



STRATEGI PEMASARAN BANK SYARIAH INDONESIA (BSI) KCP PADANG BULAN DALAM MEMASARKAN PRODUK PEMBIAYAAN CICILAN KENDARAAN KEPADA NASABAHNYA

Tuti Anggraini¹, M. Yoga Pratama Harahap²

^{1,2}Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

tuti.anggraini@uinsu.ac.id, yogapratamaharahap842@gmail.com

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memahami strategi pemasaran keuangan yang terus berkembang yang dilakukan oleh Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Padang Bulan. Pendekatan empiris yang dipadukan dengan metodologi deskriptif kualitatif adalah metode penelitian yang digunakan berdasarkan pengamatan dari penelitian, mekanisme dan tatacara pembiayaan kendaraan Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Padang Bulan dimulai dari penyampaian proposal atau berkas, dilanjutkan dengan penelusuran berkas, persetujuan pembiayaan, dan penandatanganan perjanjian pembiayaan. Selanjutnya bank menerbitkan purchase order (PO) kepada dealer atau showroom dengan spesifikasi sesuai keinginan nasabah, menyiapkan segala dokumen yang diperlukan bank untuk menyalurkan pembiayaan, dan mengatur pembayaran angsuran sesuai kesepakatan. Bauran pemasaran yang terdiri dari produk, penetapan harga, distribusi atau tempat, dan promosi merupakan pendekatan pemasaran yang digunakan Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Padang Bulan dalam meningkatkan pembiayaan kendaraan bermotor (promosi). Hasil analisis SWOT kelebihanannya antara lain jangka waktu angsuran diperpanjang, tidak ada biaya penalti, uang muka rendah, margin rendah, dan pelaksanaan sesuai syariah, kecuali lokasi strategis. Salah satu kelemahannya adalah kurangnya kesadaran masyarakat. Peluang yang ada mencakup keinginan kuat individu untuk memiliki mobil dan meningkatnya jumlah yang mendukung Islam dan keyakinannya. Ancaman (threats), khususnya pertumbuhan lembaga pembiayaan, termasuk leasing, yang fokus pada pembelian mobil dan mendorong individu untuk mengajukan pinjaman.

Kata kunci: *Pemasaran, Cicilan, Kendaraan, BSI KCP Padang Bulan*

1. Pendahuluan

Kendaraan mempunyai peranan penting dalam masyarakat sebagai transportasi sehari-hari yang semakin efektif seiring berjalannya waktu dan kebutuhan akan perlengkapan untuk mobilitas. Oleh karena itu, lembaga keuangan mempunyai potensi komersial untuk menawarkan jasa pembiayaan pembelian kendaraan bermotor. Pelanggan semakin tertarik pada promosi lembaga keuangan karena meningkatnya jumlah pembiayaan konsumen yang telah meningkatkan kinerja lembaga keuangan bank dan non-bank. Lembaga-lembaga ini telah menawarkan berbagai pilihan pembiayaan kepada pelanggannya dengan cara yang mudah dan terjangkau. Setelah pembiayaan pembelian rumah, pembiayaan kepemilikan kendaraan bermotor menempati urutan kedua kredit konsumsi di Indonesia. Permintaan masyarakat terhadap kendaraan bermotor terutama mobil yang harganya sangat mahal tidak lepas dari hal ini.

Dalam mengidentifikasi dan mengatasi tuntutan-tuntutan tersebut, masyarakat saat ini menjadi semakin kritis dan pilih-pilih. Oleh karena itu, lembaga keuangan yang menawarkan solusi cepat, akurat, dan aman sangat dibutuhkan oleh masyarakat secara keseluruhan. Akibatnya, Lembaga Keuangan dan Perbankan Syariah dengan akad murabahah, syariah menawarkan pembiayaan untuk kepemilikan kendaraan bermotor. Dalam murabahah, penjual dan pembeli mengadakan akad jual beli yang mana penjual bersikap transparan dengan memberitahukan kepada pembeli berapa harga jual dan margin barang tersebut (Harahap dan Hafizh, 2020).

Produk Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Padang Bulan memberikan pembiayaan BSI Oto. membolehkan pembiayaan pembelian kendaraan bermotor dengan sistem murabahah, baik baru maupun bekas, atau pembelian dan penjualan mobil dengan pembayaran bulanan, pada dasarnya sama dengan mencicil tanpa dikenakan biaya, padahal biaya pinjaman dan tunai berbeda. Bank syariah masih menghasilkan keuntungan, namun mereka melakukannya dengan menjual pembelian margin atau pendapatan sewa, bukan dengan membebaskan bunga. Dalam hal akadnya murabahah, bank membeli kendaraan yang diinginkan dari vendor dan menawarkannya lagi kepada klien dengan premi yang dapat dibayar secara mencicil. Keuntungan beli dan jual, atau selisih antara harga beli dan harga jual, itulah yang diperoleh bank dalam hal ini. Karena fasilitasnya, Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Padang Bulan menawarkan produk pembiayaan BSI Oto yang ditujukan untuk pembelian kendaraan. Produk ini harus diterima dengan baik. Hal ini diharapkan dapat mempermudah dan mempercepat masyarakat umum dalam memperoleh mobil. Mengingat banyaknya keuntungan memanfaatkan BSI Oto finance. Namun permasalahan yang muncul dari pengamatan penulis adalah masih kurangnya individu yang mendanai BSI. Masih banyak masyarakat yang belum menyadari bahwa mereka bisa, karena konsumen terbiasa menyewa kendaraan, maka mereka harus membelinya melalui bank. Oleh karena itu, untuk meningkatkan pendanaan BSI Oto diperlukan rencana pemasaran yang tepat dan tepat.



Karena persaingan yang ketat dalam memperebutkan pangsa pasar, perbankan syariah kini harus mengevaluasi kembali pendekatan pemasarannya, agar tidak terlalu bergantung pada penawaran barang-barang berkualitas tinggi dengan biaya yang wajar dan lebih banyak mengandalkan promosi produk dan jasanya sendiri. Tujuan pemasaran adalah untuk mengidentifikasi kebutuhan konsumen dan kemudian menyediakan kebutuhan tersebut. Oleh karena itu, lembaga keuangan harus lebih kreatif dan inovatif karena persaingan bisnis semakin ketat dan diperlukan pemasaran yang efektif. Mengingat komponen penting dari kelangsungan hidup organisasi keuangan adalah pemasaran.

Kajian "Implementasi artikel Ayu Hafizah" Akad Murabahah Produk Pembiayaan Multiguna iB Muamalat di Bank Muamalat Indonesia Cabang Utama Medan Sudirman" yang dipublikasikan pada tahun 2019. Pendekatan yang digunakan bersifat deskriptif kualitatif. Mencari informasi dan menjelaskan tindakan yang dilakukan Bank Muamalat Cabang Utama Medan Sudirman dalam mengeksekusi akad murabahah pendanaan iB Muamalat Multiguna menjadi tujuan penelitian ini. Temuan penelitian menunjukkan bahwa Pembiayaan muamalat iB multiguna di Bank Muamalat Medan Cabang Utama Sudirman menggunakan akad Murabahah Bil Wakalah. Ketika nasabah mengajukan permohonan ke bank syariah, mekanisme pendanaan ini diterapkan. Mereka wajib mengisi formulir pendanaan yang diinginkan dan memenuhi semua persyaratan. Nantinya, bank akan mengambil banyak tindakan. Tahap melakukan survey agunan dan BI-Checking terhadap calon nasabah. Bank kemudian menangani pendanaannya. Penelitian kali ini berbeda dengan penelitian sebelumnya yang fokus pada pengembangan strategi pemasaran suatu produk, sedangkan penelitian sebelumnya fokus pada penerapan akad murabahah.

Dalam mendorong keinginan konsumen untuk membeli suatu kendaraan perencanaan pemasaran diperlukan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap produk pembiayaan sepeda motor, menarik minat calon nasabah, dan memperkenalkan Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Padang Bulan yang pada akhirnya akan menambah jumlah nasabah baru. Peneliti tertarik untuk mengetahui lebih jauh mengenai upaya yang dilakukan oleh Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Padang Bulan untuk menarik minat nasabah. Peneliti berupaya menghasilkan judul penelitian seperti "*Strategi Pemasaran Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Padang Bulan Dalam Memasarkan Produk Pembiayaan Cicilan Kendaraan Kepada Nasabahnya*".

2. Kajian Pustaka

Menurut Kotler dan Armstrong (2016:30), operasi pemasaran didasarkan pada lima pengertian berbeda, yaitu sebagai berikut:

- 1) Filosofi Konsep Produksi menyatakan bahwa konsumen akan menganggap barang yang ditawarkan menarik dan harganya masuk akal.



- 2) Konsep Produk Bisnis harus menginvestasikan sumber daya dalam peningkatan produk yang berkelanjutan karena mereka yakin bahwa pelanggan akan memilih barang dengan tingkat kualitas, kinerja, dan inovasi tertinggi.
- 3) Konsep Penjualan Gagasan bahwa kecuali suatu perusahaan terlibat dalam inisiatif pemasaran dan penjualan yang ekstensif, pelanggan tidak akan membeli barangnya dalam jumlah yang memadai.
- 4) Konsep Pemasaran Filosofi Manajemen Pemasaran adalah bahwa memenuhi persyaratan dan keinginan pasar sasaran dengan cara yang lebih efisien dan efektif sangat penting untuk mencapai tujuan organisasi secara lebih efektif dibandingkan pesaing.
- 5) Ide Pemasaran yang Sensitif Secara Sosial adalah gagasan bahwa bisnis harus memastikan persyaratan, preferensi, dan minat audiens target mereka agar dapat memenuhi permintaan mereka secara lebih efektif dan efisien.

Menurut Fandy Tjipton, strategi pemasaran adalah rencana yang menggambarkan bagaimana perusahaan mengharapkan inisiatif atau kampanye pemasaran tertentu berdampak pada permintaan berbagai produknya dipasar sasaran tertentu. Dalam lingkungan pemasaran ini, sasaran mencakup keputusan strategis yang signifikan mengenai bauran pemasaran, pasar sasaran, pasar penempatan produk, dan tingkat pengeluaran pemasaran. Kotler menyatakan bahwa pilihan-pilihan kunci mengenai perhatian pasar sasaran, unit strategi utamayang akan diterapkan untuk mencapai tujuan tertentu berdasarkan tempat produksi pasar, bauran pemasaran, dan jumlah uang yang dibutuhkan untuk pemasaran harus di buat diputuskan sebelumnya.

3. Metode Penelitian

Metodologi penelitian ini di gambarkan sebagai serangkaian proses ilmiah yang bertujuan untuk memberikan data dengan harapan dan manfaat tertentu. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan penyelidikan deskriptifnya. Dapat dikatakan bahwa penelitian kualitatif adalah salah satu penelitian yang hasil akhirnya dicapai tanpa menggunakan tahapan statistik atau jenis perkiraan lain dan berfungsi iuntuk mengungkapkan fenomena secara keseluruhan. Sesuai dengan konteksnya, pengumpulan data melalui kerangka alami dan mengutamakan individu peneliti menjadi instrument inti. Dalam penelitian kualitatif, tahapan dan maknanya lebih jelas terlihat tergantung padasudut pandang subjek. Setiap penelitian kualitatif harus memiliki landasan teoritis atau konseptual yang kuat untuk menganalisis, mengkaji, dan menerapkan temuan. Luasnya hal yang diperiksa semakin meluas. Untuk menggeneralisasi penelitian, penelitian kualitatif membandingkan dan memprioritaskan berbagai aspek penalaran mendalam tentang suatu kasus.

4. Hasil dan Pembahasan



Berdasarkan temuan penelitian, sistem pembiayaan kendaraan Kegiatan Bank Syariah Indonesia(BSI) KCP Padang Bulan meliputi:

- a. Penyerahan dokumen dan proposal. Klien dalam hal ini akan mengajukan pembiayaan BSI OTO dan mengisi dokumen yang akan disediakan oleh karyawan Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Padang Bulan.
- b. Nasabah mengembalikannya kepada pegawai bank dengan syarat-syarat yang ditentukan oleh bank. Karyawan wajib memberikan fotokopi KTP, identitas diri pemohon dan pasangan, fotokopi Kartu Keluarga, fotokopi akta nikah, surat keterangan kerja dan pengangkatan, serta bukti gaji bulan pertama. sebelumnya, surat jaminan, dan NPWP. Bagi perorangan atau pengusaha, diperlukan fotokopi KTP atau tanda pengenal pemohon, fotokopi kartu keluarga, dan fotokopi identitas suami atau istri. surat nikah, hokum perusahaan, dan NPWP.
- c. Memeriksa file. Ketika staf bank melihat file yang dikirimkan calon klien, tujuannya adalah untuk menentukan apakah file tersebut benar jika mematuhi maka penyampaiannya akurat dan lengkap sesuai aturan.
- d. Calon nasabah wajib menyelesaikannya sesuai parameter yang ditetapkan oleh bank dan jika sampai dalam jangka waktu yang ditentukan, karena bank belum menyelesaikannya. Pengajuan pinjaman dibatalkan apabila calon debitur belum menyelesaikannya.
- e. Pembiayaan disetujui, dan perjanjian pembiayaan ditandatangani. Pilihan Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Padang Bulan mengambil pilihan untuk memberikan kredit ini. Keputusan mengenai pembiayaan akan mencakup berapa banyak yang harus dipinjam, untuk berapa lama, dan berapa biayanya. klien. Calon klien harus terlebih dahulu menandatangani perjanjian pembiayaan dan surat perjanjian terkait lainnya sebelum pendanaan dapat diberikan. Ini termasuk setelah membayar bea materai sesuai, mengirimkan kembali surat pemberitahuan persetujuan keuanganyang telah ditandatangani. Klien siap melakukan pembayaran angsuran bulanan secara tepat waktu dan terorganisir.
- f. Metode Pembayaran cicilan sepanjang waktu yang ditentukan dilakukan dengan menggunakan system pembayaran online, sesuai syarat pembayaran yang disepakati oleh Bank Syariah Indonesia(BSI) KCP PadangBulan.

Mekanisme pembiayaan di Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Padang Bulan Meskipun pengajuan pembiayaan mobil dan pencairan dananya sangat sederhana, namun ada beberapa syarat yang harus dipenuhi, yaitu "*Pemohon pembiayaan harus nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Padang Bulan ini, lalu lengkap isemua administrasi, apabila memenuhi persyaratan*" ucap Manajer Pelayanan Kantor Cabang Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Padang Bulan dalam wawancara mengenai mekanisme pembiayaan murabahah. Ketika konsumen mengajukan pembiayaan, mereka dibawa ke dealer atau showroom kendaraan yang dipilihnya. Di sana mereka diharuskan membayar uang mukasebesar 20% dari harga jual barang, dan sisanya 80% dibayar penuh pada saat itu secara angsuran sesuai dengan ketentuan akad.



Beberapa taktik yang disesuaikan dengan permintaan, segmentasi pasar, dan sasaran yang dibidik digunakan dalam strategi pemasaran pembiayaan mobil.

Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Padang Bulan 4P dalam bauran pemasaran Produk, Tempat, Harga, dan Promosi adalah dasar analisis dan pelaksanaan strategi ini. penerapan taktik yang sedikit lebih lugas dan berhasil untuk membedakannya dari perbankan syariah. Hal senada pun diungkap kan tim pemasaran Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Padang Bulan. *“Karena kami memahami betapa pentingnya hasil tersebut, Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Padang Bulan melakukan perencanaan dengan pemasaran yang matang dan perhatian yang matang. Kami sangat memperhatikan strategi yang akan diterapkan. Taktik pemasaran Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Padang Bulan bias dipertahankan. Rencana4 Ppada dasarnya masih menjadi landasan, meskipun strategi pemasaran kami selalu berkembang”*.

Berdasarkan temuan wawancara, Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Padang Bulan menggunakan rencana bauran pemasaran 4P yang mencakup opsi pembiayaan untuk mobil. Pendekatan bauran pemasaran 4P pada produk kredit kendaraan bermotor dijelaskan terus berubah seiring perkembangan zaman, namun landasan pendekatan 4P tidak berubah. Penjelasan mengenai strategi pemasaran bauran pemasaran disajikan di bawah ini. Empat pilar kredit mobil adalah sebagai berikut:

- 1) Strategi produk merupakan hal yang dilakukan Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Padang Bulan menyikapinya dengan sangat serius. Tim pemasaran Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Padang Bulan menyatakan sebagai berikut: *“Kami mengutamakan kualitas produk dan layanan kami karena kami tahu bahwa hal itu akan meningkatkan loyalitas nasabah, dan itu adalah suatu anugerah. Selain itu, kami tidak pernah berhenti berinovasi untuk menyediakan barang dan jasa yang dibutuhkan masyarakat modern. Kami berupaya semaksimal mungkin untuk menonjolkan keunggulan setiap barang dan layanan yang kami berikan dibandingkan dengan barang serupa. serta yang disediakan oleh bank lain. Masyarakat tertarik untuk mengajukan pembiayaan kendaraan bermotor di bank kami karena banyak nya manfaat yang selalu diberikan oleh mobil bermotor kami”* (Tenaga Pemasaran Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Padang Bulan). Dalam hal pembiayaan kendaraan, Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Padang Bulan menawarkan sejumlah keuntungan, antara lain ringan (uang muka minimal 20% dengan jangka waktu pembiayaan lima tahun), fleksibilitas (bisa memilih jenis sepeda motor apa saja, baru atau lama), jaminan, dan kenyamanan (dengan angsuran). Namun nasabah dapat mengalokasikan angsuran bulanan secara spesifik dan terkendali selama periode pembiayaan, margin kompetitif (margin kompetitif dan non-kompetitif berubah hingga akhir periode pembiayaan), proses pengajuan yang sederhana dan cepat (permohonan pembiayaan kami diproses dalam 3 hari dengan melengkapi dokumentasi yang diperlukan) dan tidak ada biaya penalti (bagi yang ingin mempercepat pelunasan tidak dikenakan biaya penalti) .

- 2) Strategi penetapan harga menjadi pertimbangan utama bagi Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Padang Bulan. Berikut yang dilakukan tim marketing Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Padang Bulan menyatakan *"Kami menyadari betul bahwa biaya memiliki dampak yang signifikan terhadap keputusan masyarakat mengenai dimana pembiayaan akan diselesaikan. Dengan model penetapan harga ini, Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Padang Bulan bertujuan untuk memberikan sejumlah manfaat, antarlain tidak adanya biaya penalty , jangka waktu angsuran yang panjang, margin yang rendah, dan uang muka yang murah. Margin tersebut diyakin iakan memungkinkan peningkatan volume penjualan, meskipun marginnya dianggap cukup kecil. Hal ini tidak berarti bahwa produk yang dijual memiliki kualitas yang rendah, karena barang yang berkualitas tinggi belum tentu membutuhkan margin yang besar. Selainitu, margin yang ditentukan merupakan margin yang kompetitif, dengan tambahan pendanaan dari perguruan tinggi"*. Menurut staf pemasaran Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Padang Bulan. Jelas dari hasil observasi dan wawancara penulis bahwa Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Padang Bulan menjalankan bisnisnya dengan serius dan sangat memperhatikan cost (biaya setiap barang dan jasa yang diberikan, karenamasing-masing memiliki harga yang berbeda) . Loyalitas pelanggan dan kepentingan masyarakat sangat dipengaruhi oleh alini.
- 3) Strategi tempat merupakan hal yang Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Padang Bulan menyikapinya dengan sangat serius. Menurut staf pemasaran Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Padang Bulan *"Posisi Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Padang Bulan yang berada di pusat kota menjadi salah satu keunggulan kami, karena kami senantiasa berupaya menjadi yang terdepan dan paling dekat dengan masyarakat. Selain itu, kami akan menyiapkan booth disetiap acara untuk memudahkan pelanggan mengenal dan memilih kami"* (Staff Marketing Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Padang Bulan). Posisinya yang diuntungkan, Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Padang Bulan bekerja sama dengan sejumlah dealer dan showroom yang ada di Kelurahan Padang Bulan artinya, jika seseorang ingin membeli mobil dan langsung mendatangi dealer atau showroom tersebut, maka dealer atau showroom akan merujuknya ke Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Padang Bulan jika pembeli ingin membayar kendaraan tersebut seiring waktu. Olehkarena itu, dengan bekerja sama dengan Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Padang Bulan, kemitraan ini dapat meningkatkan strategi lokasi, yaitu dengan menjadi hadir di lokasi dealer dan showroom selain di bank.
- 4) Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Padang Bulan mengadakan promosi bank untuk meningkatkan jumlah nasabah pembiayaan kendaraan yang dapat dilayani oleh karyawan pemasaran Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Padang Bulan, *"Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Padang Bulan terus meningkatkan taktik pemasarannya dengan menawarkan produk dan layanan komersial. Kami menggunakan papan reklame di jalan umum untuk mengiklan kan produk kami"*

(Staff Pemasaran Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Padang Bulan). Kenyataannya, Bank mana pun bias menggunakan paling sedikit empat jenis strategi periklanan yang berbedadalam mengiklankan barang dan jasanya. Periklanan adalah jenis promosi yang pertama, diikuti oleh promosi penjualan. Publisitas berada di urutan ketiga, sedangkan tenaga penjualan (penjualan pribadi) berada di urutan keempat.

5. Kesimpulan

Mekanisme dan tata cara pembiayaan kendaraan di Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Padang Bulan dapat diambil kesimpulan dari hasil penelitian dan pembahasan. Prosedur tersebut meliputi penyerahan proposal dan berkas, penyidikan berkas, persetujuan pembiayaan, dan penandatanganan perjanjian pembiayaan. Selanjutnya, Bank menerbitkan *Purchase Order* (PO) kepada *Dealer* atau *Showroom* dengan spesifikasi yang disesuaikan dengan preferensi nasabah, dan menyiapkan seluruh dokumentasi yang diperlukan Bank untuk mencairkan pembiayaan dan melakukan pembayaran angsuran sesuai kesepakatan. Dalam rangka meningkatkan pembiayaan kendaraan bermotor, Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Padang Bulan menggunakan rencana pemasaran ini mencakup empat "P": *Promotion, Place, Price, and Product*. Strategi yang digunakan Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Padang Bulan untuk memasarkan pembiayaan mobil selain lokasi yang menguntungkan, margin yang murah, uang muka yang rendah, waktu pengembalian yang lama, dan bebas penalti. Salah satu kelemahannya adalah kurangnya kesadaran masyarakat. Ada banyak peluang bagi masyarakat untuk memiliki kendaraan, dan umat Islam semakin teguh dalam keyakinan mereka. Salah satu ancaman utamanya adalah pertumbuhan lembaga keuangan seperti leasing, yang sebagian besar berhubungan dengan pembelian kendaraan. Masyarakat lebih cenderung menyerahkan pembeliannya ke leasing karena mereka sering bertransaksi dari rumah ke rumah.

6. Daftar Pustaka

- Albana, Muhammad Said, dan Firmansyah, Amrie. (2021). Implementasi Akuntansi Murabahah Pada Pembiayaan BSM OTO Di Bank Syariah Mandiri: Apakah Sesuai Dengan PSAK 102?. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan*, 8(2).
- Antonio, Muhammad Syafi'i dkk. (2016). *Bank Syariah "Analisis Kekuatan, Kelemahan, Peluang, dan Ancaman" (Cet. VII)*. Yogyakarta: Ekonisia.
- Assauri, Sofian. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Asyuti, Rinda. (2012). Kritik Terhadap Pemasaran Bank Syariah (Pendekatan Eksperiental Marketing). *Jurnal Hukum Islam (JHI) Vol. 10*, Nomor 1.
- Azzahra, Ayna. Dkk. (2020). Analisis Karakteristik Pemasaran Syariah Pada Bank Syariah Mandiri. *Al-Sharf Jurnal Ekonomi Islam Vol. 1*, No. 1.



- Fathoni, M. Kamal. (2021). Transaksi Kerjasama Pembiayaan Produk Ritel Perspektif Hukum Ekonomi Syariah. *Istidlal: Jurnal Ekonomi dan Hukum Islam* Vol. 5, No. 1.
- Harahap, Muhammad Arfan dkk. (2020). Pengaruh Marketing Mix terhadap Keputusan Nasabah untuk Menabung pada PT Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Stabat. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, Vol. 3, No. 2.
- Meilani, Citra. (2015). Analisis Swot Untuk Menentukan Strategi Kompetitif. *Jurnal Academia* Vol. 1, No. 1.
- Ramadhan, Ahmad & Sofiyah, Fivi Rahmatu. (2017). Analisis SWOT Sebagai Landasan Dalam Menentukan Strategi Pemasaran (Studi Mcdonald's Ringroad). *Jurnal Academia* Vol. 1, No. 1.
- Tamara, Angelica. (2016). Implementasi Analisis SWOT Dalam Strategi Pemasaran Produk Mandiri Tabungan Bisnis. *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen* Vol. 4, No. 3, Edisi Khusus Pemasaran & Keuangan.
- Wilujeng, Titin Amrih. Dkk. (2019). Analisis SWOT dan Aspek Keuangan Studi Kelayakan Investasi Pengembangan Rumah Sakit Umum Wonolangan Probolinggo. *Jurnal Ekonomi & Bisnis* Vol. 4, No. 2.