

ANALISIS MINAT PEDAGANG PASAR AURDURI DALAM MENGGUNAKAN LAYANAN PEMBIAYAAN PADA BANK SYARIAH

Sintia Novita Yusuf

UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi

e-mail: sintianovitayusuf@gmail.com

Abstrak – Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis minat pedagang Pasar Aurduri dalam menggunakan layanan pembiayaan bank syariah serta mengidentifikasi aspek yang memengaruhinya. Rendahnya tingkat pemanfaatan pembiayaan syariah menjadi latar belakang utama penelitian ini. Pendekatan yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan teori utama Theory of Planned Behavior (Ajzen) dan Teori Perilaku Konsumen (Kotler & Keller). Data diperoleh melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa minat pedagang dipengaruhi oleh sikap terhadap pembiayaan syariah, norma subjektif, dan persepsi kemudahan akses layanan. Meskipun prinsip bebas riba dinilai positif, masih terdapat hambatan berupa minimnya informasi, lokasi bank yang kurang strategis, serta anggapan proses administrasi yang rumit. Dari sisi perilaku konsumen, proses pengambilan keputusan belum berjalan optimal karena kurangnya edukasi dan pengalaman langsung. Penelitian ini merekomendasikan peningkatan edukasi, pendekatan personal, serta penyederhanaan prosedur pembiayaan syariah.

Kata Kunci: Bank Syariah, Layanan Pembiayaan, Minat Pedagang, Pasar Aurduri.

PENDAHULUAN

Ketertarikan masyarakat terhadap layanan keuangan dalam konteks perekonomian modern, menjadi indikator penting dalam menilai tingkat literasi serta inklusi keuangan suatu negara. Minat tersebut menunjukkan adanya dorongan dan keinginan masyarakat untuk memanfaatkan produk maupun jasa keuangan yang dianggap dapat memenuhi kebutuhan finansial mereka. Khususnya pada sektor pembiayaan, tingginya minat pengguna dapat memperkuat aktivitas ekonomi produktif, meningkatkan kapasitas permodalan usaha, serta mendorong pertumbuhan sektor informal maupun formal (Prawana, 2024).

Lembaga keuangan khususnya perbankan memegang peran sentral sebagai pendukung pembangunan ekonomi karena berfungsi sebagai lembaga kepercayaan dan perantara keuangan masyarakat, serta menjadi bagian dari sistem moneter. Pemeliharaan kesehatan bank dilakukan dengan memastikan likuiditas tetap terjaga sehingga bank dapat terus menyalurkan dana kepada sektor-sektor produktif yang membutuhkan modal untuk pengembangan atau keberlangsungan usaha (Dalimunthe & Lubis, 2023).

Perbankan syariah terbukti berkontribusi signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi jangka panjang, meskipun pengaruhnya pada jangka pendek belum terlalu terlihat (Setiawan, 2020). Salah satu sektor produktif yang sangat membutuhkan dukungan pembiayaan adalah usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), yang memiliki peran strategis dalam penyerapan tenaga kerja dan kontribusi terhadap PDB nasional. Namun, pelaku UMKM kerap menghadapi kendala permodalan. Pembiayaan konvensional sering kali dianggap memberatkan karena penerapan bunga, terutama bagi usaha mikro yang memiliki margin keuntungan terbatas.

Bagi pelaku usaha Muslim, pembiayaan konvensional kerap dihindari karena mengandung unsur riba sebagaimana dilarang dalam Islam. Larangan tersebut ditegaskan dalam firman Allah pada QS. Ali-Imran ayat 130 yang menyerukan agar orang beriman tidak memakan riba yang berlipat ganda. Seiring meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap nilai-nilai syariah, perbankan syariah hadir sebagai alternatif sistem keuangan yang bebas dari riba, gharar, dan maisir, serta menawarkan transaksi yang adil dan berbasis kemitraan (Nurmaisyah et al., 2023).

Namun demikian, pemanfaatan layanan pembiayaan syariah di masyarakat masih belum optimal. Kondisi ini dapat diamati di Pasar Aurduri Kota Jambi, pasar tradisional dengan 431 pedagang aktif. Berdasarkan hasil observasi lapangan, hanya 6% pedagang yang menggunakan pembiayaan bank syariah, sementara 94% lainnya belum memanfaatkannya. Minimnya pengetahuan dan kurangnya sosialisasi dari pihak bank menjadi hambatan signifikan. Pedagang seperti Ibu Nur (49 tahun) mengaku mengetahui bahwa bank syariah tidak menerapkan bunga, namun tidak memahami detail mekanismenya. Hal serupa diungkapkan oleh Ibu Ana (58 tahun) yang berharap bank syariah lebih sering hadir langsung ke pasar dalam memberikan informasi dan edukasi.

Data OJK Provinsi Jambi menunjukkan bahwa hingga akhir tahun 2024, total pembiayaan bank syariah hanya mencapai Rp 6,27 triliun, jauh lebih rendah dibandingkan kredit bank konvensional sebesar Rp 48,32 triliun. Pangsa pasar pembiayaan syariah hanya 11-13%. Minimnya kepercayaan, rendahnya pengetahuan, serta kurangnya dukungan kelembagaan menjadi faktor penghambat utama perkembangan perbankan Syariah (Yudhira, 2023).

Penelitian ini menggunakan pendekatan Theory of Planned Behavior (Ajzen), yang menekankan tiga komponen pembentuk niat: sikap, norma subjektif, dan perceived behavioral control. Selanjutnya, teori perilaku konsumen (Kotler & Keller) digunakan untuk memahami proses pengambilan keputusan pedagang dalam memilih sumber pembiayaan. Rendahnya partisipasi menunjukkan bahwa proses pencarian informasi dan evaluasi alternatif belum berjalan optimal (Ridha et al., 2025).

Melihat adanya kesenjangan antara kebutuhan modal pedagang dan rendahnya pemanfaatan pembiayaan syariah, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi minat pedagang Pasar Aurduri dalam menggunakan layanan pembiayaan syariah. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan gambaran nyata mengenai kondisi lapangan serta menjadi bahan evaluasi bagi lembaga perbankan syariah untuk meningkatkan strategi sosialisasi, edukasi, dan pelayanan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menerapkan pendekatan kualitatif dengan jenis deskriptif. Pemilihan pendekatan tersebut dianggap paling tepat untuk menelaah dan memahami realitas sosial yang bersifat kompleks, terutama terkait minat pedagang Pasar Aurduri dalam memanfaatkan layanan pembiayaan pada bank syariah. Melalui pendekatan kualitatif, peneliti dapat menggali makna subjektif, pengalaman individu, serta persepsi para informan terkait fenomena yang dikaji (Safarudin et al., 2023).

Penelitian ini dilaksanakan di Pasar Aurduri, Kecamatan Telanaipura, Kota Jambi, yang merupakan salah satu pusat aktivitas ekonomi dengan keberagaman pedagang usaha mikro dan kecil. Lokasi ini dipilih karena karakteristiknya yang relevan dengan fokus kajian mengenai rendahnya pemanfaatan pembiayaan bank syariah di kalangan pelaku usaha tradisional. Objek penelitian diarahkan pada minat pedagang Pasar Aurduri dalam menggunakan layanan pembiayaan Syariah.

Sementara data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer berasal dari hasil wawancara dan observasi langsung dengan pedagang pasar yang ada di pasar Aurduri. Sedangkan data primer ialah data yang diperoleh dari artikel, buku, dan sumber data pendukung lainnya.

Analisis data merupakan tahap penting dalam penelitian kualitatif karena melalui proses ini peneliti dapat mengungkap makna, pola, serta keterkaitan yang tidak tampak secara langsung dari temuan lapangan (Haki et al., 2024). Proses analisis tidak berlangsung

secara linier, tetapi dilakukan secara berkesinambungan sejak tahap pengumpulan data hingga penyusunan laporan akhir. Dalam penelitian ini, peneliti menerapkan model analisis data interaktif Miles dan Huberman, yang meliputi tiga komponen utama: reduksi data, penyajian data, serta penarikan atau verifikasi kesimpulan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Minat Pedagang terhadap Layanan Pembiayaan Bank Syariah

Minat merupakan aspek penting dalam memahami kecenderungan seseorang untuk melakukan suatu tindakan secara sadar dan sukarela (Heri, 2019). Dalam konteks pedagang Pasar Aurduri, minat terhadap layanan pembiayaan bank syariah terlihat dari dorongan mereka untuk memperoleh modal usaha yang sesuai dengan prinsip syariah, terutama untuk menghindari riba dan meraih keberkahan dalam aktivitas ekonomi. Berdasarkan hasil wawancara, sebagian besar pedagang yang telah memanfaatkan pembiayaan syariah menunjukkan minat yang kuat, yang berakar pada kesadaran nilai-nilai keagamaan. Bu Misra, pedagang ayam, menegaskan bahwa pilihannya terhadap bank syariah didasari keinginan untuk menjaga kehalalan usaha dan menjauh dari riba, sehingga ia merasa lebih tenang secara batin. Hal serupa juga disampaikan Bu Ana yang menyebutkan bahwa dukungan keluarga memperkuat keputusannya untuk memilih layanan pembiayaan syariah sebagai pilihan yang aman dan sesuai ajaran agama.

Temuan ini sejalan dengan Theory of Planned Behavior (TPB) dari Ajzen, yang menjelaskan bahwa minat atau niat seseorang terbentuk melalui tiga komponen utama: attitude toward behavior, subjective norm, dan perceived behavioral control (Ismail & Handrito, 2024). Dalam penelitian ini, attitude tercermin dari penilaian positif pedagang terhadap manfaat pembiayaan syariah seperti bebas riba dan lebih adil; subjective norm tampak dari dukungan sosial yang datang dari keluarga maupun sesama pedagang; serta perceived behavioral control muncul ketika pedagang merasa mampu memenuhi prosedur dan persyaratan pembiayaan. Sementara itu, menurut Kotler dan Keller, minat konsumen tidak hanya dipengaruhi oleh kebutuhan fungsional, tetapi juga terbentuk oleh persepsi, motivasi, serta nilai psikologis yang melekat pada pengalaman individu (Indika & Jovita, 2017). Hal ini terlihat dari cara para pedagang memposisikan pembiayaan syariah bukan sekadar sebagai instrumen finansial, tetapi juga sebagai jalan untuk memperoleh keberkahan usaha dan menjaga nilai-nilai agama dalam kegiatan ekonomi mereka.

Sebaliknya, pada kelompok pedagang yang belum menjadi pengguna, meskipun motivasi religius dan keinginan menghindari riba relatif tinggi, minat mereka belum berkembang menjadi tindakan nyata. Misalnya, Pak Aris menyampaikan ketertarikan terhadap pembiayaan syariah, tetapi masih ragu karena menganggap proses dan persyaratannya rumit. Situasi ini menunjukkan bahwa minat belum terbentuk secara utuh karena unsur perceived behavioral control belum terpenuhi dengan baik. Secara keseluruhan, hasil penelitian mengindikasikan bahwa minat pedagang merupakan hasil perpaduan antara nilai keagamaan, dukungan sosial, dan persepsi kemudahan akses layanan. Ketika salah satu unsur tersebut tidak terpenuhi, minat tidak akan berkembang menjadi perilaku nyata.

Pandangan Pedagang terhadap Layanan Pembiayaan Bank Syariah

Pandangan pedagang terhadap pembiayaan bank syariah dibentuk oleh tingkat pemahaman, pengalaman, dan persepsi mereka terhadap produk serta mekanisme yang ditawarkan lembaga keuangan syariah. Dalam penelitian ini, indikator utama yang digunakan untuk menilai pandangan tersebut adalah literasi keuangan syariah serta tingkat kepercayaan pedagang terhadap bank syariah. Hasil wawancara menunjukkan bahwa pedagang yang sudah menggunakan pembiayaan syariah memiliki pandangan lebih positif

karena mereka memahami konsep dasar seperti akad, riba, dan bagi hasil, yang diperoleh melalui sosialisasi maupun interaksi langsung dengan petugas bank.

Sebaliknya, pedagang yang belum menjadi pengguna menunjukkan literasi yang masih rendah. Mereka hanya mengetahui istilah umum seperti "tanpa bunga" atau "bagi hasil" tanpa memahami mekanisme secara menyeluruh. Pengetahuan tersebut biasanya bersumber dari percakapan informal, bukan dari edukasi langsung, sehingga pandangan mereka masih kabur dan disertai keraguan. Dari sisi kepercayaan, kelompok pengguna menilai sistem syariah lebih adil dan transparan, sedangkan kelompok non-pengguna masih meragukan proses, terutama terkait prosedur dan kemudahan akses layanan.

Temuan ini konsisten dengan Theory of Planned Behavior yang menjelaskan bahwa sikap terbentuk dari evaluasi atas pengalaman dan pemahaman seseorang terhadap suatu tindakan (Zandra et al., 2024). Serta teori Kotler & Keller yang menegaskan bahwa persepsi konsumen dipengaruhi pengalaman dan edukasi. Penelitian sebelumnya juga menunjukkan bahwa rendahnya minat pedagang terhadap pembiayaan syariah dipengaruhi oleh kurangnya literasi dan minimnya sosialisasi (Steviani, 2024). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa literasi keuangan dan pengalaman interaksi langsung dengan lembaga syariah berperan besar dalam membentuk pandangan pedagang, yang pada akhirnya menjadi dasar terbentuknya minat untuk menggunakan layanan pembiayaan.

Hambatan Minat Pedagang terhadap Pembiayaan Syariah

Meskipun sebagian pedagang memiliki niat kuat untuk menggunakan pembiayaan bank syariah, tidak semua minat tersebut dapat berubah menjadi tindakan nyata. Penelitian ini menemukan adanya sejumlah hambatan yang bersifat struktural maupun psikologis, terutama kurangnya informasi, prosedur yang dianggap rumit, kekhawatiran terhadap cicilan, serta keterbatasan akses terhadap lembaga keuangan syariah. Faktor-faktor ini membuat pedagang ragu meskipun mereka memiliki motivasi religius dan ketertarikan awal.

Salah satu kendala terbesar adalah minimnya edukasi dan sosialisasi langsung dari pihak bank syariah. Banyak informan, seperti Bu Nur dan Bu Sari, hanya menerima informasi dari cerita teman atau media sosial yang tidak lengkap, sehingga menimbulkan persepsi yang kabur. Menurut teori Kotler & Keller, persepsi konsumen sangat dipengaruhi oleh kualitas informasi dan komunikasi. Ketika komunikasi lembaga keuangan tidak optimal, kepercayaan dan keyakinan untuk bertindak pun tidak terbentuk dengan baik. Selain itu, baik pengguna maupun non-pengguna mengeluhkan prosedur administrasi yang dianggap berbelit, sehingga memperkuat persepsi bahwa pembiayaan syariah sulit diakses (Suarini & Krisna, 2024).

Hambatan lain yang turut memengaruhi adalah rasa takut terhadap besarnya cicilan dan risiko tidak mampu memenuhi kewajiban pembayaran, terutama saat usaha sedang sepi. Kekhawatiran ini sering diperburuk oleh cerita orang lain yang tidak sepenuhnya akurat, sehingga persepsi risiko menjadi lebih besar dari kenyataan. Dalam perspektif perilaku konsumen, tingginya perceived risk dapat menghambat seseorang dalam mengambil keputusan, meskipun produk tersebut dinilai sesuai dengan nilai dan keyakinan mereka (Caswito et al., 2024). Dalam kerangka Theory of Planned Behavior, hambatan ini termasuk ke dalam perceived behavioral control, yaitu persepsi individu mengenai kemampuan mereka menjalankan sebuah tindakan.

Selain faktor internal, keterbatasan akses fisik terhadap bank syariah juga memperkuat hambatan ini. Banyak pedagang menyatakan bahwa bank konvensional lebih sering hadir di lingkungan pasar dibandingkan bank syariah, sehingga hubungan kepercayaan lebih mudah terbangun dengan pihak konvensional. Temuan ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menekankan pentingnya promosi, kedekatan layanan, dan sosialisasi aktif dalam

mendorong minat masyarakat. Dengan demikian, hambatan terhadap penggunaan pemberian syariah tidak hanya disebabkan oleh sikap atau kurangnya kesadaran pedagang, tetapi lebih banyak dipengaruhi kendala informasi, administrasi, dan persepsi risiko. Jika tantangan-tantangan ini dapat diatasi, potensi minat yang telah terbentuk berpeluang besar untuk berubah menjadi tindakan nyata.

Saran dan Harapan Pedagang terhadap Layanan Pemberian Syariah

Dalam wawancara mendalam, para pedagang Pasar Aurduri baik pengguna maupun non-pengguna pemberian Syariah menyampaikan berbagai saran dan harapan terkait peningkatan kualitas layanan serta kemudahan akses dari bank syariah. Masukan mereka tidak hanya bersifat praktis, tetapi juga menunjukkan perlunya pendekatan yang lebih aktif dari pihak bank agar dapat menjangkau pedagang kecil dan masyarakat pasar secara lebih luas. Salah satu harapan yang paling sering muncul adalah peningkatan frekuensi sosialisasi langsung ke pasar. Beberapa informan, seperti Bu Misra dan Bu Nur, menilai bahwa kehadiran petugas bank syariah di lapangan masih sangat terbatas, padahal penjelasan tatap muka dianggap lebih mudah dipahami dibandingkan informasi dari media sosial atau cerita orang lain.

Selain itu, banyak pedagang menyarankan agar prosedur dan persyaratan administrasi dibuat lebih sederhana. Beberapa di antaranya, seperti Bu Rohani dan Pak Aris, merasa bahwa proses pengajuan pemberian masih terlalu panjang dan membingungkan, terutama bagi pelaku usaha mikro yang tidak terbiasa dengan proses perbankan. Mereka berharap adanya sistem yang lebih efisien, pelayanan yang lebih ramah, serta kemungkinan digitalisasi layanan melalui aplikasi sederhana atau bantuan pengisian formulir oleh petugas. Dari sisi hubungan emosional, pedagang juga menginginkan pendekatan yang lebih humanis dari petugas bank syariah. Informan seperti Bu Sari menilai bahwa banyak pedagang merasa sungkan datang ke bank, sehingga kehadiran petugas yang komunikatif di pasar akan membantu membangun kepercayaan.

Dalam perspektif Theory of Planned Behavior, saran ini berfungsi memperkuat perceived behavioral control, karena semakin mudah akses dan semakin jelas informasi yang diterima, semakin besar peluang niat pedagang untuk berubah menjadi tindakan. Hal ini sejalan dengan pandangan Kotler & Keller bahwa kualitas layanan dan orientasi pada kebutuhan konsumen merupakan elemen penting dalam pemasaran jasa. Bagi pedagang pasar, bentuk pelayanan yang sederhana, komunikatif, dan mudah dijangkau adalah faktor utama yang menentukan penerimaan terhadap layanan pemberian syariah.

Dengan demikian, temuan penelitian menegaskan bahwa saran dan harapan pedagang merupakan masukan penting bagi bank syariah dalam meningkatkan kualitas layanan. Tidak cukup hanya mengandalkan nilai syariah sebagai keunggulan, tetapi perlu disertai inovasi pelayanan, pendekatan sosial, dan edukasi berkelanjutan agar minat dan kepercayaan pedagang tumbuh secara natural. Secara keseluruhan, hasil penelitian ini konsisten dengan teori Ajzen serta Kotler & Keller, di mana minat terhadap pemberian syariah dipengaruhi oleh literasi, kepercayaan, motivasi, hambatan, nilai keagamaan, serta pengalaman layanan. Enam indikator tersebut terbukti memiliki hubungan langsung terhadap pembentukan minat, baik pada level niat maupun perilaku aktual.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai minat pedagang Pasar Aurduri dalam menggunakan layanan pemberian bank syariah, dapat disimpulkan bahwa minat mereka masih bervariasi: sebagian pedagang menunjukkan keinginan yang kuat karena motivasi religius dan harapan memperoleh keberkahan usaha, namun tidak semuanya mampu

mewujudkannya dalam tindakan nyata. Secara umum, pandangan pedagang terhadap pembiayaan syariah cukup positif, terutama terkait prinsip syariah, akad, dan kualitas pelayanan, tetapi minat tersebut belum maksimal karena terhambat oleh rendahnya literasi, kurangnya sosialisasi, serta prosedur administrasi yang dinilai menyulitkan. Dengan demikian, minat pedagang tidak hanya bergantung pada kebutuhan modal, tetapi juga ditentukan oleh pemahaman, tingkat kepercayaan, kemudahan proses, serta nilai spiritual yang mereka anut.

DAFTAR PUSTAKA

- Caswito, A., Sayidah, N., & Adi, S. U. (2024). Faktor Penggunaan E-Commerce Terhadap Pengambilan Keputusan melalui Perilaku Konsumen (Kajian Studi Literatur Review). *Jurnal Minfo Polgan*, 13(1), 1–8. <https://doi.org/10.33395/jmp.v13i1.13451>
- Dalimunthe, N., & Lubis, N. K. (2023). Peran Lembaga Perbankan terhadap Pembangunan Ekonomi: Fungsi dan Tujuannya dalam Menyokong Ketenagakerjaan. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 8(4). <https://doi.org/10.30651/jms.v8i4.20997>
- Haki, U., Prahasitiwi, E. D., & Selatan, U. T. (2024). Strategi Pengumpulan dan Analisis Data dalam Penelitian Kualitatif Pendidikan. *Jurnal Inovasi Dan Teknologi Pendidikan*, 3(1), 1–19. <https://doi.org/10.46306/jurinotep.v3i1.67>
- Heri, T. (2019). MENINGKATKAN MOTIVASI MINAT BELAJAR SISWA. *Rausyan Fikr : Jurnal Pemikiran dan Pencerahan*, 15(1). <https://doi.org/10.31000/rf.v15i1.1369>
- Indika, D. R., & Jovita, C. (2017). MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI SARANA PROMOSI UNTUK MENINGKATKAN MINAT BELI KONSUMEN. *Jurnal Bisnis Terapan*, 1(01), 25–32. <https://doi.org/10.24123/jbt.v1i01.296>
- Ismail, T., & Handrito, R. P. (2024). Perilaku Hijau dalam Wisata Pendakian Gunung: Environmental Background dan Theory of Planned Behavior. *INOBIS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 7(2), 273–284. <https://doi.org/10.31842/jurnalinobis.v7i2.346>
- Nurmaisya, S., Amalia, N., & Safarina, A. (2023). PEMERIAN PINJAMAN TANPA RIBA DALAM EKONOMI ISLAM. *Islamic Education*, 1(4), 205–217.
- Prawana, I. (2024). Peran Literasi Keuangan Dan Fintech Syariah Dalam Mendorong Inklusi Keuangan Pada Pelaku UMKM. *Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Syariah*, 3(3), 16–34.
- Ridha, A., Zaimar, F. R., Windarsari, W. R., Haruna, H., & Adriansyah. (2025). Determinan Keputusan Pembelian Konsumen pada Produk Usaha Mikro Melalui Pendekatan Theory of Planned Behavior. *Jurnal Ilmu Manajemen, Bisnis Dan Ekonomi (JIMBE)*, 2(6), 491–502. <https://doi.org/10.59971/jimbe.v2i6.483>
- Safarudin, R., Zulfamanna, Z., Kustati, M., & Sepriyanti, N. (2023). Penelitian Kualitatif. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 3(2), 9680–9694.
- Setiawan, I. (2020). Analisis Peran Perbankan terhadap Pertumbuhan Ekonomi di Indonesia: Bank Syariah Versus Bank Konvensional. *Jurnal Akuntansi, Ekonomi Dan Manajemen Bisnis*, 8(1), 52–60. <https://doi.org/10.30871/jaemb.v8i1.1649>
- Steviani, R. P. (2024). Strategi Pemasaran dan Persepsi Konsumen terhadap Produk Kopi Kulo. *Cakrawala: Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Bisnis*, 1(4), 1919–1923. <https://doi.org/10.70451/cakrawala.v1i4.418>
- Suarini, N. L. G., & Krisna, A. M. (2024). Analisis Persepsi Masyarakat Dalam Pemilihan Produk Perbankan. *Journal Research of Accounting*, 6(2), 177–186. <https://doi.org/10.51713/jarac.2025.6246>
- Yudhira, A. (2023). Dinamika Perkembangan Bank Syariah di Indonesia: Analisis Komprehensif. *JURNAL SYIAR-SYIAR*, 3(2), 34–45. <https://doi.org/10.36490/syiari.v3i2.1074>
- Zandra, R. A. P., Soedarso, E. H., Prasetya, R., & Miharso, A. (2024). Pendekatan Theory of Planned Behaviour dalam Rekayasa Perilaku Penggunaan Informasi Akuntansi Manajemen pada UMKM. *Journal of Accounting and Finance Management*, 5(5), 1127–1136. <https://doi.org/10.38035/jafm.v5i5.906>