



**ANALISIS EDUKASI AYO HIJRAH BANK MUAMALAT KCP MADIUN DALAM
MENINGKATKAN PEMAHAMAN MASYARAKAT DESA TEMBORO TERHADAP
PENTINGNYA MENABUNG
(Studi Kasus Program Sosialisasi Bank Muamalat KCP Madiun)**

Lu'lu'il Maknuun¹, Moh. Ichyak Ulumuddin², Indri Ratna Dewi³

^{1, 2, 3} Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Syariah, Universitas KH Abdul Chalim

Email: ¹ luluilmaknuun92@gmail.com, ² ichyak1988@gmail.com, ³ indriratnadewi59@gmail.com

Abstrak

Article Info

Kurangnya pemahaman masyarakat Desa Temboro dan tidak tersedianya bank syariah di wilayah desa tersebut menjadi kendala bagi masyarakat yang memiliki berbagai macam paradigma yang muncul yang berkaitan dengan bank syariah dan bank konvensional. Persepsi yang positif berupa kemudahan untuk bertransaksi ataupun yang negative berupa bertransaksi di bank itu riba.¹ Berbagai macam paradigma yang muncul dari kalangan masyarakat sehingga hal yang demikian membuat Bank Muamalat KCP Madiun melakukan edukasi langsung ke desa Temboro. Selain itu. Salah satu yang menjadi faktor pendukung bagi bank Muamalat KCP Madiun dalam menggapai sasaaran yaitu lokasi yang strategis sehingga memiliki potensi yang besar dalam mencapai sasaran. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dari bentuk edukasi ayo hijrah Bank Muamalat KCP Madiun dalam memperkenalkan produk bank syariah dan meningkatkan pemahaman kepada masyarakat.

Jenis penelitian ini adalah studi kasus dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara dan dokumentasi. Wawancara dilakukan kepada pimpinan, karyawan, dan nasabah Bank Muamalat KCP Madiun, dan dokumentasi berupa data yang mendukung penelitian ini. Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dari pelaksanaan kegiatan edukasi ayo hijrah Bank Muamalat KCP Madiun berupa edukasi langsung, edukasi tidak langsung atau perantara, brosur dan postingan media sosial. Sehingga hasil yang diperoleh warga desa Temboro mampu mengenal produk-produk bank syariah salah satu produk bank Muamalat KCP Madiun. Disamping itu bank juga mengalami peningkatan pada jumlah rekening tabungan yaitu pada tabungan ib hijrah dan mengalami peningkatan jumlah nasabah dari masyarakat pedesaan berupa nasabah haji dan yang lainnya.

Article History

Received : 21 -06- 2023,

Revised : 24-06-2023,

Accepted : 29-06-2023

Keywords:

*Edukasi Ayo Hijrah,
Pentingnya Menabung,
dan Masyarakat Desa*

¹ Anita Rahmawaty, *Pengaruh persepsi tentang bank syariah terhadap minat menggunakan produk di BNI Syariah*, Semarang, (2018)

PENDAHULUAN

Perkembangan perbankan dikota terdapat banyak persaingan yang muncul antara bank non syariah dan bank syariah. Sehingga lembaga keuangan yang dijadikan sebagai lalu lintas keuangan mulai menampilkan keunggulan-keunggulan dari produk-produk yang dimiliki. Selain itu, kurangnya pemahaman masyarakat desa terhadap bank konvensional maupun bank syariah sehingga dari kalangan masyarakat muncul berbagai macam paradigma negative ataupun positif yang berkaitan dengan bank. Selain itu, dikarenakan jarak dari rumah masyarakat dengan bank cukup jauh sehingga masyarakat sulit untuk menjangkau keberadaan bank. Namun, dengan keberadaan pondok pesantren Al Fattah di desa Temboro, menjadi daya tarik bagi bank Muamalat KCP Madiun dalam mencapai target yang besar untuk memperkenalkan produk-produk, akad bank syariah, dan kegiatan bertransaksi di bank syariah melalui edukasi ayo hijrah.

Masyarakat Desa Temboro memiliki kebiasaan menabung secara yang sederhana. Kebiasaan masyarakat dalam menyimpan keuangannya dari penghasilan panen atau penghasilan lainnya masih sangat sederhana. Hal tersebut sangat rawan dari kerusakan serta rawan dari kecurian. Seperti pernyataan yang disampaikan ibu Peni bahwa:²

“setiap hasil panen dan sisanya dipisahkan untuk dimasukkan sebagai tabungan yang disimpan di sebuah celengan yang berbentuk kendi. Hal tersebut terus dilakukan hingga dirasa cukup untuk membeli apa yang dicita citakan. Namun, disaat memecahkan celengan tersebut yang terjadi, uang yang disimpan robek, rusak, bahkan tidak ada satupun yang dapat digunakan. Sehingga masyarakat merasa enggan untuk menabung jika tidak dirasa aman.”

Dalam penelitian yang sudah dilakukan oleh Bambang ditemukan pemaparan yang mirip dengan penelitian Waluyo, yang berjudul *Model Edukasi Berdasarkan Segmentasi Konsumen Untuk Membangun Minat Masyarakat pada Perbankan Syariah* dari hasil penelitiannya menyatakan bahwa strategi yang digunakan bank syariah masih belum efektif untuk melakukan edukasi dan komunikasi dalam memahami masyarakat sehingga masih banyak sekali masyarakat yang belum mengetahui bagaimana sistem transaksi yang diterapkan oleh bank syariah.

Dengan adanya fenomena diatas, maka dapat membuat penulis terdorong untuk melakukan penelitian dengan menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus untuk menganalisa dengan sedalam-dalamnya yang berkaitan dengan judul penelitian “Analisis Edukasi Ayo Hijrah Bank Muamalat KCP Madiun Dalam Meningkatkan Pemahaman Masyarakat Desa Temboro Terhadap Pentingnya Menabung (Study Kasus Program Sosialisasi Bank Muamalat KCP Madiun)”.

TINJAUAN PUSTAKA

Edukasi Ayo Hijrah

Hijrah merupakan suatu kegiatan perpindahan dari suatu tempat ke tempat yang lain dengan suatu alasan tertentu semata-mata untuk mendapatkan yang lebih baik.³ Sedangkan menurut McLeod, yang menyatakan bahwa edukasi merupakan proses perbuatan pendekatan yang dilakukan untuk mendapatkan pengetahuan. Dapat disimpulkan bahwa edukasi ayo hijrah merupakan sebuah proses pendekatan dalam memberikan suatu pengetahuan melalui sebuah informasi sehingga dapat memberikan pemahaman kepada orang lain.⁴

² Ibu peni, wawancara, (Temboro 28 mei 2023)

³ Tim Redaksi, Edisi Ketiga, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta: Balai Pustaka ,2005, h.859

⁴ Muhibbin Syah, *Psikologi Pendidikan*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2010, h.10.

Pemahaman Masyarakat

Menurut Sudjana, bahwa pemahaman merupakan sesuatu hal yang dapat dipahami dan dimengerti dengan benar.⁵ Sedangkan terdapat beberapa bentuk yaitu Pemahaman *instructional understanding* merupakan pemahaman yang mana masyarakat baru berada pada tahap mengetahui dan menghafal namun tidak mengetahui apa penyebab hal tersebut, dan Pemahaman *relation understanding* merupakan pemahaman masyarakat yang telah menguasai dari segi pengertian dan hafalan bahkan masyarakat dapat memanfaatkannya untuk menyelesaikan permasalahan yang terjadi.

Masyarakat Desa

Menurut Abdul Syani, menyatakan bahwa masyarakat pedesaan merupakan sekelompok manusia yang memiliki kebiasaan, budaya, dan tradisi yang sama yang berpenduduk mayoritas bermata pencaharian dari bidang pertanian, peternakan, dan perikanan atau gabungan dari semuanya baik dari segi kebudayaan dan dari segi sosial menunjang sistem ekonomi.⁶ Masyarakat tergolong menjadi dua yaitu pertama masyarakat sederhana merupakan masyarakat yang memiliki kecenderungan pembagian pola kerja berdasarkan gender dan pola pemikiran masyarakat masih primitif baik dari segi ekonomi maupun dari segi kehidupan. Sedangkan kedua masyarakat maju merupakan masyarakat yang khas dengan berbagai macam kelompok sosial, atau organisasi masyarakat yang berkembang pesat.

Menabung

Menurut Warneryd, menabung merupakan suatu pengaturan konsumsi yang ditunda demi keamanan dikehidupan mendatang. Menabung adalah salah satu cara yang digunakan dalam menata standar kehidupan yang lebih baik dimasa depan.⁷ Selain itu, dengan adanya menabung agar mampu menghadapi terjadinya risiko yang membutuhkan dana besar dan sebagai cadangan keuangan dalam menyiapkan pengelolaan keuangan jangka panjang. Jadi, pentingnya menabung semata-mata untuk perencanaan pengelolaan keuangan masa depan yang lebih baik. Disamping itu dapat disesuaikan dengan teori yang dijadikan sebagai pendukung dalam penelitian tersebut.

Pertama, *Personal selling* adalah salah satu bentuk dari komunikasi secara langsung dari seorang penjual kepada calon pelanggan untuk memperkenalkan suatu produk kepada calon pelanggan dan membentuk pemahaman pelanggan terhadap produk sehingga mereka kemudian akan mencoba dan membelinya⁸ *Personal selling* merupakan komunikasi langsung atau bertatap muka antara penjual dan calon pelanggan dalam memperkenalkan suatu produk ke calon konsumen sehingga dapat terbentuknya sebuah pemahaman suatu produk yang diperkenalkan atau dipromosikan sehingga pelanggan merasa paham dan berminat untuk membeli atau menggunakan produk tersebut.

Kedua yaitu teori *Word of Mouth* yang menjadi pendukung dari teori personal selling. Teori ini dicetuskan oleh Kotler dan Keller, bahwa *Word Of Mouth* adalah kegiatan dari bentuk komunikasi secara individu maupun kelompok dengan cara komunikasi berbasis online terhadap suatu produk yang dapat dipromosikan melalui media online dalam memberikan berbagai informasi produk. Sedangkan Menurut Cheung dan Lee yang menyatakan bahwa, *Electronic-Word Of Mouth* sebagai bentuk proses yang membuat konsumen dalam membagikan pandangan secara online dan mengarahkan konsumen agar mendukung produk.⁹ Disamping itu didukung juga dari definisi menurut Ali, bahwa periklanan sebagai media pendukung dalam mempromosikan produk ke

⁵ Nana Sudjana., *Penilaian Hasil Proses Belajar Mengajar* : Bandung: Remaja Rosdakarya, 1995.

⁶ Abdul Syani, "*Ilmu Alamiah Dasar dan Ilmu Budaya Dasar*", Bandung: Cv Pustaka Setia, 2009

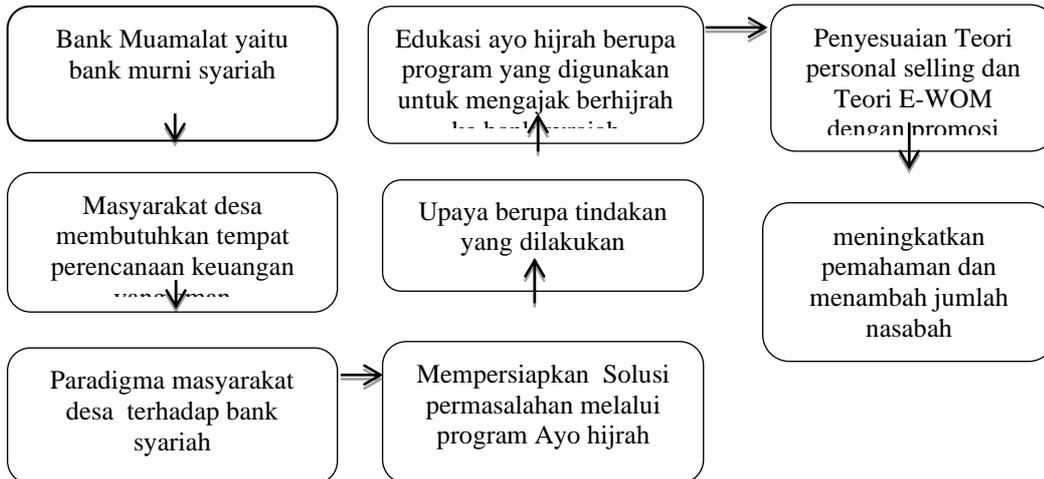
⁷ Abu Ahmad., *Ilmu Sosial Dasar*, Jakarta: PT Rineka Cipta, 2009, h. 99

⁸ Agustina Shinta, *Manajemen Pemasaran*, Malang: UB Press, 1994. 130.

⁹ Adellya Puspitasari Faqih Hasan, *Pengaruh Aktivitas Pemasaran Media Sosial Terhadap Kesadaran Merek Dan Citra Yang Berdampak Pada E-WOM Konsumen Batik Danar Hadi*, Skripsi, 2020.

khalayak umum, selain itu juga, dengan tujuannya agar dapat memberikan informasi kepada calon pelanggan terhadap produk atau yang lainnya. Jadi, iklan adalah salah satu bentuk sarana promosi yang telah digunakan oleh lembaga keuangan dalam menginformasikan segala hal yang berkaitan dengan kegiatan dan produk serta akad yang dimiliki oleh bank sehingga harapannya dapat menambah relasi dari berbagai calon pelanggan.¹⁰

Kerangka Konseptual



Keterangan:

- Skema 1= lembaga keuangan yang berbasis syariah salah satunya bank Muamalat KCP Madiun menjadi salah satu pilihan sekaligus menjadi solusi dalam perencanaan keuangan yang berdasarkan syariah bagi masyarakat.
- Skema 2= Sebagian besar masyarakat pedesaan di Magetan khususnya desa Temboro, mereka lebih suka menaruh uang hasil pertanian dibawah bantal.
- Skema 3= Masyarakat desa Temboro minim pengetahuan tentang lembaga keuangan karena sudah dibiasakan dengan cara yang sederhana karena bank banyak mengandung unsur riba, sehingga mereka menghindari berhubungan dengan bank.
- Skema 4= Edukasi ayo hijrah berupa program yang digunakan untuk mengajak berhijrah ke bank syariah merupakan program Bank Muamalat KCP Madiun untuk memperkenalkan produk yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat.
- Skema 5= kegiatan edukasi merupakan upaya yang dilakukan seperti mengadakan sosialisasi atau penyuluhan keberbagai tempat dalam rangka memberikan informasi kepada msyarakat.
- Skema 6= keberadaan Bank muamalat ditengah masyarakat dengan disediakan fasilitas ATM dan lainnya di Desa tersebut sehingga dapat mempermudah masyarakat dalam bertransaksi dimanapun dan kapanpun.
- Skema 7= Teori personal selling dan teori E-WOM dengan promosi edukasi ayo hijrah sesuai dengan yang temuan dilapangan yaitu promosi dalam bentuk edukasi sedangkan pada teori E.WOM digunakan dalam bentuk edukasi dari media sosial seperti postingan yang dibuat oleh kantor pusat bank Muamalat yang digunakan untuk promosi setiap harinya.
- Skema 8= hasil dari adanya edukasi ini diharapkan dapat memberikan pemahaman sekaligus dapat menambah jumlah nasabah dibank syariah dari kalangan masyarakat pedesaan

¹⁰Rita, Karyana Hutomo, dan Natalia, "Electronic Word of Mouth Foursquare: the New Social Media". *Binus Bussiness Review*, Vol.4 No.2 . 2 November 2020, h. 715

METODE PENELITIAN

Metode yang di gunakan didalam penelitian ini yaitu penelitian kualitatif deskriptif dengan menggunakan pendekatan studi kasus. Penelitian ini dilakukan dengan memfokuskan pada satu obyek tertentu secara lebih intensif kepada suatu kasus. Teknik pengumpulan data yang di gunakan yaitu observasi, wawancara yang dinyatakan sebagai cara pengumpulan data dengan melakukan tanya jawab dengan pihak yang berwenang dan dokumentasi yang dikumpulkan dari berbagai sumber.¹¹

Subjek penelitian yang berperan sebagai informan yaitu Bapak Affandi Sophia Wijaya selaku pimpinan bank Muamalat KCP Madiun, RM Retail Business yaitu Ibu Ely Munasaroh dan Customer service serta nasabah bank Muamalat KCP Madiun yang telah mengikuti kegiatan edukasi ayo hijrah. Teknik analisis data dilakukan dengan cara mencari dan menyusun data, menjabarkan data, menyusun data dan memilih data dan membuat kesimpulan. Sedangkan pada pengumpulan data yang diperoleh peneliti melalui data primer dan data sekunder yang didapatkan dari dokumen-dokumen yang berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya.¹²

HASIL DAN PEMBAHASAN

Bentuk Edukasi Ayo Hijrah Bank Muamalat Kepada Masyarakat Desa Temboro

Pertama Edukasi Langsung yaitu Salah satu bentuk kegiatan edukasi ayo hijrah yang di lakukan oleh Bank Muamalat Indonesia KCP Madiun melalui edukasi ayo hirah yaitu berupa sosialisasi dari pihak Bank Muamalat mendatangi warga desa Temboro dengan mengadakan sebuah perkumpulan bersama masyarakat yaitu sosialisasi di balai desa Temboro berikut ini.



Bentuk edukasi langsung berupa sosialisasi kepada masyarakat desa Temboro yang sudah dilakukan Bank Muamalat KCP Madiun. Beberapa hal yang penting untuk dipersiapkan sebelum melakukan sosialisasi diantaranya, mempersiapkan lokasi yang akan dituju untuk sosialisasi, mempersiapkan materi yang akan disampaikan pada saat sosialisasi, dan mempersiapkan metode yang akan digunakan jika salah satu metode tersebut tidak efektif. Metode yang digunakan yaitu pertama, edukasi per orangan dan edukasi dengan pendekatan kelompok. Metode per orangan merupakan metode edukasi tatap muka secara langsung yaitu *face to face* kepada ketua pengurus masjid atau tokoh agama serta door to door kepada masyarakat desa secara intens. Sedangkan Metode kelompok merupakan metode edukasi yang di lakukan dengan di pertemuan bersama sekelompok jamaah atau peserta disuatu tempat perkumpulan.¹³

Kedua Edukasi tidak langsung yaitu kegiatan edukasi yang dilakukan berupa menjalin kerjasama dari pihak Bank Muamalat bersama para tokoh agama atau tokoh masyarakat Desa Temboro pada saat melakukan pengajian rutin berikut ini.



¹¹ Sugiyono, *metode penelitian kualitatif kuantitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2008).

¹² Arikunto, *metode penelitian Kualitatif* (Jakarta: sagung seto, 2005)

¹³ Ely Munasaroh, wawancara, Madiun, 28 Mei 2023.

Bentuk edukasi tidak langsung melalui jalur perantara dari hasil kerjasama pihak bank Muamalat KCP Madiun bersama tokoh agama dengan menyelipkan materi yang disampaikan pada saat berakhirnya ceramah yang diadakan di pondok pesantren Al-Fattah desa Temboro.¹⁴

Ketiga, Brosur yaitu bentuk kegiatan edukasi ayo hijrah yang diberikan pada saat persentasi sekaligus dibagikan kepada peserta yang disosialisasikan. Namun, brosur dapat juga digunakan oleh pihak marketing ataupun customer service untuk menjelaskan kepada nasabah terkait isi brosur pada saat nasabah sudah selesai melakukan transaksi seperti brosur jenis-jenis tabungan bank Muamalat berikut ini.



Keempat, Edukasi postingan media sosial merupakan bentuk edukasi yang dilakukan setiap hari oleh kantor pusat Bank Muamalat karena memiliki teknisi digital sendiri yang khusus bertugas membuat postingan sebagai konten dimedia sosial. Bank Muamalat Indonesia dapat melakukan edukasi melalui status *whatsapp*, *link eddin facebook*, *twitter*, *instagram*, dan media sosial lainnya. Sebelum melakukan pemostingan maka akan diinformasikan kepada Dewan Pengawas Syariah (DPS) untuk memastikan bahwa postingan tersebut sudah sesuai dengan syariah. Postingan tersebut bisa disebar melauai grup watshapp Bank Muamalat seperti postingan-postingan mengenai konten edukasi bank syariah berupa pengenalan akad banksyariah khususnya Bank Muamalat berikut.



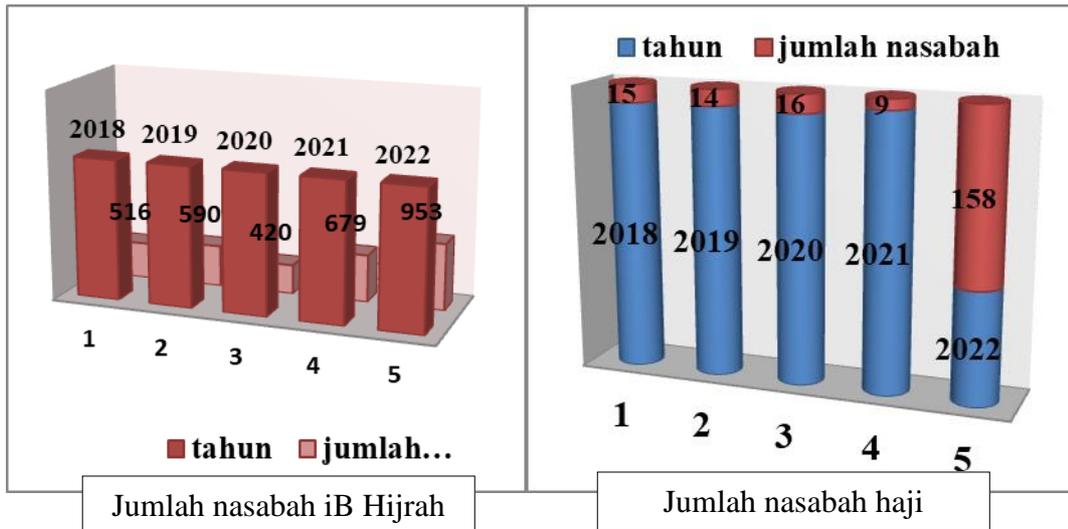
Hasil Edukasi Ayo Hijrah Bank Muamalat KCP Madiun Kepada Masyarakat Desa Setempat

Hasil dari edukasi ayo hijrah yang dilakukan dapat meningkatkan Jumlah rekening tabungan yang terdapat pada tabungan iB hijrah.¹⁵ Selain itu juga, dapat meningkatkan jumlah rekening pada tabungan haji. Meningkatnya tabungan iB hijrah dan tabungan haji yang dapat dilihat dari jumlah nasabah yang meningkat pada jenis tabungan tersebut dikarenakan pada tabungan iB hijrah dan tabungan haji ini cocok untuk kebutuhan bagi masyarakat desa yang memiliki kebiasaan menabung. Hal ini, dilojat dari kebiasaan masyarakat desa lebih suka yang praktis, mudah, murah seperti yang *free admin* bulanan dan saldo minimal yang terjangkau.¹⁶

¹⁴ Affandi wijaya, wawancara, Madiun, 28 Maret 2023

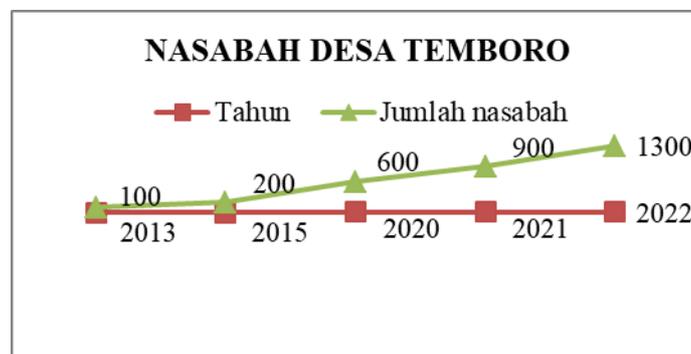
¹⁵ Affandi Shopia Wijaya, Wawancara via goglee meet. 28 Mei 2023

¹⁶ Affandi Shopia Wijaya, Wawancara 25 April 2023



Hasil Edukasi Ayo Hijrah Bank Muamalat Kepada Masyarakat Desa Temboro

Dari hasil pelaksanaan edukasi dan promosi melalui program ayo hijrah yang telah dilakukan di desa Temboro mengalami peningkatan dari jumlah nasabah terutama pada produk tabungan iB hijrah. Tabungan tersebut menggunakan akad wadiah atau titipan sehingga cocok dipakai untuk kebutuhan para santriwan dan santriwati serta para ustazd dan ustadzah yang ada di desa Temboro. Kemudahan dalam pengambilan gaji dan tidak dipungut biaya administrasi menjadi hal daya tarik bagi masyarakat. Pemahaman masyarakat semakin meningkat dari kegiatan edukasi yang sudah dilakukan sehingga dapat membantu masyarakat agar mampu mengetahui produk bank syariah dan akad bank syariah lebih dalam. Berikut gambar jumlah nasabah desa Temboro yang terus mengalami peningkatan.



Sumber: branch manager bmi madiun

Keberadaan bank Muamalat KCP Madiun sebagai tempat pengelolaan keuangan yang aman bagi masyarakat.¹⁷ Kebiasaan yang dimiliki masyarakat desa Temboro dalam mengelola keuangan yang masih sederhana seperti menabung disebuah celengan dapat teratasi. Dengan adanya bank syariah menjadi salah satu solusi bagi simpanan keuangan masyarakat yang aman, selain itu, perencanaan keuangan jangka panjang seperti dana pendidikan pun teratasi sehingga dengan adanya tabungan dana pendidikan maka masa depan anak-anak terjamin.¹⁸

Pentingnya menabung pada masyarakat Desa Temboro

¹⁷ Aisyah Roihana, Wawancara, Temboro, 28 Mei 2023

¹⁸ Affandi Shopia Wijaya, Wawancara .Madiun 25 April 2023

Keberadaan Bank Muamalat KCP Madiun sangat dibutuhkan oleh masyarakat Desa Temboro sebagai tempat pengelolaan keuangan yang sesuai dengan yang dibutuhkan.¹⁹ Hal ini, dapat dilihat dari kebiasaan yang dimiliki masyarakat desa temboro dalam mengelola keuangan yang masih sederhana seperti menabung disebuah celengan. Menabung disebuah celengan terdapat beberapa dampak buruk diantaranya terjadinya kecurian, kerusakan, dan lain –lain. Sehingga dengan adanya lembaga keuangan yang syariah dapat menjadi solusi bagi simpanan atau tabungan bagi masyarakat yang membutuhkan tempat pengelolaan keuangan yang aman seperti di salah satu bank syariah yaitu bank Muamalat KCP Madiun. Selain itu, perencanaan keuangan untuk jangka panjang seperti dengan adanya salah satu produk yang dimiliki bank Muamalat KCP Madiun yaitu tabungan dana pendidikan sehingga dengan adanya tabungan tersebut maka masa depan anak-anakpun terjamin.²⁰

Kegiatan edukasi bank syariah kepada masyarakat tentang produk ataupun akad yang digunakan agar masyarakat mampu memahami dengan baik dan benar terhadap kegiatan bank syariah. Selain itu, kegiatan tersebut berupa promosi dari bank Muamalat kcp Madiun dari jenis-jenis produk yang dimiliki sehingga masyarakat dapat mengetahui produk mana yang cocok untuk kebutuhannya. Oleh karena itu, edukasi yang diberikan berupa pemahaman dalam mengenal bank syariah dan menginformasikan macam-macam produk yaitu bentuk dari promosi yang sudah dilakukan oleh bank Muamalat KCP Madiun kepada masyarakat desa Temboro.²¹

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Jadi, di simpulkan bahwa bentuk edukasi ayo hijrah bank Muamalat KCP Madiun kepada masyarakat desa dengan melakukan berbagai bentuk yaitu pertama edukasi langsung dengan mendatangi langsung kepada masyarakat desa Temboro, kedua edukasi tidak langsung yaitu melalui perantara berkerja sama dengan pengurus/pak kiyai pondok pesantren, ketiga melalui media cetak berupa brosur, dan keempat melalui postingan media sosial yaitu edukasi yang dilakukan melalui postingan konten-konten bank syariah melalui akun resmi bank Muamalat seperti Facebook, Youtube, Linkeddin dan lainnya. Sedangkan Hasil dari kegiatan edukasi ayo hijrah yang dilakukan Bank Muamalat KCP Madiun adalah terdapat dua sisi yaitu pada sisi masyarakat, bahwa masyarakat dapat mengenal dan mengetahui kegiatan dan produk yang dimiliki bank Muamalat KCP Madiun yang berbasis syariah serta dapat mengetahui bahwa bank syariah berupa lembaga keuangan yang berbasis islami dan dapat terhindar dari riba. Sedangkan bagi bank Muamalat KCP Madiun sendiri yaitu terjadinya peningkatan terus menerus yang terdapat dari jumlah tabungan iB hijrah dan tabungan haji dengan akad wadiah serta meningkatkan jumlah nasabah dari kalangan pedesaan.

Saran

Diharapkan sasaran edukasinya lebih diperluas lagi dengan kreatif selain dengan model ayo hijrah dan untuk kedepannya dengan model yang lain agar bervariasi. Dalam melakukan pendekatan kepada masyarakat desa dengan menggunakan metode edukasi melalui pendekatan dengan ikut serta dalam kegiatan acara kemasyarakatan, maupun keagamaan serta mengikuti adat desa tersebut agar dapat mengetahui apa yang dibutuhkan masyarakat. Selain itu juga, diharapkan untuk evaluasi tidak dilakukan diakhir saja melainkan evaluasi juga dilakukan diawal agar lebih mantap dalam melakukan pelaksanaan kegiatan edukasi ayo hijrah yang lebih baik dan optimal.

¹⁹ Aisyah Roihana, Wawancara, Temboro, 28 Mei 2023

²⁰ Affandi Shopia Wijaya, Wawancara .Madiun 25 April 2023

²¹ Affandi Shopia Wijaya, Wawancara . Madiun 25 April 2023

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Adam, Muhammad. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Bandung: CV ALFABETA. 2015.
- Antonio, M. S. *Bank Syariah dari Teori ke Praktik*. Jakarta: Gema Insani., 2001.
- Antonio, Muhammad Syafi'I. *Bank Syariah dari Teori ke Praktik*. Jakarta: Gema Insani. 2001..
- Cahya, Inung. *Menulis Berita di Media Massa*. Yogyakarta: PT. Citra Aji Pratama, 2018
- George Ritzer. *Sosiologi Ilmu Berparadigma Ganda*. Jakarta: PT Rajawali Press, 2001.
- Kotler, Philip dan Armstrong ,G. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta; Erlangga, 1997.
- Kotler, Philip dan Susanto, A.B. *Manajemen Pemasaran di Indonesia*. Jakarta: PT Salemba Emban Patria. 2001.
- Kotler, Philip. 2010. *Manajemen pemasaran*. Edisi tiga belas Bahasa Indonesia Jilid 1 dan 2. Jakarta : Erlangga.
- M. Nur, Rianto. *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, Bandung: Alfabeta, Manajerial dan Kewirausahaan, Volume I No. 3/2019 Hal: 600-608, 2010.
- Mawardi. *Ilmu Alamiah Dasar, Ilmu Budaya Dasar*. Bandung: Cv Pustaka Setia, 2009.
- Rianto, N. *Pengantar Ekonomi Syariah, Teori dan Praktik*. Bandung: Pustaka Setia, 2015.
- Sudijono, Anas, *Pengantar Evaulasi Pendidikan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2008.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. Bandung: Alfabeta. 2013.
- Tjiptono, Fandy dan Diana, Anastasia. 2016. *PEMASARAN, Esensi dan Aplikasi*. Yogyakarta: ANDI.

Skripsi dan jurnal:

- Cahyono, Sutris dan Fitria. *Optimalisasi Edukasi Pengenalan Produk dan Akad dalam Perbankan Syariah*. Skripsi. 2022.
- Firlianda, Fathya. “*Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Menabung Pada Mahasiswa UIN Syarif Hidayatullah Jakarta*.” Skripsi .Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2019
- Juwita, Eva. “*Analisis Segmentasi Pasar Bank Muamalat KCP Madiun Terkait Produk Tabungan Hijrah Rencana pada Masa Pandemi Covid -19*.” Skripsi. Ponorogo: IAIN Ponorogo, 2021
- Karim, Kasnaeny dan Dani, Ibrahim. *Edukasi dan Pengenalan Produk dan Jasa Perbankan Syariah Pada Kelompok Ibu Rumah Tangga di Desa Paddinging Kabupaten Takalar*. 2021.
- Mardiana, Sri. *Sosialisasi Dan Penyuluhan Tentang Pentingnya Menabung Bagi Generasi Muda Khususnya Siswa Madrasah Tsanawiyah MTS Mathlaul Anwar Pamulang*. 2020.
- Putri Kurnia Duwy, Melda Kristiya. *Faktor Terhadap Minat Nasabah Tabungan Hijrah Dalam Menggunakan Layanan Mobile Banking Muamalat Pada Kantor Cabang Pembantu Nganjuk*, Skripsi. Ponorogo: IAIN Ponorogo, 2. 2021.
- Rahmatullah, Nur. “*Motivasi Menabung Masyarakat di Kecamatan Mattiro Sompe Kabupaten Pinrang*.” Skripsi. Parepare: IAIN Parepare, 2020.
- Rahmawati, Azizah. *Strategi Promosi Berbasis Edukasi , Studi Pada Bank Muamalat KCP Ponorogo*, 2019.
- Waluyo, Bambang, Sylvia Rozza, dan Sujarwo. Model Edukasi Berdasarkan Segmentasi Konsumen Untuk Membangun Minat Masyarakat pada Perbankan Syariah.” *Jurnal Ilmu-ilmu Sosial dan Humaniora*, Volume 20, Nomor 3, (November 2018), 260–268.

Website:

<https://www.bankmuamalat.co.id/profil-bank-muamalat> diakses 20 April 2023

Wawancara:

Ely Munasaroh. Wawancara. Madiun 28 Maret 2023.

Putri, Fahira, wawancara, Madiun 28 maret 2023.
Widodowati, wahyu. Wawancara, Temboro 28 Mei 2023.
Wijaya, Affandi Sophia. Wawancara. Madiun, 28 Maret 2023.