

**STRATEGI BAURAN PEMASARAN TABUNGAN *MUDHARABAH*
iB MITRA SIPANTAS
Studi Kasus PT. BPRS BUANA MITRA PERWIRA di PURBALINGGA**



LAPORAN TUGAS AKHIR

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

Oleh :
RIZQI MARKHUMAH
NIM : 1423204121

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

2017

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perbankan Islam sekarang telah menjadi istilah yang terkenal luas baik di dunia Muslim maupun di dunia Barat. Istilah tersebut mewakili suatu bentuk perbankan yang berusaha menyediakan layanan-layanan bebas bunga kepada para nasabah. Para pendukung perbankan Islam berpendapat bahwa bunga adalah riba dan karenanya menurut hukum Islam bunga bank diharamkan. Sejak pertengahan abad 1970 bank-bank Islam telah tumbuh dengan tingkat pertumbuhan yang sangat cepat. Hal ini dibicarakan pada seminar nasional Hubungan Indonesia Timur Tengah pada 1974 dan dalam seminar Internasional yang diselenggarakan oleh Lembaga Study Ilmu Kemasyarakatan (LSIK) dan yayasan Bhinneka Tunggal Ika pada tahun 1976.¹

Maraknya perbankan Islam (syari'ah), dewasa ini bukan merupakan gejala baru dalam dunia Islam, keadaan ini ditandai dengan semangat tinggi dari berbagai kalangan, yaitu akademisi dan praktisi untuk mengembangkan perbankan. Pertumbuhan setiap bank sangat dipengaruhi oleh perkembangan kemampuannya menghimpun dana masyarakat, baik berskala kecil maupun besar dengan masa pengendapan yang memadai. Sebagai lembaga keuangan, masalah bank yang paling utama adalah dana. Tanpa dana yang cukup, bank tidak dapat berbuat apa-apa atau dengan kata lain bank menjadi tidak berfungsi sama sekali.

Bank syari'ah adalah bank yang beroperasi dengan tidak mengandalkan pada bunga. Bank Islam atau biasa disebut Bank Tanpa Bunga, adalah lembaga keuangan/perbankan yang operasional dan produknya dikembangkan berlandaskan pada Al-Qur'an dan Hadist Nabi Muhammad Saw. Dengan kata lain, Bank Islam adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan pembiayaan dan jasa-jasa lainnya dalam lalu lintas pembayaran serta peredaran

¹ Abdullah Saeed, *Bank Islam dan Bunga*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2008), hlm. 8.

uang yang pengoperasiannya disesuaikan dengan prinsip syariat Islam.² Semua produk dan jasa yang ditawarkan tidak boleh bertentangan dengan isi Al-Qur' n dan hadi rasulullah saw.

Di dalam Al-Qur' n dan hadi terdapat larangan riba, seperti yang dijelaskan dalam QS. An-Nisaa': 161

وَأَخَذَهُمُ الرَّبُّ وَقَدْ نُهِوا عَنْهُ وَأَكْلِهِمْ أَمْوَالَ النَّاسِ بِالْبَاطِلِ وَأَعْتَدْنَا لِلْكَافِرِينَ مِنْهُمْ عَذَابًا أَلِيمًا

“Dan disebabkan mereka makan riba (bunga), padahal sesungguhnya mereka telah dilarang dari padanya, dan karena memakan harta orang dengan jalan yang batil. Kami telah menyediakan untuk orang-orang yang kafir diantara mereka itu azab yang pedih.³”

Beberapa hadi nabi juga mengemukakan mengenai larangan riba. Salah satu hadi yang diambil sebagai dasar para ulama untuk menerangkan tentang pelarangan riba.

حَدَّثَنَا مُحَمَّدُ بْنُ الصَّبَّاحِ، وَزُهَيْرُ بْنُ حَرْبٍ، وَعُثْمَانُ بْنُ أَبِي شَيْبَةَ، قَالُوا: حَدَّثَنَا هُشَيْمٌ، أَخْبَرَنَا أَبُو الزُّبَيْرِ :

عَلَيْهِ وَسَلَّمَ أَكَلَ الرَّبَا، وَمُؤْكَلُهُ، وَكَاتِبُهُ، وَشَاهِدِيهِ» : «هُمْ سَوَاءٌ

“Telah menceritakan kepada kami Muhammad bin Shabah dan Zuhair bin Harb dan Utsman bin Abu Syaibah mereka berkata; telah menceritakan kepada kami Husyaim telah mengabarkan kepada kami Abu Az Zubair dari Jabir dia berkata, "Rasulullah shallallahu 'alaihi wasallam melaknat pemakan riba, orang yang menyuruh makan riba, juru tulisnya dan saksi-saksinya." Dia berkata, "Mereka semua sama."

Kurangnya pengetahuan masyarakat mengenai perbankan syari'ah membuat mereka belum bisa memahami berdasarkan prinsip-prinsip syari'ah

² Muhammad, *Konstruksi Mudharabah dalam Bisnis Syari'ah*, (Yogyakarta: Pusat Studi Ekonomi Islam (PSEI), 2003), hlm. 13.

³ Trisadini P. Usanti, Abd. Shomad, *Transaksi Bank Syariah* (Jakarta: Bumi Aksara, 2012), hlm. 7.

dengan menganggap bahwa bank syari'ah dalam pengoperasiannya sama seperti bank konvensional dengan memakai bunga atau riba. Hal ini menuntut bank syariah untuk menentukan strategi pemasaran yang tepat untuk mencapai tujuan bank. Strategi merupakan faktor yang penting dalam pencapaian tujuan bank. Keberhasilan suatu usaha tergantung pada kemampuan direksi yang bersangkutan dalam merumuskan strategi yang digunakan. Strategi yang digunakan oleh suatu bank sangat tergantung dari tujuan bank, keadaan bank dan lingkungan yang ada. Adanya PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Buana Mitra Purbalingga atau yang biasa disebut dengan PT. BPRS BMP, diharapkan dapat memberikan kemudahan dan kenyamanan masyarakat dalam menitipkan harta atau barangnya kepada bank. Dan bank mengelola dana dari masyarakat dengan cara disalurkan melalui pembiayaan usaha produktif yang sesuai dengan prinsip syari'ah dan menghasilkan bagi hasil yang kompetitif bagi nasabah.

Dalam penghimpunan dananya PT. BPRS BMP menganut prinsip tabungan dan deposito. Penyimpanan dana di sini penarikannya belum tentu dapat dilakukan setiap saat namun dapat juga penarikannya hanya dapat dilakukan pada waktu tertentu menurut perjanjian yang disepakati yaitu dengan cara tabungan dan deposito. Tidak hanya deposito yang penarikannya hanya dapat dilakukan sesuai perjanjian, di PT. BPRS BMP memiliki produk unggulan yaitu Tabungan iB Mitra Sipantas yang menggunakan akad *mudharabah* di mana penarikannya tidak dapat diambil setiap saat melainkan sesuai dengan perjanjian yang disepakati bersama. Tabungan *mudharabah* adalah simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat tertentu yang disepakati tetapi tidak dapat ditarik dengan cek atau alat yang dapat dipersamakan dengan itu.⁴ Tabungan yang menggunakan akad *wadi'ah* ada tabungan iB Syariah, TabunganKu iB, dan Tabungan iB Amanah. Berikut pertumbuhan jumlah nasabah Tabungan iB Mitra Sipantas:

⁴ Wiroso, *Penghimpunan Dana dan Distribusi Hasil Usaha Bank Syari'ah*, (Jakarta: PT. Gramedia Widiasarana Indonesia, 2005), hlm. 46.

Tabel 1 Pertumbuhan Jumlah Nasabah Tabungan iB Mitra Sipantas BPRS Buana Mitra Perwira

Tahun	Jumlah Rekening	Saldo Tabungan (Ribuan)
2014	1361	5.528.278
2015	1827	6.793.647
2016	2006	6.996.729

Sumber : Dokumen PT. BPRS Buana Mitra Perwira tahun 2016

Dari tahun ke tahun jumlah nasabah mengalami kenaikan khususnya dari tahun 2014 ke 2016 dikarenakan mulai dari tahun 2014 menggunakan strategi *sales prospecting*, dan juga adanya strategi *marketing mix* yang sebelumnya hanya menggunakan strategi *sales prospecting* saja yaitu *prospecting*, *approaching*, *presentation*, *handling objection*, dan *closing deal*. yang telah dijalankan oleh manajer *marketing* dan diterapkan oleh semua bawahan seperti *supervisor funding* dan *funding officer*.

PT. BPRS BMP juga telah menerapkan strategi pemasaran jemput bola dan grebek pasar selain strategi *sales prospecting* dan juga strategi *marketing mix*. Pertama, jemput bola dilakukan oleh *marketing* dengan mendatangi nasabah secara langsung untuk melakukan transaksi baik penarikan maupun penyeteroran sesuai dengan jadwal yang telah ditentukan. Strategi ini dirasa sangat membantu bagi nasabah yang sekiranya sibuk dengan pekerjaannya. Biasanya strategi ini dilakukan dengan sasaran pedagang di pasar-pasar tradisional dan nasabah yang masih termasuk dalam jangkauan wilayah oleh masing-masing *marketing*. Kedua, grebek pasar yaitu sistem grebek pasar yang dilakukan di pasar-pasar tradisional dengan memperkenalkan produk *funding* dan pembiayaan kepada masyarakat yang ada di sekitar pasar tersebut, dengan adanya *reward* hadiah bagi calon nasabah yang ingin menjadi nasabah di PT. BPRS BMP, tentunya dengan kriteria-kriteria tertentu. Dan program hadiah ulang taun, yaitu untuk menjaga loyalitas nasabah dan meningkatkan dana dari pihak ketiga, dengan syarat dan ketentuan berlaku. Adanya strategi pemasaran yang baik sangat membantu PT. BPRS BMP dalam memperoleh dana dan menyalurkan dana terbukti setiap tahun peningkatan jumlah nasabah selalu

meningkat, seperti tabel diatas tentang peningkatan jumlah nasabah Tabungan iB Mitra SipantaS.⁵

Tabungan iB Mitra Sipantas ini menjadi produk andalan di PT. BPRS BMP karena bagi hasil yang setara dengan deposito 1 tahun, dan lebih besar bagi hasil Tabungan iB *Mudharabah* Mitra Sipantas dibandingkan dengan pemberian bonus Tabungan *wadiah* lainnya di PT. BPRS BMP. Pembagian bagi hasil dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 2 Daftar Prosentase Nisbah Bagi Hasil Tabungan *mudharabah* iB Mitra Sipantas

Jenis Tabungan	Nisbah		EQR (%)
	Nasabah	Bank	
Tabungan iB Mitra Sipantas	57	43	9.15

Sumber *website* PT. BPRS Buana Mitra Perwira

Tabel 3 Daftar Prosentase Pemberian Bonus Tabungan *wadiah*

No	Jenis Tabungan	Bonus
1	Tabungan iB Amanah	Setara 1%
2	Tabungan iB Syariah	Setara 3%
3	iB TabunganKu	Setara 1%

Sumber *website* PT. BPRS Buana Mitra Perwira

Tabel 4 Daftar Prosentase Nisbah Bagi Hasil Deposito iB

No	Jangka Waktu	Nisbah		EQR (%)
		Nasabah	Bank	
1	Deposito 3 bulan	47	53	7.54
2	Deposito 6 bulan	52	48	8.34
3	Deposito 12 bulan	57	43	9.15

Sumber *website* PT. BPRS Buana Mitra Perwira

Dari uraian di atas ingin diketahui strategi penghimpunan dana tabungan *mudharabah*, dengan mengambil judul “STRATEGI BAURAN

⁵ Wawancara dengan Aris Ginanjar selaku Manajer Marketing di PT. BPRS Buana Mitra Perwira.

PEMASARAN TABUNGAN *MUDHARABAH* iB MITRA SIPANTAS DI PT. BPRS BUANA MITRA PERWIRA”

B. Rumusan masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, pokok permasalahan yang diteliti adalah Bagaimana strategi bauran pemasaran Tabungan *Mudharabah* iB Mitra Sipantas di PT. BPRS Buana Mitra Perwira ?

C. Tujuan penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi bauran pemasaran yang ditempuh dalam menghimpun dana melalui Tabungan *Mudharabah* iB Mitra Sipantas di PT. BPRS Buana Mitra Perwira.

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi peneliti

Untuk menambah wawasan dan pengalaman mengenai teori yang dipelajari dengan praktek di lapangan.

2. Bagi PT. BPRS Buana Mitra Perwira

TA ini bisa dijadikan pertimbangan dalam mengembangkan tingkat pengetahuan masyarakat adanya Tabungan *Mudharabah* iB Mitra Sipantas.

3. Bagi IAIN Purwokerto

Agar karya ilmiah dapat digunakan sebagai referensi maupun tambahan informasi bagi mahasiswa IAIN Purwokerto.

4. Bagi Akademik

Menambah informasi dan referensi tentang strategi penghimpunan dana melalui Tabungan *Mudharabah* bagi perpustakaan IAIN Purwokerto khususnya program Manajemen Perbankan Syariah.

5. Bagi pihak lain

Karya ilmiah ini dapat digunakan sebagai tambahan pengetahuan dan bahan referensi bagi peneliti yang akan mengambil topik yang sama.

E. Metode Penelitian Tugas Akhir

Metode penelitian merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu.⁶ Dalam menyusun tugas akhir ini digunakan metode penelitian:

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan (*Field Research*) dapat juga dianggap sebagai pendekatan luas dalam penelitian kualitatif atau sebagai metode untuk mengumpulkan data kualitatif.⁷ Ide pentingnya adalah bahwa penelitian langsung ke lapangan untuk mengadakan pengamatan suatu fenomena dalam suatu keadaan alamiah atau “in situ”. Dalam hal demikian maka pendekatan ini terkait erat dengan pengamatan berperanserta.⁸ Dalam hal ini yang dilakukan adalah pengamatan langsung ke lapangan untuk mencari informasi. Dengan melakukan wawancara dengan yang bersangkutan dan melakukan observasi secara langsung serta mengumpulkan dokumen-dokumen yang dibutuhkan.

2. Jenis dan Sumber Data

a. Primer

Merupakan data yang didapat dari sumber pertama, dari individu yaitu hasil wawancara yang dilakukan, yakni melakukan sendiri observasi di lapangan.

Dalam penelitian ini memperoleh data langsung dari PT. BPRS Buana Mitra Perwira dengan wawancara secara langsung kepada pihak bank. Dengan cara peneliti memberikan beberapa pertanyaan dan jawabannya dicatat dalam buku dan direkam dalam perekam suara.

b. Sekunder

⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, Cet. Ke-25 2017), hlm. 2.

⁷ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2014), hlm. 26.

⁸ *Ibid*, hlm. 26.

Merupakan data yang diperoleh oleh pihak lain, yang telah diolah lebih lanjut dan disajikan oleh pihak lain, yang digunakan untuk memberikan gambaran tambahan, gambaran pelengkap ataupun untuk diproses lebih lanjut.

Dalam penelitian ini, mengutip dari buku-buku, brosur, internet dan lain sebagainya yang berkaitan dengan informasi mengenai PT. BPRS BMP.

3. Teknik Pengumpulan Data

Metode yang dilakukan dalam penelitian ini adalah :

a. Metode Observasi

Observasi adalah pengamatan langsung kepada suatu objek yang akan diteliti guna mengumpulkan data dengan cara melakukan pencatatan secara cermat dengan sistematis.

Dalam penelitian ini melalui observasi dilakukan pengamatan langsung ke PT. BPRS Buana Mitra Perwira untuk mengetahui bagaimana strategi bauran pemasaran yang digunakan untuk meningkatkan jumlah nasabah.

b. Metode Interview (Wawancara)

Wawancara merupakan percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan itu dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara (*interviewer*) yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara (*interviewee*) yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu.⁹

Dalam penelitian ini melalui wawancara dilakukan pengumpulan data dengan cara bertanya secara langsung kepada pihak PT. BPRS Buana Mitra Perwira untuk mendapat informasi atau keterangan yang mendukung untuk penelitian.

c. Metode Dokumentasi

Dokumentasi berasal dari kata dokumen, menurut Guba dan Lincoln (1981) mendefinisikan dokumen adalah setiap bahan tertulis

⁹ *Ibid*, hlm. 186.

ataupun film, lain dari record yang tidak dipersiapkan karena adanya permintaan seorang penyidik.¹⁰

Dalam penelitian ini melalui metode dokumentasi dilakukan penelurusan data dengan menelaah buku, brosur, internet maupun sumber-sumber lain yang berisikan informasi mengenai PT. BPRS BMP.

4. Metode Analisis Data

Analisis data kualitatif menurut Bogdan dan Biklen (1982) adalah upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, mengorganisasikan data, memilah-milahnya menjadi satuan yang dapat dikelola, mensitesiskannya, mencari dan menemukan pola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari, dan memutuskan apa yang dapat diceriterakan kepada orang lain.¹¹

Teknik analisis data yang digunakan adalah teknik analisi model interaktif dan berlangsung secara terus-menerus sampai tuntas sehingga datanya sudah jenuh.¹² Analisis data menjadi pegangan penelitian. Data yang dikumpulkan adalah berupa kata-kata, gambar, dan bukan angka-angka. Dengan demikian laporan penelitian akan berisi kutipan-kutipan data untuk memberi gambaran penyajian laporan tersebut. Data tersebut mungkin berasal dari naskah, wawancara, catatan lapangan, foto, *videotape*, dokumen pribadi, catatan atau memo, dan dokumen resmi lainnya.¹³

5. Keabsahan Data

Untuk menguji keabsahan data digunakan teknik triangulasi. Dalam teknik pengumpulan data, triangulasi diartikan sebagai teknik pengumpulan data dan sumber data yang telah ada. Apabila pengumpulan data dengan triangulasi, maka sebenarnya pengumpulan data yang sekaligus menguji

¹⁰ *Ibid*, hlm. 216-217.

¹¹ *Ibid*, hlm. 248.

¹² Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif*, hlm, 244.

¹³ Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, hlm. 11.

kredibilitas data, yaitu mengecek kredibilitas data dengan berbagai teknik pengumpulan data dan berbagai sumber data.¹⁴

Yaitu dengan melakukan wawancara tentang tugas yang dilakukan oleh bagian *marketing* dari atasan sampai bawahan yaitu kepada Manajer *marketing* dan kemudian penulis melakukan pengecekan lewat dokumentasi yang diberikan oleh bagian personalia, ternyata data yang diberikan sesuai berarti keabsahan data valid.



¹⁴ Muhamad, Metodologi Penelitian Ekonomi Islam, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2008), hlm. 241.

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan yang telah penulis uraikan di atas mengenai strategi bauran pemasaran pada produk penghimpunan dana Tabungan iB Mitra Sipantas di PT. BPRS Buana Mitra Perwira dapat disimpulkan bahwa strategi bauran pemasaran yang digunakan adalah 5P (*Product, Price Place, Promotion, People*).

1. *Product*

Strategi produk yang digunakan pada produk Tabungan iB Mitra Sipantas di PT. BPRS BMP adalah aman, nyaman dan menguntungkan. Yaitu aman karena dijamin oleh LPS (Lembaga Penjamin Simpanan), nyaman karena tersedia kantor cabang dan kantor pusat untuk melayani nasabah yang jauh dari kantor pusat PT. BPRS BMP, dan menguntungkan karena bagi hasil yang setara dengan deposito yaitu 57% untuk nasabah dan 43% untuk bank.

2. *Price*

Strategi *price* yang digunakan pada produk Tabungan iB Mitra Sipantas di PT. BPRS Buana Mitra Perwira adalah dengan menentukan strategi harga yang kompetitif yaitu dimana setoran awal minimal Rp 50.000,00 dengan nisbah yang cukup tinggi dimana 57% untuk nasabah dan 37% untuk bank setara dengan bagi hasil deposito. Prosentase nisbah akan semakin meningkat jika dana yang disimpan juga semakin besar, sesuai dengan pendapatan bank pada periode tersebut.

3. *Place*

Strategi tempat atau saluran distribusi yang dikembangkan oleh PT. BPRS BMP pada produk Tabungan iB Mitra Sipantas dibatasi pada saluran distribusi pada *counter* Bank PT. BPRS BMP. Dimana untuk melakukan transaksi dapat dilakukan dimana saja hanya saja untuk transaksi secara komputerisasi dilakukan di *counter-counter* yang ada di

seluruh kantor pusat, kantor cabang, maupun kantor kas di seluruh PT. BPRS BMP.

4. *Promotion*

Strategi promosi Tabungan iB Mitra Sipantas di PT. BPRS Buana Mitra Perwira adalah periklanan, *personal selling*, *publisitas*, *sales promotion*.

5. *People*

Strategi *people* yang dipertahankan dalam mempromosikan produk Tabungan iB Mitra Sipantas oleh PT. BPRS BMP adalah:

- a. Menyambut nasabah dengan senyuman
- b. Berpenampilan sesuai Syariat Islam
- c. Melayani secara cepat dan tepat
- d. Karyawan yang berkualitas
- e. Tidak membeda-bedakan nasabah

B. SARAN

1. Terus mengembangkan produk-produk yang ada untuk menjadi lebih baik di PT. BPRS Buana Mitra Perwira agar tujuan yang ingin dicapai terwujud.
2. PT. BPRS Buana Mitra Perwira lebih meningkatkan dalam memasarkan produk-produknya agar dapat bersaing secara kompetitif dengan bank lain.
3. PT. BPRS Buana Mitra Perwira lebih dapat mengoptimalkan dana dari pihak ketiga agar dapat membantu perkembangan ekonomi masyarakat pada umumnya dan umat muslim pada khususnya, baik pada produk penghimpunan dana maupun pembiayaan.
4. Selalu melakukan perbaikan pada sistem yang dilakukan secara syariah yaitu dengan penekanan akad, dan penjelasan tentang akad yang akan digunakan agar calon nasabah menjadi paham dan mengerti, sehingga diketahui adanya pembeda antara bank syariah dan bank konvensional.

DAFTAR PUSTAKA

Buku-buku :

- Antonio, Muhammad Syafi'i, *Bank Syari'ah dari Teori ke Praktek*, Jakarta: Gema Insani Press, Cet.Ke-1, 2001.
- Dahlan, Ahmad, *Bank Syariah Teoritik, Praktik, Kritik*, Yogyakarta: Teras, 2012.
- Gitosudarmo, Indriyono, *Pengantar Bisnis*, Yogyakarta: BPFE, 2014.
- Grant, Robert M., diterjemahkan oleh Thomas Secokusomo, *Analisis Strategi Kontemporer : Konsep.Teknik. Aplikasi*, (Jakarta: Erlangga, 1997.
- Ikatan Bankir Indonesia, *Strategi Bisnis Bank Syariah*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2015.
- Ismail, *Perbankan Syariah*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2011.
- Kasmir, *Manajemen Perbankan*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2000.
- Moleong, Lexy J., *Metode Penelitian Kualitatif*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2012.
- Muhammad, *Konstruksi Mudharabah dalam Bisnis Syari'ah*, Yogyakarta: Pusat Studi Ekonomi Islam (PSEI), 2003.
- Saeed, Abdullah, *Bank Islam dan Bunga*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2008.
- Sudirman, Wayan, *Manajemen Perbankan*, Jakarta : Kencana Prenada Media Group, 2013.
- Siagian, Sondang P., *Manajemen Stratejik*, Jakarta:Bumi aksara, 1995.
- Solihin, Ismail, *Manajemen Strategik*, Jakarta: Erlangga, 2012.
- Sugiono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif Kualitatif dan R & D*, Bandung: Alfabeta, 2013.
- Sumitro, Warkum, *Asas-Asas Perbankan Syariah dan Lembaga-Lembaga Terkait*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 1997.
- Tjiptono, Fandy, *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta: Andi, 1995.

Trisandini, Usanti P., Shomad Abd., *Transaksi Bank Syariah*, Jakarta: Bumi Aksara, 2012.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah.

Wiroso, *Penghimpunan Dana dan Distribusi Hasil Usaha Bank Syari'ah*, Jakarta: PT. Gramedia Widiasarana Indonesia, 2005.

Non Buku :

Brosur Jasa Layanan Penghimpunan Dana BPRS Buana Mitra Perwira.

Brosur Jasa Pelayanan Pembiayaan BPRS Buana Mitra Perwira.

Company Profile BPRS Buana Mitra Perwira.

Hasil pembekalan pada saat PKL di PT. BPRS Buana Mitra Perwira pada tanggal 04 Januari 2017.

Wawancara :

Wawancara dengan Aris Ginanjar selaku Manajer Marketing PT. BPRS Buana Mitra Perwira pada tanggal 11 Maret 2017.

Wawancara dengan Amalia Windardeni, Personalia PT. BPRS Buana Mitra Perwira pada tanggal 16 Januari 2017.

Wawancara dengan layanan mitra di kantor pusat PT. BPRS Buana Mitra Perwira pada tanggal 27 Januari 2017.

Wawancara dengan layanan mitra di kantor pusat PT. BPRS Buana Mitra Perwira pada tanggal 19 Juli 2017.

Website :

<http://jobdeskripsi.blogspot.co.id/2013/10/deskripsi-kerjatugas-legal-officer.html>.
Diakses pada Kamis, 4 April 2017.

<http://www.bprsbmp.comp/home.html>. Diakses pada Senin, 01 Maret 2017.

<http://www.bprsbmp.comp/profil.html>. Diakses pada Senin, 22 Mei 2017.

<http://www.jobdesc.net>. Diakses pada Selasa, 2 Mei 2017.

<https://bloggerweb.wordpress.com/2011/06/03/tugas-dan-tanggung-jawprogramer-staff-edp-dan-instruktur-it/>, Diakses pada Jum'at, 3 Maret 2017.

