



Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan BSI KUR Kecil KCP Kabanjahe

Cindy Anggreni

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

Khairina Tambunan

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

Alamat: Jl. William Iskandar Ps. V, Medan Estate, Kec. Percut Sein Tuan, Kab. Deli Serang
Sumatera Utara

Korespondensi penulis: cindyanggraini@gmail.com

Abstrak. *A company's marketing strategy is a plan created to help it promote its brand to as many people as possible in order to meet its objectives, which often include customer and sales targets. The entire workforce must be involved for the organization to be able to achieve its goals. As part of its operations, the bank offers financing that can improve both the financial situation of its clients and its bottom line, enabling it to carry out its core functions of fund collection and distribution. The purpose of this study is to learn more about the financial services offered by Bank Syariah Indonesia KCP Kabanjahe. to learn more about Bank Syariah Indonesia KCP Kabanjahe's financing product marketing approach. The study's findings demonstrate that Bank Syariah Indonesia KCP Kabanjahe provides consumers with financing options. A marketing plan for financing products has been put in place by Bank Syariah Indonesia so that they can be known and draw in potential consumers.*

Keywords: Marketing Strategy; Financing Product; Bank Syariah Indonesia

Abstrak. *Strategi pemasaran suatu perusahaan adalah rencana yang dibuat untuk membantunya mempromosikan mereknya kepada sebanyak mungkin orang untuk mencapai tujuannya, yang sering kali mencakup target pelanggan dan penjualan. Seluruh tenaga kerja harus dilibatkan agar organisasi dapat mencapai tujuannya. Sebagai bagian dari operasinya, bank ini menawarkan pembiayaan yang dapat memperbaiki situasi keuangan nasabah dan keuntungannya, sehingga memungkinkan bank untuk menjalankan fungsi inti pengumpulan dan distribusi dana. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui lebih jauh mengenai layanan keuangan yang ditawarkan oleh Bank Syariah Indonesia KCP Kabanjahe. untuk mempelajari lebih lanjut pendekatan pemasaran produk pembiayaan Bank Syariah Indonesia KCP Kabanjahe. Temuan penelitian menunjukkan bahwa Bank Syariah Indonesia KCP Kabanjahe memberikan pilihan pembiayaan kepada konsumen. Rencana pemasaran produk pembiayaan telah dilakukan oleh Bank Syariah Indonesia agar dapat dikenal dan menarik calon konsumen.*

Kata Kunci: Strategi Pemasaran; Produk Pembiayaan; Bank Syariah Indonesia

PENDAHULUAN

Lembaga keuangan syariah berperan penting dalam pertumbuhan perekonomian nasional dan memberikan landasan bagi pembangunan ekonomi. Hal ini karena peran utama lembaga keuangan Islam adalah menjadi mediator antara mereka yang memiliki uang dan mereka yang membutuhkan atau antara mereka yang memiliki uang dan mereka yang membutuhkan uang, dengan secara efektif dan efisien mengumpulkan dan mentransfer uang masyarakat untuk memenuhi kebutuhan. kebutuhan negara.

Ulama menggaris bawahi bahwa syariah mencakup lebih dari sekedar masalah hukum. Syariah mengatur semua aspek kehidupan seorang Muslim serta standar moral, perilaku yang baik, dan peraturan yang baik di ruang privat dan publik. Setiap transaksi ekonomi dilakukan

sesuai dengan hukum dan prosedur syariah, yang sering digunakan untuk memberikan arahan di bidang ekonomi dan keuangan Islam. Syariah juga memberikan gambaran tentang ciri-ciri produk keuangan yang sejalan dengan prinsip Islam.

Berkat terdapatnya BSI sebagai anggota BUMN, produk pembiayaan KUR menjadi salah satu opsi pembiayaan yang ditawarkan perseroan saat ini. Kredit Usaha Rakyat (KUR) berupaya meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Selain di dalam terkait kekayaan pribadi, hadirnya program KUR juga mendorong pertumbuhan Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia, mengingat mayoritas pelaku usaha adalah Usaha Kecil, Mikro, dan Menengah. Penyaluran KUR kepada usaha kecil Usaha Mikro dan Menengah (UMKM) yang menjadi nasabahnya memberikan kontribusi yang signifikan terhadap perekonomian Indonesia dan penciptaan lapangan kerja.

Sebagai organisasi keuangan, bank memainkan peran penting dalam pertumbuhan dan kemajuan suatu bangsa. Dengan berdirinya bank ekonomi, fungsi ini akan tercapai, dan selama bank menjalankan operasi komersialnya, bank tidak hanya mencari keuntungan tetapi juga meningkatkan kualitas hidup nasabahnya. Bank berfungsi sebagai lembaga perantara, berperan sebagai penyalur penyaluran pinjaman yang diberikan kepada masyarakat dan pengumpulan uang dari masyarakat (Kasmir, 2014). Bank memiliki tujuan unik sebagai agen pendorong, dengan motivasi utama mereka adalah keyakinan bahwa masyarakat secara keseluruhan mampu mengumpulkan dan mengalokasikan uang. Kemudian Bank syariah dan bank konvensional adalah dua kategori bank yang termasuk dalam kategori ini. Bank Syariah adalah perusahaan yang menjalankan usahanya berdasarkan prinsip syariah dan hukum Islam, kegiatan bank syariah dalam menyelenggarakan jasa lalu lintas pembayaran.

Dengan menyediakan barang-barang yang ideal bagi masyarakat, Bank Syariah Indonesia hadir salah satu produk pembiayaan yang ditawarkannya adalah produk pembiayaan BSI Kur Kecil. Di mana opsi pembiayaan BSI Kur Kecil ini dapat membantu pemilik usaha dalam memperoleh pendanaan bank untuk modal kerja dan investasi. Mengingat keadaan di Indonesia saat ini. Dukungan keuangan diperlukan untuk sebuah perusahaan, tetapi tidak semuanya. Bank merupakan salah satu sumber pendanaan bagi para pelaku bisnis.

Sesuai dengan Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2011, salah satu tanggung jawab OJK adalah mengawasi dan mengatur penyelenggaraan jasa keuangan di sektor perbankan akibatnya, pelanggan ingin membiayai di bank. prosedur BI checking yang prosesnya terlebih dahulu dilakukan sesuai syariah Indonesia. Hal ini dilakukan untuk mengetahui lebih jauh mengenai sejarah transaksi pembiayaan nasabah. Mengikuti prosedur ini, pemasaran akan menganalisis klien pengecekan BI dan menentukan apakah akan menawarkan pinjaman kepada pelanggan atau tidak. Menyusul keputusan pemasaran untuk menawarkan pinjaman kepada nasabah, nasabah tersebut kemudian diminta untuk memenuhi persyaratan bank, prosedur berikut merupakan dokumen yang diperlukan bagi bank untuk melaksanakan pembiayaan kontrak klien.

Diperlukan strategi pemasaran bagi Bank Syariah Indonesia agar nasabah tertarik melakukan pembiayaan dibutuhkan posisi marketing untuk mengiklankan dan memperkenalkan barang di Bank Syariah Indonesia. Seorang pemasar harus mampu menerapkan strategi pemasaran terhadap produk pembiayaan yang ditawarkan oleh bank karena pemasaran bertugas memberikan informasi mengenai produk yang diberikan oleh bank. dengan mengidentifikasi target pasar konsumen yang menginginkan pembiayaan dan mempromosikan barang agar dikenal dan menarik pelanggan.

KAJIAN TEORI

Departemen pemasaran perusahaan memainkan peran penting, divisi pemasaran bertugas membujuk pelanggan untuk terlibat dalam serangkaian tindakan yang direncanakan. Perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengendalian adalah langkah-langkah yang digunakan untuk melaksanakan operasi pemasaran. Upaya pemasaran manajemen internal untuk memenuhi kebutuhan dan aspirasi pelanggan adalah hal yang mendorong proses ini.

Islam membenarkan pemasaran sebagai semacam muamalah selama hukum syariah tetap melarang barang tertentu digunakan dalam operasi transaksi apa pun. Istilah di atas didasarkan pada suatu klausul dalam hukum perseroan. Islam diabadikan dalam hukum fiqh, yang menunjukkan bahwa umat Islam diwajibkan oleh perjanjian komersial apa pun yang mereka buat, kecuali perjanjian yang membatasi mana yang halal dan mana yang haram menurut hukum. Hal ini menyiratkan bahwa tidak ada sesuatu pun dalam pemasaran syariah yang boleh bertentangan dengan kesepakatan dan prinsip muamalah Islam. Keseluruhan proses harus berupa produksi, penawaran, dan transformasi nilai yang positif selama hal ini terjamin dan tidak ada transaksi dalam sistem keuangan Islam yang menyimpang dari prinsip muamalah, pemasarannya diperbolehkan. Islam memandang pemasaran sebagai tindakan membeli dan menjual sesuatu kepada orang lain yang mungkin berminat membelinya setelah melihat kelebihan dan kekurangannya (Haryanto, 2021)

Dengan mendapatkan pendanaan untuk proyek modal dan investasi, pembiayaan mikro dapat membantu UMKM dalam mengembangkan usahanya. Salah satu Bank Syariah Indonesia, Bank Syariah Indonesia, menyediakan beragam pilihan pembiayaan, termasuk produknya Produk keuangan mikro adalah keuangan mikro yang sudah ada. Mengenai beberapa Bank Syariah Indonesia menawarkan empat produk keuangan mikro yang berbeda: BSI Kur Mikro, BSI Mata Uang Super Mikro, BSI Mata Uang Reguler, dan BSI Mata Uang Kecil. Permintaan nasabah yang tinggi terhadap produk keuangan mikro Kur Kecil BSI untuk melakukan pembiayaan mikro di bank syariah Indonesia. Produk pembiayaan mikro ditawarkan secara eksklusif kepada klien yang menginginkan pembiayaan untuk modal kerja dan investasi di perusahaan mereka.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan teknik analitik deskriptif kualitatif. Data yang dikumpulkan dari observasi dan dikumpulkan oleh peneliti di lokasi penelitian tidak dinyatakan dalam bentuk dan angka. Peneliti melakukan analisis data dengan menggunakan data asli untuk menyempurnakan informasi, mencari kaitan, membandingkan, dan menentukan tren yang paling umum. Hasil analisis data diberikan dalam bentuk penjelasan bergaya naratif terhadap topik yang diteliti. Penelitian dengan metode deskriptif adalah suatu metode dalam penelitian status sekelompok manusia, suatu objek, suatu set kondisi, suatu sistem pemikiran ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang. Penelitian ini berdasarkan pada objek penelitian melalui observasi dan wawancara yang dilakukan kepada pihak BSI KCP Kabanjaha.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Tidak dapat dipungkiri bahwa perbankan syariah semakin berkembang secara global. Menurut perkiraan, terdapat lembaga keuangan syariah senilai 250 miliar dolar AS di seluruh dunia, dengan tingkat pertumbuhan tahunan rata-rata sebesar 15%. Di Indonesia sendiri,

perbankan syariah telah tumbuh rata-rata sebesar 60% per tahun selama lima tahun terakhir. Meski memiliki pasar perbankan syariah yang sangat besar, Indonesia masih tertinggal cukup jauh dari Malaysia. Akibat kesenjangan tersebut, industri perbankan syariah Indonesia mengambil sejumlah langkah untuk memperluas sektor keuangan syariah agar bisa mengejar ketertinggalan dari Malaysia yang merupakan negara tetangga Malaysia.

Perbankan syariah menekankan aspek keadilan dalam bertransaksi, investasi yang beretika, mengutamakan nilai-nilai kebersamaan dan persaudaraan dalam berproduksi, menghindari kegiatan spekulatif dalam transaksi keuangan, dan unsur-unsur lain yang bermanfaat bagi masyarakat dan bank hal ini didasarkan pada prinsip bagi hasil. Pertumbuhan perbankan syariah dimaksudkan untuk membantu masyarakat semaksimal mungkin dan memberikan yang terbaik bagi perekonomian nasional. Oleh karena itu, arah pengembangan perbankan syariah nasional selalu mengacu pada rencana strategis lainnya, antara lain Arsitektur Perbankan Indonesia (API), Arsitektur Sistem Keuangan Indonesia (ASKI), Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional (RPJMN), dan Rencana Pembangunan Jangka Panjang Nasional 5 (RPJPN).

Saat ini, Indonesia mengalami peningkatan jumlah bank syariah serta peningkatan pengetahuan dan minat masyarakat terhadap tabungan bank yang halal dan nyaman. Salah satu bank yang memberikan pilihan pembiayaan mikro melalui penggunaan modal kerja atau investasi dalam bentuk BUM atau KUR adalah BSI. Produk ini hadir untuk mengenang seluruh warga negara, khususnya umat Islam, yang kekurangan kemampuan finansial atau memiliki kelebihan dana namun bingung bagaimana cara mengalokasikannya. Hal ini diharapkan dapat membantu pembukaan usaha bagi calon pemohon keuangan mikro dan terus mengalirkan dana bagi klien investasi untuk bertemu dalam kontrak gotong royong.

Ide-ide Islam menjadi landasan BSI, sehingga persaingan antara BSI dan bank tradisional tidak dapat dihindari. Oleh karena itu, BSI harus menerapkan aturan penghimpunan uang masyarakat seperti tabungan dan deposito. Namun bank berupaya semaksimal mungkin untuk menjual barangnya guna meningkatkan sumber pendanaan dengan memfokuskan pada sejumlah calon nasabah atau calon konsumen sesuai dengan strategi yang telah ditetapkan. Cara menarik perhatian klien adalah salah satu elemen paling mendasar dari rencana pemasaran yang diperlukan agar mereka dapat bertahan atau jumlahnya meningkat.

Strategi pemasaran pada dasarnya adalah rencana yang lengkap, terpadu di bidang pemasaran yang memberikan arahan mengenai tindakan yang harus diambil untuk mencapai tujuan pemasaran perusahaan. Pendekatan pemasaran digunakan Bank BSI untuk menarik konsumen. Dari segi harga, KUR lebih murah dibandingkan pembiayaan BUM, item KUR lebih populer karena bagi hasil atau marginnya lebih kecil, dan produk BUM kurang umum di sini akibatnya, produk BUM sedikit lebih mahal. Sederhananya, bisa digunakan untuk keperluan konsumen selain untuk investasi dan modal kerja.

Berkat solusi pembiayaan KCP BSI, upaya pemasaran yang fokus pada pricing juga cukup berhasil menarik lebih banyak nasabah bank. KUR memiliki berbagai bentuk dengan harga yang terjangkau. Karena harga suatu produk dapat mempengaruhi laku atau tidaknya di pasaran, maka harus ditentukan oleh besar kecilnya dan keuntungan distribusi dari setiap produk jasa yang diberikan. Suatu produk yang diberikan kepada konsumen akan terkena dampak jika perhitungan harga tidak tepat.

Pelanggan yang mengajukan BSI Kur finance Kecil menerima manfaat sebagai berikut:

1. Pembiayaan BSI Kur Kecil dirancang untuk memberikan pembiayaan modal kerja dan investasi kepada klien yang memiliki usaha.
2. Plafon pembiayaan BSI Kur kecil
3. Jangka waktu pembiayaan berlangsung minimal satu tahun dan maksimal lima tahun.

KCP Indonesia menyerang syarat dan ketentuan pembiayaan mata uang kecil BSI di Bank Syariah KCP Kabanjahe. Berikut adalah beberapa persyaratan yang harus dipenuhi klien saat mengajukan pendanaan Kur Kecil BSI:

1. Secara umum masyarakat Indonesia memang demikian.
2. Harus berusia minimal 21 tahun atau sudah menikah.
3. Harus menjalankan bisnis setidaknya selama enam bulan.
4. Tidak boleh menjadi penjahat, termasuk dalam daftar hitam BI.
5. Telah menyelesaikan langkah f prosedur verifikasi BI. Memiliki agunan atau mendapatkan pinjaman dengan agunan.
6. Membayar biaya administrasi, asuransi, notaris, dan materai serta biaya lainnya.

Manfaat program pembiayaan Kur Kecil Bank Syariah Indonesia yaitu:

1. Pelanggan berusia antara 21 dan 65 tahun dapat mengajukan pinjaman kredit kecil.
2. Administrasi dan penyediaan gratis.
3. Pembayaran bulanan sederhana dan margin tahunan tetap.
4. Prosedur cepat dan sederhana.

Bank Syariah Indonesia memiliki sedikit dokumentasi pendanaan Kur BSI untuk pengajuan, sejumlah kriteria dokumen harus dipenuhi. Pendanaan Kur skala kecil terlihat seperti ini:

1. permohonan pendanaan dari BSI Kur Kecil yang telah diisi lengkap dan ditandatangani oleh pemohon.
2. Fotokopi KTP pemohon, atau kunci dokumen perjalanan.
3. Bersama dengan seorang pendamping.
4. Salinan NPWP
5. Jika klien sudah menikah, fotokopi surat nikah; fotokopi kartu keluarga; laporan rata-rata pendapatan bisnis bulanan mereka, fotokopi surat jaminannya, dan fotokopi sertifikat bisnis mereka.

Salah satu solusi keuangan mikro yang disediakan oleh Bank Syariah Indonesia adalah BSI Kur Kecil. Akad jual beli tersebut tercermin dari akad murabahah bil wakalah yang digunakan pada produk Kur Kecil BSI ini. Nasabah yang memiliki usaha dan ingin membiayai investasi dan modal kerja sebaiknya menggunakan produk BSI Kur Kecil ini.

Harga atau, dalam situasi ini, biaya terkait margin tetap sebesar 6% dari jumlah pembiayaan pilihan nasabah itulah yang dimaksud dengan pinjaman Mata Uang Kecil BSI setiap tahunnya. Selain itu, pelanggan harus membayar biaya satu kali kepada penyedia asuransi untuk asuransi kebakaran serta bea materai untuk menyelesaikan kontrak.

Dalam hal ini, fungsi pegawai sangat penting dalam aktivitas industri perbankan, khususnya perbankan syariah. Perbankan syariah merupakan suatu usaha yang bergerak di bidang jasa,

dimana pegawainya diharapkan dapat memberikan pelayanan yang terbaik kepada konsumen. Seluruh personel bank yang bekerja di bidang customer care, teller, marketing, dan security harus mampu melakukan cross offer kepada nasabah atas apa yang ditawarkan di bank. Tawarkan bantuan dengan bertindak sesuai dengan kode etik 5S (senyum, sapa, sapa, sopan dan santun), petugas berupaya semaksimal mungkin untuk memastikan kepuasan nasabah terhadap layanan bank.

Tentu saja, para pelaku mikro dalam proses pemasaran menghadapi sejumlah tantangan dalam melaksanakan rencana pemasaran Bank Syariah Indonesia KCP Kabanjahe untuk produk pinjaman BSI Kur Kecil. Salah satu akibat yang harus diterima pemasaran adalah penolakan klien karena berbagai alasan. Dalam situasi ini, pemasaran harus mengadopsi pola pikir pantang menyerah dan terus melakukan cross-selling barang kepada pelanggan. Selain itu, terdapat rivalitas dari lembaga rival, antara lain bank syariah dan bank tradisional. Baik bank konvensional maupun bank Islam menyediakan solusi keuangan mikronya masing-masing, yang masing-masing memiliki manfaat unik. Setiap bank memiliki metode unik untuk mengambil uang dari klien untuk membiayai transaksi. dengan menawarkan kemudahan, keringanan, dan keunggulan pada barang yang disediakan.

Bank Syariah Indonesia KCP Kabanjahe hanya mempunyai dua mobil untuk operasional dengan jumlah pegawai yang sangat banyak, sehingga bagian pemasaran Bank Syariah Indonesia KCP Kabanjahe harus bergantian melakukan kunjungan ke nasabah. Hal ini menyulitkan pemasar untuk menggunakan jasa transportasi yang disediakan oleh bank. Dalam hal pemasaran, berinisiatif mengendarai mobil pribadi untuk mengunjungi klien, Back Office menawarkan biaya transportasi dan bantuan lainnya untuk dapat membayar cukup uang untuk pembelian bahan bakar.

Akibat kurangnya sosialisasi, sebagian besar masyarakat tidak mengetahui lokasi kantor bank terdekat dari rumahnya saat menerapkan taktik pemasaran promosi, sehingga akan berpengaruh pada kesadaran masyarakat terhadap lokasi atau keberadaan BSI itu sendiri. Anda harus memiliki jaringan yang besar dan handal agar bisa memberikan referensi kepada calon klien. Media sosial dapat digunakan oleh karyawan untuk mengiklankan layanan mereka kepada khalayak luas.

Nasabah dapat melakukan transaksi di luar kantor bank BSI KCP Kabanjahe dengan cara melakukan pemasaran langsung ke lapangan, khususnya mendatangi toko dengan taktik jemput bola (cash pickup), salah satu layanan bank yang memberikan kemudahan dan kemudahan bagi nasabah. membuat transaksi lebih mudah untuk masuk. Karena dapat menyelesaikan transaksi tanpa harus datang ke kantor BSI KCP Kabanjahe, maka nasabah akan semakin mudah dengan adanya strategi jemput bola dari pemasaran.

KESIMPULAN

1. Produk pembiayaan BSI Kur Kecil merupakan salah satu produk keuangan mikro syariah yang ditawarkan oleh Bank Syariah Indonesia KCP Kabanjahe ini dirancang untuk membantu masyarakat yang memiliki perusahaan memenuhi kebutuhan keuangan mereka dengan menyediakan modal kerja dan investasi. Nasabah harus mematuhi standar, kriteria, dan dokumentasi yang ditetapkan oleh Bank Syariah Indonesia KCP Kabanjahe agar dapat dipertimbangkan untuk pinjaman Mata Uang Kecil BSI.

Persyaratan dalam melakukan pembiayaan di Bank Syariah Indonesia adalah pemohon mempunyai dokumen yang menjamin atau dijadikan jaminan.

2. 7P bauran pemasaran produk, tempat, harga, orang, promosi, bukti fisik, proses digunakan dalam strategi pemasaran. Pemanfaatan database telah dilakukan dengan cukup berhasil untuk menarik nasabah ke Bank Syariah Indonesia KCP Kabanjahe pembiayaan BSI Mata Uang Kecil. Metode komunikasi yang efisien dengan klien adalah dengan mendekati mereka dan memberi mereka informasi tentang produk.
3. Analisis dalam taktik pemasaran syariah KUR Kecil BSI KCP harus ditingkatkan. Tujuannya antara lain meningkatkan pasang pasar, membangun hubungan dengan bank lain, memenangkan lebih banyak klien, meningkatkan kualitas produk, membentuk kemitraan, mengidentifikasi target pasar, dan meningkatkan penggunaan iklan, promosi, dan pemasaran yang berkualitas. taktik.
4. Taktik pemasaran untuk meningkatkan keuangan mikro dengan memanfaatkan bauran pemasaran yang terdiri dari orang, proses, tempat, produk, harga, dan bukti fisik. Terdapat promosi dalam pemasaran promosi yang dinilai kurang berhasil, seperti promosi menggunakan media elektronik seperti Facebook, Twitter, website, dan Instagram. Hanya segelintir inisiatif yang dilakukan BSI KCP Kabanjahe untuk meningkatkan pendanaan usaha mikro yang dinilai efektif, seperti metode penjemputan, canvassing, pemasaran door to door, dan open table.

DAFTAR PUSTAKA

- Agama, Departemen. 2002. "Alqur'an dan Terjemah." Jakarta: Bumi Aksara.
- Anam, Moh Khoirul. 2021. "Strategi Pemasaran Produk Terhadap Profitabilitas Lembaga Keuangan Syaria'ah (LKS) di Al-Yasini." 1(1): 85–101.
- Al Arif, M Nur Rianto. 2021. "Dasar-dasar pemasaran bank syariah".
- Bank Syariah Indonesia. (n.d.). Tentang Bank Syariah Indonesia. <https://www.bankbsi.co.id/company-information/tentang-kami>
- Dr. Rahmat Ilyas, M. S. . (2018). Analisis Sistem Pembiayaan Pada Perbankan Syariah. Jurnal Hukum Dan Ekonomi Syaria'ah, Vol. 06, 06, 1–18.
- Gunawan, Imam, dan Djum Djum Noor Benty. 2017. "Manajemen Pendidikan: Suatu Pengantar Praktik."
- Haryanto, Rudy. 2021. "Manajemen Pemasaran Perbankan Syariah."
- kasmir. (2014). Bank Dan Lembaga Keuangan Lainnya (edisi revi). PT Rajawali Pers.
- Kotler, Philip, Kevin Lane Keller, D Manceau, dan B Dubois. 2016. "Marketing Management, 15e édition." New Jersey: Pearson Education.
- Nasution, Muhammad Lathief Ilhamy. 2018. "Manajemen Pembiayaan Bank Syariah."
- Otoritas Jasa Keuangan. (2017a). Pengertian Bank syariah. Otoritas Jasa Keuangan. <https://www.ojk.go.id/id/kanal/syariah/tentang-syariah/pages/PBS-danKelembagaan.aspx>.

- Otoritas Jasa Keuangan. (2017b). Pengertian Pembiayaan. Otoritas Jasa Keuangan. https://www.ojk.go.id/waspadainvestasi/id/regulasi/Documents/UU_No_21_Tahun_2008_Perbankan_Syariah.pdf
- Sapta Mulia, Giska, “Strategi Pemasaran Produk Gadai Dalam Menarik Minat Nasabah Di Pegadaian Syariah Arif Rahman Hakim Bandar Lampung”, Skripsi Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung: 2022
- Tim Penulis Daya, “Pengertian Tentang Strategi Marketing Dan Tujuannya,” Situs Resmi Daya. <https://www.daya.id/usaha/artikel-daya/pengembangandiri/pengertian-tentang-strategi-marketing-beserta-tujuannya> (22 Januari 2022)
- Turnudi, M. (2017). Pembiayaan Mikro BRI Syariah Upaya Pemberdayaan dan Peningkatan UMKM oleh BRI Syariah Cabang Kendari. 2(1), 20–38.
- Ulpah, Mariya, Konsep Pembiayaan Dalam Perbankan Syariah, Studi Madani Syariah, Sekolah Tinggi Agama Islam Binamadani Tangerang. Vol 3. nomor 2, 2020.
- Widian, Rahma, “Strategi Relationship Marketing Dalam Meningkatkan Kedisiplinan Nasabah Pembiayaan Mikro Studi Pada PT BNI Syariah Kantor Cabang Bengkulu”, Skripsi, IAIN Bengkulu: 2020
- Yulianti, F., Lamsah, & Periyadi. (n.d.). Manajemen Pemasaran. cv budi utama.