

**UPAYA MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH MELALUI STRATEGI
PEMASARAN PRODUK TABUNGAN PENDIDIKAN
BPRS IKHSANUL AMAL GOMBONG KEBUMEN**



LAPORAN TUGAS AKHIR

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
(FEBI) IAIN Purwokerto untuk memenuhi salah satu
syarat guna memperoleh gelar Ahli Madya

Oleh:

Hanan Umi Halimah
Nim: 1423204021

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

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK	ix
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	xi
DAFTAR ISI.....	xv
DAFTAR TABEL.....	xvii
DAFTAR GAMBAR.....	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
BAB IPENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Manfaat Penelitian Tugas Akhir	6
D. Metode Penelitian.....	7
1. Jenis Penelitian.....	7
2. Teknik Pengumpulan Data.....	8
3. Metode Analisa Data.....	10
BAB II TELAAH PUSTAKA	12
A. Kajian Teori	12
1. Pemasaran	12
a. Pengertian Pemasaran	12
b. Konsep Pemasaran	16
c. Strategi Pemasaran.....	19
2. <i>Wadi'ah</i>	21
a. Pengertian <i>Wadi'ah</i>	21
b. Landasan Syariah	23
c. Rukun dan Syarat <i>Wadi'ah</i>	23
3. Tabungan <i>Wadi'ah</i>	24
a. Tabungan <i>Wadi'ah Yad al-Amanah</i>	25
b. Tabungan <i>Wadi'ah Yad Damanah</i>	26
B. Penelitian Terdahulu	28
BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN	31
A. Gambaran Umum BPRS Ikhsanul Amal Gombang	31
1. Sejarah Singkat BPRS Ikhsanul Amal Gombang.....	31
2. Visi dan Misi BPRS Ikhsanul Amal	34
3. Struktur Organisasi BPRS Ikhsanul Amal Gombang...	35
B. Produk-produk BPRS Ikhsanul Amal Gombang	56
1. Produk <i>Funding</i>	56
2. Produk <i>Financing</i>	60
C. Strategi Pemasaran Produk Tabungan Pendidikan BPRS Ikhsanul Amal	61

D. Peningkatan Jumlah Nasabah Tabungan Pendidikan BPRS Ikhsanul Amal	67
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN.....	70
A. Kesimpulan	70
B. Saran.....	71
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	
RIWAYAT HIDUP	



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Bank adalah suatu lembaga yang mendapat izin untuk mengerahkan dana masyarakat berupa pinjaman sehingga ia berfungsi perantara nasabah penyimpanan dana dan pemakai akhir.¹ Bank juga termasuk perusahaan industri jasa karena produknya hanya memberikan pelayanan jasa kepada masyarakat.

Di Indonesia lembaga keuangan bank dibagi menjadi dua jenis, yaitu bank yang bersifat konvensional dan bank yang bersifat syariah. Bank konvensional adalah bank yang kegiatan operasionalnya menggunakan sistem bunga, berbeda dengan konvensional bank syariah tidak menggunakan bunga pada sistem operasionalnya akan tetapi bank syariah memberikan pembiayaan dan jasa-jasa serta peredaran disesuaikan dengan prinsip syariah yang berlandaskan al-qur'an dan hadist.²

Perbankan syariah saat ini perkembangannya begitu pesat terbukti dengan banyak berdirinya lembaga keuangan berbasis syariah. Didirikannya bank syariah dilatarbelakangi oleh keinginan umat Islam untuk menghindari riba dalam kegiatan muamalahnya serta memperoleh kesejahteraan lahir batin melalui kegiatan muamalah yang sesuai dengan perintah agamanya. Indonesia yang mayoritas penduduknya beragama Islam terbesar di dunia

¹ Khaerul Umam, *Manajemen Perbankan Syariah*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2013), hlm. 15.

² Zubairin Hasan, *Undang-Undang Perbankan Syariah*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2009), hlm. 7.

telah menjalankan perbankan syariah yang diharapkan dapat memberikan kemudahan-kemudahan dan jasa-jasa perbankan kepada semua umat Islam dan penduduk Indonesia yang beroperasi tanpa riba.³

Pada Undang-undang No. 21 Tahun 2008 tentang perbankan syariah disebutkan, bahwa bank syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah. Adapun bank syariah merupakan lembaga keuangan mempunyai peran sebagai lembaga perantara (*financial intermediary*), yaitu menghimpun dana dari masyarakat yang mengalami kelebihan dana (*surplus*) dan menyalurkannya kembali kepada masyarakat yang membutuhkan dana (*deficit*).⁴ Bank syariah juga bisa disebut dengan *islamic bank* atau *interest free banking*, yaitu suatu sistem perbankan dalam pelaksanaan operasional tidak menggunakan sistem bunga (*riba*), spekulasi (*maisir*), dan ketidak pastian atau ketidak jelasan (*gharar*).

Dengan semakin berkembangnya perekonomian di Indonesia dan ketertarikan masyarakat dalam bermuamalah secara syar'i, mendorong berkembangnya perbankan syariah di Indonesia. Untuk memenuhi kebutuhan serta menciptakan pemerataan ekonomi di tingkat daerah maupun lokal dan tuntutan bermuamalah secara Islam, maka lahirlah Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS). Sebagai peraturan pelaksanaannya Bank Indonesia mulai tahun 1999 mengeluarkan Peraturan Bank Indonesia tentang bank syariah. Bank Indonesia merevisi aturan BPRS, ketentuan baru ini dibuat untuk memberikan landasan hukum yang lebih jelas mengenai

³ Wiji Nurastuti, *Teknologi Perbankan*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011), hlm. 38.

⁴ Muhamad Djumhana, *Hukum Perbankan di Indonesia*, (Bandung: PT Citra Aditya Bakti, 2003), hlm. 204.

syarat dan tata cara pendirian BPRS. Aturan baru ini tertuang dalam Peraturan Bank Indonesia Nomor 11/23/PBI/2009 tentang BPRS yang mulai berlaku pada 1 juli 2009.⁵

Dalam operasionalnya, setiap produk lembaga keuangan syariah menggunakan akad penghimpun dana maupun penyaluran dana. Bentuk-bentuk produk penghimpunan dana dapat berupa tabungan dan deposito dengan menggunakan prinsip *wadi'ah*, *mudharabah*.

Sedangkan pada penyaluran dana dalam lembaga keuangan syariah adalah berbentuk pembiayaan. Produk pembiayaan yang dilakukan oleh lembaga keuangan syariah pada prinsipnya dapat digolongkan sebagai berikut:⁶

1. Pembiayaan dengan prinsip bagi hasil, yaitu *Musyarakah* dan *Mudharabah*.
2. Pembiayaan dengan prinsip jual beli (piutang), yaitu *Murabahah* dan *Salam*.
3. Pembiayaan dengan prinsip sewa, yaitu *Ijarah* dan *Ijarah Muntahiyah Bit Tamlik*.
4. Pinjaman *Qord*

Pelaksanaan pembiayaan pada bank syariah umumnya dicakup dalam bagian pemasaran, hal ini sesuai dengan fungsi bagian pemasaran sebagai aparat manajemen yang ditugaskan untuk membantu Direksi dalam

⁵ Malayu S. & P Hasibuan , *Dasar-DasarPerbankan*, (Jakarta: PT. BumiAksara, 2001), hlm. 38-40.

⁶ Ahmad Dahlan, *Bank Syariah*, (Yogyakarta: Teras, 2012), hlm. 123.

menangani tugas-tugas khususnya yang menyangkut bidang marketing dan pembiayaan.

Di BPRS Ikhsanul Amal Gombang, terdapat produk-produk yang dapat memfasilitasi kebutuhan masyarakat dalam produk pembiayaan, seperti Pembiayaan *Musyarakah*, Pembiayaan *Mudharabah*, Pembiayaan *Murabahah*.⁷ Sedangkan dalam produk penghimpun dana, macam produknya lebih banyak dan lebih bervariasi, seperti Tabungan iB Umum, Tabungan iB Pendidikan, Tabungan iB Qurban, Tabungan iB Haji dan Umrah.

Banyaknya varian produk merupakan salah satu upaya BPRS Ikhsanul Amal untuk menarik nasabah. Berlatar belakang persaingan antar lembaga keuangan yang semakin ketat dalam menarik nasabah, maka dibutuhkan upaya lebih baik sehingga tujuan yang diharapkan oleh lembaga tersebut akan tercapai.

Pada umumnya orang mengasumsikan mengenai pemasaran hanya memasarkan barang yaitu menjual agar barang laku terjual. Hal tersebut hanyalah sebagian kecil saja dari kegiatan pemasaran, sejatinya pemasaran memiliki cakupan kegiatan yang lebih luas meliputi perumusan jenis produk, bagaimana cara menyalurkan produk kepada konsumen, seberapa tinggi harga yang harusnya ditetapkan terhadap produk tersebut dan cocok tidaknya dengan kondisi konsumennya, bagaimana cara promosi untuk mengkomunikasikan produk tersebut kepada konsumen, serta bagaimana

⁷ Wawancara dengan, Sri Wijayanti, SH. Selaku Kepala *Bagian Operasional* di PT. BPRS Ikhsanul Amal, tanggal 02 Februari 2017, 12.00.

mengatasi kondisi persaingan yang dihadapi oleh perusahaan dan sebagainya.⁸

Dari uraian di atas penulis tertarik mengkaji lebih dalam bagaimana upaya yang harus dilakukan untuk dapat meningkatkan jumlah nasabah dengan menggunakan salah satu produk *funding* BPRS Ikhsanul Amal, yaitu produk Tabungan Pendidikan. Produk ini merupakan produk tabungan pendidikan khusus untuk pelajar dan mahasiswa, berlatar belakang usia pelajar yang belum memiliki KTP serta mengajak pelajar untuk menabung, produk Tabungan Pendidikan hadir untuk memenuhi kebutuhan pendidikan.

Semenjak produk ini beroperasi, Tabungan Pendidikan belum bisa dikategorikan sebagai produk yang diminati masyarakat. Terbukti dari total nasabah di produk ini hanya mencapai 2,63% saja dari total nasabah tabungan di BPRS Ikhsanul Amal.⁹ Meski demikian jumlah nasabah dalam produk ini tetap stabil, dengan tidak adanya peningkatan atau penurunan yang signifikan.¹⁰ Produk Tabungan Pendidikan dilihat dari jumlah nasabahnya dari tahun ke tahun masih sedikit peminatnya, beberapa kendala mungkin dirasa dalam produk ini dan perlu adanya pembenahan secara menyeluruh, melihat produk ini masih lemah untuk bersaing dengan produk *funding* lainnya dari segi pelayanan maupun kenyamanan. Penulis juga merasa mungkin ada suatu kekurangan yang terdapat pada produk ini, maka

⁸ M. Alqaoud Latifa dan Mervyn K. Lewis, *Perbankan Syariah*, (Jakarta: PT Serambi Ilmu Semesta, 2004), hlm. 48.

⁹ Wawancara dengan, Sri Wijayanti, SH. Selaku Kepala *Bagian Operasional* di PT. BPRS Ikhsanul Amal, tanggal 02 Februari 2017, 12.00.

¹⁰ Sofyan S. Harahap, Wirosom, Muhamad Yusuf, *Akuntansi Perbankan Syariah*, (Jakarta: LPFE Usakti, 2005), hlm. 74.

dari itu penulis tertarik menggunakan produk tersebut untuk dijadikan laporan penulisan Tugas Akhir dengan judul “Upaya Meningkatkan Jumlah Nasabah Melalui Strategi Pemasaran Produk Tabungan Pendidikan Di PT. BPRS Ikhsanul Amal Gombang.”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas, dapat diambil rumuan masalahnya, sebagai berikut: Bagaimana upaya meningkatkan jumlah nasabah melalui strategi pemasaran produk tabungan pendidikan di BPRS Ikhsanul Amal Gombang?

C. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian diharapkan dapat bermanfaat bagi berbagai pihak :

1. Manfaat Praktis (Manajemen PT. BPRS Ikhsanul Amal Gombang)

Hasil penelitian dapat dijadikan acuan bagi pihak manajemen PT. BPRS Ikhsanul Amal Gombang. Damai untuk mengetahui pengaruh tingkat bagi hasil terhadap penghimpunan dana deposito mudharabah.

2. Manfaat Teoritis

Dalam manfaat teoritis terdapat 3 hal yang mendapat manfaat tersebut yaitu :

a. Bagi Penulis

Dengan melakukan penelitian penulis memperoleh pengalaman dan ilmu pengetahuan baru tentang bagaimana pengaruh tingkat bagi hasil terhadap penghimpunan dana deposito mudharabah.

b. Bagi Universitas

Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan gambaran dan memberikan tambahan informasi maupun referensi bagi penelitian selanjutnya.

c. Bagi Perbankan

Penelitian ini diharapkan bermanfaat sebagai bahan masukan dalam menetapkan strategi usaha dimasa yang akan datang.

d. Bagi Pemerintah

Penelitian ini diharapkan bermanfaat sebagai pertimbangan dalam memutuskan kebijakan yang terkait dengan perbankan.

e. Bagi Calon Nasabah dan Calon Debitur

Penelitian ini diharapkan bermanfaat sebagai bahan pertimbangan dan referensi untuk memilih sistem perbankan mana yang tepat yang dapat memberikan pelayanan yang memuaskan dan menguntungkan.

D. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis metode ini menggunakan metode penelitian yang penulis gunakan adalah metode penelitian kualitatif bersifat mengembangkan teori,¹¹ dengan mengumpulkan data-data, seperti arsip, brosur-brosur,

¹¹ Sutrisno Hadi, *Metode Research*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2000), hlm 42.

buku, serta melakukan wawancara intensif dan observasi untuk dianalisa agar dapat agar supaya mendapat hasil yang kualitatif.

Dalam hal ini penulis menyusun dan menjelaskan data-data yang telah penulis dapat dari observasi di BPRS Ikhsanul Amal Gombang.

2. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data yang penulis gunakan adalah sebagai berikut:

a. Observasi

Teknik observasi adalah pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap gejala yang tampak pada objek penelitian.¹² Teknik pelaksanaan observasi dapat dilakukan secara langsung dengan pengamatan secara langsung bersama objek yang diselidiki dan tidak langsung dengan pengamatan yang dilakukan tidak pada saat berlangsungnya suatu peristiwa yang diselidiki.

Dalam menjalankan observasi produk tabungan pendidikan dilakukan saat mengikuti pelaksanaan PKL di BPRS Ikhsanul Amal dengan meninjau langsung praktek lapangan seperti mengandalkan pola pemasaran tradisional yaitu dengan menggunakan sistem jemput bola, promosi melalui brosur sehingga calon nasabah mengetahui produk-produk yang ditawarkan di BPRS Ikhsanul Amal baik produk dana maupun pembiayaan dan calon nasabah bisa mengetahui keberadaan BPRS Ikhsanul Amal, melakukan sosialisasi secara langsung untuk promosi kepada calon nasabah, menentukan

¹² Burhan Asaf, *Metode Penelitian Hukum*, (Jakarta: Rineka Cipta, 1998), hlm.26.

target baru atau sasaran baru, mengajukan proposal penawaran kerjasama dalam pengelolaan tabungan dengan sekolah-sekolah, khususnya pelajar dan mahasiswa, melakukan promo dengan adanya hadiah yang akan diberikan.

Selain itu, strategi lain yang dilakukan perusahaan adalah peningkatan dalam pelayanan nasabah. Karyawan dituntut untuk member kenyamanan kepada nasaba. Pelayanan atau layanan unggulan adalah bagaimana memberikan layanan maksimal kepada nasabah dalam mengatasi permasalahan yang muncul secara professional. Pelayanan ini kemudian akan memberikan kesan kepada nasabah sehingga mereka akan seterusnya datang kembali untuk membeli produk di BPRS Ikhsanul Amal.

b. Wawancara

Wawancara adalah teknik pengumpulan data dengan melakukan *interview* pada satu atau beberapa orang yang bersangkutan. Secara sederhana interview diartikan sebagai alat pengumpulan data dengan mempergunakan Tanya jawab antara pencari informasi dan sumber informasi.

Untuk mendapatkan informasi secara lebih lengkap bagi guna keperluan data-data penelitian untuk laporan Tugas Akhir, penulis melakukan wawancara secara langsung dengan manajer operasional

Sri Wijayanti, SH dan marketing Hendra Prasetyadi di BPRS Ikhsanul Amal Gombong.¹³

c. Dokumentasi

Teknik dokumentasi adalah cara mengumpulkan data melalui peninggalan tertulis, terutama berupa arsip-arsip dan termasuk juga buku-buku tentang pendapat, teori, dalil, hukum-hukum dan lain-lain yang berhubungan dengan masalah penyelidikan.¹⁴

Adapun sumber-sumber dokumentasi tersebut berasal dari dokumen-dokumen yang dimiliki oleh BPRS Ikhsanul Amal Gombong, seperti arsip-arsip, formulir-formulir dokumen transaksi yang digunakan untuk transaksi produk tabungan pendidikan. Selain meminta dokumen-dokumen langsung dari bank seperti brosur produk, formulir permohonan pembukaan tabungan dan slip setoran. Penulis juga mengambil beberapa referensi dari browsing di internet. Seluruh dokumen-dokumen di atas berfungsi untuk mendukung informasi-informasi yang diperlukan atau tambahan guna penyusunan laporan Tugas Akhir ini.

3. Metode Analisa Data

Analisis data dapat diartikan sebagai cara melaksanakan analisis terhadap data, dengan tujuan mengelola data tersebut untuk menjawab

¹³ Wawancara dengan Sri wijayanti, SH. selaku *Kepala Bagian Operasional* dan Moh Irham Estiawan, S. Pt. selaku *Satuan Pengawas Syariah* di PT. BPRS Ikhsanul Amal Gombong, tanggal 2 Februari 2017, 12.00.

¹⁴ Soeratno dan Lincoln Arsyad, *Metode Penelitian untuk Ekonomi dan Bisnis*, (Yogyakarta: UPP AMP YKPN, 1988), hlm. 95.

rumusan masalah.¹⁵ Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan metode deskriptif analisis, yakni merupakan metode penelitian yang bertujuan untuk memberikan gambaran umum tentang subyek penelitian berdasarkan data dan variable yang diperoleh dari kelompok subyek yang diteliti.

Data-data yang diperoleh kemudian penulis analisis antara datastrategi pemasaran produk tabungan pendidikan dengan teori dan konsep yang ada.



¹⁵ V.Wiratna Sujarweni, *Metode Peelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Baru, 014), hlm. 33.

BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan yang telah penulis lakukan mengenai upaya meningkatkan jumlah nasabah melalui produk tabungan pendidikan di BPRS Ikhsanul Amal Gombang, dapat diambil kesimpulan upaya meningkatkan nasabah melalui tabungan pendidikan di BPRS Ikhsanul Amal Gombang sebagai berikut:

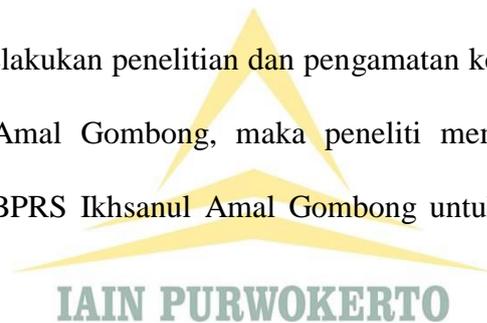
- a) Mengandalkan pola pemasaran tradisional yaitu dengan menggunakan sistem jemput bola.
- b) Promosi melalui brosur, sehingga calon nasabah mengetahui produk-produk yang ditawarkan di BPRS Ikhsanul Amal baik produk dana maupun pembiayaan dan calon nasabah bisa mengetahui keberadaan BPRS Ikhsanul Amal.
- c) Melakukan sosialisasi secara langsung untuk promosi kepada calon nasabah
- d) Menentukan target baru atau sasaran baru
- e) Mengajukan proposal penawaran kerjasama dalam pengelolaan tabungan dengan sekolah-sekolah, khususnya pelajar dan mahasiswa.
- f) Melakukan promo dengan adanya hadiah yang akan diberikan.

Selain itu, strategi lain yang dilakukan perusahaan adalah peningkatan dalam pelayanan nasabah. Karyawan dituntun untuk

member kenyamanan kepada nasaba. Pelayanan atau layanan unggulan adalah bagaimana memberikan layanan maksimal kepada nasabah dalam mengatasi permasalahan yang muncul secara professional. Pelayanan ini kemudian akan memberikan kesan kepada nasabah sehingga mereka akan seterusnya datang kembali untuk membeli produk di BPRS Ikhsanul Amal.

B. Saran

Setelah melakukan penelitian dan pengamatan keadaan serta situasi di BPRS Ikhsanul Amal Gombang, maka peneliti memberikan saran yang bermanfaat bagi BPRS Ikhsanul Amal Gombang untuk kedepannya, antara lain:



1. Di BPRS Ikhsanul Amal Gombang penambahan karyawan itu penting dilakukan khususnya dibagian *marketing*, karena untuk mendorong meningkatnya jumlah nasabah khususnya tabungan pendidikan.
2. Untuk lebih efektif, BPRS Ikhsanul Amal Gombang harus lebih meningkatkan strategi promosi pada produk tabungan pendidikan tidak hanya mengandalkan pola pemasaran tradisional yaitu dengan sistem jemput bola, brosur, sosialisasi secara langsung saja. Tetapi harus mewujudkan perencanaan promosinya berupa pemberian souvenir menarik bagi nasabah yang membuka rekening produk tabungan pendidikan secepatnya, karena promosi ini bagus dalam menarik minat nasabah.

3. Setelah mendapatkan nasabah yang ditargetkan sebaiknya BPRS Ikhsanul Amal Gombang tetap menjaga hubungan baik dengan para nasabahnya. Apabila tidak dijaga dengan baik, bisa saja nasabah tersebut berpaling dengan bank syariah yang lain.
4. Agar penabung mau menyimpan uangnya di bank, maka pihak BPRS Ikhsanul Amal Gombang memberikan sarana promosi dan perangsang berupa undian berhadiah.
5. BPRS ikhsanul Amal Gombang harus lebih proaktif memberikan penjelasan kepada masyarakat mengenai kebaikan kegiatan penyerapan dana khusus tabungan pendidikan.
6. Agar pihak BPRS Ikhsanul Amal Gombang lebih menjelaskan arti dan tujuan masing-masing tabungan khususnya tabungan pendidikan, karena masyarakat awam masih tabu dalam hal ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Adiwarman A. Karim, *BANK ISLAM Analisis Fiqih dan Keuangan*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2004.
- Alqound, Latifa M. dan Lewis, Mervyn K. *Perbankan Syariah*. Jakarta: PT Serambi Ilmu Semesta, 2004
- Ansori, Abdul Ghofur. *Pembentukan Bank Syariah Melalui Akuisisi Dan Konversi*. Yogyakarta: UII Pres Yogyakarta, 2010
- Asof, Burhan. *Metode Penelitian Hukum*, Jakarta: Rineka Cipta, 1998
- Basu Swastha, *Azas-Azas Marketing*, Yogyakarta: Liberty Offset Yogyakarta, 2007
- Bob Susanto, "Pengertian Pemasaran Menurut Para Ahli Lengkap", diakses dari <http://www.seputarpengetahuan.cm/2015/03/pengertian-pemasaran-menurut-para-ahli-lengkap.html>
- Dahlan, Ahmad. *Bank Syariah*. Yogyakarta: Teras, 2012
- Djumhana, Muhamad. *Hukum Perbankan di Indonesia*. Bandung: PT Citra Aditya Bakti, 2003
- Darmawi, Herman. *Pasar Finansial dan Lembaga-Lembaga Finansial*. Jakarta: PT Bumi Aksara
- Hadi, Sutrisno. *Metode Research*, Yogyakarta: Andi Offset, 2000
- Harahap, Sofyan S. Wirosom, Muhamad Yusuf, *Akutansi Perbankan Syariah*. Jakarta: LPFE Usakti, 2005
- Hasan, Zubairin. *Undang-Undang Perbankan Syariah*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2009
- Karim, Helmi, *fiqh muamalah*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 1997.
- Lestari, Rahayu. *Dasar dan Prinsip Pengawasan Bank*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2004
- Muljono, Teguh Pudjo. *Bank Budgeting*. Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta, 1996
- Nurastuti, Wiji. *Teknologi Perbankan*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011

S, Malayu. &Hasibuan P, *Dasar-DasarPerbankan*. Jakarta: PT. BumiAksara, 2001

SoeratnodanLincolnArsyad, *MetodePenelitianuntukEkonomidanBisnis*, Yogyakarta: UPP AMP YKPN, 1988

Simorangkir, *PengantarLembagaKeuangan Bank &Non Bank*.Bogor: Ghalia Indonesia, 2000

Sujarweni, V.Wiratna. *MetodePeelitian*, Yogyakarta: PustakaBaru, 014

Umam, Khaerul. *Manajemen Perbankan Syariah*. Bandung: CV Pustaka Setia, 2013

Wawancarakepada marketing Account Officer PT. BPRS IkhsanulAmalGombong

WawancarakepadaManajerOperasional PT. BPRS IkhsanulAmalGombong

