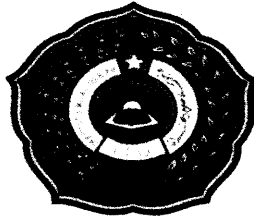


**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PRODUK
TABUNGAN MABRUR PADA BANK SYARIAH
MANDIRI KANTOR CABANG TANGERANG CIPUTAT**

Skripsi ini Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Syariah (S.H)



Disusun Oleh:
Nurul Imalah
NIM. 12110640

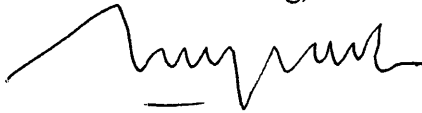
**JURUSAN MUAMALAH
FAKULTAS SYARI'AH
INSTITUT ILMU AL-QUR'AN (IIQ)
JAKARTA
1437H/ 2016**

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi dengan judul “**Analisis Strategi Pemasaran Produk Tabungan Mabrur pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Tangerang Ciputat.**” Yang disusun oleh **Nurul Imalah** dengan Nomor Induk Mahasisiwa **12110640** telah melalui proses bimbingan dengan baik dan dinilai oleh pembimbing telah memenuhi syarat ilmiah untuk diujikan ke sidang munaqasyah.

Jakarta, 21 Juli 2016

Pembimbing,



H.M. Ziyad Ulhaq, MA., Ph.D.

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi dengan judul “Analisis Strategi Pemasaran Produk Tabungan Maburr pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Tangerang Ciputat” disusun oleh Nurul Imalah, NIM: 12110640 diujikan disidang Munaqasyah Fakultas Syariah IIQ Jakarta tanggal 29 Juli 2016. Skripsi diterima sebagai syarat memperoleh gelar Sarjana Syariah S.H.

Jakarta, 29 Juli 2016
Dekan Fakultas Syari’ah
Institut Ilmu Al-Qur’an (IIQ) Jakarta



Dra. Hj. Muzayyanah, MA

Sidang Munaqasyah

Ketua Sidang,

Sekretaris Sidang,



(Dra. Hj. Muzayyanah, MA)



(Siti Zenab, S.sy)

Penguji I

Penguji II



(Dr. Hj. Nadjematul Faizah, SH. M.Hum)



(Dra. Hj. Muzayyanah, MA)

Pembimbing



H. M. Ziyad Ulhaq, MA., Ph.D

PERNYATAAN PENULIS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Nurul Imalah
NIM : 12110640
Tempat & Tanggal Lahir : Bogor, 03 Juni 1993
Alamat : Jl. GG. Mangga RT 03/003
Cinangka Kedaung Sawangan
Depok

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi dengan judul “**Analisis Strategi Pemasaran Produk Tabungan Mabrur Pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Tangerang Ciputat**” adalah benar-benar asli karya penulis, kecuali kutipan-kutipan yang telah disebutkan sumbernya. Kesalahan dan kekurangan di dalam karya ini, sepenuhnya menjadi tanggung jawab penulis.

Demikianlah surat pernyataan ini penulis buat dengan sesungguhnya.

Jakarta, 1 Juli 2016

Nurul Imalah

MOTTO

Percaya diri dan jadilah diri anda sendiri

*Dimanapun anda berada karena itu yang
akan membuat anda*

“Unik dan Spesial”

Dan

*Sebaik-baik manusia ialah yang bermanfaat
bagi yang lain.*

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT. Karena atas ridha dan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dalam rangka memenuhi persyaratan mencapai gelar Sarjana Syariah pada Fakultas Syariah Institut Ilmu Al-Qur'an (IIQ) Jakarta.

Shalawat serta salam penulis haturkan kepada Nabi Muhammad Saw. sebagai khatimul anbiya', beserta seluruh keluarga dan sahabatnya. Semoga kita mendapat syafaat beliau di hari akhir kelak. Aamiin.

Selama proses penyusunan skripsi ini, penulis sangat menyadari bahwa dalam proses tersebut tidaklah terlepas dari segala bantuan dan motivasi dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Ibu Prof. Dr. Hj. Huzaemah Tahido Yanggo, MA, selaku Rektor Institut Ilmu Al-Qur'an (IIQ) Jakarta.
2. Ibu Dra. Hj. Muzayyanah, MA, selaku Dekan Fakultas Syariah Institut Ilmu Al-Qur'an (IIQ) Jakarta.
3. Bapak H.M. Ziyad Ulhaq, MA., Ph.D. selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberikan bimbingan

dan motivasi kepada penulis dalam penyelesaian skripsi ini.

4. Segenap ibu dan bapak dosen Institut Ilmu Al-Qur'an (IIQ) Jakarta yang telah mentransfer ilmunya yang tidak ternilai kepada penulis selama 4 tahun ini.
5. Bapak KH. Dr. Ahmad Fathoni Lc, MA. Dan segenap Ibu instruktur tahfidz yang telah membimbing dan memotivasi serta membantu dalam menjaga hafalan Al-Qur'an penulis.
6. Kedua orang tua tercinta, Ayahanda M. Husin dan Ibunda Siti Aisyah dengan kasih sayang dan ketulusannya dalam mendidik, membesarkan, serta do'a yang tiada henti-hentinya kepada penulis. Semoga keduanya senantiasa dalam limpahan dan kasih sayang, keberkahan dan keridhoan Allah SWT.
7. Seluruh staf bagian perpustakaan Institut Ilmu Al-Qur'an (IIQ) Jakarta dan UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.
8. Kepada seluruh staf dan karyawan Bank Syariah Mandiri KC Tangerang Ciputat yang telah banyak membantu dalam memperoleh data dan informasi yang penulis butuhkan dalam penyusunan skripsi ini.
9. Segenap teman-teman (IIQ) seperjuangan Syariah angkatan 2012, khususnya teman-teman fakultas syariah

semester VIII yang telah berbagi suka dan duka selama proses perkuliahan.

Besar harapan penulis bahwa penulisan skripsi ini dapat memberikan kontribusi positif bagi pihak-pihak yang telah memberikan bantuannya, terutama rekan-rekan mahasiswa Fakultas Syariah, untuk menambah khazanah ilmu pengetahuan Islam.

Dengan kerendahan hati, penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan, kesalahan dan masih perlu perbaikan dan penyempurnaan karena keterbatasan ilmu penulis.

Demikianlah sedikit pengantar dari penulis, atas semua perhatian yang diberikan, penulis haturkan terima kasih.

Jakarta, 22 Juni 2016

Penulis

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN PEMBIMBING	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN PENULIS	iii
MOTTO	iv
KATA PENGANTARv
DAFTAR ISI	viii
PEDOMAN TRANSLITERASI	xii
ABSTRAKSI	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi masalah	7
C. Pembatasan dan Perumusan Masalah	9
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian	10
E. Metodologi Penelitian	12
F. Review Penelitian Terdahulu	15
G. Sistematika Penulisan	18

BAB II LANDASAN TEORI MENGENAI STRATEGI PEMASARAN PRODUK TABUNGAN SYARIAH

A. Strategi	21
1. Pengertian Strategi	21
2. Strategi Dalam penyaluran pembiayaan	24
B. Pemasaran	26
3. Pengertian Pemasaran	26
a. Pengertian Pemasaran Syariah	28
b. Dalil-Dalil Pemasaran Syariah.....	28
c. Tujuan Pemasaran	29
d. Tahapan Pemasaran.....	30
e. Hal-Hal Yang Harus di Perhatikan Dalam Pemasaran	31
4. Strategi Pemasaran.....	31
a. Pengertian Strategi Pemasaran	31
b. Strategi Pemasaran Bank Syariah.....	34
c. Tujuan Strategi Pemasaran	35
5. Konsep Pemasaran.....	36
6. Buaran Pemasaran	40
7. Langkah-Langkah Strategi Pemasaran	45
C. Tabungan Syariah	47
1. Tabungan Wadiah.....	49

a.	Prinsip Dasar Wadiah	50
b.	Jenis-Jenis Wadiah	52
2.	Tabungan Mudharabah	53
a.	Kontrak Mudharabah	55
b.	Jenis-Jenis Mudharabah.....	56
D.	Tabungan Mabruur	57
1.	Pengertian Tabungan Mabruur	57
a.	Manfaat	57
b.	Persyaratan.....	58
c.	Karakteristik.....	58
2.	Kelebihan Tabungan Mabruur	59
3.	Manfaat Tabungan Mabruur	60
4.	Penyelenggara Ibadah Haji	60

BAB III GAMBARAN UMUM BANK SYARIAH

MANDIRI KANTOR CABANG TANGERANG

CIPUTAT

A.	Sejarah Singkat Berdirinya Bank Syariah Mandiri	
B.	Visi dan Misi Bank Syariah Mandiri.....	66
C.	Tujuan Bank Syariah Mandiri	67
D.	Prinsip Dasar Bank Syariah Mandiri.....	68
E.	Struktur Organisasi Bank Syariah Mandiri	69
F.	Produk, Jasa dan Layanan Bank Syariah Mandiri	

**BAB IV ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PRODUK
TABUNGAN HAJI MABRUR PADA BANK
SYARIAH MANDIRI KANTOR CABANG
TANGERANG CIPUTAT**

- A. Strategi Pemasaran Produk Tabungan Mabru87
- B. Faktor yang Mempengaruhi Nasabah untuk
Menggunakan Produk Tabungan Mabru..... 93
- C. Tinjauan Islam terhadap Strategi Pemasaran
Produk tersebut..... 96

BAB V PENUTUP

- A. Kesimpulan..... 99
- B. Saran-Saran 103

PEDOMAN TRANSLITERASI

1. Konsonan

ا	: a		ط	: th
ب	: b		ظ	: zh
ت	: t		ع	: ‘
ث	: ts		غ	: gh
ج	: j		ف	: f
ح	: <u>h</u>		ق	: q
خ	: kh		ك	: k
د	: d		ل	: l
ذ	: dz		م	: m
ر	: r		ن	: n
ز	: z		و	: w
س	: s		ه	: h
ش	: sy		ء	: ‘
ص	: sh		ي	: y
ض	: dh			

2. Vokal

Vokal tunggal
vocal rangkap

Vokal panjang

Fathah : a

أ : Â ي... : ai

Kasrah : I

ي : Î و... : au

Dhammah: u

و : Û

ABSTRAKSI

Nurul Imalah (NIM: 12110640). Skripsi dengan judul “Analisis Strategi Pemasaran Produk Tabungan Mabrur pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Tangerang Ciputat”. Ditujukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana (Strata-1), Fakultas Syariah, Institut Ilmu Al-Qur`an (IIQ) Jakarta.

Latar belakang penulisan skripsi ini adalah melihat maraknya masyarakat yang belum mempunyai biaya untuk menunaikan ibadah haji, bisa dengan menabung di tabungan mabrur. Tabungan ini bisa menguntungkan sehingga masyarakat atau nasabah bisa mengumpulkan dana sedikit demi sedikit. Ternyata tabungan mabrur ini terdapat setoran awal yang harus dibayarkan dan setoran tiap bulannya. Tetapi masyarakat juga harus membayar sesuai keputusan Kementrian Agama , dari sini penulis tertarik untuk menggali lebih dalam mengenai produk tabungan mabrur tersebut dengan menggunakan akad mudharabah mutlaqah, apakah ada bagi hasil dari tabungan ini. Bagi hasil dari tabungan ini, apakah menjadi dana nasabah atau masuk ke dana pemerintah lalu menjadi dana abadi. Dan juga ketika pemerintah menentukan biaya haji yang tadinya nasabah membayar pada tahun pertama berkisar 25 juta, boleh jadi pas waktu mau berangkat harganya sudah berbeda.

Adapun masalah yang diangkat dalam penelitian ini adalah *Pertama*, mengetahui strategi pemasaran produk tabungan mabrur pada Bank Syariah Mandiri, *Kedua*, mengetahui faktor yang mempengaruhi nasabah menggunakan produk tabungan mabrur, dan *Ketiga*, tinjauan Islam terhadap strategi pemasaran produk tersebut.

Jenis penelitian yang digunakan dalam skripsi ini adalah deskriptif kualitatif. Data yang penulis gunakan adalah data primer dengan teknik pengumpulan data melalui observasi langsung ke Bank Syariah Mandiri dan melakukan wawancara secara sistematis untuk mendapatkan data dan informasi yang akurat, serta menggunakan data sekunder yang penulis ambil dari studi kepustakaan yaitu menelaah buku-buku literatur yang berhubungan dengan penelitian yang dibahas.

Penelitian ini menghasilkan kesimpulan yang menyatakan bahwa didalam strategi pemasaran produk tabungan mabrur merumuskannya dengan mengembangkan buaran pemasaran yang dikenal dengan istilah “4P” yakni *product*, *price*, *promotion* dan *place*. Dimana Bank Syariah Mandiri melakukan inovasi produk, menetapkan harga yang terjangkau oleh masyarakat sehingga bukan hanya masyarakat kalangan atas yang menikmati tetapi menengah dan bawah pun bisa ikut menikmati produk tersebut. Dan cara mempromosikan produk tersebut dengan personal selling serta memilih tempat yang strategis. Dan dapat diketahui pula bahwa strategi pemasaran produk tabungan mabrur cukup baik, ini dilihat dari pendapatan dan perkembangan nasabah yang meningkat setiap tahunnya. Selain itu dari tabungan mabrur terdapat bagi hasil yang bisa dilihat di buku mutasi tabungan nasabah.

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Sudah cukup lama umat Islam Indonesia, demikian juga *muslim world* (belahan dunia Islam) lainnya, menginginkan sistem perekonomian yang berbasis nilai-nilai dan *Islamic economic system* (prinsip syariah) untuk dapat diterapkan dalam segenap aspek kehidupan bisnis dan transaksi umat. Keinginan ini didasari oleh suatu kesadaran untuk menerapkan Islam secara utuh dan total.

Lembaga keuangan syariah memiliki peranan yang sangat strategis dalam perekonomian nasional. Hal ini didasarkan pada pandangan bahwa sistem bunga bertentangan dengan syariah Islam dan melahirkan ketidakadilan akibat penyerahan resiko usaha hanya kepada salah satu pihak. Sebagai Negara dengan mayoritas penduduk muslim dan mencermati kegagalan sistem perbankan berdasarkan bunga, optimalisasi peranan dan keberadaan bank syariah merupakan suatu keharusan.¹

¹Iman Hilman dkk, *Perbankan Syariah Masa Depan*, (Jakarta: Senayan Abadi Publishing, 2003), Cet. 1, h. 69

Krisis ekonomi yang melanda Indonesia dan Asia pada khususnya serta resesi dan ketidakseimbangan ekonomi global pada umumnya, adalah suatu bukti bahwa asumsi diatas salah total, bahkan ada sesuatu yang “tidak beres” dalam sistem yang kita anut selama ini. Tidak adanya nilai Ilahiyah yang melandasi operasional perbankan dan lembaga keuangan lainnya telah menjadikan lembaga penyuntik.

Sekarang, saatnya para bankir yang masih mengimani Al-Qur'an sebagai pedoman hidupnya dan hadits sebagai panduan aktivitasnya memperkenalkan kepada industri keuangan dan perbankan bahwa Islam memiliki prinsip *syirkah al-inan*, *al-mudharabah*, *bai'as-salam*, *bai'al-istishna'*, *bai'al-murabahah*, *al-ijarah*, *al-hawalah*, *ar-rahn*, *al-wakalah*, *al-kafalah*, *al-qardh*, dan *al-ajr' wal umulah* serta membuktikan bahwa semuanya dapat diterapkan dalam lembaga-lembaga keuangan syariah.

Islam merumuskan suatu sistem ekonomi yang sama sekali berbeda dari sistem-sistem lainnya. Hal ini karna ekonomi Islam memiliki akar dari Syariah yang mengacu pada kepentingan manusia untuk mencapai kesejahteraan dan kehidupan yang lebih baik, juga memiliki nilai yang sangat penting bagi persaudaraan dan keadilan sosial

ekonomi, serta menuntut tingkat kepuasan yang seimbang antara kepuasan materi dan rohani.²

Sekarang, saatnya kita menunjukkan bahwa muamalah syariah dengan filosofi utama kemitraan dan *sharing* (kebersamaan) dalam *profit* dan *risk* dapat mewujudkan kegiatan ekonomi yang lebih adil dan transparan. Saatnya kita membuktikan bahwa dengan sistem perbankan syariah, kita dapat menghilangkan wabah penyakit *negative spread* (keuntungan minus) dari dunia perbankan.³

Ibadah haji merupakan Rukun Islam ke-5, yang wajib dikerjakan oleh seorang muslim sekali dalam hidupnya. Bagi umat Islam ibadah haji adalah wajib hukumnya. Sebagaimana dijelaskan didalam Al-Qur'an:

فِيهِ آيَاتٌ بَيِّنَاتٌ مَّقَامُ إِبْرَاهِيمَ ^ص وَمَنْ دَخَلَهُ كَانَ ءَامِنًا ^ل وَلِلَّهِ عَلَى
 النَّاسِ حِجُّ الْبَيْتِ مَنِ اسْتَطَاعَ إِلَيْهِ سَبِيلًا ^ع وَمَنْ كَفَرَ فَإِنَّ اللَّهَ غَنِيٌّ
 عَنِ الْعَالَمِينَ ﴿٢٧﴾

²Tim pengembangan Institute Bankir Indonesia, *Konsep, Produk dan Implementasi Bank Syariah*, (Jakarta: Djambatan, 2003), Cet. Ke 2, h. 43

³Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah Dari Teori Ke Prakti*, h. Viii.

“Padanya terdapat tanda-tanda yang nyata, (di antaranya) maqam Ibrahim; barangsiapa memasukinya (Baitullah itu) menjadi amanlah Dia; mengerjakan haji adalah kewajiban manusia terhadap Allah, yaitu (bagi) orang yang sanggup mengadakan perjalanan ke Baitullah; barangsiapa mengingkari (kewajiban haji), Maka Sesungguhnya Allah Maha Kaya (tidak memerlukan sesuatu) dari semesta alam.” (Q.S Al-imran ; 97)

Batas kewajiban berhaji bagi seorang muslim yaitu bagi orang yang mampu, pengertian mampu disini dapat dikelompokkan menjadi 2 bagian, yaitu mampu dalam pengertian fisik dan mental dalam mengikuti setiap proses kegiatan ibadah di tanah suci. Pengertian mampu yang kedua adalah secara materi, baik materi untuk bekal dalam perjalanan maupun materi untuk keluarga yang ditinggalkan selama menunaikan ibadah haji.

Secara teknis pelaksanaan ibadah haji di Indonesia pada mulanya di kelola oleh pemerintah KEMENAG RI, isi keputusan itu menyebutkan salah satunya mengenai ONH (Ongkos Naik Haji). Seperti kita ketahui bahwa sebenarnya ONH di tetapkan dengan suatu surat keputusan Presiden (Keppres) dan besarnya jumlah ONH yang harus dibayarkan oleh calon jamaah haji berubah-ubah setiap tahunnya. Hal ini didasarkan atas usulan Menteri Agama dengan memperhatikan pendapat Menteri Keuangan.

Selain itu hal yang menyebabkan perubahan ONH setiap tahunnya adalah karena faktor perekonomian yang selalu bergerak secara dinamis sehingga dapat mempengaruhi dalam usaha penetapan besarnya ongkos naik haji. Dan Akibat dari keadaan tersebut menyebabkan dana setoran ONH yang terhimpun selalu mengalami fluktuasi, hal ini juga dapat dilihat dari jumlah calon jamaah haji, yang akan pergi menunaikan ibadah haji Baitullah mengingat besarnya jumlah ongkos naik haji yang harus dikeluarkan oleh calon jamaah haji, merupakan kendala tersendiri. Karena kebiasaan masyarakat Indonesia menyisihkan sebagian pendapatannya dalam bentuk tabungan berjangka untuk pergi haji, merupakan peluang besar bagi perbankan syariah dalam menghimpun dana tersebut agar dapat optimal dalam pemanfaatannya.⁴

Dewasa ini banyak yang ditempuh seorang muslim untuk mewujudkan cita-citanya untuk bisa melakukan ibadah haji diantaranya dengan menabung di bank. Disamping itu, banyak jasa yang menawarkan untuk

⁴Muhammad Farhan Ridho, *Analisis Strategi Pemasaran Produk Tabungan Haji Arafah Pada PT. Bank Muamalat Indonesia Cabang Serang*, Skripsi, Universitas Islam Negeri Jakarta, 2012, h. 5, Tidak diterbitkan (t.d)

layanan ibadah haji, salah satunya adalah tabungan haji mabrur Bank Syariah Mandiri.

Tabungan mabrur merupakan produk Bank Syariah Mandiri, yakni simpanan investasi dalam mata uang rupiah yang bertujuan memfasilitasi kaum muslimin dalam perencanaan ibadah haji dan umrah yang dikelola berdasarkan prinsip mudharabah. Bagi masyarakat yang belum mempunyai biaya untuk menunaikan ibadah haji, tabungan ini bisa menguntungkan sehingga masyarakat atau nasabah bisa mengumpulkan dana sedikit demi sedikit. Ternyata tabungan mabrur ini terdapat setoran awal yang harus dibayarkan dan setoran tiap bulannya. Tetapi masyarakat juga harus membayar sesuai keputusan Kementrian Agama , dari sini penulis dapat menggali lebih dalam mengenai produk tabungan mabrur tersebut dengan menggunakan akad mudharabah mutlaqah, tentunya ada bagi hasil dari tabungan ini. Bagi hasil dari tabungan ini, apakah menjadi dana nasabah atau masuk ke dana pemerintah lalu menjadi dana abadi. Dan juga ketika pemerintah menentukan biaya haji yang tadinya nasabah membayar pada tahun pertama berkisar 25 juta, boleh jadi pas waktu mau berangkat harganya sudah berbeda.

Sementara itu, tabungan mabrur BSM saat ini masih menguasai pangsa pasar tabungan haji regular (ONH biasa) sebesar 29 persen. Jumlah tabungan haji regular per Maret 2016 mencapai diatas 1 juta penabung. Sehingga jumlah peminat tabungan haji ini semakin lama semakin besar. Hal ini menjadikan BSM sebagai salah satu bank yang paling banyak diminati produk tabungan haji.⁵

Berdasarkan hal ini, maka penulis merasa tertarik untuk mengadakan sebuah penelitian dan mengambil judul: **“Analisis Strategi Pemasaran Produk Tabungan Mabrur Pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Tangerang Ciputat.”**

B. Identifikasi Masalah

Identifikasi masalah merupakan suatu kegiatan berupa mencari sebanyak-banyaknya masalah yang sekiranya dapat dicarikan jawabannya melalui penelitian. Pencarian masalah-masalah ini bertumpu pada masalah pokok yang tercermin pada bagian latar belakang masalah.⁶

⁵ Dream.co.id, *BSM Dinobatkan Jadi Bank Syariah Retail Terbaik* di akses pada tanggal 30 Juni 2016

⁶ Husein Umar, *Metodologi penelitian: Aplikasi Dalam Pemasaran*, (Jakarta: Gramedia, 2001), h. 68

Identifikasi masalah adalah suatu cara bagaimana kita melihat, menduga, mengira, dan menguraikan, serta menjelaskan apa yang menjadi masalah.⁷

Sesuai dengan latar belakang di atas, maka penulis mengidentifikasi sebagai berikut:

1. Apa yang dimaksud dengan tabungan mabrur?
2. Apakah ada pembatasan dalam kuota haji?
3. Adakah patokan waktu berapa lama nasabah harus menunggu antrian haji?
4. Apakah ada bagi hasil dari tabungan mabrur tersebut?
5. Apa kelebihan dari tabungan mabrur?
6. Apa terdapat kelemahan dalam tabungan mabrur?
7. Bagaimana strategi pemasaran produk tabungan mabrur?
8. Apa faktor yang mempengaruhi nasabah menggunakan produk tabungan mabrur?
9. Bagaimana tinjauan Islam terhadap strategi pemasaran produk tersebut?

⁷ <http://www.http://id.answer.yahoo.com/question/index>, diakses pada tanggal 30 Juli 2016

C. Pembatasan & Perumusan Masalah

Pembatasan masalah adalah memberikan gambaran yang jelas pada faktor-faktor tertentu dalam masalah yang diteliti.

Sedangkan perumusan masalah adalah mengumpulkan sejumlah pengetahuan yang memadai dan mengarah pada upaya untuk memahami atau menjelaskan faktor-faktor yang berkaitan dengan masalah tersebut.

Berdasarkan dari uraian latar belakang dan identifikasi masalah diatas, maka penulis membatasi ini pada 3 poin, yaitu:

Pertama, yang terdapat dalam poin ke 7, yaitu tentang strategi pemasaran produk tabungan mabrur. Karena pada masa sekarang ini, setiap perbankan mempunyai produk yang sama yakni tabungan haji, mengingat tabungan mabrur ini banyak diminati oleh masyarakat, maka penulis berkeinginan untuk mengetahui strategi pemasaran produk tabungan tersebut.

Kedua yang terdapat pada poin ke 8, yaitu tentang faktor yang mempengaruhi nasabah untuk menggunakan produk tabungan mabrur. Pada umumnya, semua bank mempunyai suatu kelebihan sehingga masyarakat memilih produk di bank tersebut, dengan alasan demikian, penulis

juga ingin mengetahui faktor yang mempengaruhi nasabah dalam menggunakan produk tabungan mabrur.

Ketiga yang terdapat pada poin ke 9, yaitu tinjauan Islam terhadap strategi pemasaran produk tabungan mabrur. Karena pada masa sekarang ini terkadang antara teori dengan praktek di lapangan itu berbeda. dengan alasan demikian, penulis ingin mengetahui tinjauan Islam sudah sesuai dengan syariah atau belum.

Dari pembatasan masalah tersebut, maka pokok masalahnya dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi pemasaran produk tabungan mabrur pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Tangerang Ciputat?
2. Apa faktor yang mempengaruhi nasabah untuk menggunakan produk tabungan mabrur pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Tangerang Ciputat?
3. Bagaimana tinjauan Islam terhadap strategi pemasaran produk tersebut?

D. Tujuan & Manfaat Penelitian

Sesuai dengan perumusan yang telah dipaparkan diatas, adapun tujuan & manfaat dari telaah kritis ilmiah

terhadap strategi pemasaran produk tabungan mabrur ini adalah:

1. Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui bagaimana Strategi Pemasaran Produk tabungan mabrur pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Tangerang Ciputat.
- b. Untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi nasabah pengguna produk tabungan mabrur.
- c. Untuk mengetahui tinjauan Islam terhadap strategi pemasaran produk tersebut.

2. Manfaat penelitian

Sejalan dengan tujuan penelitian maka penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat. Manfaat penelitian merupakan dampak dari tercapainya tujuan penelitian. Setidaknya penelitian ini bermanfaat untuk kegunaan teoritis yaitu untuk mengembangkan ilmu dan kagunaan praktis yaitu membantu memecahkan dan mengantisifasi masalah.

1) Secara teoritis

- a. Menambah khasanah ilmu agama Islam tentang strategi pemasaran produk tabungan mabrur pada Bank Syariah Mandiri.

- b. Memberi bahan masukan dan atau dapat dijadikan sebagai bahan kajian lebih lanjut untuk mengembangkan ilmu pengetahuan Islam khususnya mengenai tabungan haji.
- 2) Secara praktis
 - a. Dapat memberikan manfaat yang sebesar-besarnya bagi para praktisi hukum sehubungan dengan masalah yang terdapat dalam tabungan haji.
 - b. Mengungkap masalah-masalah yang timbul dalam lapangan hukum dan masyarakat serta memberikan solusinya sehubungan dengan masalah strategi pemasaran produk tabungan haji.

E. Metodologi Penelitian

1. Jenis penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif yang bertujuan untuk mengetahui dan menggambarkan karakteristik variable yang berkenaan dengan fenomena yang diteliti dalam suatu situasi. Metode deskriptif digunakan untuk menjelaskan

bagaimana strategi-strategi Bank Syariah Mandiri dalam memasarkan sebuah produk tabungan haji untuk meningkatkan daya saing antar sesama Bank Syariah.

Untuk memperoleh data yang dibutuhkan maka dibutuhkan dua bentuk penelitian yaitu;

- a) Penelitian lapangan (*field research*), dimana penulis akan terjun langsung kelapangan atau objek penelitian. Penelitian lapangan ini untuk menemukan secara spesifik dan realistis apa yang sedang terjadi pada saat tertentu.
- b) Kepustakaan (*library research*), penelitian kepustakaan merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengumpulkan data dan informasi dengan bantuan berbagai macam material yang ada diperpustakaan.

2. Jenis Data dan Sumber Data

Dalam menyusun proposal skripsi ini, penulis menggunakan 2 jenis sumber data, yaitu:

a) Data Primer

Data primer merupakan data yang berasal dari sumber utama atau asli.

Data primer ini diperoleh langsung dari wawancara pada Bank Syariah Mandiri dan dokumen asli Bank Syariah Mandiri.

b) Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari literatur-literatur kepustakaan seperti buku, majalah, artikel, media tulis serta media elektronik yang berkaitan dengan penulisan skripsi ini.

3. Teknik Pengumpulan Data

Sesuai dengan permasalahan yang diangkat, maka dalam pengumpulan data skripsi ini, penulis menggunakan teknik sebagai berikut:

- a) Dokumentasi, yaitu teknik ini dilakukan untuk memperoleh data tertulis yang mengandung keterangan dan penjelasan mengenai fenomena yang akurat dan sesuai dengan masalah yang diteliti.
- b) Wawancara (*interview*), yaitu Suatu proses Tanya jawab lisan, dimana 2 orang tau lebih berhadapan secara fisik, yang satu dapat melihat muka yang lain dan mendengar dengan telinga sendiri dari

suaranya.⁸ pengumpulan data dengan cara mengajukan pertanyaan kepada pihak responden yang sekiranya mampu memberikan informasi yang berguna bagi penelitian ini, selanjutnya jawaban responden dicatat, atau direkam. Adapun yang menjadi responden ini yaitu pihak Bank Syariah Mandiri.

4. Teknik penulisan

Adapun teknik penulisan skripsi ini penulis mengacu pada buku Pedoman Penulisan Skripsi, Tesis, dan Disertasi yang diterbitkan oleh IIQ Jakarta Press tahun 2011 yang diterbitkan oleh Institut Ilmu Al-Qur'an Jakarta.

F. Tinjauan Pustaka

Tinjauan pustaka adalah kajian literature yang relevan dengan pokok bahasan penelitian yang akan dilakukan, atau bahkan memberi inspirasi dan mendasari dilakukannya penelitian.⁹

Berdasarkan telaah yang telah dilakukan terhadap sumber kepustakaan, dapat dilihat bahwa apa yang ada

⁸ Sukandarrumidi, *Metodologi Penelitian; Petunjuk Praktis Untuk Peneliti Pemula*, (Yogyakarta: Gajah Mada University Press, 2004), h. 88

⁹ Huzaemah T, Yanggo, (ed.), *Pedoman Penulisan Skripsi, Tesis dan Disertasi*, (Jakarta: IIQ Press, 2011), Cet. Ke-2, h. 13

dalam penelitian ini merupakan masalah pokok yang sangat penting, karena penelitian ini menyoroti sebuah perusahaan yang berbasis syariah.

Adapun tinjauan pustaka yang digunakan dalam penulisan ini adalah:

1. Skripsi ini dibuat oleh Nunung Sucilawati, mahasiswa s1 UIN Syarif hidayatullah Jakarta tahun 2011, dengan judul “Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Talangan Haji Bank Syariah Mandiri cabang Bekasi”. Skripsi ini membahas pembiayaan talangan haji yang dikelola oleh Bank Syariah Mandiri cabang Bekasi. Persamaan yang ditemukan dalam skripsi ini adalah sama-sama membahas mengenai strategi pemasaran, sedangkan perbedaannya dapat ditemukan dalam fokus penelitian. Jika dalam skripsi yang dibuat oleh Nunung Sucilawati fokus penelitiannya pada pembiayaan talangan haji, namun pada skripsi yang penulis teliti fokusnya terhadap strategi pemasaran dan produk tabungan mabrur.
2. Skripsi ini dibuat oleh Karlina Savitri, mahasiswa s1 UIN Syarif hidayatullah Jakarta tahun 2011, dengan judul “Strategi Pemasaran Tabungan Mudharabah pada Bank Syariah Mandiri cabang Depok”. Skripsi

ini membahas strategi pemasaran tabungan mudharabah pada Bank Syariah Mandiri cabang Depok. Persamaan yang ditemukan dalam skripsi ini adalah sama-sama membahas mengenai strategi pemasaran, sedangkan perbedaannya dapat ditemukan dalam fokus penelitian. Jika dalam skripsi yang dibuat oleh Karlina Savitri fokus penelitiannya pada tabungan mudharabah, namun pada skripsi yang penulis teliti fokusnya terhadap strategi pemasaran dan produk tabungan mabrur.

3. Skripsi ini dibuat oleh Rahmat Fajrin, mahasiswa s1 UIN Syarif hidayatullah Jakarta tahun 2013, dengan judul “Strategi Komunikasi Pemasaran Produk Tabungan Wisata Bank Muamalat Indonesia” Skripsi ini membahas strategi komunikasi pemasaran produk tabungan wisata Bank Muamalat Indonesia. Persamaan yang ditemukan dalam skripsi ini adalah sama-sama membahas mengenai strategi pemasaran, sedangkan perbedaannya dapat ditemukan dalam fokus penelitian. Jika dalam skripsi yang dibuat oleh Rahmat Fajrin fokus penelitiannya pada tata cara komunikasi yang lebih kreatif dengan mempromosikan tabungan wisata agar dapat menarik

minat masyarakat, namun pada skripsi yang penulis teliti fokusnya terhadap strategi pemasaran dan produk tabungan mabrur.

Berdasarkan tinjauan pustaka yang telah diuraikan, maka penulis menemukan kesamaan pembahasan mengenai strategi pemasaran dengan masalah yang akan penulis teliti. Tetapi yang membedakan, penulis meneliti lebih detail tentang strategi pemasaran yang dikhususkan pada produk tabungan mabrur.

G. Sistematika Penulisan

Agar penulisan ini menjadi sistematis dan lebih mudah dipahami, maka skripsi ini disusun dalam 5 bab yang diawali dengan:

BAB 1 PENDAHULUAN: Pada bab ini, penulis mencoba menguraikan bagian yang merupakan pendahuluan yang meliputi; latar belakang masalah, pembatasan dan perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, metodologi

penelitian, tinjauan pustaka dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASASAN TEORI: Pada bab II ini penulis akan menguraikan tentang Strategi, Pemasaran, Strategi Pemasaran, Konsep-Konsep Pemasaran, Langkah-Langkah Strategi Pemasaran, Tabungan Syariah, Tabungan Haji Mabrur.

BAB III PROFIL TENTANG BANK SYARIAH MANDIRI TBK: Dalam bab III, penulis membahas tentang: Sejarah Berdirinya Bank Syariah Mandiri, Visi dan Misi Bank Syariah Mandiri, Prinsip Dasar Bank Syariah Mandiri, Struktur Organisasi Bank Syariah Mandiri, Produk, Jasa dan Layanan Bank Syariah Mandiri.

BAB IV ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PRODUK TABUNGAN HAJI MABRUR PADA BANK SYARIAH MANDIRI KANTOR CABANG TANGERANG CIPUTAT: Dalam bab IV, terdiri dari

pembahasan Strategi Pemasaran Produk Tabungan Mabrur pada Bank Syariah Mandiri Cabang Tangerang Ciputat, Faktor yang mempengaruhi nasabah untuk menggunakan produk tabungan mabrur pada Bank Syariah Mandiri dan tinjauan Islam terhadap strategi pemasaran produk tersebut.

BAB V PENUTUP: Dalam bab ini mencakup kesimpulan penulis atas keseluruhan pembahasan yang telah diuraikan pada bab-bab sebelumnya, serta saran-saran yang dapat penulis sampaikan agar kedepannya semoga dapat teraplikasi dengan baik.

BAB V

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Dalam Bab V ini berisi kesimpulan dari jawaban pertanyaan perumusan masalah penelitian yang diajukan penulis, yang diperoleh dari hasil analisis penelitian pada Bab IV sebagai berikut:

1. strategi pemasaran produk tabungan haji mabrur pada Bank Syariah Mandiri dalam meningkatkan jumlah nasabah produk tabungan haji yakni berkaitan dengan 4P (*product, price, promotion dan place*) dengan cara sebagai berikut:
 - a. Memberikan informasi kepada nasabah melalui sebuah brosur mengenai produk dengan desain dan inovasi yang unik dan menarik.
 - b. menerapkan strategi harga dengan cara inovasi produk dari perusahaan lain yang mempunyai produk sejenis dengan harga yang mudah dijangkau oleh masyarakat, sehingga masyarakat atau nasabah tertarik dan berminat dengan produk tersebut.
 - c. Memberikan pelayanan yang terbaik kepada nasabah.

- d. Melakukan sosialisasi dengan mempersentasikan produk tabungan haji melalui lembaga pendidikan dan perusahaan-perusahaan.
- e. Melakukan sosialisasi baik di media cetak maupun media elektronik dengan membuat iklan melalui televisi, radio dan media cetak lainnya, sehingga menimbulkan rasa kepercayaan terhadap produk yang diinginkan. Bahwa produk tersebut memiliki kualitas dan kuantitas yang terbaik dan terbagus.
- f. Melakukan pemasangan papan nama di jalan yang dianggap sebagai area yang strategis yang memungkinkan bisnis berkembang dan diminati banyak orang. sehingga dapat mempermudah masyarakat untuk mengaksesnya. Selain itu Bank Syariah Mandiri juga menerapkan strategi *personal selling* (penjualan pribadi) untuk mempromosikan produk secara langsung kepada nasabah, nasabah tidak harus datang ke kantor, alan tetapi pihak bank yang menghampiri rumah nasabah.

2. Faktor yang mempengaruhi nasabah dalam menggunakan produk tabungan haji ialah :

- a. Karena konsep 3 K yakni Kebutuhan, Keinginan, dan Kesadaran untuk melaksanakan ibadah haji, kita dapat mengetahuinya melalui:
 - a. dilihat dari area tempatnya yang strategis.
 - b. dekat dengan tempat tinggal.
 - c. sudah mengenal orang-orang atau pihak-pihak yang diperbankan
 - d. karena keramahan serta pelayanan yang baik dan memuaskan.
 - e. Karena inovasi produknya yang membuat nasabah menjadi berminat dan tertarik.
 - f. Karena kapasitas banknya BUMN, sehingga nasabah yang menabung menjadi aman dan nyaman.
 - g. Karena merupakan fasilitas yang memuaskan nasabah dan bonus-bonus yang terdapat di bank tersebut juga banyak.
 - h. Kualitas dan kuantitas produk tersebut bagus.
- b. Planning maksudnya, jadi dalam membuat perencanaan keuangan untuk seorang pegawai itu ia mesti harus mengakomodir unsur duniawinya untuk keluarga dan ada unsur ukhrawinya, yang terkait dengan sebagai seorang muslim ketika

mempunyai gaji, wajar jikalau kemudian ia mengalokasikan sekian % dana dari pendapatannya untuk merencanakan ibadah haji.

Faktor lainnya adalah faktor kesadaran dan faktor manajemen. Dimana faktor kesadaran ini menumbuhkan rasa ingin menyisihkan sebagian uang untuk dapat menunaikan ibadah haji dan otomatis harus mempunyai tabungan, disamping itu harus mempunyai manajemen keuangan yang baik, sehingga apa yang kita rencanakan bisa suatu saat terealisasikan sesuai dengan harapan

Sehingga hal-hal yang diatas dapat membuat nasabah menjadi sadar dan berkeinginan yang kemudian ia menjadi butuh, karena kebutuhan inilah kemudian muncul *planning-planning* untuk melaksanakan ibadah haji. Adapun perkembangan pengguna produk tabungan haji ini dari tahun ke tahun adalah meningkat dan signifikan 100%.

3. Tinjauan Islam terhadap produk tabungan haji tersebut ialah Dalam perusahaan yang berbasis syariah, Bank Syariah Mandiri pastinya mempunyai nilai-nilai syariah seperti kejujuran, keadilan dan pemerataan, dan tolong-menolong merupakan kunci utama dalam

melakukan bisnis. Untuk mengaplikasikan nilai-nilai syariah dalam berbagai bidang yang secara langsung berhubungan dengan masyarakat itu sangat diharapkan. Pada Bank Syariah Mandiri ini, khususnya dalam produk tabungan haji sudah sesuai dengan prinsip syariah. Karena pada dasarnya prinsip syariah itu praktek yang terhindar dari sesuatu yang tidak jelas, rekayasa, riba, perjudian dan suap-menyuap. Sehingga produk yang digunakan membuat masyarakat atau nasabah terasa aman, nyaman dan halal.

B. SARAN

Dari hasil analisis di atas maka penulis menyarankan sebagai berikut:

1. Adapun saran atau rekomendasi yang dapat penulis berikan terkait dengan strategi pemasaran adalah diharapkan Bank Syariah Mandiri dapat memahami lebih dalam tentang syariah. Sehingga dalam memasarkan produk, yaitu tetap berpegang teguh dalam prinsip-prinsip pemasaran Islam.
2. Dan nasabah diharapkan untuk turut berperan dalam pengembangan Perbankan Syariah terutama dalam peningkatan kepercayaan kepada Bank Syariah.

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, Hasan, *Marketing Bank Syariah Cara Jitu Meningkatkan Pertumbuhan Pasar Bank Syariah*, Bogor: Ghalia Indonesia, 2010.
- Abu Isa Muhammad bin Isa al-Tirmidzi, *Ensiklopedia Hadits 6 Jami' al-Tirmidzi*, terj. Tim Darussunah, Misbakhul Khaer, Sholihin, Jakarta: Almahira, 2013.
- Amir, Machmud dan Rukmana, *Bank Syariah; Teori kebijakan dan Studi Empiris di Indonesia*, Jakarta: Erlangga, 2010.
- Antonio, Muhammad Syafi'i, *Bank Syariah Dari Teori Ke Praktik*, Jakarta: Gema Insani, 2001.
- Assauri, Sofyan, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2004.
- Buchori, Nur S., *Koperasi Syariah*, Sidoarjo: Mashun, 2009.
- Gunara, Thorik dan Utus Hardiono Sudibyo, *Marketing Muhammad; Strategi Handal Dan Jitu Praktik Bisnis Nabi Muhammad SAW*, Bandung: Madania Prima, 2007.
- Hilman, Iman, dkk, *Perbankan Syariah Masa Depan*, Jakarta: Senayan Abadi Publishing, 2003.
- HR, Muhamad Nafik, *Bursa Efek dan Investasi Syariah*, Jakarta: PT Serambi Ilmu Semesta, 2009.

- Ikatan Bankir Indonesia, *Mengelola Bisnis Pembiayaan Bank Syariah*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2015.
- _____, *Memahami Bisnis Bank*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka, 2014.
- Ismail, *Perbankan Syariah*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2011.
- Karim, Adiwarmanto A., *Bank Islam Analisis Fiqih dan Keuangan*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2007.
- Kartajaya, Herman dan Muhammad Syakir Sula, *Syariah Marketing*, Bandung: PT Mizan Pustaka, 2006.
- Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, Jakarta: Rajawali Pers, 2009.
- Kotler, Philip, *Dasar-Dasar Pemasaran*, Jakarta: PT Indeks, 2004.
- Mannan, M. Abdul, *Teori dan Praktek Ekonomi Islam*, Yogyakarta: PT Dana Bhakti Prima Yasa, 1997.
- Manullang, M., *Pengantar Bisnis*, Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2002.
- Muhammad, *Manajemen Bank Syariah*, Yogyakarta: UUP AMP YKPN, 2005.
- Ridho, Muhammad Farhan, *Analisis Strategi Pemasaran Produk Tabungan Haji Arafah Pada PT. Bank Muamalat Indonesia Cabang Serang*, Skripsi, Universitas Islam Negeri Jakarta: 2012.

- Sarwono, Jonathan, *Marketing Intelligence*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011.
- Sukandarrumidi, *Metodologi Penelitian; Petunjuk Praktis Untuk Peneliti Pemula*, Yogyakarta: Gajah Mada University Press, 2004.
- Sumarni, Murti, *Manajemen Pemasaran Bank*, Yogyakarta: Liberty Yogyakarta, 2002.
- Sunyoto Danang, *Perilaku Konsumen Dan Pemasaran; Panduan Riset Sederhana Untuk Mengenal Konsumen*, Yogyakarta, CAPS (Center Of Academic Publishing Service), 2015.
- _____, *Konsep Dasar Riset Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*, Yogyakarta: CAPS, 2012.
- Swastha, Basu, *Azas-Azas Marketing*, Yogyakarta: Liberty Yogyakarta, 2002.
- Tim pengembangan Institute Bankir Indonesia, *Konsep, Produk dan Implementasi Bank Syariah*, Jakarta: Djembatan, 2003.
- Tjiptono, Fandy, *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2008.
- Umar, Husein, *Riset Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2000.
- Wahjono, Sentot Imam, *Manajemen Pemasaran Bank*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010.

Warde, Ibrahim, *Islamic Finance Keuangan Islam dalam Perekonomian Global*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009.

Wawancara secara langsung Annual Report Bank Syariah Mandiri dengan Bapak Saharuddin, selaku Koordinator Marketing Bisnis di kantor Cabang Tangerang Ciputat, pada tanggal 18 April 2016 pukul 15.00 WIB

Wawancara secara langsung dengan Nasabah Bank Syariah Mandiri, Bapak Ade, selaku Nasabah Tabungan Mabrur di kantor cabang Tangerang Ciputat pada tanggal 5 Agustus 2016 pukul 16.00 WIB

Internet

[http://www. Bisnisukm.com/Langkah sukses dalam membuat strategi Pemasaran](http://www.Bisnisukm.com/Langkah_sukses_dalam_membuat_strategi_Pemasaran).di akses pada tanggal 19 maret 2016.

[www. Syariah mandiri](http://www.Syariah_mandiri.com), *Nasabah tabungan paling banyak*, [https://the presiden post Indonesia.com](https://the-presiden-post-Indonesia.com) di akses pada tanggal 28 januari 2016.

[www. syariah mandiri. Co.id/category/consumer-banking/haji-umroh/](http://www.syariah_mandiri.Co.id/category/consumer-banking/haji-umroh/) *tabungan mabrur BSM*, di akses pada tanggal 20 April 2016.

Septiano Pratama, *“Informasi Bank Syariah; Bank Syariah Mandiri menjadi produk tabungan haji yang terbaik*, <https://info-bank-syariah.blogspot.com>, di akses pada tanggal 28 Januari 2016.

Septina Kustianti, "*Produk Bank Syariah,*"
[http://www.produk-bank syariah. Blogspot.com,](http://www.produk-bank-syariah.blogspot.com)
diakses tanggal 08 April 2016.