

Research Article

Analysis of Hajj Savings Development Strategy at BPRS HK Parahyangan to Increase the Number of Young Customers

Dewi Kumalasari

Universitas Wiralodra Indramayu
E-mail: dewikumalasari253@gmail.com

Didik Himmawan

Fakultas Agama Islam Universitas Wiralodra Indramayu
E-mail: didikhimmawan@gmail.com

Copyright © 2025 by Authors, Published by Al-Hukumah: Jurnal Ilmu Pemerintahan dan Studi Islam

Received : February 28, 2025
Accepted : April 12, 2025

Revised : March 30, 2024
Available online : April 29, 2025

How to Cite: Dewi Kumalasari, & Didik Himmawan. (2025). Analysis of Hajj Savings Development Strategy at BPRS HK Parahyangan to Increase the Number of Young Customers. Al-Hukumah: Jurnal Ilmu Pemerintahan Dan Studi Islam, 1(3), 111–119.
<https://doi.org/10.63738/al-hukumah.v1i3.14>

Abstract

This study aims to analyze the development strategy of Hajj savings at BPRS HIK Parahyangan, with a focus on increasing the number of young customers. With the growing financial literacy of the younger generation, there is a significant opportunity to increase the number of customers from this segment. The methods used include SWOT analysis, interviews with management, and surveys of potential young customers. The research results show that product innovation, the use of digital technology, and relevant marketing strategies are key to successfully attracting young customers. Furthermore, collaboration with youth communities and digital service providers has been identified as a strategic step to enhance market penetration.

Keywords: BPRS HIK Parahyangan, Hajj Savings, Development Strategy, Product Innovation, Digital Technology.

Analisis Strategi Pengembangan Tabungan Haji di BPRS HK Parahyangan untuk Meningkatkan Jumlah Nasabah Muda

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pengembangan tabungan haji di BPRS HIK Parahyangan, dengan fokus pada peningkatan jumlah nasabah muda. Dengan perkembangan generasi muda yang semakin melek terhadap perencanaan keuangan, peluang untuk meningkatkan jumlah nasabah dari segmen ini sangat besar. Metode yang digunakan meliputi analisis SWOT, wawancara dengan pihak manajemen, serta survei terhadap calon nasabah muda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa inovasi produk, pemanfaatan teknologi digital, dan strategi pemasaran yang relevan menjadi kunci

keberhasilan dalam menarik nasabah muda. Selain itu, kolaborasi dengan komunitas pemuda dan penyedia layanan digital juga diidentifikasi sebagai langkah strategis untuk meningkatkan penetrasi pasar.

Kata Kunci: BPRS HIK Parahyangan, Tabungan Haji, Strategi Pengembangan, Inovasi Produk, Teknologi Digital.

PENDAHULUAN

Tabungan haji merupakan salah satu produk keuangan syariah yang sangat diminati oleh masyarakat Indonesia (Bank Indonesia, 2022). Produk ini tidak hanya berfungsi sebagai alat untuk menabung, tetapi juga sebagai wujud komitmen spiritual untuk melaksanakan ibadah haji. Namun demikian, segmen nasabah yang memanfaatkan tabungan haji sering kali didominasi oleh kelompok usia menengah ke atas. Hal ini dapat disebabkan oleh persepsi bahwa perencanaan haji lebih relevan dilakukan oleh mereka yang telah mapan secara finansial.

Beberapa tahun terakhir, terdapat perubahan pola perilaku keuangan di kalangan generasi muda. Generasi ini lebih sadar akan pentingnya perencanaan keuangan, termasuk untuk tujuan jangka panjang seperti ibadah haji. Meski demikian, generasi muda memiliki preferensi yang berbeda dibandingkan generasi sebelumnya. Mereka mengutamakan kemudahan akses, transparansi, serta fitur digital yang inovatif dan responsif. Oleh karena itu, institusi keuangan harus beradaptasi dengan tren ini untuk memastikan bahwa produk tabungan haji tetap relevan bagi generasi muda (Fitriani et al. 2025).

Selain preferensi individu, perkembangan teknologi juga menjadi faktor penting yang memengaruhi cara generasi muda berinteraksi dengan layanan keuangan. Digitalisasi telah mengubah lanskap industri keuangan secara signifikan. Penggunaan aplikasi mobile, layanan berbasis web, dan integrasi dengan platform pembayaran digital menjadi kebutuhan dasar bagi institusi keuangan untuk bersaing di era modern. Tanpa inovasi di bidang ini, produk keuangan syariah, termasuk tabungan haji, berisiko kehilangan daya tariknya di mata nasabah muda (Wulan Ramadani Trisnaudy et al., 2024).

Namun, pengembangan strategi untuk menarik generasi muda bukan tanpa tantangan. Faktor-faktor seperti keterbatasan infrastruktur digital, minimnya edukasi finansial di kalangan masyarakat, serta kompetisi dengan institusi keuangan lain yang lebih besar, menjadi hambatan yang harus diatasi. Selain itu, diperlukan upaya yang lebih intensif dalam memahami kebutuhan spesifik generasi muda agar produk yang ditawarkan benar-benar sesuai dengan harapan mereka.

Dengan latar belakang ini, penelitian ini berusaha menganalisis strategi yang dapat digunakan oleh BPRS HIK Parahyangan untuk meningkatkan jumlah nasabah muda melalui pengembangan tabungan haji. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan baru bagi

institusi keuangan syariah dalam mengadaptasi produk dan layanan mereka terhadap perubahan kebutuhan pasar.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif, yang bertujuan untuk menggambarkan fakta-fakta dan peristiwa secara mendalam sesuai dengan kondisi nyata yang ditemukan selama proses penelitian di lapangan. Lokasi penelitian dilakukan di Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Harta Insan Karimah (HIK) Parahyangan Kantor Cabang Indramayu, yang beralamat di Jl. Jendral Sudirman No. 114, Kelurahan Lemahmekar, Indramayu, Jawa Barat. Pemilihan lokasi ini bertujuan untuk memperoleh informasi yang akurat dan relevan mengenai fakta serta kejadian yang menjadi objek penelitian. Penelitian ini menggunakan teknik wawancara mendalam dengan manajemen BPRS HIK Parahyangan untuk memahami strategi dan kendala yang dihadapi. Survey kepada nasabah muda untuk mengetahui kebutuhan dan preferensi mereka terkait tabungan haji. Analisis untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dalam pengembangan tabungan haji. Studi literature menggunakan referensi dari jurnal, laporan industry, dan literatur terkait untuk memperkaya analisis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Keunggulan Tabungan Haji

BPRS HIK Parahyangan merupakan salah satu lembaga bank syariah yang bergerak dibidang keuangan. BPRS HIK Parahyangan memiliki produk unggulan yaitu tabungan haji, yang mana tabungan haji ini seperti fleksibilitas setoran awal yang rendah dan inovasi program seperti tabungan haji mikro. Hal ini memberikan daya tarik bagi generasi muda, yang seringkali memulai perjalanan finansial dengan keterbatasan dana. Penelitian menunjukkan bahwa fleksibilitas ini meningkatkan inklusivitas dan menjangkau segmen yang lebih luas.

Tabungan Haji di BPRS HIK Parahyangan, yang dikenal sebagai Tabungan Labbaik iB, menawarkan beberapa keunggulan bagi nasabah yang ingin merencanakan ibadah haji atau umrah. Berikut adalah beberapa keunggulannya:

- a. Sesuai Prinsip Syariah: Tabungan ini dikelola berdasarkan prinsip syariah, memastikan bahwa pengelolaan dana Anda sesuai dengan ketentuan Islam.
- b. Mudah dan Fleksibel: Proses menabung dirancang untuk kemudahan nasabah, dengan persyaratan yang sederhana dan fleksibilitas dalam penyetoran dana.
- c. Membantu Perencanaan Finansial Haji/Umrah: Tabungan ini dirancang khusus untuk membantu Anda merencanakan dan mengumpulkan

dana secara teratur guna mewujudkan impian beribadah haji atau umrah.

d. Aman dan Menguntungkan: Dengan prinsip syariah yang jujur dan transparan, produk tabungan ini tidak hanya memberikan keuntungan finansial tetapi juga ketenangan batin.

Sehingga dengan fleksibilitas setoran awal yang rendah, inovasi seperti program tabungan haji mikro, dan kemudahan dalam proses menabung, produk ini menarik perhatian, khususnya generasi muda dengan keterbatasan dana. Selain membantu pengelolaan finansial secara teratur, tabungan ini menawarkan keamanan, transparansi, serta keuntungan finansial, menjadikannya solusi inklusif bagi nasabah dari berbagai segmen (BPRS HIK Parahyangan, 2024).

Strategi Pengembangan Tabungan Haji Untuk Meningkatkan Jumlah Nasabah Muda

Strategi pengembangan tabungan haji untuk meningkatkan jumlah nasabah muda perlu mencakup beberapa pendekatan yang dapat menarik perhatian dan memenuhi kebutuhan spesifik dari segmen pasar ini. Berikut adalah beberapa strategi yang dapat diterapkan oleh lembaga keuangan seperti BPRS HIK Parahyangan:

a. Inovasi Produk dan Fleksibilitas

- Tabungan Haji Mikro: Menyediakan pilihan setoran awal yang rendah serta skema setoran rutin yang dapat disesuaikan dengan kemampuan finansial generasi muda. Produk ini lebih mudah dijangkau oleh mereka yang baru memulai perencanaan keuangan.
- Skema Setoran Fleksibel: Memberikan pilihan bagi nasabah untuk menyesuaikan frekuensi dan jumlah setoran sesuai dengan kondisi finansial mereka, sehingga tidak membebani mereka yang memiliki pendapatan terbatas.

b. Pendekatan Digital dan Kemudahan Akses

- Platform Digital dan Aplikasi Mobile: Menyediakan akses mudah untuk membuka tabungan, melakukan setoran, dan memonitor perkembangan tabungan melalui aplikasi mobile atau platform berbasis web. Generasi muda lebih memilih layanan yang dapat diakses kapan saja dan di mana saja.
- Integrasi Pembayaran Digital: Mengintegrasikan berbagai metode pembayaran digital, seperti e-wallet dan transfer antar bank, yang memudahkan nasabah muda melakukan setoran secara praktis.

c. Edukasi Keuangan dan Perencanaan Haji

- Program Edukasi Keuangan: Menyelenggarakan seminar, webinar, atau kursus online yang mengedukasi generasi muda tentang pentingnya perencanaan keuangan, termasuk perencanaan untuk ibadah haji. Edukasi ini dapat meningkatkan kesadaran mereka

tentang pentingnya menabung untuk tujuan jangka panjang.

- Simulasi Perencanaan Haji: Menyediakan alat bantu atau fitur di aplikasi untuk merencanakan perjalanan haji, termasuk estimasi biaya dan jadwal setoran yang realistik, yang dapat memberi motivasi kepada generasi muda untuk memulai menabung.

d. Promosi dan Incentif

- Promosi Khusus untuk Nasabah Muda: Memberikan insentif atau bonus bagi nasabah muda yang membuka tabungan haji dalam jumlah tertentu atau yang dapat mencapai target tabungan dalam waktu yang relatif singkat.
- Program Referral: Menawarkan hadiah atau keuntungan bagi nasabah yang berhasil merekomendasikan produk tabungan haji kepada teman atau keluarga mereka, yang dapat memperluas jangkauan pemasaran ke lebih banyak nasabah muda.

e. Pengembangan Branding dan Komunikasi yang Relevan

- Branding yang Menarik bagi Generasi Muda: Menggunakan media sosial dan platform digital untuk memperkenalkan produk dengan cara yang lebih menarik dan sesuai dengan preferensi generasi muda. Konten seperti video inspiratif atau testimonial dari nasabah muda yang telah berhasil menabung untuk haji bisa memberikan motivasi.
- Konten yang Responsif dan Interaktif: Berinteraksi dengan generasi muda melalui platform digital yang mereka gunakan, seperti Instagram, TikTok, dan YouTube, untuk membuat promosi lebih relatable dan mengundang partisipasi aktif.

f. Transparansi dan Keamanan

- Jaminan Keamanan dan Kejujuran Syariah: Menjamin bahwa dana yang disetorkan akan dikelola sesuai dengan prinsip-prinsip syariah, yang sangat penting bagi generasi muda yang peduli dengan kehalalan dan kejujuran dalam pengelolaan dana.
- Transparansi dalam Pengelolaan Dana: Menyediakan laporan dan pembaruan yang jelas tentang perkembangan dana nasabah serta penggunaan dana sesuai dengan ketentuan syariah.

g. Kolaborasi dengan Influencer atau Tokoh Muda

- Kolaborasi dengan Influencer atau Brand Ambassador: Menggandeng tokoh atau influencer muda yang dikenal luas di kalangan generasi muda untuk mempromosikan tabungan haji dan menyebarluaskan informasi mengenai manfaat perencanaan haji sejak dulu.

h. Peningkatan Layanan Pelanggan

- Layanan Pelanggan yang Responsif: Menyediakan layanan pelanggan yang mudah dijangkau dan responsif, baik melalui chat, email, atau media sosial, untuk membantu nasabah muda yang mungkin membutuhkan bimbingan atau informasi lebih lanjut.

Evaluasi Keberhasilan Strategi Pengembangan Tabungan Haji Untuk Nasabah Muda Yang Sudah Diterapkan Oleh BPRS HIK Parahyangan

a. Peningkatan Jumlah Nasabah Muda:

Indikator utama dalam mengevaluasi keberhasilan adalah peningkatan jumlah nasabah muda yang membuka rekening tabungan haji, khususnya bagi mereka yang berusia antara 18 hingga 35 tahun. Jika terjadi peningkatan signifikan dalam jumlah nasabah muda yang menggunakan produk tabungan haji setelah implementasi strategi, maka dapat disimpulkan bahwa produk tersebut berhasil menarik minat mereka. Sebaliknya, jika tidak ada peningkatan yang signifikan, analisis lebih lanjut perlu dilakukan untuk mengidentifikasi faktor penghambat.

b. Keterjangkauan dan Fleksibilitas Setoran:

Nasabah muda sering kali memiliki keterbatasan dana, sehingga keterjangkauan dan fleksibilitas setoran menjadi aspek yang penting. Evaluasi dapat dilakukan dengan melihat seberapa terjangkau produk tabungan haji dari perspektif nasabah muda, serta seberapa fleksibel produk tersebut dalam hal setoran awal dan bulanan. Jika terdapat peningkatan dalam jumlah setoran rutin dan partisipasi nasabah muda dalam program tabungan haji mikro, maka dapat dipastikan bahwa fleksibilitas tersebut berhasil memenuhi kebutuhan segmen ini.

c. Kemudahan Akses dan Penggunaan Teknologi:

Generasi muda cenderung lebih akrab dengan teknologi digital, sehingga kemudahan akses melalui aplikasi mobile dan platform digital sangat penting. Evaluasi penggunaan aplikasi dapat dilakukan dengan memantau statistik seperti jumlah unduhan aplikasi, frekuensi transaksi yang dilakukan nasabah, dan umpan balik nasabah terhadap fitur digital yang ada. Jika penggunaan teknologi masih rendah, evaluasi terhadap pengalaman pengguna dan peningkatan fitur aplikasi menjadi langkah yang perlu dipertimbangkan.

d. Keberhasilan Program Edukasi Keuangan:

Pentingnya edukasi keuangan untuk meningkatkan kesadaran nasabah muda tentang perencanaan keuangan jangka panjang, termasuk tabungan haji, menjadi salah satu aspek evaluasi yang perlu dilihat. Evaluasi dapat dilakukan dengan mengukur tingkat partisipasi nasabah muda dalam seminar, webinar, atau kursus online yang diselenggarakan. Jika hasilnya menunjukkan bahwa peserta memiliki pengetahuan lebih tentang pentingnya menabung untuk haji, maka program edukasi tersebut dapat dianggap berhasil.

e. Keterlibatan dalam Program Referral dan Promosi:

Program referral dan promosi memainkan peran penting dalam memperluas jangkauan pasar dan menarik nasabah baru. Evaluasi dilakukan dengan menilai seberapa banyak nasabah muda yang mendaftar melalui program referral atau memanfaatkan promosi yang

ditawarkan. Jika hasilnya menunjukkan bahwa promosi atau referral memiliki dampak positif dalam menarik nasabah baru, maka strategi ini bisa dianggap berhasil (BSM, 2021).

f. Feedback dan Kepuasan Nasabah:

Untuk memastikan kualitas produk dan layanan yang diberikan, perlu dilakukan evaluasi terhadap kepuasan nasabah muda. Survei atau wawancara dengan nasabah dapat membantu mengidentifikasi pengalaman mereka terkait produk tabungan haji, kualitas layanan, transparansi pengelolaan dana, dan keamanan. Jika tingkat kepuasan nasabah muda rendah, maka perbaikan dalam hal layanan pelanggan dan proses komunikasi terkait pengelolaan dana akan diperlukan.

g. Peningkatan Brand Awareness:

Tingkat kesadaran merek BPRS HIK Parahyangan terkait produk tabungan haji juga merupakan indikator yang perlu dievaluasi. Brand awareness dapat diukur dengan melihat seberapa sering produk tabungan haji dibicarakan di media sosial atau platform digital lainnya. Jika kesadaran merek masih rendah, strategi komunikasi dan pemasaran yang lebih terintegrasi melalui media sosial atau influencer mungkin perlu diterapkan (Laporan Media Sosial BPRS HIK Parahyangan, 2023).

h. Evaluasi Kinerja Keuangan:

Evaluasi terhadap kinerja keuangan tabungan haji juga penting untuk mengetahui apakah produk ini memberikan hasil yang optimal dalam hal pendapatan dan pengelolaan dana syariah. Analisis terhadap kinerja keuangan tabungan haji dapat dilakukan dengan mengukur apakah dana yang terkumpul cukup untuk memenuhi target nasabah dalam waktu yang telah ditentukan. Jika kinerja keuangan tidak optimal, maka evaluasi terhadap pengelolaan dana dan model bisnis perlu dilakukan.

i. Analisis Perilaku Nasabah Muda:

Selain melihat jumlah nasabah baru, penting untuk menganalisis perilaku nasabah muda terkait penggunaan tabungan haji. Misalnya, seberapa aktif mereka melakukan setoran rutin, apakah mereka cenderung melakukan penarikan dana, atau apakah mereka mempertahankan saldo tabungan mereka dalam jangka waktu yang panjang. Informasi ini dapat diperoleh melalui data analitik yang disediakan oleh aplikasi mobile atau platform digital yang digunakan. Jika mayoritas nasabah muda aktif dalam menyetor dan tidak melakukan penarikan dana sebelum mencapai target, itu menunjukkan bahwa mereka merasa termotivasi dan puas dengan produk yang ditawarkan.

j. Kolaborasi dengan Komunitas atau Organisasi Muda:

Melibatkan komunitas atau organisasi yang memiliki banyak anggota muda dapat mempercepat adopsi produk tabungan haji. Kerjasama dengan universitas, komunitas pengajian, atau organisasi

pemuda dapat memberikan dampak besar dalam menarik perhatian nasabah muda. Evaluasi bisa dilakukan dengan mengukur tingkat partisipasi komunitas-komunitas tersebut dalam penggunaan produk tabungan haji, apakah mereka lebih banyak menyarankan produk ini kepada anggotanya, serta apakah hal ini mempercepat pertumbuhan jumlah nasabah muda.

k. Analisis Kompetitor dan Diferensiasi Produk:

Sebagai bagian dari evaluasi, penting untuk melakukan analisis terhadap kompetitor yang juga menawarkan produk serupa. Apakah produk tabungan haji dari BPRS HIK Parahyangan lebih unggul dari segi fitur, kemudahan akses, atau manfaat lainnya? Apakah nasabah muda lebih memilih produk dari lembaga lain karena mereka menawarkan lebih banyak keuntungan atau fleksibilitas? Evaluasi ini dapat dilakukan dengan membandingkan kelebihan dan kekurangan produk BPRS HIK Parahyangan dengan produk serupa di pasar. Diferensiasi produk yang lebih kuat akan memperkuat daya tarik bagi nasabah muda.

1. Keterlibatan dan Respons dari Layanan Pelanggan:

Selain kepuasan nasabah, evaluasi terhadap respons layanan pelanggan dalam menangani pertanyaan atau keluhan nasabah juga penting. BPRS HIK Parahyangan harus memastikan bahwa nasabah muda merasa dilayani dengan baik dan masalah mereka dapat diselesaikan dengan cepat dan efektif. Survei mengenai kepuasan terhadap layanan pelanggan atau analisis terhadap keluhan yang sering muncul dapat menjadi indikator penting dalam menilai kualitas layanan dan potensi perbaikan.

m. Dampak Sosial dan Spiritual:

Evaluasi terhadap dampak sosial dan spiritual produk tabungan haji juga penting untuk dilakukan, terutama terkait dengan bagaimana produk ini membantu nasabah muda untuk mencapai tujuan spiritual mereka. Misalnya, apakah mereka merasa lebih termotivasi untuk menabung ketika ada rasa tanggung jawab sosial dalam bentuk berbagi cerita atau membentuk komunitas di dalam tabungan haji. Pemantauan terhadap aspek sosial dan spiritual ini bisa memberikan wawasan lebih mendalam mengenai nilai lebih yang dirasakan oleh nasabah muda yang lebih memilih produk ini.

Evaluasi keberhasilan strategi pengembangan tabungan haji untuk nasabah muda di BPRS HIK Parahyangan harus melibatkan pengukuran berdasarkan indikator-indikator yang terkait dengan aspek produk, aksesibilitas, edukasi, kepuasan nasabah, dan kinerja keuangan. Jika hasil evaluasi menunjukkan keberhasilan, maka strategi yang diterapkan sudah berjalan dengan baik. Sebaliknya, jika hasilnya kurang optimal, perbaikan dan penyesuaian strategi akan diperlukan untuk memenuhi kebutuhan dan harapan nasabah muda yang semakin berkembang.

KESIMPULAN

Strategi pengembangan tabungan haji untuk nasabah muda yang diterapkan oleh BPRS HIK Parahyangan terbukti efektif dalam menjawab kebutuhan segmen ini, dengan mengutamakan keunggulan produk yang sesuai prinsip syariah, fleksibilitas setoran, serta kemudahan akses melalui platform digital. Tabungan Labbaik iB, sebagai produk unggulan, menawarkan berbagai kemudahan bagi nasabah muda yang memiliki keterbatasan dana, termasuk tabungan haji mikro dan skema setoran fleksibel yang mempermudah mereka merencanakan ibadah haji atau umrah.

Melalui inovasi produk, pendekatan digital, program edukasi keuangan, serta promosi yang ditujukan khusus untuk generasi muda, BPRS HIK Parahyangan dapat menarik lebih banyak nasabah muda untuk mulai menabung. Selain itu, dengan mengedepankan transparansi dan keamanan pengelolaan dana syariah, serta meningkatkan brand awareness melalui media sosial dan influencer, BPRS HIK Parahyangan berhasil memperkuat posisi produk ini di pasar.

Evaluasi terhadap keberhasilan strategi ini dapat dilakukan dengan memonitor peningkatan jumlah nasabah muda, fleksibilitas setoran, penggunaan teknologi digital, kepuasan nasabah, serta dampak dari program promosi dan referral. Evaluasi yang cermat akan membantu BPRS HIK Parahyangan untuk terus berinovasi dan memperbaiki aspek-aspek yang masih kurang optimal, serta memastikan keberlanjutan produk tabungan haji di masa depan.

DAFTAR PUSTAKA

- Bank Indonesia. Laporan Perkembangan Ekonomi dan Keuangan Syariah Indonesia (2022).
- Bank Syariah Mandiri. Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Partisipasi Nasabah Muda (2021).
- BPRS HIK Parahyangan. Analisis Brand Awareness melalui Media Sosial (2023). Laporan Media Sosial.
- BPRS HIK Parahyangan. Situs resmi, 2024.
<https://www.bprshikparahyangan.co.id>.
- Fitriani, F., Zaman, D., Azizi, M., Ismanto, H., & Pebruary, S. (2025). Pentingnya Perencanaan Keuangan bagi Generasi Muda untuk Masa Depan yang Lebih Baik. Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat, 6(1), 135–140.
<https://doi.org/10.31004/cdj.v6i1.38317>
- Wulan Ramadani Trisnaudy, Muhammad Iqbal Fasa, Is Susanto (2024) Inovasi Strategi Pemasaran Bank Syariah dalam Menarik Generasi Z. Jurnal Inovasi Cendekia Nusantara, 1(5), 7453-7466.
<https://jicnusantara.com/index.php/jicn/article/view/1292>