

Peranan PT BPR Bank Daerah Pati Dalam Meningkatkan Giat Menabung Masyarakat Studi Kasus Di Kantor Cabang Tambakromo

¹Ratna Nur Hanifah, ²Novia Hindayani

¹²Program Studi Akuntansi, Universitas Terbuka, Indonesia

email : 1hanifahratnna@gmail.com; 2noviahidayani@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memahami bagaimana PT BPR Bank Daerah Pati, yaitu Kantor Cabang Tambakromo, berkontribusi dalam meningkatkan keinginan untuk membantu masyarakat pedesaan. Menabung merupakan faktor penting dalam pengembangan ekonomi lokal dan pengelolaan uang. Namun, akses terhadap layanan perbankan dan kemampuan membaca laporan keuangan merupakan tantangan utama yang dihadapi masyarakat Tambakromo. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan metodologi studi kasus untuk menyajikan fakta-fakta mengenai bank yang bersangkutan. Teknik pengumpulan data meliputi observasi, dokumentasi, dan wawancara. PT BPR Bank Daerah Pati berhasil menunjukkan temuannya yang telah berhasil meningkatkan kesadaran dan kepercayaan masyarakat terhadap bank melalui berbagai inisiatif edukasi dan dukungan, seperti layanan jemput bola, program melek keuangan, dan program pengembangan diri. Studi ini menawarkan kontribusi teoritis untuk pengembangan studi keuangan literasi di lapangan serta rekomendasi praktis untuk mengevaluasi kinerja bank-bank lokal dalam pembangunan ekonomi

Kata Kunci : Menabung, bank daerah, masyarakat pedesaan, strategi perbankan, literasi keuangan.

ABSTRACT

The purpose of this study, is to understand how PT BPR Bank Daerah Pati, Tambakromo Branch Office, contributes to increasing the desire to help rural communities. Saving is an important factor in local economic, development, and money management. However, access to banking services, and the ability to read financial statements are key challenges facing the Tambakromo community. This research used a descriptive qualitative, approach with a case study methodology, to present the facts about the bank in question. Data collection techniques include observation documentation and interviews. The research findings show that PT BPR Bank Daerah Pati, has successfully increased community awareness, and trust in the bank through various education and support initiatives, such as ball pick-up services, financial literacy programs, and self-development programs. This study offers, theoretical contributions for the development, of financial literacy studies in the field as well as practical recommendations for evaluating the performance of local banks in economic development.

Keywords : Saving, regional banks, rural communities, banking strategies, financial literacy.

1. PENDAHULUAN

Bank menurut A. Abdurrahman adalah lembaga keuangan yang melaksanakan berbagai fungsi keuangan, seperti memberikan pinjaman,

mentransfer dana, menawarkan wawasan tentang masalah keuangan, menjadi tempat untuk menetapkan harga yang wajar untuk benda-benda, dan membantu bisnis. Dalam situasi ini, tabungan muncul sebagai salah satu alat utama untuk menyediakan layanan keuangan bagi masyarakat umum. Selain untuk memenuhi kebutuhan pribadi, menabung, juga membantu meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan mendorong pembangunan daerah. (Nurudin et al., 2021). Dengan semakin banyaknya orang yang menyadari pentingnya menabung, masyarakat memperkuat basis modal lokal yang diperlukan untuk memfasilitasi pertumbuhan ekonomi yang adil, dan berkelanjutan. (Fadli, 2021) . Akan tetapi, di daerah pedesaan seperti Tambakromo, masyarakat masih belum cukup paham tentang menabung. Rendahnya literasi keuangan, terbatasnya akses ke lembaga keuangan formal, dan kurangnya program edukasi perbankan menjadi penyebab utama rendahnya budaya menabung di masyarakat pedesaan. (Angelista et al., 2023) . Karena belum memahami manfaat berinvestasi dan belum memahami peran lembaga keuangan, masyarakat lebih memilih untuk berinvestasi dengan cara yang lebih baik. Oleh karena itu, bank daerah menjadi sangat penting dalam memenuhi kebutuhan keuangan masyarakat pedesaan.

Saya melihat, ada beberapa penelitian yang dilakukan untuk meningkatkan tingkat partisipasi masyarakat, khususnya dalam konteks literasi perbankan, dan mata uang nasional di berbagai kota. Sebagai contoh, penelitian yang dilakukan oleh ,Mutiara Sari dan Niki Etruly (2023), meneliti tentang perilaku nasabah bank di Bank Daerah Pati Cabang Juwana yang dapat meningkatkan jumlah pinjaman, dan simpanan melalui layanan jemput langsung. Menurut penelitian ini, terdapat sekitar 18 pembukaan tabungan baru di satu bulan terakhir, dengan peningkatan penjualan lebih dari 900juta rupiah, yang mengindikasikan keefektifan rekening bank dalam meningkatkan standar hidup masyarakat umum. Namun, hanya ada beberapa penelitian yang secara khusus meneliti peran bank dalam mempromosikan pariwisata di daerah pedesaan. Sebab itu, sangat penting untuk menganalisis kekurangan ini dengan contoh-contoh, proyek bank yang berhasil mendorong masyarakat umum untuk berpartisipasi.

Tujuan dari kajian ilmiah ini adalah memahami bagaimana PT BPR Bank Daerah Pati, melalui Kantor Cabang Tambakromo, telah meningkatkan jumlah

penduduk yang tinggal di daerah sekitarnya. Memahami program, taktik, dan strategi bank dalam rangka mendorong masyarakat pedesaan untuk berpartisipasi, serta mengevaluasi tantangan dan kesulitan yang dihadapi selama pelaksanaannya, merupakan tujuan utama dari penelitian ini, (Nuh et al., 2021; Yuselda, 2021). Sementara itu, sebagai organisasi keuangan daerah, bank ini memiliki keunggulan kompetitif karena dapat menjangkau masyarakat kecil, dan beroperasi sebagai penyedia pendidikan keuangan dan layanan perbankan. (Zuardi et al., 2023), . Dengan dukungan Kantor Cabang Tambakromo, bertujuan untuk meningkatkan pemahaman, dan literasi keuangan masyarakat umum melalui kegiatan yang bersifat interaktif dan edukatif. Hal ini, sangat penting untuk meningkatkan implementasi kebijakan moneter masyarakat, dan mendorong pertumbuhan jangka panjang. Sebagai hasilnya, selain memberikan wawasan teoritis, dalam studi perbankan dan keuangan. Kajian ini memberikan pilihan panduan yang berguna untuk mengembangkan kebijakan bank daerah yang bertujuan untuk meningkatkan perilaku menabung masyarakat.

2. KERANGKA TEORITIS DAN HIPOTESIS

a. Kerangka Teoritis

Kerangka teoritis pada penelitian ini didasarkan pada teori-teori tentang literasi keuangan, strategi perbankan, inklusi keuangan, serta peran lembaga keuangan daerah dalam pembangunan ekonomi lokal. Penelitian ini juga mengacu pada konsep *financial intermediation* atau perantara keuangan yang dijalankan oleh Bank Perkreditan Rakyat (BPR), khususnya dalam meningkatkan aktivitas menabung masyarakat.

- 1) Teori Literasi Keuangan.. Menurut Angelista et al. (2023), literasi keuangan yang baik mempengaruhi perilaku ekonomi masyarakat, termasuk dalam hal menabung. Literasi ini mencakup pengetahuan tentang produk perbankan, manfaat menabung, dan pengelolaan keuangan yang sehat.
- 2) Teori Inklusi Keuangan. Menurut World Bank (2014), inklusi keuangan adalah akses individu dan bisnis terhadap layanan keuangan yang berguna dan terjangkau. Bank daerah, seperti BPR, berperan besar dalam

mendekatkan layanan keuangan kepada masyarakat yang belum terjangkau oleh bank besar, terutama di pedesaan.

3) Teori Kepercayaan Konsumen dalam Layanan Keuangan

Kepercayaan masyarakat terhadap bank memengaruhi keputusan untuk menabung. Menurut Ramadhan & Chatamallah (2022), promosi, citra perusahaan, dan interaksi langsung dengan konsumen dapat membentuk kepercayaan dan loyalitas nasabah.

4) Strategi Pemasaran dan Edukasi Keuangan oleh Bank

Seperti dinyatakan oleh Zuardi et al. (2023), pendekatan pemasaran yang kontekstual dan berbasis kebutuhan lokal (misalnya layanan jemput bola dan edukasi berbasis bahasa daerah) terbukti efektif dalam meningkatkan partisipasi masyarakat.

5) Konsep Perbankan Daerah sebagai Agen Pembangunan Ekonomi

Bank daerah memainkan peran strategis dalam penguatan modal lokal, inklusi finansial, serta pembangunan ekonomi yang berkelanjutan (Nurudin et al., 2021).

b. Hipotesis

Berdasarkan kerangka teoritis dan rumusan masalah yang telah dikaji, maka hipotesis dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

1) Hipotesis Utama (H1): Strategi yang diterapkan oleh PT BPR Bank Daerah Pati Cabang Tambakromo secara positif berpengaruh terhadap peningkatan minat menabung masyarakat di wilayah Tambakromo.

2) Hipotesis Turunan:

a) H1a: Inisiatif edukasi keuangan yang dilakukan oleh BPR Pati meningkatkan literasi keuangan masyarakat dan mendorong mereka untuk menabung.

b) H1b: Program layanan jemput bola efektif dalam menjangkau masyarakat pedesaan dan meningkatkan jumlah pembukaan rekening tabungan.

c) H1c: Citra dan reputasi positif bank meningkatkan tingkat kepercayaan masyarakat terhadap produk tabungan BPR.

- d) H1d: Inovasi produk tabungan yang sesuai dengan kebutuhan lokal berdampak pada peningkatan partisipasi menabung masyarakat.

3. METODE PENELITIAN

Supaya dapat memberikan gambaran yang jelas mengenai bagaimana PT BPR Bank Daerah Pati berkontribusi kepada masyarakat, khususnya di wilayah kerja Kantor Cabang Tambakromo, maka penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif sebagai metode dari metodologi deskriptif kualitatif. Teknik kualitatif digunakan karena dapat menilai fenomena sosial secara lebih akurat melalui kolaborasi jangka panjang dengan partisipan penelitian. (Rudi Haryono, 2022) . Bank Perkreditan Rakyat (BPR) Daerah Pati Lokasi studi adalah Kantor Cabang Tambakromo, yang terletak di Kecamatan Tambakromo, Kabupaten Pati, Jawa Tengah. Penelitian ini dimulai pada bulan April 2025, dan selesai dalam satu bulan. Individu-individu yang menjadi sumber informasi, seperti manajer cabang, petugas pemasaran, teller, dan beberapa nasabah, menjadi subjek dalam penelitian ini.

Pengumpulan data yang digunakan meliputi : dokumentasi, observasi, dan wawancara. Wawancara semi terstruktur, dilakukan dengan bantuan pihak pemerintah dan nasabah untuk mengumpulkan informasi mengenai strategi dan kegiatan bank dalam rangka mendorong masyarakat untuk berpartisipasi. Wawancara dilakukan dengan cara yang halus dan berkaitan dengan kegiatan pelayanan, pendekatan nasabah, dan kegiatan promosi yang berkaitan dengan produk tabungan. Sedangkan dokumentasi, diperoleh dari beberapa elemen, seperti deskripsi produk, deskripsi kerja cabang, data tabungan, dan laporan kegiatan promosi.

Ada 3 teknik analisis data utama yang dikembangkan oleh Miles dan Huberman : reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan - yang digunakan untuk menjelaskan data yang tersedia. Penyajian data terdiri dari tabel, bagan, atau alat lain untuk membantu orang memahami data, reduksi data dan menyederhanakan data yang dikumpulkan, dan penarikan kesimpulan. Untuk meninjau kembali masalah dan mengidentifikasi beberapa bank yang baik yang telah melakukan bagian mereka untuk mendorong masyarakat untuk berinvestasi.

Penelitian ini menggunakan triangulasi sumber dan metode untuk memastikan kualitas data, yaitu dengan membandingkan data dari beberapa sumber, dan menggunakan teknik pengumpulan data untuk memberikan hasil yang lebih dapat dipercaya, dan tidak menyesatkan.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Usaha-usaha penabungan masyarakat pedesaan sangat terbantu, terutama dalam mengatasi literasi keuangan, dan keterbatasan akses terhadap bank. Dalam rangka meningkatkan jumlah tabungan, bank menggunakan beberapa strategi yang secara khusus menjawab kebutuhan, dan karakteristik lingkungan sekitar. Taktik-taktik tersebut antara lain : dengan menawarkan produk yang sesuai dengan kondisi keuangan di daerah pedesaan, memberikan edukasi keuangan melalui penyuluhan, dan melakukan kunjungan ke rumah-rumah atau menyediakan layanan jemput bola. Strategi lingkungan ini telah berhasil menumbuhkan kepercayaan, dan meningkatkan pemahaman masyarakat akan nilai menabung. Menurut (Zuardi et al., 2023) , Ketertarikan menabung secara signifikan dipengaruhi oleh reputasi bank, kualitas produk, dan promosi.

Tabungan Berlian memiliki segmentasi yang efektif, terbukti dari produk-produk unggulan yang ditawarkan, seperti Tabungan Berlian yang memiliki setoran awal yang tidak terlalu tinggi, dan bentuk hadiah yang sesuai untuk berhadiah, Tabungan SimPel yang diperuntukkan bagi para pelajar, serta Tabungan Cetho yang diperuntukkan bagi mereka yang memiliki ambisi jangka panjang. Produk-produk ini bermanfaat bagi berbagai kalangan, termasuk : pemilik rumah tangga, pemilik hewan peliharaan, pelajar, dan pemilik usaha kecil. Selain itu, edukasi juga dilakukan melalui kerja sama dengan anggota masyarakat, dan menyalurkan dana untuk kegiatan-kegiatan keagamaan, dan sosial. Hal ini sejalan dengan pernyataan (Zuardi et al., 2023) bahwa, meningkatkan partisipasi keuangan secara signifikan dipengaruhi oleh pendidikan, dan keterlibatan masyarakat.

Dari beberapa inisiatif yang dilakukan oleh bank, terdapat beberapa peluang untuk mempromosikan menabung secara positif di kalangan masyarakat umum, terutama di daerah pedesaan. Pendapatan masyarakat yang tidak menentu merupakan salah satu masalah terbesar, terutama bagi mereka yang bekerja di sektor yang tidak terorganisir seperti petani, pedagang kecil, dan buruh harian lepas. Menurut (Rudi Haryono, 2022) , Masyarakat umum lebih suka menggunakan uang mereka untuk kebutuhan sehari-hari daripada untuk pertumbuhan ekonomi jangka panjang. Selain itu, karena keinginan untuk meningkatkan kualitas hidup seringkali lebih penting daripada pengetahuan tentang uang, prevalensi budaya konsumtif pada masyarakat umum juga menurunkan keinginan untuk membeli.

Selain itu, citra buruk bank juga menjadi disinsentif psikologis. Beberapa orang, terutama para lansia, tetap merasa nyaman menyimpan uang mereka di rumah karena mereka mungkin tidak sepenuhnya memahami struktur, dan keuntungan menabung di bank. Karena informasi yang kurang memadai, kurangnya literasi keuangan, dan pengalaman yang tidak menyenangkan sebelumnya-seperti : layanan yang tidak ramah atau biaya administrasi yang terlalu tinggi, beberapa nasabah merasa ragu-ragu untuk berbisnis dengan lembaga perbankan. Akibatnya, bank harus menerapkan inisiatif strategis yang lebih berfokus pada pendekatan individual dan instruktif. (Lismiatun et al., 2022) Membangun kembali kepercayaan serta mendorong budaya menabung yang tahan lama dapat dilakukan melalui peningkatan literasi keuangan, penyuluhan di lapangan, dan inovasi produk yang mempertimbangkan kebutuhan, dan distribusi pendapatan masyarakat.

Sebagai contoh salah satu contoh yang menyoroti pentingnya memiliki tabungan adalah musibah kebakaran rumah Legiman di Desa Pucakwangi, Kabupaten Pati, yang menyebabkan kerugian materi hingga Rp 95 juta. Musibah ini sangat penting, dan akan menjadi krusial dalam penanganan krisis, karena tanpa adanya dana darurat, musibah akan semakin berat. Dalam beberapa tahun terakhir, masyarakat sekitar menjadi lebih optimis ketika mengetahui bahwa ratusan koperasi di Kabupaten Pati telah berdiri karena kurangnya aktivitas

selama bertahun-tahun, termasuk kemampuan usaha untuk menggaji karyawannya. Menurut laporan Murianews.com,. (Umar Hanafi, 4 Juni 2022), Pusat, melalui Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Pati, telah menyelesaikan 524 kegiatan antara tahun 2017 dan 2021, di mana 416 di antaranya dilaporkan di media nasional. Namun, masih banyak juga yang belum diumumkan. Berita-berita tersebut menimbulkan keraguan di kalangan warga tentang keandalan lembaga keuangan lokal, karena jika operasi dapat dilakukan tanpa penjelasan yang jelas, risiko kerugian perusahaan menjadi lebih jelas.

Strategi yang dilakukan untuk mendekatkan diri dengan masyarakat pedesaan adalah dengan memaksimalkan penggunaan Kantor Cabang Tambakromo sebagai sarana interaksi, dan edukasi keuangan kepada masyarakat. Melalui inisiatif ini, bank secara aktif melibatkan, masyarakat dalam sosialisasi dengan mengadakan berbagai acara seperti edukasi keuangan dalam bahasa sehari-hari yang mudah dipahami, kerja sama dengan komunitas lokal, dan partisipasi dalam macam-macam kegiatan seperti bazar, pengajian, dan kegiatan keagamaan lainnya. Selain untuk mempromosikan produk bank, inisiatif ini juga bertujuan untuk memperkuat kepercayaan masyarakat terhadap lembaga keuangan formal dan menumbuhkan respon emosional. Dengan pendekatan partisipatif, dan berbasis komunitas ini, Bank berharap dapat mengubah persepsi masyarakat mengenai cara berinvestasi, dan memperlakukan kebiasaan menabung sebagai bagian dari gaya hidup keuangan yang baik., Hal ini menunjukkan bahwa layanan dan promosi berbasis kualitas dapat meningkatkan keinginan untuk menabung.

Lain daripada itu, layanan jemput bola juga dilakukan secara efektif, terutama untuk kelompok ibu rumah tangga(IRT) yang belum memiliki akses ke bank. Pihak bank menggunakan berbagai media edukasi dalam kegiatannya, seperti: infografis, film, dan penerjemahan literatur keuangan ke dalam bahasa daerah agar lebih mudah dipahami oleh masyarakat. Pendekatan ini terbukti efektif, salah satunya terlihat dari kegiatan sosialisasi yang dilakukan, di Balai Desa Tambakromo yang dihadiri oleh lebih dari 40 orang warga yang mayoritas adalah ibu rumah tangga, dan pemilik usaha kecil. Minat peserta yang kurang mengindikasikan bahwa komunikasi, dan ketenangan menjadi hal yang krusial

dalam mengatasi minimnya informasi mengenai produk bank. Pengelolaan uang yang sehat dapat dicapai dengan pendidikan sejak dini, terutama jika diberikan dengan cara yang sesuai, dengan lingkungan dan budaya,. Berdasarkan hal tersebut di atas, dapat dikatakan bahwa strategi yang digunakan oleh PT BPR Bank Daerah Pati Cabang Tambakromo untuk meningkatkan kualitas hidup masyarakat umum telah membawa hasil. Inovasi produk, edukasi yang berkelanjutan, keterlibatan bank secara aktif di masyarakat, dan strategi lokal yang dapat dipertanggungjawabkan, merupakan faktor yang sangat penting dalam keberhasilan ini. Hasil penelitian ini semakin mendukung gagasan bahwa bank-bank di wilayah ini memainkan peran penting dalam meningkatkan kesadaran keuangan, dan memperkuat ekonomi lokal.

Banyak penelitian telah dilakukan untuk meneliti faktor-faktor yang mempengaruhi kepercayaan masyarakat umum.. Menurut, (Mulyanto et al., 2020), tingkat pendidikan dan pendapatan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kemampuan masyarakat untuk berinvestasi, karena berkaitan erat dengan kemampuan mereka dalam memahami pentingnya literasi keuangan. Selain itu, (Ramadhan & Chatamallah, 2022; Zuardi et al., 2023) menyatakan bahwa persepsi konsumen terhadap produk, efektivitas pemasaran, dan reputasi bank merupakan hal yang sangat penting dalam mempengaruhi opini masyarakat terhadap produk. Terkait hal tersebut, (Yuselda, 2021) menjelaskan bahwa komunikasi konsumen yang aktif, dan tepat dapat meningkatkan kesadaran masyarakat untuk melakukan kegiatan menabung.

Sebagai bentuk tanggung jawab, pihk bank melakukan berbagai inovasi dalam edukasi keuangan melalui penggunaan media digital, seperti video edukasi dan infografis dalam bahasa lokal. Cara ini juga merupakan salah satu komponen strategi komunikasi yang membuat konsep uang lebih mudah dipahami oleh masyarakat umum. Dalam rangka mengedukasi masyarakat dengan cara yang lebih kontekstual dan meyakinkan dengan menggunakan teknik-teknik yang dapat diterima secara sosial, bank juga berkolaborasi dengan para tokoh agama, masyarakat, dan tokoh adat Melalui berbagai taktik, termasuk kerja sama tim, layanan nasabah, edukasi, dan produk-produk berkualitas tinggi, Bank Daerah

Pati berhasil meningkatkan keanggotaan masyarakat. Hal ini ditunjukkan dengan adanya peningkatan jumlah rekening tabungan baru, dan volume tabungan selama bulan Maret-April 2025. Berikut ini adalah data kenaikan nasabah setelah melakukan sosialisasi.

Tabel 4.1. Rekapitulasi Tabungan Dan Deposito Tahun 2025

NO	KANTOR PUSAT	NOA	27-Mar-25	NOA	30-Apr-25	KENAIKAN	
1	KAS TAMBAKROMO	809	5,128,396,780,-	822	6,189,736,958,-	13	1,061,340,178,-
2	KAS TRANGKIL	2,213	17,827,755,164,-	2,214	18,417,449,604,-	1	589,694,440,-
3	KAS GEMBONG	1,629	8,647,346,343,-	1,636	8,974,548,035,-	7	327,201,692,-
4	KAS PURI	3,149	21,819,314,287,-	3,149	22,046,296,785,-	0	226,982,498,-
5	KAS SUKOLIRO	422	1,682,986,610,-	423	1,699,799,452,-	1	16,812,842,-
6	KAS KAYEN	1,059	6,267,867,113,-	1,060	6,066,168,733,-	1	(201,698,380,-)
7	KAS WINONG	2,845	17,015,047,226,-	2,850	16,942,596,886,-	5	(72,450,340,-)
8	KANTOR PUSAT	21,211	335,656,171,752,-	21,232	334,353,282,264,-	21	(1,302,889,488,-)
JUMLAH		33,337	414,044,885,278,-	33,371	414,689,878,720,-	34	644,993,442,-

Hasil dari data tersebut, terdapat 13 pembukaan rekening selama periode Maret-April 2025, sedangkan jumlah keseluruhan rekening tabungan yang awalnya berjumlah, 809 rekening meningkat menjadi 822 rekening selama periode April. Selain itu, pada tanggal 27 Maret 2025, saldo dengan nominal Rp 5.128.396.780,- menjadi Rp 6.189.736.958,- di akhir April 2025, dengan total kenaikan sebesar Rp 1.061.340.178,-. Informasi di atas dapat dilihat sebagai bukti bahwa Bank Daerah Pati Cabang Tambakromo memiliki konsistensi untuk terus meningkatkan jumlah nasabah. Jumlah rekening tabungan, dan kenaikan saldo yang cukup signifikan, mengindikasikan adanya peningkatan rasa percaya dari masyarakat terhadap layanan perbankan yang diberikan. Hal ini menyoroti tindakan yang diambil oleh bank, termasuk meningkatkan kualitas layanan, menciptakan kampanye yang menarik, dan memberikan literasi keuangan yang dapat memotivasi masyarakat untuk ikut serta dalam kegiatan-kegiatan tambahan..

Studi ini dapat membantu memperkuat tren positif dan memberikan strategi yang lebih komprehensif kepada masyarakat luas.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Data yang dikumpulkan menunjukkan bahwa PT BPR Bank Daerah Pati Cabang Tambakromo memiliki keunggulan yang signifikan dalam meningkatkan keamanan masyarakat. Melalui inovasi produk yang sesuai dengan karakteristik lokal, penjangkauan jangka panjang kepada masyarakat, dan kolaborasi dengan pelaku usaha lokal, bank telah berhasil membangun kepercayaan, dan meningkatkan kesadaran masyarakat. Penggunaan edukasi berbasis bahasa lokal dan layanan jemput bola efektif dalam membantu kelompok-kelompok yang sebelumnya tidak didukung oleh bank-bank resmi ini. Peningkatan jumlah nasabah, penurunan saldo tabungan, dan peningkatan partisipasi masyarakat dalam kegiatan sosial menjadi penyebab utama hal tersebut. Berdasarkan hasil penelitian, bank ini mampu menjalankan rencana strategisnya sebagai agen pembangunan ekonomi, dan juga agen inklusi keuangan di tingkat lokal pada daerah ini.

Disarankan agar PT BPR Bank Daerah Pati Cabang Tambakromo terus meningkatkan literasi keuangan masyarakat, terutama di daerah-daerah yang belum terjangkau oleh layanan perbankan secara maksimal, untuk meningkatkan dan memperbaiki hasil yang telah dicapai. Agar sosialisasi keuangan menjadi jelas dan ringkas, bank juga harus meningkatkan kerja sama dengan masyarakat umum, lembaga pendidikan, dan organisasi keagamaan. Selain itu, pengupdatean produk yang ada yang lebih fleksibel dan sesuai dengan kondisi sektor informal, seperti petani, pedagang kecil, dan buruh harian, juga dapat membantu menarik lebih banyak nasabah. Selain itu, sangat penting untuk memastikan efektivitas program liturgi dan mempertimbangkan perubahan umum dalam situasi keuangan masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Angelista, F. D., Nuralifah, A., Nur, A., Shaputra, H., Halim, H., Pebriani, R. A., & Asharie, A. (2023). Literasi Menabung Pada Anak Sejak Dini di SD Negeri 5 Lembak di Desa Kemang. *Community Development Journal*, 4(3).
- Fadli, M. R. (2021). Memahami desain metode penelitian kualitatif. *HUMANIKA*, 21(1). <https://doi.org/10.21831/hum.v21i1.38075>.
- Lismiatun, L., Sunarto, A., & Nurhidayat, A. (2022). Sosialisasi Gerakan Budaya Menabung untuk Anak serta Mengelola Uang Saku Sendiri dengan Hemat, Cermat dan Tepat pada Anak-anak Yayasan Lembaga Amil Zakat Nasional Mizan Amanah. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Mengabdi (JimawAbdi)*, 2(3). <https://doi.org/10.32493/jmab.v2i3.21719>.
- Mulyanto, M., Robiyanto, F., & Firdaus, M. (2020). Sosialisasi Pentingnya Menabung Dalam Rangka Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat Melalui Organisasi Keagamaan Di Kabupaten Kudus. *JBE (Jurnal Bingkai Ekonomi)*, 6(1). <https://doi.org/10.54066/jbe.v6i1.91>.
- Nuh, M., Sangaji, R., Muzzaki, M., Agustin, E., & Larasati, A. N. (2021). Sosialisasi pentingnya manfaat menabung sejak dini. *Dedikasi*, 1(1).
- Nurudin, N., Arifin, J., & Ma'ruf, A. (2021). Pengaruh Tingkat Pendidikan, Literasi Keuangan Syariah, Dan Kebudayaan Terhadap Minat Menabung Santri Kota Semarang Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderasi. *EL MUDHORIB : Jurnal Kajian Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 2(1). <https://doi.org/10.53491/elmudhorib.v2i1.79>.
- Ramadhan, M. A., & Chatamallah, M. (2022). Strategi Komunikasi Pemasaran X. *Jurnal Riset Public Relations*. <https://doi.org/10.29313/jrpr.vi.641>.
- Rudi Haryono. (2022). Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas dan Kepercayaan Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah. *Journal of Comprehensive Islamic Studies*, 1(1). <https://doi.org/10.56436/jocis.v1i1.95>.
- Yuselda, E. F. R. (2021). Pengaruh Citra Perusahaan, Tingkat Keagamaan, Gaya Hidup, Persepsi, Dan Promosi Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah Di Kota Blitar (Studi Kasus Pada Masyarakat Kelurahan Kepanjenkidul Kota Blitar). *JEPS: Journal of Economics and Policy*, 02(02).
- Zuardi, M., Nurhayati, N., & Marpaung, M. (2023). Model Keputusan Memilih Produk Berdasarkan Atribut Produk, Promosi Dan Komitmen Religius Dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah Produk Tabungan Di Bank Sumut Syariah. *Istinbath*, 21(2). <https://doi.org/10.20414/ijhi.v21i2.571>.