



Strategi Pemasaran Produk Digital Gadai Emas Dalam Meningkatkan Nasabah Pada BSI KCP Padang Bulan

Raihani Azzahra Aljuned

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: raihaniazahra0609@gmail.com

Abstrak. *The motivation for this research is changes in consumer behavior, customers today want digital business processes that increase profitability and are fast, safe and cost-effective, as well as customers who want transactions that are not limited by space and time. Business actors need to overcome this problem if they want to compete and dominate the market with a competent digital strategy to increase company revenue. The aim of this research is to evaluate the advantages and disadvantages of digital marketing as well as the effectiveness of Bank Syariah Indonesia's digital marketing tactics KCP Padang Bulan in terms of increasing gold pawn financing. This qualitative research was conducted at Bank Syariah Indonesia Padang Bulan Sub-Branch. Data collection techniques were used using interviews and documentation. The pawn sales clerk was the subject of the interview. Based on research findings, Bank Syariah Indonesia uses five different digital marketing strategies, financial technology, social media, referral marketing, content marketing, and online advertising.*

Keywords: *Marketing Strategy, Pawning Gold, Digital Era.*

Abstrak. *Motivasi penelitian ini adalah perubahan perilaku konsumen, pelanggan saat ini menginginkan proses bisnis digital yang meningkatkan profitabilitas dan cepat, aman, serta hemat biaya, serta pelanggan yang menginginkan transaksi yang tidak dibatasi ruang dan waktu. Pelaku usaha perlu mengatasi permasalahan ini jika ingin bersaing dan menguasai pasar dengan strategi digital yang kompeten guna meningkatkan pendapatan perusahaan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengevaluasi kelebihan dan kekurangan pemasaran digital serta efektivitas taktik pemasaran digital Bank Syariah Indonesia KCP Padang Bulan dalam hal pembiayaan gadai emas meningkat. Penelitian yang bersifat kualitatif ini dilakukan di Bank Syariah Indonesia Cabang Pembantu Padang Bulan. Teknik pengumpulan data digunakan dengan menggunakan wawancara dan dokumentasi. Petugas penjualan gadai menjadi subjek wawancara. Berdasarkan temuan penelitian, Bank Syariah Indonesia menggunakan lima strategi pemasaran digital yang berbeda teknologi keuangan, media sosial, pemasaran rujukan, pemasaran konten, dan periklanan online.*

Kata Kunci: *Strategi Pemasaran; Gadai Emas; Era Digital*

PENDAHULUAN

Bank berperan sebagai perantara perekonomian dan jasa masyarakat yang mendorong dalam menyebarkan produk guna menarik nasabah dengan cara mempromosikannya secara luas sebagai lembaga keuangan syariah. Ketika suatu perusahaan mampu mengelola keuangannya serta menyediakan fasilitas dan layanan dengan berbagai keuntungan dan kemudahan, maka hal tersebut dapat dikatakan berhasil. Untuk menghindari aspek bunga dan riba, pendirian bank syariah diharapkan dapat mengembangkan jalan pintas dalam pembiayaan yang berdasarkan prinsip syariah (Khairul, 2019).

Strategi Pemasaran Produk Digital Gadai Emas Dalam Meningkatkan Nasabah Pada BSI KCP Padang Bulan

Lembaga keuangan Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Padang Bulan menerapkan prinsip syariah dalam berbagai penawaran produknya, barang gadai emas merupakan salah satu barangnya. Gadai merupakan salah satu produk pembiayaan yang bermanfaat karena persyaratannya jelas dan tidak menimbulkan kebingungan bagi konsumen yang ingin meminjam uang. Tidak ada suku bunga di pegadaian syariah. Anda tetap memperoleh uang dari biaya pemeliharaan barang yang digadaikan meskipun tidak ada suku bunga. Bank Syariah Indonesia berperan penting dalam mempercepat sosialisasi keuangan pada perekonomian kelas menengah ke bawah seiring dengan pertumbuhan ekonomi negara yang semakin pesat.

Jenis gadai yang saat ini banyak diciptakan adalah gadai berbasis syariah yang dikenal dengan nama rahn. Namun untuk saat ini, gadai syariah tetap menerima barang dalam bentuk emas batangan atau emas yang sudah dibentuk. Penyebabnya adalah tingkat dampak yang kecil, kondisi emas yang normal dan stabil, serta kemungkinan akan terus naik akibat dampak depresiasi mata uang (Zaki, 2014). Fokus pada item pelengkap, khususnya kontrak syariah baru (Setiawan, 2016). Jika dilakukan secara jujur, maka gadai memiliki derajat sosial yang sangat tinggi dan lebih banyak bersifat tolong-menolong. Namun, cara kerja gadai saat ini adalah kita merelakan benda-benda berharga yang kita miliki untuk ditukar dengan uang, dengan pemahaman bahwa utang tersebut akan lunas hingga rencana pelunasannya ditetapkan.

Fintech atau dikenal juga dengan istilah financial technology adalah suatu industri jasa keuangan berbasis teknologi yang dapat memfasilitasi layanan keuangan di luar lembaga keuangan konvensional guna mempermudah masyarakat umum dalam mengakses produk keuangan dalam bertransaksi (Ni Luh, 2020, hal.1). Beberapa organisasi jasa keuangan telah melakukan pengembangan fintech yang terbagi dalam tiga kategori, yaitu: Perbankan Digital, Sektor Pembiayaan dan Investasi, dan Sektor Asuransi, berdasarkan jenis fintech yang sedang berkembang di Indonesia. Pinjaman peer-to-peer adalah salah satu inovasi fintech yang aktif di Indonesia. P2P lending adalah platform pinjaman dan investasi komunitas. P2P lending diartikan sebagai penyediaan layanan keuangan yang mempertemukan pemberi pinjaman dan penerima pinjaman untuk mengadakan perjanjian pinjaman dalam mata uang rupiah secara langsung melalui sistem elektronik (digital) melalui jaringan internet, sesuai Peraturan Otoritas Jasa Keuangan (PJOK). Nomor 77 Tahun 2016. (Halaman 6-7 Ni Luh, 2020).

Taktik berikut berkaitan dengan pemasaran digital. Hanya 20 juta orang di Indonesia yang menggunakan internet pada tahun 2007, namun pada Maret 2021, terdapat 212,35 juta pengguna internet di seluruh dunia. Alhasil, Indonesia kini menduduki peringkat ketiga di Asia untuk penggunaan internet. (2021; Kusnandar) Pemasaran digital adalah penggunaan berbagai strategi pemasaran, media digital, dan waktu online dalam inisiatif pemasaran menggunakan perangkat elektronik dan internet. Calon pelanggan dapat mengaksesnya melalui website, blog, dan media sosial (Instagram, WhatsApp, Line, dll). Mereka dapat berkomunikasi dengan perusahaan melalui beberapa akses tersebut (Yoyo Sudarno, 2020, hlm. 17).

KAJIAN TEORI

Gadai, juga dikenal sebagai rahn, adalah tindakan memberikan barang berharga dari seseorang ke orang lain sebagai imbalan atas pembayaran hutang. Barang tersebut dijadikan jaminan atas suatu hutang (pinjaman) sehingga pihak yang wajib membayarnya dapat menutup biaya apabila ia tidak mampu (atau gagal) melunasinya (Triandaru, 2006). Dalam prakteknya, gadai syariah menggunakan akad ijarah dan bukan sistem bunga. Ijarah menurut Triandaru (2006)

adalah suatu akad yang mengalihkan hak guna barang atau jasa dengan imbalan pembayaran upah sewa tetapi tidak mengalihkan kepemilikan atas harta itu sendiri. Akad rahnand akadijarah yang merupakan dua akad transaksi syariah menjadi landasan dalam gadai syariah. Tujuan rahnya Pihak yang menahan memperoleh agunan untuk mengambil kembali seluruh atau sebagian piutang berdasarkan suatu akad untuk menahan harta peminjam sebagai jaminan atas pinjaman yang diterimanya. Berdasarkan perjanjian ini, pegadaian memegang barang bergerak sebagai jaminan atas utang nasabahnya. Selain itu, perjanjian untuk mengalihkan hak pakai atas barang-dagangan dan jasa-jasa melalui pembayaran upah sewa, tanpa diikuti dengan pengalihan kepemilikan atas barang-barang itu sendiri, disebut dengan “akad ijarah”. Bank syariah dapat membebaskan biaya penyimpanan atas barang bergerak milik nasabah yang telah menandatangani akad melalui akad ini.

Dalam penelitian “Penerapan Gadai Dengan Sistem Syariah Pada Perusahaan Pegadaian Semarang” oleh Susilowati (2008). menggunakan metodologi hukum empiris dan pedoman penelitian. Berdasarkan temuan deskriptif dari studi mengenai pegadaian syariah, lembaga-lembaga ini pada dasarnya berbeda dari pegadaian tradisional karena biaya internalnya dipungut dalam bentuk bunga akumulatif yang berbeda-beda. Sedangkan syariah hanya muncul di pegadaian sebagai biaya penitipan, pemeliharaan, penilaian, dan pemeliharaan, dan hanya diperlukan satu kali pembayaran.

Demikian pula Ar-Rahn berarti memegang harta milik seseorang yang meminjam (rahin) sebagai jaminan (marhun) atas pinjaman (marhum bih) menurut Antonio (2001:128). Penerima gadai (murtahin) mendapat jaminan untuk mengambil kembali seluruh atau sebagian piutangnya karena marginnya mempunyai nilai ekonomis. Gadai emas syariah sering digunakan di pegadaian syariah sebagai sumber pendanaan jangka pendek dan langsung. Pinjaman dapat diperoleh hanya dengan agunan (jaminan), sampai dengan nilai barang yang dinilai. Selain itu, pemohon memberikan dokumen yang mengonfirmasi kepemilikan dan identitasnya tidak ada bunga yang dibayarkan kepada pemohon; hanya biaya administrasi dan layanan uang jaminan saja.

METODE PENELITIAN

Pendekatan penelitian yang diterapkan adalah kualitatif. Penelitian kualitatif digambarkan sebagai penelitian yang berorientasi postpositivis dan berlangsung di lingkungan alami. Penulis studi ilmiah ini menggunakan metodologi kualitatif untuk menilai apakah sesuatu itu baik, buruk, sah, atau sesuai dengan hukum. Selain itu, hal ini akan menyederhanakan kajian hukum terhadap permasalahan yang ditimbulkan oleh kriteria penyesuaian hukum Islam.

Dalam penelitian ini, pendekatan deskriptif adalah teknik analisis data yang dilakukan dengan cara merangkum atau menjelaskan data tanpa berusaha menggeneralisasikannya. Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan, yaitu penelitian yang bersifat teliti, faktual, dan deskriptif sesuai dengan permasalahan yang diangkat. menjelaskan dengan tepat keadaan, sifat, dan hubungan antara fenomena yang diteliti. Pengaruh pemasaran produk gadai emas di Bank Syariah Indonesia terhadap minat nasabah Kantor Cabang Pembantu Medan Imam Bonjol akan menjadi pokok bahasan utama yang diteliti.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pendekatan pemasarannya adalah dengan menjual barang gadai emas melalui kemitraan dan perjanjian dengan lembaga lain, termasuk lembaga pemerintah, masyarakat, dan kontraktor,

Strategi Pemasaran Produk Digital Gadai Emas Dalam Meningkatkan Nasabah Pada BSI KCP Padang Bulan

untuk menjamin kepuasan nasabah terhadap layanan yang ditawarkan bank syariah. Oleh karena itu, Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Padang Bulan mengutamakan penyediaan barang kepada calon nasabah dengan penawaran menarik sekaligus menyusun rencana pemasaran barang Gadai Emas.

Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Padang Bulan menerapkan bauran pemasaran yang terdiri dari beberapa tahapan yang harus diperhatikan dalam menerapkan taktik pemasaran, produk, harga, promosi, tempat, bukti fisik, orang, dan proses digunakan dalam teknik ini. Agar masyarakat semakin paham bahwa Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Padang Bulan senantiasa berupaya mendongkrak pendapatan dari barang yang telah dipasok.

Manusia adalah makhluk sosial yang bergantung pada orang lain untuk kelangsungan hidupnya. Dorongan ini menyebabkan banyak sikap dan perilaku yang mirip satu sama lain, sehingga mengurangi perbedaan antar manusia. Manusia akan selalu menjumpai berbagai jenis rangsangan (stimulus) dalam kehidupan sehari-harinya, baik yang berkaitan dengan dirinya sebagai individu maupun yang berkaitan dengan kodratnya sebagai makhluk sosial. Dengan kata lain, reaksi ini disebabkan oleh perbedaan pengalaman, pemikiran, dan harapan individu.

Alternatif peminjaman cepat adalah dengan menggadaikan emas di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Padang Bulan yang merupakan produk pembiayaan dengan jaminan emas. Pinjaman gadai emas adalah suatu bentuk kredit tanpa kompensasi yang dijamin dengan emas, dengan opsi pembayaran termasuk sekaligus dan pembayaran berkala. Konsumen bertanggung jawab membayar biaya sewa, sedangkan pegadaian tetap memiliki emas yang diserahkan sebagai jaminan.

Gadai emas ini merupakan pilihan pembiayaan yang banyak digunakan oleh masyarakat, dimulai dari masyarakat kelas menengah hingga skala sosial hingga perusahaan kecil dan mikro. pendanaan kami membuat hidup lebih mudah bagi masyarakat, terutama di zaman modern dimana setiap orang mempunyai keinginan yang berbeda-beda. Oleh karena itu, solusi keuangan ini sangat membantu kemampuan seseorang yang membutuhkan untuk bertahan hidup. Setiap orang mempunyai cara berbeda dalam menentukan pendekatan terbaik untuk menyesuaikan dengan keadaan perekonomian. Dalam hal ini, sumber daya keuangan telah menipis atau terbatas sehingga individu dapat membayar semuanya dengan menggadaikan barang-barang seperti perhiasan emas di pegadaian. Oleh karena itu, menggadaikan emas ini akan memudahkan masyarakat yang perlu meminjam sejumlah uang untuk menggunakannya. Masyarakat akan mendapatkan kredit atau pinjaman dengan cepat karena standar sederhana yang ditetapkan oleh Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Padang Bulan.

Selain barang, jasa merupakan komponen utama yang menyumbang keberhasilan suatu perusahaan. Setiap konsumen akan merasa puas jika mendapat pelayanan yang baik, sehingga akan memberikan pengaruh terhadap bisnisnya juga. Ketika pelayanannya bagus tapi produknya di bawah standar, maka daya jualnya juga berkurang. Karena manusia merupakan makhluk emosional, maka sentuhan hati pada saat memberikan pelayanan mempunyai dampak yang lebih besar dibandingkan dengan kontak lainnya. Dengan demikian, menerima pelayanan yang baik akan memuaskan seseorang.

Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa pelayanan yang baik mendapat nilai yang tinggi dan dinilai baik oleh konsumen, dan semua itu dapat menimbulkan kepuasan konsumen bagi mereka yang bertransaksi dan rata-rata sudah lama menjadi pelanggan Bank Syariah Indonesia

Kantor Cabang Pembantu Medan Imam Bonjol. Cara klien diperlakukan dan jenis layanan yang mereka terima sangat menentukan seberapa puas mereka dengan layanan yang diterima. Karena perlunya pelayanan yang kompeten dan bertanggung jawab. Nasabah akan mendapatkan manfaat dari kualitas pelayanan tersebut, dan jika mempunyai kebutuhan maka mereka akan pergi ke Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Padang Bulan untuk memenuhi kebutuhan tersebut.

Salah satu aspek terpenting dari setiap manusia adalah kebutuhan mereka. Oleh karena itu, kebutuhan adalah tindakan dan tahapan dalam memenuhi kebutuhan. Tindakan ekonomi merupakan kegiatan yang dibicarakan di sini. Ketika suatu kebutuhan muncul, hal itu akan selalu mengikuti keinginan kita dan memotivasi kita untuk mengambil tindakan guna memenuhi semua tujuan tersebut. Jika masyarakat mengambil tindakan langsung dan memilih pilihan yang mudah bagi diri mereka sendiri, kebutuhan akan terpenuhi. Pembiayaan adalah uang yang diberikan untuk membantu suatu usaha atau bisnis yang direncanakan, baik yang dilakukan oleh perorangan maupun orang lain. Pinjaman khusus ini melibatkan gadai emas, dengan pendekatan paling sederhana untuk mendapatkan uang guna mendukung pertumbuhan usaha yang berkelanjutan adalah dengan menggadaikan emas.

Acara perdana di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Padang Bulan ini dirancang untuk memberikan pendanaan yang paling cepat, mudah, aman, dan senantiasa memberikan penyuluhan kepada kelompok usaha menengah ke bawah. Tujuan suatu perusahaan adalah tujuannya, yang difokuskan pada kelas menengah ke bawah atau usaha mikro dalam rangka meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat. Ibu rumah tangga dianggap sebagai kelas menengah ke bawah, sedangkan parawirausahawan, pedagang rumah dan pasar, serta mereka yang terlibat dalam usaha mikro adalah kelas menengah ke bawah.

Secara spesifik terdapat tiga unsur yang mempengaruhi minat konsumen terhadap pembiayaan gadai emas. Pertama, aspek sosial yang dipengaruhi oleh ikatan keluarga dan peran/status sosial. Pelanggan dapat menggunakan dampak ini sebagai sumber daya untuk mempelajari lebih lanjut tentang jenis transaksi alternatif dan membangkitkan rasa ingin tahu mereka. Kedua, terdapat elemen individu yang dipengaruhi oleh situasi moneter, pekerjaan, dan bisnis. Salah satu faktornya adalah perekonomian nasabah yang terkadang mempunyai kebutuhan uang yang mendesak dan memutuskan untuk menggadaikan sebagian emasnya untuk memenuhi kebutuhan tersebut. Dampak lainnya adalah pengaruh pekerjaan pelanggan, di mana pelanggan tersebut kadang-kadang membutuhkan uang untuk pekerjaan atau bisnis mereka dan berharap dapat memperbaiki situasi keuangan mereka dengan mengambil keuntungan dari perusahaan tersebut. Ketiga, persepsi, keyakinan, dan motivasi semuanya mempengaruhi aspek psikologis. itu didasarkan pada persepsi atau pandangan. Tingkat kepercayaan terhadap Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Padang Bulan telah memberikan kepercayaan kepada nasabah terhadap keamanan barangnya (emas) yang dijamin, serta pengaruh motivasi yaitu keberadaannya. Pelanggan juga mengatakan bahwa lokasi dengan tempat tinggal cukup dekat dan mudah dijangkau, serta biaya yang dikenakan pun murah. Setiap kali Anda menggadaikan emas, termasuk emas yang dapat diandalkan, Anda menerima imbalan.

Strategi pemasaran era digital untuk produk Gadai Emas yaitu:

1. Masyarakat semakin mudah memperoleh barang-barang keuangan dan melakukan transaksi keuangan berkat sektor teknologi finansial, sebuah sektor jasa keuangan berbasis teknologi yang telah melahirkan inovasi-inovasi yang memungkinkan layanan

Strategi Pemasaran Produk Digital Gadai Emas Dalam Meningkatkan Nasabah Pada BSI KCP Padang Bulan

keuangan di luar lembaga keuangan konvensional. BSI Mobile mewujudkan pemasaran strategis berbasis teknologi keuangan. Dengan pemanfaatan teknologi ini, konsumen seharusnya dapat secara mandiri menerima informasi mengenai barang dan jasa yang disediakan oleh KCP Padang Bulan.

2. Platform berbasis internet yang disebut media sosial, yang menggabungkan blog, komunitas konten, situs jejaring sosial, dunia permainan virtual, dan dunia sosial, memberikan penekanan pada kontak manusia, pemasaran media sosial dilakukan dengan menggunakan berbagai aplikasi, antara lain Facebook, WhatsApp, Instagram, YouTube, dan Instagram.
3. Pemasaran rujukan adalah jenis pemasaran internet di mana konsumen merujuk barang dan jasa yang mereka gunakan kepada teman dan keluarga.
4. Membuat dan mendistribusikan informasi yang relevan dan bermanfaat dengan tujuan menarik dan memenangkan pelanggan dikenal sebagai pemasaran konten. pemasaran materi biasanya berbentuk materi non-produk yang menyenangkan untuk dilihat dan dipelajari, seperti konten instruksional, instruktif, menghibur, dan lainnya yang dirilis sesuai dengan permintaan atau preferensi konsumen.
5. Periklanan online merupakan bentuk komunikasi massa yang berkembang dari periklanan tradisional dan memanfaatkan alat komunikasi dan teknologi baru. Inisiatif pemasaran online melibatkan penyampaian iklan kepada pengguna internet yang dilayani olehnya.

KESIMPULAN

Promosi merupakan salah satu unsur penentu minat konsumen terhadap suatu barang, terlepas dari apakah masyarakat umum menerimanya atau tidak. Oleh karena itu, komunikasi pelanggan yang baik sangat diperlukan dalam promosi. Jika promosi tidak tersampaikan dengan baik untuk mencegah terjadinya miskonsepsi, maka promosi tersebut tidak akan efektif. Karena promosi bukan satu-satunya cara untuk meningkatkan minat masyarakat menjadi konsumen, namun promosi cukup berperan dalam mempengaruhi tercapainya tujuan yang diharapkan. Tujuan dasar dari promosi adalah untuk mempengaruhi perilaku konsumen melalui cara menginformasikan, meyakinkan, dan mengingatkan. Untuk meningkatkan minat konsumen dalam memilih barang gadai emas, promosi harus dilakukan dengan cara dan media yang dapat diterima dan relevan agar kampanye efektif dan diharapkan dapat mencapai tujuan.

SARAN

Rekomendasi yang peneliti berikan setelah mengkaji minat nasabah dalam pemasaran produk gadai emas di Bank Syariah Indonesia terhadap minat nasabah Kantor Cabang Pembantu Padang Bulan:

1. Karena keadaan saat ini sebaiknya Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Padang Bulan memperbanyak pegawainya agar pelayanan di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Padang Bulan tidak terbebani dalam melayani nasabah.
2. Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Padang Bulan harus terus menjunjung tinggi nama baik perusahaan, menjaga sikap percaya dan ramah terhadap nasabah, serta senantiasa menawarkan inovasi produk yang memenuhi kebutuhan tersebut agar mampu menjaga loyalitas nasabah dalam bertransaksi.

DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, E, 2009, Distributive Equity dalam Masalah Keuangan Syariah Memperkuat Pekerjaan LKM dan UKM di Indonesia, Raja Grafindo Persada, Jakarta
- Bambang Rianto Rustam, 2013, Peluang Administrasi Perbankan Syariah di Indonesia, Selemba Empat, Jakarta.
- Djamil, Fatturahman. Penyelesaian Pembiayaan Bermasalah di Bank Syariah, Jakarta: Sinar Grafika, 2012
- Ismail, 2011, Perbankan Syariah, Kencana Prenada Media Gathering, Jakarta
- Ibrahim, Azharsyah dan Rahmati, Arinal. Jurnal Analisis Solutif Pembiayaan Bermasalah di Bank, 2017
- Kamal, Mustafa “Kebijakan Penanganan pembiayaan Bermasalah” Istilah: Jurnal Perbankan Syariah 1 (April 2016)
- Muhammad Lathief Ilhamy Nasution, 2018, Pendanaan Bank Syariah Pimpinan, FEBI UIN-SU Pers, Medan.
- Muhammad, 2009, Model Perjanjian Pendanaan di Bank Umum Syariah, UII Press, Yogyakarta
- Hasan, Nurul Ichsan, 2014, Perbankan Syariah, Referensi, Jakarta
- Soemitra, Andri, 2010, Bank Umum Syariah dan Yayasan Moneter, Kencana, Jakarta.
- Sutan Remy Sjahdeini, 2014, Item Keuangan Syariah dan Sudut Pandang yang Sah, Kencana, Jakarta
- Undang-Undang RI Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah. Jakarta: Sinar Grafika, 2009.