

**STRATEGI PEMASARAN PRODUK TABUNGAN FAEDAH
DENGAN AKAD *WADI'AH* DI BRI SYARIAH KCP
PURBALINGGA**



TUGAS AKHIR

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

Oleh:
IAIN PURWOKERTO

FAJRIYAH ULFAH RAHMAWATI

1323204031

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

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perbankan merupakan elemen penting dalam pembangunan suatu negara. Hal ini tercermin dalam pengertian perbankan secara teknis yuridis, yaitu sebagai badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak. Fungsi bank sebagai lembaga intermediasi keuangan (*financial intermediary institution*) tersebut sangat menentukan bagi sukses tidaknya pembangunan ekonomi masyarakat. Keberadaan bank dalam hal ini sangat tergantung oleh adanya kepercayaan masyarakat. Prinsip kepercayaan yang menjadi dari ruh kegiatan perbankan.

Kebijakan perbankan di Indonesia sejak tahun 1992 berdasarkan ketentuan Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992 tentang perbankan, yang kemudian diperkuat dengan Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 tentang perubahan atas Undang-undang Nomor 7 Tahun 1992 tentang perbankan menganut sistem ganda (*dual banking system*). *Dual banking system* maksudnya adalah terselenggaranya dua sistem perbankan (konvensional dan syariah secara berdampingan) yang pelaksanaannya diatur dalam berbagai peraturan perundang-undang yang berlaku.¹

Bank sebagai suatu lembaga keuangan yang memiliki fungsi menghimpun dana.

¹ Khotibul Umam, *Legislasi Fikih Ekonomi dan Penerapan Dalam Produk Perbankan Syariah Di Indonesia*, (Yogyakarta: BPF, 2011), hlm. 1.

Dana yang terhimpun kemudian disalurkan kembali kepada masyarakat. Kegiatan bank mengumpulkan dana disebut dengan kegiatan *funding* (penghimpunan dana). Sementara itu, kegiatan menyalurkan dana masyarakat oleh bank disebut dengan *financing* (pembiayaan) atau *lending* (peminjaman). Dalam menjalankan kedua aktivitas tersebut, bank harus menjalankannya dengan penuh amanah karena menyangkut kepercayaan masyarakat yang mempercayakan dananya kepada bank. Untuk memahami bagaimana seharusnya bank menjalankan *funding* dan *financing*, beberapa hal yang terkait dengan persoalan penghimpunan dana oleh bank perlu di kaji.

Penghimpunan dana bank adalah upaya yang dilakukan oleh lembaga perbankan dalam mengelola atau mengatur posisi dana yang diterima dari aktivitas *funding* untuk disalurkan kepada aktivitas *financing*, dengan harapan bank yang bersangkutan tetap mampu memenuhi likuiditas (kemampuan lembaga untuk memenuhi kewajiban finansial yang segera harus dipenuhi), “*rentabilitas*” (kemampuan lembaga untuk menghasilkan laba selama periode tertentu), dan “*solvabilitas*” (kemampuan lembaga untuk membayar semua utang-utangnya, baik jangka pendek maupun jangka panjang). Bank juga memiliki peran sebagai lembaga perantara (*intermediary*) antara satuan-satuan kelompok masyarakat atau unit-unit ekonomi yang mengalami kekurangan dana (*deficit unit*). Melalui bank dana-dana tersebut dapat disalurkan kepada pihak-pihak yang memerlukan dan memberikan manfaat kepada kedua belah pihak.

Bank mempunyai hubungan kemitraan antara penyandang dana (*shahib al-maal atau shahibul maal*) dan pengelola dana (*mudharib*). Oleh karena itu, tingkat laba bank bukan saja berpengaruh terhadap tingkat bagi hasil untuk pemegang saham, tetapi juga berpengaruh terhadap bagi hasil yang diberikan kepada nasabah yang menyimpan dananya. Dengan demikian, kemampuan manajemen bank untuk melaksanakan fungsinya sebagai penyimpan harta, pengusaha, dan pengelola investasi yang profesional (*professional investment manager*) akan sangat menentukan kualitas usahanya sebagai lembaga perantara serta kemampuannya menghasilkan laba.²

Bank syariah terdiri atas Bank Umum Syariah dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah. Perbedaan pokok di antara keduanya adalah bahwa Bank Pembiayaan Rakyat Syariah adalah Bank Syariah yang dalam kegiatannya tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran, sedangkan Bank Umum Syariah adalah Bank Syariah yang di dalam kegiatan usahanya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. Berdasarkan hal tersebut, maka Bank Pembiayaan Rakyat Syariah tidak diperkenankan menerbitkan rekening giro, ikut dalam kegiatan kliring dan inkaso, penerbitan surat sanggup, dan jasa di bidang lalu lintas pembayaran lainnya.³ Pada bank konvensional penghimpunan dana dari masyarakat yang

² Gita Danupranata, *Manajemen Perbankan Syariah*, (Jakarta Selatan: Salemba Empat, 2013), hlm. 87.

³ Khotibul Umam, *Legislasi Fikih Ekonomi dan Penerapan Dalam Produk Perbankan Syari'ah Di Indonesia*, (Yogyakarta: BPFE, 2011), hlm. 12.

dilakukan dalam bentuk Tabungan, Deposito, dan Giro yang lazim disebut dengan dana pihak ketiga.

Dalam bank syariah penghimpunan dana dari masyarakat yang dilakukan tidak membedakan nama produk, tetapi melihat pada prinsip, yaitu prinsip *wadi'ah* dan prinsip *mudharabah*. Apapun nama produk, yang diperhatikan adalah prinsip yang dipergunakan atas produk tersebut, karena hal ini sangat terkait dengan besaran bagi hasil usaha yang akan diperhitungkan dalam pembagian bagi hasil usaha yang akan dilakukan antara pemilik dana/deposan (shahibul maal) dengan bank syariah sebagai mudharib. Untuk mengetahui lebih dalam tentang kedua prinsip tersebut, berikut dilakukan pembahasan tiap-tiap prinsip.⁴ Prinsip *wadi'ah* implikasi hukumnya sama dengan qardh, di mana nasabah bertindak sebagai yang meminjamkan uang dan bank bertindak sebagai peminjam. Prinsip ini dikembangkan berdasarkan ketentuan-ketentuan sebagai berikut:

- a. Keuntungan atau kerugian dari penyaluran dana menjadi hak milik atau ditanggung bank, sedangkan pemilik dan tidak dijanjikan imbalan dan tidak menanggung kerugian. Bank dimungkinkan memberikan bonus kepada pemilik dana sebagai suatu insentif.
- b. Bank harus membuat akad pembukaan rekening yang isinya mencakup ijin penyaluran dana yang disimpan dan persyaratan lain yang disepakati selama tidak bertentangan dengan prinsip syariah.

⁴ Wiroso, *Penghimpunan Dana dan Distribusi Hasil Usaha Bank Syari'ah*, (Jakarta: Grasindo, 2005), hlm. 19.

- c. Terhadap pembukaan rekening ini bank dapat mengenakan pengganti biaya administrasi untuk sekedar menutupi biaya yang benar-benar terjadi.
- d. Ketentuan lain yang berkaitan dengan rekening giro dan tabungan tetap berlaku selama tidak bertentangan prinsip syariah.⁵

Strategi pemasaran bank syariah merupakan suatu langkah-langkah yang harus ditempuh dalam memasarkan produk/jasa perbankan yang ditujukan pada peningkatan penjualan. Peningkatan penjualan tersebut diorientasikan pada: (1) produk *funding* (pengumpulan dana); (2) orientasi pada pelanggan; (3) peningkatan mutu layanan ; dan (4) meningkatkan *fee based income*. Dengan demikian strategi pasar merupakan hal penting dalam pemasaran bank syariah. yang dimaksud strategi pemasaran adalah penetapan secara jelas pasar bank syariah sehingga menjadi kunci utama untuk menerapkan elemen-elemen strategi lainnya. Untuk itu kita harus menyusun strategi pemasaran yang komprehensif, sehingga upaya pemasaran yang kita lakukan bisa optimal. Untuk itu kita harus mengkaji lebih jauh mengenai pemasaran itu sendiri.⁶

Produk Funding	Jumlah Nasabah
Tabungan Faedah	1.576

⁵ Mudrajad Kuncoro, *Manajemen Bank Syari'ah*, (Yogyakarta: (UPP) AMPYKPN, 2005), hlm. 88.

⁶ Muhammad, *Manajemen Bank Syariah*, (Yogyakarta: (UPP) AMPYKPN, 2005), hlm. 219&223.

Tabungan Haji	2.577
Tabungan Impian	170
TabunganKu	0
Giro <i>Wadi'ah</i>	0
Deposito	68

Tabel 1.1
Jumlah Nasabah Funding BRI Syariah KCP Purbalingga sampai bulan Oktober 2016.⁷

Berdasarkan tabel dia atas dapat disimpulkan bahwa tabungan faedah sampai bulan oktober 2016 yaitu 1.576 nasabah. itu tidak sebanding dengan tabungan haji yang lebih banyak yaitu 2.577 nasabah. Keadaan menunjukkan bahwa tabungn faedah di BRI Syariah Kcp Purbalingga masih sedikit.

BRI Syariah adalah salah satu lembaga keuangan yang masuk dalam bentuk bedasarkan prinsip syariah, yang beralamat di Jalan MT. Haryono No. 45 Purbalingga 53273. Dengan lokasi yang strategis, BRI Syariah menjadi salah satu alternatif nasabah untuk menabung atau pembiayaan dengan prinsip syariah. Berdasarkan latar belakang tersebut, maka penulis berkeinginan untuk mengkaji tentang strategi pemasaran produk tabungan faedah yang dilakukan oleh BRI Syariah KCP Purbalingga, maka dari itu penulis mengambil judul “**Strategi Pemasaran Produk Tabungan Faedah dengan Akad *Wadi'ah* di BRI Syariah KCP Purbalingga**”.

⁷ Dokumen BRI Syariah KCP Purbalingga tahun 2013

B. Rumusan Masalah

Melihat dari latar belakang masalah di atas masalah yang akan dicari jawabannya sehubungan dengan penelitian ini adalah bagaimana strategi pemasaran produk tabungan faedah dengan akad *wadi'ah* pada BRI Syariah KCP Purbalingga ?

C. Tujuan dan Manfaat Penulis Tugas Akhir

1. Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah yang penulis buat maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran produk tabungan faedah dengan akad *wadi'ah* di BRI Syariah KCP Purbalingga

2. Manfaat Penelitian

a. Bagi Peneliti

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tentang masalah yang sedang diteliti dan sebagai syarat guna untuk memenuhi dalam menempuh ujian program studi D III Manajemen Perbankan Syariah IAIN Purwokerto.

b. Bagi BRI Syariah Kcp Purbalingga

Untuk meningkatkan pemasaran tabungan faedah dan dapat memberikan sumbangan pemikiran sebagai pemasukan yang bermanfaat.

c. Bagi Akademik

Penelitian ini di harapkan menambahkan ilmu pengetahuan khususnya di bidang perbankan syariah.

d. Bagi Masyarakat

Untuk menambah informasi dan minat masyarakat tentang perbankan syariah.

D. Metode Penulisan Tugas Akhir

Metode penelitian merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu.⁸ Dalam menyusun Tugas Akhir ini penulis menggunakan beberapa penelitian.

1. Jenis Penelitian

Metode penelitian Tugas Akhir ini adalah penelitian lapangan dengan pendekatan kualitatif. Metode kualitatif dinamakan metode baru, karena popularitasnya belum lama dinamakan sebagai metode *postpositivistik* karena berlandaskan pada filsafat *postpositivisme*. Metode ini disebut juga sebagai metode *artistic*, karena proses penelitian lebih bersifat seni (kurang pola), dan disebut sebagai metode *interpretive* karena data hasil penelitian lebih berkenan dengan interpretasi terhadap data yang ditemukan di lapangan.⁹

2. Lokasi dan Waktu Penelitian

a. Lokasi

⁸ Sugiono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2015), hlm. 3.

⁹ *Ibid*, hlm. 13.

Lokasi penelitian Tugas Akhir Program Diploma Tiga (D III) MPS yaitu bertempat di PT BRI Syariah yang beralamat di Jalan MT. Haryono No. 45 Purbalingga.

b. Waktu Penelitian

Adapun waktu penelitian juga bersamaan dengan pelaksanaan Praktek Kerja Lapangan (PKL) Program Diploma Tiga (D III) MPS dimulai Senin, tanggal 03 Oktober 2016 sampai dengan Jumat, tanggal 04 November 2016.

3. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah:

a. Observasi

Observasi adalah teknik menuntut adanya pengamatan baik secara langsung maupun tidak langsung terhadap objek penelitiannya.¹⁰ Dalam penelitian ini penulis melakukan pengamatan secara langsung di lokasi BRI Syariah KCP Purbalingga, seperti pengamatan di bagian operasional, bagian marketing dan bagian administrasi.

b. Interview (wawancara)

Wawancara merupakan salah satu teknik pengumpulan data dalam metode survei melalui daftar pertanyaan yang di ajukan secara lisan

¹⁰ Husein Umar, *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, (Jakarta: PT Raja Grafindo, 2013), hlm. 51.

terhadap responden (objek).¹¹ Penulis melakukan wawancara langsung baik dengan pimpinan BRI Syariah KCP Purbalingga yaitu Bapak Eko Sulistyono yang terkait strategi pemasaran produk tabungan faedah dengan akad *wadi'ah*.

c. Dokumentasi

Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar atau karya-karya monumental dari seseorang.¹² Adapun sumber-sumber dokumentasi dalam penelitian ini berupa file produk-produk di BRI Syariah KCP Purbalingga.

4. Metode Analisis Data

Dalam penelitian dan pengembangan ada kegiatan analisis data kualitatif, bila metode pengumpulan data yang digunakan adalah dengan metode kualitatif, seperti wawancara mendalam, pengamatan dan studi dokumentasi. Penelitian untuk menemukan potensi dan masalah yang menggunakan metode kualitatif, maka analisis datanya akan menggunakan analisis kualitatif.¹³ Data yang diperoleh adalah antara data strategi pemasaran tabungan di BRI Syariah KCP Purbalingga.

E. Sistematika Pembahasan

¹¹ Rasady Ruslan, *Metode Penelitian Public Relation dan Komunikasi*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2004), hlm. 23.

¹² Sugiyono, *Metode Penelitian & Pengembangan Reseach and Development*, (Bandung: Alfabeta, 2016), hlm. 239.

¹³ *Ibid*, hlm. 366.

Guna mempermudah pemahaman isi Tugas Akhir ini, maka sistematika pembahasan penulis sebagai berikut ini :

Bab I Pendahuluan

Berisi tentang latar belakang masalah pengambilan judul strategi pemasaran produk tabungan faedah dengan akad *wadi'ah* di BRI Syariah KCP Purbalingga, rumusan masalah pengambilan judul strategi pemasaran produk tabungan faedah dengan akad *wadi'ah* di BRI Syariah KCP Purbalingga, tujuan dan kegunaan penelitian, teknik pengumpulan data, lokasi dan waktu penelitian serta sistematika pembahasannya.

Bab II Landasan Teori

Berisi tentang strategi pemasaran yang meliputi: pengertian strategi pemasaran, tujuan pemasaran, segmentasi pasar, sasaran pasar, bauran pemasaran (*marketing mix*). Tabungan faedah yang meliputi: pengertian tabungan, pengertian tabungan faedah, produk tabungan faedah. Akad *wadi'ah* yang meliputi: pengertian *wadi'ah*, landasan hukum, macam-macam *wadi'ah*, rukun dan syarat *wadi'ah* serta penelitian terdahulu yang berkaitan dengan strategi pemasaran produk tabungan faedah dengan akad *wadi'ah*.

Bab III Hasil Dan Pembahasan

- a. Pada bagian Hasil membahas tentang gambaran umum BRI Syariah KCP Purbalingga, meliputi sejarah singkat berdirinya BRI Syariah KCP Purbalingga, tujuan, visi dan misi, motto, budaya kerja, struktur organisasi,

tugas dan tanggung jawab, sistem operasional dan produk-produk yang ada di BRI Syariah KCP Purbalingga.

- b. Pada bagian pembahasan berisi tentang : strategi pemasaran produk tabungan faedah dengan akad wadi'ah di BRI Syariah KCP Purbalingga dan analisis strategi pemasaran produk tabungan faedah dengan akad *wadi'ah*.

Bab IV Penutup

Berisi tentang kesimpulan pembahasan dan saran-saran yang dijadikan sebagai sumbangan pemikiran guna memecahkan strategi pemasaran produk tabungan faedah dengan akad *wadi'ah*.



IAIN PURWOKERTO

BAB IV

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Berdasarkan Pembahasan yang telah penulis paparkan di bab sebelumnya tentang Strategi Pemasaran Produk Tabungan Faedah dengan Akad *Wadi'ah* di BRI Syariah KCP Purbalingga, dapat diambil kesimpulan :

1. Akad *wadi'ah* yang diterapkan di BRI Syariah KCP Purbalingga yaitu produk tabungan faedah, dimana simpanan dana nasabah pada bank, yang bersifat titipan dan penarikannya dapat dilakukan setiap saat dan terhadap tersebut bank tidak dipersyaratkan untuk memberikan imbalan kecuali dalam bentuk bonus secara sukarela.
2. Akad *Wadi'ah* produk tabungan faedah yang digunakan oleh BRI Syariah KCP Purbalingga adalah *wadi'ah ya dhamanah*.
3. Strategi pemasaran produk tabungan faedah yang digunakan di BRI Syariah KCP Purbalingga adalah metode pendekatan, strateginya yaitu strategi kekeluargaan, strategi jemput bola, strategi open table dan strategi grebeg pasar.
4. Strategi kekeluargaan yaitu hubungan kekeluargaan yang terjalin antara pihak bank terhadap pihak nasabah guna mempererat tali silaturahmi antara keduanya.

5. Strategi jemput bola yaitu nasabah tidak harus ke bank karna pihak marketing BRI Syariah KCP Purbalingga yang akan mendatangi nasabah secara langsung untuk nasabah yang ingin menabung produk tabungan faedah.
6. Strategi open table yaitu pembukaan stand diperusahaan yang bekerjasama dengan BRI Syariah KCP Purbalingga guna mempermudah nasabah untuk menabung ataupun untuk calon nasabah yang ingin membuka produk tabungan faedah.
7. Strategi grebeg pasar yaitu kegiatan pencarian nasabah di pasar tradisional, dimana semua marketing terjun secara langsung untuk menawarkan produk tabungan faedah ke pedagang-pedagang yang ada di pasar.

B. SARAN

Dari hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan diatas, penulis dapat mengemukakan saran sebagai berikut:

1. Untuk lebih meningkatkan Strategi Pemasaran hendaknya BRI Syari'ah mengadakan pembukaan stand di event-event yang ada di Purbalingga, untuk menambahkan jumlah nasabah tabungan faedah dan masyarakat bisa lebih mengetahui tentang BRI Syariah KCP Purbalingga dan produk-produknya.
2. Untuk fasilitas hendaknya lebih dilengkapi lagi seperti pertambahannya mesin ATM dan pertambahannya kantor cabang, agar nasabah yang ingin mengambil uang di ATM atau nasabah yang ingin membuka tabungan faedah tidak terlalu jauh.

DAFTAR PUSTAKA

Buku :

- Ali, Zainuddin, 2010, *Hukum Perbankan Syari'ah*, Jakarta: Sinar Grafika.
- Antonio, Muhammad Syafi'I, 2001, *Bank Syari'ah dari Teori ke Pratik*, Jakarta: Tazkia Cendekia.
- Assauri, Sofjan, 1990, *Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep, dan Strategi*, Jakarta: Rajawali Pers.
- Dahlan, Ahmad, 2012, *Bank Syari'ah teorotik, praktik, kritik*, Yogyakarta: Teras..
- Danupranata, Gita, 2013, *Manajemen Perbankan Syariah*, Jakarta Selatan: Salemba Empat.
- Departemen Agama Republik Indonesia. 2009. *Al-Qur'an Transliterasi Perkata dan Terjemahan Perkata*, Jakarta Timur: Suara Agung.
- Ismail, 2011, *Perbankan Syari'ah*, Jakarta: Kencana.
- Janwari, Yadi, 2015, *Lembaga Keuangan Syari'ah*, Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Kotler, Philip, 1981, *Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan dan Pengendalian*, Jakarta: Erlangga.
- _____, 1993, *Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*, Jakarta: Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Kuncoro, Mudrajad, 2005, *Manajemen Bank Syari'ah*, Yogyakarta: (UPP) AMPYKPN.
- Laksana, Fajar, 2008, *Manajemen Pemasaram Pendekatan Praktis*, Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Muhammad, 2005, *Manajemen Bank Syari'ah*, Yogyakarta: (UPP) AMPYKPN.
- Ruslan, Rasady, 2004, *Metode Penelitian Public Relation dan Komunikasi*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada..
- Sugiyono, 2015, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta.

_____, 2016, *Metode Penelitian & Pengembangan Research and Development*, Bandung: Alfabeta.

Suhendi, Hendi, 2008, *Fiqh Muamalah*, Jakarta: Raja Grafindo Persada.

Sumarni, Murti, 2002, *Manajemen Pemasaran Bank*, Yogyakarta: Liberty Yogyakarta.

Tjptiono, Fandy, 2012, *Pemasaran Strategik*, Yogyakarta: Andi.

Umam, Khotibul, 2011, *Legislasi Fikih Ekonomi dan Penerapan Dalam Produk Perbankan Syariah Di Indonesia*, Yogyakarta: BPF.

Wiroso, 2005, *Penghimpunan Dana dan Distribusi Hasil Usaha Bank Syari'ah*, Jakarta: Grasindo.

Dokumen :

Brosur Cash Management System BRISyariah.

Brosur Deposito BRISyariah.

Brosur EDC Mitra Payment Point BRISyariah.

Brosur Giro BRI Syariah iB BRISyariah

Brosur Mobile BRIS 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 KCP Purbalingga.

Dokumen BRISyariah tahun 2012.

Dokumen BRISyariah tahun 2013.

Skripsi/Tugas Akhir :

Ika Rizky Fitriana, 2013, “Pemasaran Produk Tabungan Faedah di Bank BRI Syari’ah Kci Gubeng Surabaya”, Skripsi, IAIN Sunan Ampel, (online), (<http://digilib.uinsby.ac.id>),..., diakses 06 Januari 2017.

Musrifah, 2016, “Implemestasi bauran pemasaran (marketing mix) pada tabungan faedah di BRI Syari’ah Kcp Ajibarang”, Tugas Akhir, IAIN Purwokerto.

Noflim Trisna Ayuningsih, 2014, “Streategi Public Relation PT. BRI Syari’ah dalam Mempromosikan Produk Tabungan Faedah”,Skripsi, UIN Syarif Hidayatuallah, (online), (<http://repository.uinjkt.ac.id>),..., diakses 06 Januari 2017.

Rajiq Nasrulloh, 2015, “Strategi Pemasaran Tabungan IB Insani di BPRS Gunung Slamet Cilacap”, Tugas Akhir, IAIN Purwokerto.

Lain-lain :

www.brisyariah.co.id diakses pada tanggal 05 Januari 2017.

www.brisyariah.co.id, diakses 08 Januari 2017.



IAIN PURWOKERTO