

**STRATEGI PEMASARAN PRODUK TABUNGAN FAEDAH
DI BRI SYARIAH KANTOR CABANG PEMBANTU
PURBALINGGA**



TUGAS AKHIR

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Purwokerto
Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Ahli Madya
(A.Md)

Oleh :

ROHIMAH

NIM.1323204035

**PROGRAM DIPLOMA III
MANAJEMEN PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
PURWOKERTO
2017**

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
REKOMENDASI UJIAN TUGAS AKHIR	iv
KATA PENGANTAR	v
MOTTO	viii
PEDOMAN TRANSITERASI ARAB-LATIN	ix
DAFTAR ISI	xv
DAFTAR TABEL	xviii
DAFTAR GAMBAR	xix
DAFTAR LAMPIRAN	xx
ABSTRAK	xxi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Maksud dan Tujuan Penulisan Tugas Akhir	7
C. Metode Penulisan Laporan Tugas Akhir	8
1. Jenis Penelitian	8
2. Lokasi dan Waktu Penelitian	8
3. Teknik Pengumpulan Data	8
4. Metode Analisis Data	10
D. Sistematika Pembahasan	11

BAB II LANDASAN TEORI

A. Strategi Pemasaran	13
1. Pengertian Strategi Pemasaran	13
2. Proses Umum Strategi Pemasaran.....	16
3. Langkah-langkah Strategi Pemasaran	21
B. Produk Tabungan	31
Pengertian Produk Tabungan	31
C. Penelitian Terdahulu	34

BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian di BRI Syariah KCP Purbalingga.....	35
1. Sejarah Singkat BRI Syariah KCP Purbalingga.....	35
2. Visi, Misi BRISyariah KCP Purbalingga	38
3. Motto BRISyariah KCP Purbalingga	39
4. Budaya Kerja BRISyariah KCP Purbalingga	39
5. Struktur Organisasi BRI Syari'ah KCP Purbalingga.....	41
B. Sistem Operasional dan Produk-produk Bank BRI Syariah KCP Purbalingga	42
1. Konsep Operasional	42
2. Produk-produk BRI Syariah KCP Purbalingga	43
C. Aplikasi Tabungan Faedah Berdsarkan Pola Strategi Pemasaran Bagi Nasabah BRISyariah KCP Purbalingga.....	60

D. Strategi Pemasaran Produk Tabungan Faedah di BRISyariah KCP Purbalingga	63
---	----

BAB IV PENUTUP

A. Kesimpulan	75
B. Saran	76

DAFTAR PUSTAKA

RIWAYAT HIDUP

LAMPIRAN



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Indonesia sebagai negara yang mayoritas penduduknya beragama Islam haruslah pada setiap aktifitas yang dilakukannya tidak bertentangan dengan syariat Islam, termasuk juga dalam bermuamalah. Berkaitan dengan hal ini bank syariah merupakan bank yang menjalankan aktifitasnya tidak hanya kegiatan usaha atau produknya saja yang sesuai dengan prinsip syariah, tetapi juga meliputi hubungan hukum yang tercipta dan akibat hukum yang timbul.¹

Kehidupan ekonomi tidak terlepas dari peran penting sektor jasa keuangan pada umumnya dan perbankan pada khususnya. Melalui media inilah tujuan untuk merealisasikan ekonomi yang sehat dengan memberdayakan dana atau potensi investasi yang ada pada masyarakat dapat disalurkan dalam berbagai kegiatan produktif sehingga dapat terwujud pertumbuhan ekonomi yang sehat dan terhindar dari riba. Sebagaimana firman Allah SWT. Dalam surat Al-Baqarah ayat 275 dan Al-

Imran ayat 130 :

وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا

Artinya: “Dan Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba”. (Q.S. Al-Baqarah: 275)

¹ Cik Basir, *Penyelesaian Sengketa Perbankan Syariah* (Jakarta: KENCANA, 2009) hlm. 5.

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا الرِّبَا أَضْعَافًا مُضَاعَفَةً ۖ وَاتَّقُوا اللَّهَ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

Artinya: “*Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan Riba dengan berlipat ganda dan bertakwalah kamu kepada Allah supaya kamu mendapat keberuntungan*”. (Q.S. Al-Imran: 130).

Menjawab ayat tersebut Peranan bank syariah yang menjalankan fungsi intermediasinya berdasarkan prinsip-prinsip syariah islam dan bebas riba. Bank syari'ah didirikan dengan tujuan untuk mempromosikan dan mengembangkan penerapan prinsip-prinsip islam dan tradisinya kedalam transaksi keuangan dan perbankan serta bisnis lain yang terkait.

Perkembangan dunia perbankan yang diiringi pula dengan tumbuhnya minat masyarakat untuk mengetahui segala bentuk aktivitas perbankan dewasa ini makin menggembirakan. Salah satu aspek berkembangnya dunia perbankan adalah beragamnya jumlah produk yang ditawarkan dengan teknologi yang modern, sehingga masyarakat memiliki banyak pilihan untuk transaksi keuangan dan investasi dengan cepat dan tepat.

Dalam pertumbuhan dan perkembangan industri perbankan syariah sampai saat ini, perdebatan dalam masyarakat tentang eksistensi dan peran perbankan syariah, harus diakui masih menjadi perdebatan yang kadang kala tidak berujung pangkal. Peran bank syariah belum bisa diletakkan pada posisi beyond banking (bukan hanya sekedar bank) sebagaimana diharapkan dalam perspektif arsitektur perbankan Indonesia (API). Dengan alasan yang umumnya dikemukakan adalah inovasi produk perbankan syariah masih

sangat terbatas dan masih cenderung copy paste dengan produk bank konvensional.

Dilihat dari perjalanannya, perbankan syariah telah sampai pada point of no return atau titik dimana perbankan syariah harus maju terus. Diikuti dengan menyusun program pengembangan pasar dengan melakukan terobosan-terobosan yang bermakna bagi peningkatan kualitas pembelajaran masyarakat, baik mengenai produk-produk bank syariah maupun model operasional yang khas dimiliki bank syariah.²

Pengertian bank menurut pasal 1 UU No 7 Tahun 1992 tentang perbankan sebagaimana telah diubah dengan UU No 10 tahun 1998 adalah “Badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkan kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup masyarakat banyak”.

Bank merupakan satu-satunya lembaga keuangan depository sebagai lembaga keuangan depository, bank memiliki izin untuk menghimpun dana secara langsung dari masyarakat dalam bentuk simpanan, yaitu berupa giro, tabungan, dan deposito. Dana yang diperoleh kemudian dapat dialokasikan kedalam aktiva dalam bentuk pemberian pinjaman dan investasi, kekhususan kegiatan yang dilakukan oleh bank inilah yang membedakan bank dengan lembaga keuangan lainnya. Disamping kekhususan dalam menghimpun dana masyarakat atau dana pihak ke tiga tersebut, bank

² Syafaruddin Alwi, *Memahami Sistem Perbankan Syariah Berkaca Pada Umar Bin Khatab* (Yogyakarta: Buku Republik, 2013), hlm.2-4.

diperbolehkan untuk menjalankan usaha yang sama dengan usaha lembaga keuangan lain.³

Menurut Undang-Undang Perbankan Nomor 10 Tahun 1998, tabungan adalah simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat-syarat tertentu yang disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet giro, dan atau alat lainnya yang dipersamakan dengan itu. Maksud dari penarikan hanya dapat dilakukan menurut syarat-syarat tertentu yang disepakati adalah untuk menarik uang yang disimpan di rekening tabungan antar satu bank dengan bank lainnya berbeda, tergantung dari bank yang mengeluarkannya.⁴

Setiap bank-bank syariah mempunyai bermacam-macam produk yang ditawarkan sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Di dalam menawarkan produknya maka terjadi persaingan antara bank-bank syariah sehingga perlu adanya strategi di dalam pemasaran masing-masing bank tersebut. Hal ini dilakukan agar masyarakat mengetahui dan berminat untuk mengambil manfaat dari produk-produk yang ditawarkan sesuai dengan kebutuhannya.

Dengan adanya perubahan selera nasabah, teknologi dan persaingan yang sangat pesat, membuat BRISyariah harus mengembangkan secara terus-menerus produk dan jasanya agar dapat eksis di dunia perbankan. Oleh karena itu, untuk mempertahankan dan meningkatkan perolehan tabungan, bank makin kreatif dalam menciptakan produk dalam upaya memenuhi keinginan dan kebutuhan nasabah tabungannya. Beragam produk tabungan

³ Ferry N Idroes, *Manajemen Risiko Perbankan*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada), hlm. 43.

⁴ Kasmir, *Dasar-dasar Perbankan*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2013), hlm. 93.

diluncurkan antara lain tabungan berhadiah, tabungan bisnis atau tabungan pendidikan

PT. BRISyariah Kantor Cabang Pembantu adalah sebuah Bank Non konvensional yang merupakan anak perusahaan dari Bank Rakyat Indonesia yang akan melayani kebutuhan perbankan masyarakat Indonesia dengan menggunakan prinsip-prinsip syariah.

Untuk dapat bersaing dengan bank lainnya BRISyariah Kantor Cabang Pembantu Purbalingga memiliki suatu program yang dinamakan program tabungan faedah (Fasilitas Serba Mudah), yang hadir dengan memberikan tawaran yang sangat memudahkan dengan saldo awal hanya Rp 100.000,- sudah bisa membuka tabungan, bebas dari biaya administrasi bulanan, gratis biaya bulanan ATM, biaya (tarik tunai, transfer, cek saldo debit prima) murah diseluruh jaringan ATM BRI, Bersama dan Prima. Program tabungan ini selain memudahkan nasabah juga berbasis syariah, dalam artian tidak ada unsur riba yang diharamkan didalamnya. Produk ini memang produk baru, namun bagi hasilnya yang cukup tinggi dibandingkan dengan tabungan lain dan mendapatkan fasilitas-fasilitas yang berbeda dengan bank-bank lainnya. Jumlah nasabah tabungan faedah itu sendiri sampai bulan januari 2016 sebanyak 14627 Orang.

Dalam kegiatannya, bagian pemasaran mempunyai tugas dan tanggung jawab yang sangat luas. Antara lain mengatur aktivitas pembiayaan dan pendanaan, mencari sumber-sumber dana, dan mencari calon nasabah. Menyadari tingkat pesaing semakin banyak dan kondisi ekonomi yang tidak

stabil, maka BRIS secara terus menerus memperbaiki manajemen dengan merubah strategi bisnisnya.

Maka perusahaan harus mampu melakukan adaptasi yang tepat terhadap kondisi pasar yang selalu berubah-ubah. Perusahaan dituntut untuk dapat menilai kebutuhan dan keinginan konsumen yang berubah-ubah dengan cara menerapkan strategi pemasaran yang tepat agar ekspektasi konsumen terpenuhi dan mereka merasakan kepuasan dalam menggunakan produk. Kepuasan konsumen jelas merupakan faktor penting dalam strategi pemasaran sebuah produk karena berpotensi menciptakan loyalitas dan mendatangkan konsumen baru sebagai akibat dari sugesti konsumen lama yang terprogram dengan baik. Hal ini tentu saja akan meningkatkan omzet perusahaan dalam jangka panjang.⁵

Perusahaan yang baik sudah pasti memiliki manajemen yang baik dalam pengelolaannya. Manajemen diperlukan untuk mengkoordinasikan semua kegiatan yang ada dalam perusahaan agar menghasilkan suatu totalitas tindakan yang efektif dan efisien dalam rangka mencapai tujuan yang dibutuhkan. Untuk memahami dan mengerti dengan baik alat-alat manajemen yang dibutuhkan bagi kelangsungan hidup jangka panjang perusahaan, maka diperlukan penerapan strategi pemasaran yang tepat dan optimal.

Mengingat pemasaran bagi BRISyari'ah adalah strategi yang harus diperhatikan dan dikembangkan, maka penulis akan mengambil judul

⁵ Ronald Nangoi, *Menentukan Strategi Pemasaran Dalam Menghadapi Persaingan*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 1996), hlm. 46.

“Strategi Pemasaran Produk Tabungan Faedah di BRISyariah KCP Purbalingga”.

B. Maksud dan Tujuan Penulisan Tugas Akhir

1. Maksud Penulisan Tugas Akhir

Maksud dari penulisan tugas akhir yaitu penulis mampu memahami dan mengetahui strategi pemasaran produk tabungan faedah yang telah diterapkan oleh BRISyari’ah KCP Purbalingga dalam usaha memperoleh pangsa pasar.

2. Tujuan Penulisan Laporan Tugas Akhir

Penulis, untuk mempelajari dan memperoleh pemahaman secara teori maupun dalam praktek yang ada di lapangan terhadap strategi pemasaran produk tabungan faedah di BRISyari’ah Kantor Cabang Pembantu Purbalingga.

Perusahaan, menjadi bahan masukan dan evaluasi dalam mengoptimalkan strategi pemasaran produk simpanan sesuai dengan apa yang diharapkan.

Akademisi, menjadi bahan referensi bagi mahasiswa yang akan menyusun penelitian dengan mengangkat tema yang sejenis.

Pembaca, menjadi tambahan informasi, pengetahuan dan referensi untuk dapat diambil manfaatnya oleh para pembaca.

C. Metode Penulisan Tugas Akhir

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian adalah penelitian kualitatif dimana pendekatan kualitatif diharapkan mampu menghasilkan uraian yang mendalam tentang ucapan, tulisan dan atau perilaku dari suatu individu, kelompok, masyarakat, dan atau organisasi tertentu dalam suatu konteks tertentu yang dikaji dari sudut pandang yang utuh, komprehensif dan holistik.⁶

Dimana jenis penelitian ini memfokuskan peneliti terhadap apa yang penulis dapatkan di lapangan dan membandingkan antara teori yang telah dipelajari dengan praktik yang sesungguhnya.

2. Lokasi dan Waktu Penelitian

a. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di BRISyariah Kantor Cabang Pembantu Purbalingga yang beralamat di Jalan MT. Haryono No.45 Purbalingga.

b. Waktu Penelitian

Waktu penelitian di mulai pada tanggal 4 Januari 2016 sampai 5 Februari 2016, dengan waktu praktek kerja setiap senin – jum'at, pukul 07.30 – 18.00 WIB.

3. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan cara yang dilakukan peneliti untuk mengungkapkan atau menjangkau informasi yang kualitatif dari

⁶ Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2014), hlm. 6.

responden sesuai lingkup penelitian. Berikut ini ada beberapa teknik pengumpulan data penelitian yang digunakan penulis :

a. Observasi

Observasi adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui suatu pengamatan, dengan disertai pencatatan-pencatatan terhadap keadaan atau perilaku objek sasaran. Orang yang melakukan observasi disebut pengobservasi (observer) dan pihak yang diobservasi disebut terobservasi (observee).⁷ Penulis mengadakan observasi atau praktek kerja langsung ke Bank Rakyat Indonesia Syari'ah Kantor Cabang Pembantu Purbalingga.

b. Wawancara

Wawancara adalah proses percakapan dengan maksud untuk mengkontruksi mengenai orang, kejadian, organisasi, motivasi, perasaan, dan sebagainya yang dilakukan dua pihak yaitu pewawancara (interviewer) yang mengajukan pertanyaan dengan orang yang diwawancarai.⁸ Metode ini penulis pergunakan untuk mendapatkan data yang perlu adanya penjelasan dari informan yaitu karyawan-karyawan BRISyari'ah KCP Purbalingga.

c. Dokumentasi

Dokumentasi adalah teknik pengumpulan data dengan mempelajari catatan-catatan mengenai data pribadi responden, seperti yang

⁷ Abdurrahmat Fathoni, *Metodologi Penelitian dan Teknik Penyusunan Skripsi*, Jakarta: PT Asdi Mahasatya, 2006, hlm.104.

⁸ Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2001, hlm. 143.

dilakukan oleh seorang psikolog dalam meneliti perkembangan seorang klien melalui catatan pribadinya.⁹

Adapun sumber-sumber dokumentasi tersebut berasal dari dokumen-dokumen yang dimiliki oleh BRISyariah KCP Purbalingga, seperti arsip-arsip, formulir-formulir dokumen pendanaan dan sebagainya. Selain meminta dokumen-dokumen langsung dari bank, penulis juga mengambil beberapa referensi yang berasal dari majalah-majalah perbankan, browsing di internet dan lain sebagainya. Semua dokumen diatas berfungsi untuk mendukung informasi-informasi yang diperlukan atau tambahan referensi guna penyusunan laporan Tugas Akhir.

4. Metode Analisis Data

Analisis data adalah sebuah kegiatan untuk mengatur, mengurutkan, mengelompokkan, memberikan kode atau tanda, dan mengkategorikannya sehingga diperoleh suatu temuan berdasarkan fokus atau masalah yang akan dijawab.¹⁰

Dalam metode analisis data penulis mengelompokkan data yang diperoleh berupa dokumen ataupun wawancara. Kemudian mengatur dan mengelompokkan data tersebut untuk memudahkan penelitian tersebut dapat diminati dan mampu memecahkan rumusan masalah.

⁹ Abdurrahmat Fathoni, *Metodologi Penelitian dan Teknik Penyusunan Skripsi*, (Jakarta: PT Asdi Mahasatya, 2006), hlm.112.

¹⁰ Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2014), hlm. 34.

D. Sistematika Pembahasan

Untuk memberikan gambaran yang jelas secara menyeluruh dalam memahami rencana Laporan Tugas Akhir ini, maka penulis menyusun Sistematika penulisan sebagai berikut :

Laporan Tugas Akhir ini dibagi menjadi empat bab. Di dahului oleh beberapa halaman formalitas yang berisikan halaman judul, halaman pernyataan keaslian, halaman rekomendasi ujian tugas akhir, halaman pengesahan, halaman motto, halaman persembahan, kata pengantar, pedoman transliterasi bahasa arab-latin, daftar isi, daftar tabel, daftar gambar, dan daftar lampiran.

Bab I adalah Pendahuluan yang memuat tentang latar belakang masalah, maksud dan tujuan penulisan tugas akhir, metode penulisan tugas akhir, sistematika pembahasan Tugas Akhir.

Bab II adalah Landasan Teori, menjelaskan tentang pengertian strategi pemasaran, langkah-langkah strategi pemasaran, proses strategi pemasaran, pengertian produk tabungan dan penelitian terdahulu.

Bab III adalah Hasil dan Pembahasan, untuk hasil memuat tentang gambaran umum BRISyariah KCP Purbalingga, meliputi : Sejarah Singkat BRISyariah KCP Purbalingga, tujuan, visi dan misi, struktur organisasi, sistem operasional dan produk-produk. Sedangkan untuk pembahasan memuat tentang Aplikasi Pembukaan Tabungan Faedah berdasarkan Pola Strategi Pemasaran dan Strategi Pemasaran Produk Tabungan Faedah di BRISyariah KCP Purbalingga.

Bab IV adalah Penutup, berisi tentang kesimpulan pembahasan dan saran-saran yang dijadikan sebagai sumbangan pemikiran guna memecahkan permasalahan tentang strategi pemasaran produk tabungan faedah di BRISyariah KCP Purbalingga.

Dibagian akhir, peneliti juga menyertakan daftar pustaka, lampiran-lampiran dan daftar riwayat hidup.



BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Strategi pemasaran yang dilakukan oleh BRISyariah dalam memasarkan Produk Tabungan Faedah adalah dengan menggunakan langkah-langkah pemasaran yang terdiri dari *segmenting, targeting, positioning*. Segmentasi pasar yang dilakukan oleh BRISyariah ini sangat membantu dalam proses penentuan sasaran pasar. kemudian dalam menentukan targeting pasar Bank BRISyariah ingin menjangkau semua kalangan tanpa terkecuali. Walaupun tabungan yang ditawarkan berbasis islami. Sedangkan dalam Positioningnya BRISyariah menggunakan “The Better and Different One” beda dan lebih baik. Positioning pasar inilah yang lebih menonjol dibanding strategi yang lain. Walaupun Produk Tabungan Faedah tingkat bagi hasilnya tidak terlalu tinggi dibandingkan dengan produk yang lainnya, tetapi Tabungan Faedah lebih diminati oleh nasabah dengan kelebihan dan keunggulan yang dimiliki dibandingkan produk yang lain.

Dalam penerapannya, strategi pemasaran yang digunakan oleh BRISyariah KCP Purbalingga adalah jemput bola, open table, dan grebeg pasar. sistem jemput bola merupakan kegiatan menjalin hubungan dengan nasabah dimana marketing mendatangi langsung nasabah guna memasarkan produknya. Open table merupakan pembukaan stand untuk transaksi

penyetoran maupun pembukaan rekening. Grebeg pasar merupakan kegiatan mengenalkan, mempromosikan dan pencarian nasabah pada pasar tradisional.

Dan untuk mewujudkan tujuan perusahaan agar produk-produk BRISyariah lebih dikenal dan diminati oleh masyarakat perlu adanya peningkatan dalam mempromosikan produk-produk yang ada di BRISyariah untuk menarik minat calon nasabah serta perlu adanya tenaga pemasar agar dapat bersaing ditengah maraknya perkembangan lembaga keuangan saat ini.

B. Saran-saran

1. Dalam penelitian ini, penulis ingin memperkenalkan lebih tentang BRISyariah kepada masyarakat luas khususnya di kota Purbalingga, penulis juga menyarankan untuk BRISyariah agar lebih mengenalkan produk-produknya kepada masyarakat luas khususnya produk Tabungan Faedah agar masyarakat lebih mengetahui kelebihan yang dimiliki oleh tabungan Faedah yang berbeda dengan bank lain.
2. Untuk meningkatkan kualitas produk BRISyariah, penulis menyarankan agar melakukan promosi/iklan melalui media masa atau elektronik lebih banyak sehingga diharapkan akan lebih dikenal dan diminati oleh masyarakat dan dengan promosi juga dapat meningkatkan jumlah nasabah lebih banyak.
3. Setelah dilakukan penerapan strategi pemasaran, diharapkan BRISyariah lebih mengaktifkan penerapan strategi pemasaran disemua lini dengan melihat kondisi kekuatan dan kelemahan serta perubahan lingkungan sehingga dapat mengetahui apakah strategi yang diterapkan tepat sasaran

atau tidak. Serta lebih meningkatkan pengembangan kemampuan karyawan karena bank merupakan bisnis jasa yang sangat dibutuhkan oleh masyarakat banyak.



DAFTAR PUSTAKA

Buku :

Abdurrahmat Fathoni, *Metodologi Penelitian dan Teknik Penyusunan Skripsi*, Jakarta: PT Asdi Mahasatya, 2006.

Bambang Hariadi, *Strategi Manajemen*, Malang : Bayu Medis Plubising, 2005.

Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2001.

Cannon, dkk, *Pemasaran Dasar Jakarta* : Salemba Empat, 2009.

Cik Basir, *Penyelesaian Sengketa Perbankan Syariah*, Jakarta: KENCANA, 2009.

Fandi Djiptono, *Strategi Pemasaran Yogyakarta* : ANDI, 2008.

Ferry N Idroes, *Manajemen Risiko perbankan*, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2011.

Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lain*, Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada

Kasmir, *Dasar-dasar Perbankan*, Jakarta: Rajawali Pers, 2013.

Kasmir, *Pemasaran Bank*, Jakarta: Kencana, 2004.

Kertajaya, Hermawan, *Syariah Marketing*, Bandung. PT. Mizan Pustaka, 2006.

Philip Khotler,A,B,Susanto, *Manajemen Pemasaran di Indonesia*, (Jakarta: Salemba empat, 2001.

Rhenal Kasali, dkk, *Modul Kewirausahaan*, Jakarta Selatan : Hikmah. PT Mizan Publika, 2010.

Ronald Nangoi, *Menentukan Strategi Pemasaran Dalam Menghadapi Persaingan*, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 1996.

Sentot Imam Wahjono, *Manajemen Pemasaran Bank*,(Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010.

Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2004.

Syafaruddin Alwi, *Memahami Sistem Perbankan Syariah Berkaca Pada Umar Bin Khatab*, Yogyakarta: Buku Republik, 2013.

Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian*, Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2014

www.brisyariah.co.id.

Dokumen :

Brosur Cash Management System BRISyariah.

Brosur Deposito BRISyariah.

Brosur EDC Mitra Payment Point BRISyariah.

Brosur Giro iB BRISyariah.

Brosur Mobile BRISyariah dan SMS BRISyariah.

Brosur Pembiayaan KPR BRISyariah.

Brosur Pembiayaan Mikro BRISyariah.

Brosur Simpanan Pelajar iB BRISyariah.

Brosur Tabungan Faedah BRISyariah.

Brosur Tabungan Haji BRISyariah.

Brosur Tabungan Impian BRISyariah.

Dokumen BRISyariah 2012.

Dokumen BRISyariah 2013.

Dokumen BRISyariah KCP Purbalingga 2013.

Skripsi/Tugas Akhir :

Rohmah Sulistiyani, *Strategi Pemasaran Produk Simpanan di Bank Muamalat CB Salatiga*, Tugas Akhir-STAIN SALATIGA, 2011.

Anggi Sulaiman, *Strategi Pemasaran Produk Tabungan Wadi'ah Bank Mega Syariah*, Skripsi-UIN Syarif Hidayatullah JAKarta, 2011.

Dedi Akhmadi, *Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Pembiayaan pada PT federal Internasional Finance (FIF) Syariah*, Skripsi-IAIN Walisongo Semarang, 2007.