STRATEGI PEMASARAN TABUNGAN TAHARI SYARIAH MABRUR PT BANK SYARIAH INDONESIA (KCP MEDAN ADAM MALIK)

Ajengesti Latifah Sabrinasyah^a, Sugianto^b

^a Prodi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, ajengestilatifahsabrinasyah@gmail.com,

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

^b Prodi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, sugianto@gmail.com, Universitas Islam

Negeri Sumatera Utara

(Submit : 8 Oktober 2023, Revised : 10 Oktober 2023, Accepted : 11 Oktober 2023)

ABSTRACT

The Tahari Syariah Mabru Savings is an excellent product of PT Bank Syariah Indonesia KCP Medan Adam Malik, this product is used to help customers complete the pilgrimage process with a Mudharabah mutlaqah contract. The author uses a field research method with a descriptive qualitative approach that emphasizes the in-depth understanding of a problem. Data analysis techniques used data reduction techniques, data presentation, data triangulation/validation and conclusions, derived from primary data obtained from observations, interviews and documentation. And secondary data obtained from library research and scientific writing. The results showed that the mabrur sharia savings product at PT Bank Syariah Indonesia KCP Medan Adam Malik in its operations is in accordance with Islamic law, it's just that there is a lack of socialization/explanation to customers who do not understand the mudharabah mutlaqah contract in mabrur sharia tahari savings and even a ratio. It needs an appropriate marketing strategy in providing good and responsible service by using the intended target market, namely special segmentation in terms of region/region, in terms of age, and in terms of customer status. In addition to using the 4P elements of the marketing mix, namely product strategy, price, distribution channels, and finally the promotion strategy using advertising promotion, personal selling, sales promotion and publicity. It can be concluded that the strengths have greater points than the weaknesses so that the opportunities for mabrur sharia savings products are greater than the threats.

Keywords: Marketing Strategy, Mabur Sharia Savings, Indonesian sharia bank

ABSTRAK

Tabungan Tahari Syariah Mabru merupakan produk keunggulan PT Bank Syariah Indonesia KCP Medan Adam Malik, produk ini digunakan membantu nasabah menyelesaikan proses ibadah haji dengan akad Mudharabah mutlaqah. Penulis menggunakan metode penelitian lapangan dengan pendekatan kualitatif deskriptif yang menekankan aspek pemahaman mendalam suatu masalah. Teknik analisis data menggunakan teknik reduksi data, penyajian data, triangulasi/validasi data dan menarik kesimpulan, yang berasal dari data primer diperoleh dari observasi, wawancara dan dokumentasi. Dan data sekunder diperoleh dari library research penelitian dan karya tulis ilmiah. Hasil penelitian menunjukkan produk tabungan tahari syariah mabrur di PT Bank Syariah Indonesia KCP Medan Adam Malik dalam operasionalnya sesuai syariat Islam, hanya saja kurang sosialisasi/penjelasan kepada nasabah yang belum paham akad mudharabah mutlaqah dalam tabungan tahari syariah mabrur bahkan adanya nisbah. Perlu strategi pemasaran tepat dalam memberikan pelayanan yang baik dan bertanggungjawab dengan menggunakan target pasar yang dituju, yaitu segmentation khusus segi daerah/wilayah, segi usia, dan segi status nasabah. Selain itu menggunakan bauran pemasaran unsur 4P, yaitu strategi produk, harga, saluran distribusi, dan terakhir strategi promosi menggunakan promosi periklanan, penjualan pribadi, promosi penjualan dan publisitas. Dapat disimpulkan kekuatan memiliki poin lebih besar daripada kelemahan sehingga peluang produk tabungan tahari syariah mabrur lebih besar dari pada ancamannya.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Tabungan Tahari Syariah Mabru, Bank Syariah Indonesia

1. PENDAHULUAN

Rumusan definisi bank Pasal 1 angka (2) Undang-Undang No 7 Tahun 1992 diubah dengan Undang-Undang No 10 Tahun 1998, disebut dengan UU Perbankan yang menyatakan “Bank adalah badan usaha yang menghimpun dana masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkan kepada masyarakat dalam bentuk kredit atau bentuk lainnya guna meningkatkan taraf hidup masyarakat”. Produk pendanaan umum perbankan syariah adalah tabungan, yakni seseorang menyimpan uang dilembaga keuangan dan sewaktu - waktu dapat diambil kembali uang yang disimpan (Muhammadinah, 2020). Allah berfirman : *يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبُطْلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا* Artinya: “*Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang Berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu*”.(Q.S AnNissa; ayat 29)

Ayat diatas menjelaskan perbedaan mekanisme kerja penghimpunan dana syariah, tidak ada bunga yang lazim digunakan bank konvensional dalam memberi keuntungan nasabah. Fatwa DSN UU No 21 tahun 2008 mengenai kesepakatan antara kedua belah pihak disebut dengan akad. Di Indonesia hampir semua bank syariah menerapkan prinsip mudharabah untuk menghimpun dana, akad mudharabah adalah perjanjian seseorang memberikan harta kepada orang lain berdasarkan prinsip dagang menggunakan bagi untung dan rugi (profit and loss sharing) atau metode bagi pendapatan (revenue sharing) antara kedua belah pihak berdasarkan nisbah yang disepakati sebelumnya, misal presentasi yaitu 60% : 40%, artinya 60% pengelola dan 40% pemilik modal, atau 50%: 50 (Millah & Hasanah, 2021).

Masyarakat Indonesia mayoritas muslim 85%, maka banyak bank syariah berlomba-lomba membuat berbagai produk termasuk produk tabungan tahari syariah mabrur, dimana seseorang menyimpan dana dibank kemudian dipergunakan untuk ibadah haji. Ibadah haji termasuk rukun islam ke 5, Ibadah haji merupakan kewajiban umat islam bagi yang mampu secara fisik dan materi. Tabungan tahari syariah mabrur menggunakan akad Mudharabah mutlaqoh, dimana pihak yang memberikan dana/modal kepada pengelola tidak diberi batasan untuk mengelola dananya. Dalam perkembangannya akad mudharabah mutlaqoh kurang populer dimasyarakat, hanya sebagian masyarakat yang mengetahuinya. Sehingga perlu pengenalan lebih lanjut kepada masyarakat akan produk perbankan syariah, mensosialisasikan produk tidak lepas dari strategi pemasaran. Strategi merupakan serangkaian rencana yang menggambarkan bagaimana perusahaan beroperasi mencapai tujuannya, sedangkan strategi pemasaran merupakan proses pemasaran dengan mencakup beberapa hal, yaitu analisis dan kesempatan - kesempatan, pemilihan, sasaran - sasaran, pengembangan strategi, perumusan rencana, implementasi, serta pengawasan (putri et al.,2022)

PT Bank Syariah Indonesia KCP Medan Adam Malik adalah lembaga keuangan syariah yang menyediakan layanan perjalanan ibadah haji dengan sistem meringankan nasabah yakni tabungan tahari syariah mabrur. Tabungan yang prospeknya bagus, karena banyak Muslim ingin menunaikan ibadah haji tetapi terbentur biaya yang mahal. Peranan perbankan syariah sangat besar, Bank bukan hanya sebagai tempat mencari keuntungan kehidupan dunia saja tetapi sebagai jalan mendekatkan diri kepada Allah SWT melalui akad konsep syariah (Harahap & Soemitra, 2022).

2. KAJIAN TEORITIS

Bank Syariah

Menurut UU No 10 tahun 1998 bank adalah badan usaha yang menghimpun dana masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkan kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan bentuk lainnya guna meningkatkan taraf hidup masyarakat, sedangkan Islamic Bankings/bank islam adalah bank yang operasional dan produknya berlandaskan prinsip islam sesuai ketentuan Al-Qur’an dan Hadis bertujuan mengarahkan umat islam bermuamalah secara islam agar terhindar dari praktek riba atau unsur penipuan.

Pengertian Strategi

Strategi berasal dari kata yunani strategia yaitu stratos artinya militer dan ag artinya memimpin, yang berarti seni atau ilmu. Strategi merupakan rencana tindakan dan alokasi sumber dalam mencapai tujuan dasar dan sasaran dengan memperhatikan keunggulan kompetitif, komperatif, dan sinergis yang ideal berkelanjutan sebagai arah cakupan dan perspektif jangka panjang dari individu/organisasi. Jenis - jenis strategi sebagai berikut:

Rukun mudharabah mutlaqoh Menurut ulama syafi'iyah yaitu:

- a. Pemilik barang (Shahibul Maal) menyerahkan barang-barangnya.
- b. Orang yang bekerja (mudharib) mengelola harta yang diterima.
- c. Akad mudharabah mutlaqoh, pemilik dengan pengelola barang.
- d. Maal, harta pokok/modal.
- e. Amal (dharabah), pekerjaan pengelola harta menghasilkan laba.
- f. Keuntungan/ribh (Bimo & Cahya, 2018).

Syarat mudharabah mutlaqoh yaitu:

- a. Modal diketahui jumlah dan jenisnya.
- b. Modal berbentuk uang/barang yang bernilai waktu akad.
- c. Modal tidak berbentuk piutang dan dibayar kepada mudharib, baik bertahap/tidak, sesuai kesepakatan dalam akad.

Jenis - jenis Mudharabah yaitu:

- a. Mudharabah muthlaqah
Merupakan kerja sama antara shahih al-mal dan mudharib yang cakupannya sangat luas dan tidak dibatasi spesifikasi jenis usaha, waktu, dan daerah bisnis.
- b. Mudharabah Muqayyadah
Mudharabah Muqayyadah/restricted atau mudharabah/specified atau mudharabah adalah mudharib dibatasi batasan jenis usaha, waktu, dan tempat usaha. Pembatasan mencerminkan kecenderungan umum shahih al-mal memasuki jenis dunia usaha (Rasulong, 2021)

Penerapan mudharabah mutlaqah terdapat dua jenis penghimpunan dana, yaitu tabungan mudharabah dan deposito mudharabah dengan prinsip tidak ada pembatas bank menggunakan dana yang dihimpun, mudharabah mutlaqah tergolong investasi tidak terikat. Investasi tersebut bukan kewajiban/equitas bank karena bank tidak berkewajiban mengembalikan dana apabila terjadi kerugian pengelolaan dana bukan disebabkan kelalaian/kesalahan bank sebagai mudharib (Rahayu & Siregar, 2018).

Pelaksanaan Tabungan Tahari Syariah Mabruur

Mekanisme Tabungan Tahari Syariah Mabruur:

Mekanisme tabungan tahari syariah mabrur di PT BSI KCP Medan Adam Malik diawali membuka rekening tabungan tahari syariah mabrur, kemudian setoran tunai/nontunai mencapai jumlah sesuai ketentuan Kementerian Agama RI (Rp. 25.500.000,-) untuk pendaftaran haji. Setelah saldo buku tabungan nasabah mencukupi, Calon Jamaah Haji (CJH) mendatangi BSI KCP Medan Adam Malik melengkapi persyaratan haji hingga mendapat nomor validasi dan menerima cetak bukti setoran awal BPIH, kemudian mendaftar keKemenag. Namun jika nasabah meninggal dunia atau mengundurkan diri maka dilakukan pembatalan haji serta pengembalian setoran awal hingga pelunasannya.

Ketentuan umum pembukaan rekening:

- a. Berusia minimal 17 tahun atau sudah menikah.
- b. Mengirimkan fotokopi identitas diri Kartu Keluarga (KK)/Akte Kelahiran/KTP/ NPWP Orang Tua Wali/paspor dll.
- c. Isi formulir registrasi rekening dengan lengkap dan benar serta tandatangan.

Manfaat Tabungan Tahari Syariah Mabruur:

- a. Merencanakan manfaat haji sesuai perjanjian bank.
- b. Mendapat buku tabungan, kartu ATM dan layanan e-channel (mobile banking dan online banking).
- c. Setoran awal dan saldo Minimum Rp. 100.000,00 melalui transfer bank atau e-channel.
- d. Gratis porto administrasi bulanan.
- e. Fasilitas notifikasi ketika saldo relatif didaftarkan porsi haji.
- f. Online dengan SISKOHAT (Sistem Komputerisasi Haji Terpadu).
- g. Instruksi berdiri gratis memberi penghematan disiplin setiap bulan.
- h. Biaya penutupan tabungan Rp. 25.000,00 karena meninggal dunia, sedangkan penutupan rekening pelunasan Biaya Perjalanan Ibadah Haji (BPIH) tidak dikenakan biaya.
- i. Total saldo diSiskohat Rp 25.500.000 (menurut Kemenag).

Pembukaan buku tabungan tahari syariah mabrur untuk biaya perjalanan ibadah haji pada PT BSI KCP Medan Adam Malik mengalami kenaikan setiap tahunnya, ini menandakan tinggi peminat pelaksanaan haji dan dapat diamati dari kuota pemberangkatan atau masa tunggu semakin hari semakin lama. Namun sebagian nasabah tidak mengetahui ada nisbah dalam akad mudharabah mutlaqah pada tabungan tahari syariah mabrur, nasabah hanya mengetahui membuka buku tabungan dan mendapat kursi haji sudah mencukupi biaya perjalanan ibadah haji.

3. METODE PENELITIAN

Penulis menggunakan metode penelitian lapangan dengan pendekatan kualitatif deskriptif yang menekankan aspek pemahaman mendalam suatu masalah. Subyek penelitian ini adalah karyawan dan nasabah PT BSI KCP Medan Adam Malik dan objek penelitian ini adalah praktik pemasaran akad Mudharabah Mutlaqah untuk tabungan Tahari Syariah Mabrur di Bank Syariah Indonesia KCP, Medan Adam Malik. Teknik analisis data menggunakan teknik reduksi data, penyajian data, triangulasi/validasi data dan menarik kesimpulan, yang berasal dari data primer diperoleh dari observasi, wawancara dan dokumentasi. Dan data sekunder diperoleh dari library research penelitian dan karya tulis ilmiah. (Hikmah & Nahariah, 2019).

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis SWOT Pada Strategi Pemasaran Tabungan Tahari Syariah Mabrur

Menghadapi persaingan dibidang jasa keuangan khususnya perbankan, ada hal yang dipertimbangkan sebelum menerapkan strategi pemasaran produk, yaitu Kekuatan (strengths), kelemahan (weaknesses), peluang (opportunities), dan ancaman (threats). Berikut poin – poin Analisis tersebut.

Tabel 1
Analisis Swot Strategi Pemasaran

Faktor Internal			
NO	Kekuatan (strengths)	NO	Kelemahan (weakness)
1	PT BSI KCP Medan Adam Malik berada di lokasi strategis dan mudah dijangkau masyarakat.	1	Sedikitnya jumlah karyawan PT BSI KCP Medan Adam Malik.
2	Tabungan tahari syariah mabrur terjamin dan memiliki fitur menarik.		
3	Memiliki SDM berkualitas di bekali pendidikan dan pelatihan yang mumpuni.		
4	Bekerja sama dengan Kemenag yakni SISKOHAT (Sistem Komputerisasi Haji Terpadu) dan Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH).		

Faktor Eksternal			
NO	Peluang (Opportunities)	NO	Ancaman (threats)
1	Memiliki citra perusahaan yang baik.	1	Banyaknya produk syariah sejenis dengan keunggulan yang ditawarkan Bank Syariah lain.
2	Masyarakat Medan dan sekitarnya mayoritas beragama Islam.	2	Pesaing semakin membuat inovatif produk, fitur, serta fasilitas yang memiliki teknologi lebih canggih.
3	Lamanya daftar tunggu haji (whating list).		

Dari analisis diatas disimpulkan, kekuatan memiliki poin lebih besar dari pada kelemahan, sehingga peluang Tabungan Tahari Syariah Mabur lebih besar dari pada ancamannya.

Analisa Penulis

PT BSI KCP Medan Adam Malik dalam melakukan strategi pemasaran tabungan tahari syariah mabrur dengan memfokuskan target pasar yang di tuju menggunakan beberapa aspek, yaitu strategi segmentasi, targeting, positioning dan marketing mix.

a. Segmentasi

PT BSI Medan Adam Malik melakukan segmentasi pasar dengan tepat secara khusus yaitu dari segi daerah/wilayah, segi usia, dan segi status nasabah. Sehingga pemasaran lebih fokus terhadap target pasar yang dituju, perusahaan diharapkan memberi pelayanan yang baik serta penyedia produk guna memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan.

b. Targeting

PT BSI Medan Adam Malik melakukan targeting pemilihan target pasar dengan mentargetkan masyarakat beragama islam. Menentukan target pasar perusahaan dengan menilai hati - hati segmen yang dimasuki dan berapa ukuran.

c. Positioning

PT BSI Medan Adam Malik melakukan positioning dengan mensosialisasikan diri sebagai mitra bisnis yang amanah dan masalah dengan merancang produk dan bauran pemasaran agar tercipta kesan diingatan konsumen/nasabah, PT BSI Medan Adam Malik memiliki image yang jelas dengan memperkuat brand agar tetap dihati masyarakat meskipun menghadapi persaingan yang ketat.

d. Unsur – Unsur Marketing Mix

Marketing mix atau bauran pemasaran merupakan serangkaian unsur – unsur pemasaran guna mencapai tujuan pasar sasaran, karena bagian inilah yang di lihat pasar disertai landasan prinsip syariah. Kotler mendefinisikan bauran pemasaran (Marketing mix) adalah seperangkat alat pemasaran yang dikendalikan dengan 4 unsur atau konsep 4 p untuk menghasilkan respon pasar sasaran yaitu:

1) Product (produk)

Suatu benda/pelayanan jasa BSI untuk mendapatkan perhatian permintaan guna memenuhi keinginan dan kebutuhan nasabah. Produk yang dimiliki BSI adalah tabungan tahari syariah mabrur dengan akad mudharabah muthlaqah yaitu tabungan sistem bagi hasil/nisbah, produk tersebut memberi kemudahan nasabah serta memberi rasa aman dengan SISKOHAT Kementerian Agama.

2) Price (harga)

Harga produk tabungan tahari syariah mabrur tidak memberatkan nasabah dan terjangkau masyarakat muslim, karena pembukaan rekening hanya Rp. 100.000,00 dan setoran selanjutnya Rp. 100.000,00.

3) Place (Saluran Distribusi)

Tempat BSI KCP Medan Adam Malik sangat strategis, karena akses utama menuju pusat kota Medan dan mudah dijangkau transportasi dari berbagai jenis, baik kendaraan pribadi maupun umum. Selain itu BSI KCP Medan Adam Malik dekat pusat perbelanjaan, sekolah, kampus, kantor-kantor maupun lingkungan sekitar. Hal ini dapat dijangkau masyarakat.

4) Promotion (Promosi)

PT BSI KCP Medan Adam Malik memasarkan tabungan tahari syariah mabrur dengan melakukan strategi promosi ke dalam aktivitas menggunakan advertising, personal selling, sales promotion, dan publicity.

- Periklanan (advertising)
Menarik dan mempengaruhi nasabah dengan mencetak brosur, koran nasional/local tentang produk BSI dan membuat spanduk ditempat strategis, selanjutnya nasabah mengunjungi website BSI mengenai informasi.
- Penjualan pribadi (personal selling)
Komunikasi langsung (tatap muka) antara penjual dan calon pelanggan memperkenalkan produk, hal ini membantu marketing memasarkan produknya serta menjadikan keuntungan bank mendapat nasabah baru.
- Promosi penjualan (sales promotion)
Meningkatkan penjualan atau meningkatkan jumlah nasabah dengan memberi cinderamata, insentif dengan saldo tertentu, hadiah, dan kenang - kenangan. Ini bersifat jangka pendek dan tidak secara berulang.
- Publisitas (publisity)
Penyajian dan penyebaran ide barang dan jasa secara non personal, yang mana orang/organisasi yang diuntungkan tidak membayar langsung, seperti mengikuti pameran di Mall/departemen store sekitar bertujuan nasabah lebih mengenal BSI.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan, PT BSI KCP Medan Adam Malik menyediakan produk tabungan tahari syariah mabrur yakni membantu pelaksanaan ibadah haji dengan akad mudharabah mutlaqah. Ruang lingkup masalah dan hasil pembahasan sebagai berikut:

- a. Strategi Pemasaran Tabungan Tahari Syariah Mabrur PT BSI KCP Medan Adam Malik guna mencapai target pasar menggunakan strategi *Segmentasi, Targeting, Positioning, serta Marketing mix* yang terdiri 4 unsur atau konsep 4 p yaitu: Strategi Produk, Strategi Harga, Strategi Saluran Distribusi, dan yang terakhir strategi Promosi melalui periklanan, penjualan pribadi, promosi penjualan, dan publisitas. Dan juga menerapkan analisis *SWOT* pada strategi pemasaran yaitu: Kekuatan (*strengths*), Kelemahan (*weaknesses*), Peluang (*opportunities*), dan Ancaman (*threats*)
- b. Faktor Pendukung: masyarakat Indonesia mayoritas muslim dan berkeinginan menunaikan ibadah haji cukup tinggi sehingga mengalami kenaikan setiap tahunnya.
Faktor Penghambat: sebagian masyarakat muslim di Indonesia belum menunaikan ibadah haji karena berbagai kendala seperti Dana, Waktu dan Kepercayaan. Serta kurangnya pemahaman nasabah mengenai akad mudharabah mutlaqah dalam tabungan tahari syariah mabrur bahkan adanya nisbah.
- c. Keuntungan, Fasilitas dan Syarat Tabungan Tahari Syariah Mabrur telah memudahkan calon nasabah/jama'ah.
Keuntungan: Setoran awal Rp. 100.000,00 dan setoran selanjutnya minimum Rp. 100.000,00 dengan Siskohat Depag Rp. 25.500.000,00 dan prioritas terdaftar calon Jama'ah.
Fasilitas: Bagi Hasil setiap akhir bulan, mendapatkan Kartu Debet BSI, bebas administrasi bulanan, dan bonus digunakan untuk biaya perawatan tabungan.
Persyaratan: Mengisi formulir registrasi rekening dengan memberikan identitas diri sekaligus tanda tangan dan didaftarkan dikemenag.

Tabungan tahari syariah mabrur menggunakan akad mudharabah mutlaqah, dimana nasabah sebagai pemilik modal (shahibulmaal) dan bank sebagai pengelola dana (mudharib). Bank sebagai pengelola dana diberi kebebasan melakukan usaha atau memutarakan uangnya asal tidak bertentangan dengan syariat Islam sesuai ketentuan berlaku. Bentuk pendapatan kontrak investasi bervariasi berdasarkan waktu ke waktu

dengan nisbah bagi hasil (profit sharing) atau (revenue sharing). Menumbuhkan kontribusi masyarakat dalam penggunaan tabungan BSI dengan bekerja sama antar organisasi ekonomi mahasiswa keislaman, di luar itu membantu promosikan produk tabungannya agar BSI semakin dikenal oleh masyarakat.

Saran

Berdasarkan hasil pembahasan, saran kepada PT BSI KCP Medan Adam Malik dalam meninjau strategi pemasaran produk tabungan tahari syariah mabrur yakni meningkatkan kualitas produk dan berinovasi guna menarik minat masyarakat luas menggunakan tabungan tersebut, serta meningkatkan kualitas pelayanan nasabah agar mendapatkan kenyamanan dan merasa aman dalam menunggu antrian haji.

Bagi akademisi diharapkan melakukan kajian strategi pemasaran tabungan tahari syariah mabrur lebih dalam, guna mengembangkan dan memberikan dampak positif yang lebih luas. Dan diharapkan juga mahasiswa bernotaben Islam menggunakan produk BSI guna mendukung bank syariah menjadi unggul dengan menyeimbangi bank konvensional. Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UINSU turut serta mendukung kemajuan bank syariah dengan ilmu yang ditempuh dibangku perkuliahan guna melakukan sosialisasi kepada masyarakat awam terutama kalangan keluarga sendiri.

DAFTAR PUSTAKA

- <https://www.digitaltrainingcenter.id/perandigital-banking-untuk-konsumen/> (Diakses 09 Mei 2018, 11:26)
- <http://www.ojk.go.id/id/kanal/perbankan/Pages/PanduanPenyelenggaraan-Digital-Branch-oleh-Bank-Umum.aspx> (Di akses 23 Juni 2018, 19:08)
- <https://fayruzrahma.wordpress.com/2017/03/07/ragam-layanan-perbankan-digital-di-Indonesia/> (Di akses 10 mei 2018, 11:32)
- Alfansyur, A., & Mariyani, M. (2020). Seni mengelola data: Penerapan triangulasi teknik, sumber dan waktu pada penelitian pendidikan sosial. *Historis: Jurnal Kajian, Penelitian Dan Pengembangan Pendidikan Sejarah*, 5(2), 146–150.
- Kholid, M. (2018). Prinsip-Prinsip Hukum Ekonomi Syariah Dalam Undang-Undang Tentang Perbankan Syariah. *Jurnal Asy-Syari'ah*, 20(2), 147–148.
- Lena, S. S., & Syarofi, M. (2022). Penetapan Margin dan Nisbah Bagi Hasil Pada Pembiayaan Mudharabah di Bank Syariah Indonesia. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam (JEBI)*, 2(2), 153–162. <https://doi.org/10.56013/jebi.v2i2.1529>
- Rantemangiling, Y. (2022). Analisis Yuridis Mengenai Merger Bank Syariah Mandiri, Bri Syariah, Dan Bni Syariah Menjadi Bank Syariah Indonesia (Bsi). *Lex Crimen*, 11(5).
- Sudarmanto, E., Astuti, A., Kato, I., Basmar, E., Simarmata, H. M. P., Yuniningsih, Y., Irdawati, I., Wisnujati, N. S., & Siagian, V. (2021). *Manajemen Risiko Perbankan*. Yayasan Kita Menulis.
- Ulhaq, M. Z. (2021). Politik Ekonomi Islam Era Globalisasi. *Amal: Jurnal Ekonomi Syariah*, 2(2).
- Harahap, M. A., & Soemitra, A. (2022). Studi Literatur Peran Lembaga Keuangan Mikro Syariah Dalam Meningkatkan Kesejahteraan. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 4(4), 1186–1198. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v4i4.889>
- Muslihk, A. S., Umam, A. K., Rusydi, I., & ... (2022). Analisis Produk Tabungan Haji & Umroh Ib Dengan Menggunakan Akad “Mudharabah Mutlaqah”(Pt. Bank Btn Syariah Kcps Indramayu). *JSEF: Journal of Sharia ...*, 1(2), 81–92. <https://jsef.faiunwir.ac.id/index.php/jsef/article/view/9%0Ahttps://jsef.faiunwir.ac.id/index.php/jsef/article/download/9/9>
- Rasulong, I. (2021). Pemahaman Nasabah Tentang Konsep Mudharabah. *Jurnal Lmu Ekonomi BALANCE*, 7(1), 32–42. <https://doi.org/https://doi.org/10.26618/jeb.v7i1.1102>
- Millah, H., & Hasanah, U. (2021). IMPLEMENTASI NISBAH BAGI HASIL PRODUK TABUNGAN MABRUR MELALUI AKAD MUDHARABAH MUTLAQAH DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (Studi Kasus Bank Syariah Mandiri KC Lumajang). *Iqtishodiyah: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 7(1), 2548–5911. <https://ejournal.inzah.ac.id/index.php/iqtishodiyah/article/view/492>
- Abbas, A., & Arizah, A. (2019). Marketability, profitability, and profit-loss sharing: evidence from sharia banking in Indonesia. *Asian Journal of Accounting Research*, 4(2), 315–326. <https://doi.org/10.1108/AJAR-08-2019-0065>

JURNAL ILMIAH ILMU PENDIDIKAN DAN EKONOMI

Halaman Terbitan Jurnal: <http://journal.staidenpasar.ac.id/index.php/wb/issue/view/35>

Halaman Utama Jurnal : <http://journal.staidenpasar.ac.id>

- Khoiriyah, U. (2019). Analisis Sistem Penentuan Besaran Nisbah Bagi Hasil Pada Produk Deposito Di Bank Muamalat Indonesia Kcp Situbondo. LISAN AL-HAL: Jurnal Pengembangan Pemikiran Dan Kebudayaan, 13(1), 155–172. <https://doi.org/10.35316/lisanalhal.v13i1.455>
- Muhammadinah. (2020). Pengaruh Inflasi, BI Rate dan Nisbah Bagi Hasil Terhadap Penghimpunan Dana Pihak Ketiga Pada Perbankan Syariah di Indonesia. Jurnal Kajian Pendidikan Ekonomi Dan Ilmu Ekonomi, IV(2), 105–116. <https://doi.org/https://doi.org/10.23969/oikos.v4i2.2850>
- Yahyanti, M. E. (2019). Analisis Pengaruh Tingkat Nisbah Bagi Hasil, Pelayanan, dan Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Tabungan Pada Bank Syariah Mandiri XXX. Iqitishodia : Jurnal Ekonomi Syariah, 4(1), 71–100. <https://doi.org/https://doi.org/10.35897/iqtishodia.v4i1.226>