang Samarinda, khususnya dari aspek pemasaran hendaknya dapat mempertahankan *market share* yang

telah ada melalui peningkatan mutu pelayanan dan produk yang lebih baik., sedangkan dari aspek nasabah hendaknya berberapa saran dan

masukannya nasabah dapat ditindak lanjuti untuk meningkatkan mutu pelayanan dan produk pada Bankaltimtara Syariah.

DAFTAR PUSTAKA

- Antonio, M. S. (2001). *Bank Syariah: Dari Teori Ke Praktik*. Jakarta: Gema Insani Press.
- Astuti, L. L. V., Isharijadi, I., & Murwani, J. (2018). Pengaruh Persepsi Nasabah Dan Produk Tabungan Ib Hasanah Wadiah Terhadap Keputusan Menabung Di Bank Bni Syariah Madiun. *FIPA: Forum Ilmiah Pendidikan Akuntansi*, 6(2). Diambil dari <http://prosiding.unipma.ac.id/index.php/FIPA/article/view/591>
- Bank Indonesia Provinsi Kalimantan Timur. (2018). *Kajian Ekonomi Dan Keuangan Regional Provinsi Kalimantan Timur*.
- Bank Sentral Republik Indonesia. (2004). *Cetak Biru Pengembangan Perbankan Syariah di Indonesia*.
- Dewi, W. S., Hasiholan, L. B., & Minarsih, M. M. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening. *Journal of Management*, 2(2). Diambil dari <http://jurnal.unpand.ac.id/index.php/MS/article/view/505>
- Iffah, L. (2018). Persepsi Nasabah Terhadap Tingkat Kualitas Pelayanan Bank Syariah Cabang Malang. *FALAH: Jurnal Ekonomi Syariah*, 3(1), 79–96. Diambil dari <http://ejournal.umm.ac.id/index.php/JES/article/view/5836>
- Karim, A. A. (2008). *Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Munajim, A., & Anwar, S. (2016). Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah. *Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia*, 1(2), 41–52.
- Rofiah, C., & Wahyuni, D. (2017). Kualitas Pelayanan Dan Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Pelanggan Yang Di Mediasi Oleh Kepuasan Di Bank Muamalat Jombang. *Eksis: Jurnal Riset Ekonomi dan Bisnis*, 12(1). <https://doi.org/10.26533/eksis.v12i1.84>
- Rusdianto, H., & Ibrahim, C. (2016). Pengaruh Produk Bank Syariah Terhadap Minat Menabung dengan Persepsi Masyarakat Sebagai Variabel Moderating di Pati. *Equilibrium: Jurnal Ekonomi Syariah*, 4(1), 43–61. <https://doi.org/10.21043/equilibrium.v4i1.1837>
- Setiawan, H., Minarsih, M. M., & Fathoni, A. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Dan Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Nasabah Koperasi Rejo Agung Sukses Cabang Ngaliyan). *Journal of Management*, 2(2). Diambil dari

- <http://jurnal.unpand.ac.id/index.php/MS/article/view/492>
- Sjadeini, S. R. (2014). *Perbankan Syariah (Produk-Produk dan Aspek-Aspek Hukumnya)*. Jakarta: PT Adhitya Andrebina Agung.
- Suharsimi Arikunto. (1993). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Surakhmad, W. (1995). *Pengantar Penelitian Ilmiah: Dasar, Metode dan Teknik*. Bandung: Tarsito. <https://doi.org/1989>
- Utomo, G. S. (2017). *Prospek Perbankan Syariah Dalam Meningkatkan Pertumbuhan Ekonomi di Kal-Tim*. OJK Kalimantan Tmur.