

Strategi Bank Syariah Indonesia kantor Cabang Takalar Dalam Memasarkan Produk Pembiayaan Makro.

Sulaeman

STAI YAPNAS Jeneponto

sulaeman@staiyapnasjeneponto.ac.id

Abstrak: Bank Syariah merupakan lembaga intermediary yang mempunyai peran menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya dalam bentuk pembiayaan. Salah satunya yaitu produk pembiayaan mikro, dimana bank syariah membutuhkan strategi pemasaran yang efektif agar menarik minat nasabah dalam melakukan pembiayaan untuk memenuhi modal usaha yang akan dijalankan. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui bagaimana strategi bank syariah Indonesia cabang Takalar dalam memasarkan produk pembiayaan mikro. Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan kajian (*Field research*) dan pendekatan Deskriptif Kualitatif yaitu penelitian lapangan, peneliti melakukan observasi langsung dan wawancara yang diambil dari beberapa informan dan pihak bank. Dalam mengkaji data primer yang didapat dari literatur-literatur dari berbagai referensi melalui kepustakaan seperti al-Qur'an dan Hadits dan melalui kepustakaan yang berhubungan dengan permasalahan yang akan diteliti. Dari penelitian yang dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa strategi BSI KC Takalar dalam memasarkan produk pembiayaan mikro ada 6 strategi khusus yaitu: *Prospek pasar (prospekting can vasing)*, *door to door*, *syiar*, *open table*, *periklanan*, *FAS (Financing Application System)*.

Kata Kunci : *Strategi Dalam Memasarkan Produk Mikro*

Abstract: Sharia Banks are intermediary institutions whose role is to collect funds from the public in the form of savings and channel them in the form of financing. One of them is micro financing products, where Islamic banks need an effective marketing strategy to attract customers' interest in financing to meet the capital for the business they are running. The purpose of this research is to find out the strategy of the Indonesian sharia bank, Takalar branch, in marketing microfinance products. The research used in this research uses field research and a qualitative descriptive approach, namely field research, the researcher carried out direct observations and interviews taken from several informants and the bank. In reviewing primary data obtained from literature from various references through literature such as the Koran and Hadith and through literature related to the problems to be studied. From the research carried out, it can be concluded that BSI KC Takalar's strategy in marketing products There are 6 specific strategies for micro financing, namely: *market prospecting (prospekting can vasing)*, *door to door*, *broadcasting*, *open table*, *advertising*, *FAS (Financing Application System)*.

Key words: *strategy in marketing of micro product*

A. Pendahuluan

Indonesia merupakan bangsa yang memiliki potensi besar untuk berkembang dan bersaing, selain merupakan Negara yang kaya akan budaya dan sumber daya alamnya, tentunya akan menarik perhatian bahwa Indonesia memiliki potensi yang

tinggi, dan hal ini tidak terlepas dengan sudut pandang ekonominya, berbicara masalah ekonomi ini sangat berkaitan dengan system lembaga keuangan yang adakhususnya di Indonesia. Perbankan sendiri memiliki peran pendorong ekonomi nasional, karena perbankan dapat berperan mendorong pertumbuhan ekonomi. Dengan penyaluran dana yang baik para pelaku ekonomi dapat terbantu dalam pengaturan dana serta pengaturan dana. Sehingga penyaluran dana pada perbankan sangat berfungsi dalam menggerakkan perekonomian. Mayoritas penduduk Indonesia merupakan penduduk muslim sebanyak 88,1 % ini sangat berdampak pada lembaga keuangan yaitu perbankan syariah dengan mendorong perekonomian, Menurut undang-undang No 21 Tahun 2008 tentang perbankan syariah pasal 1 menyatakan bahwasanya perbankan syariah adalah “segala sesuatu yang menyangkut tentang Bank Syariah dan Unit Usaha Syariah, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya”. Sedangkan pengertian bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit atau dalam bentuk lain dalam rangka meningkatkan taraf hidup masyarakat.

Sebagaimana bank pada umumnya Bank Syariah Indonesia menjalankan fungsibank sebagai tempat menyimpan dan menyalurkan dana dari masyarakat untuk membantu pembangunan di Indonesia umumnya dan di daerah Rejang Lebong khususnya. Eksistensi suatu bank juga sangat tergantung pada kepercayaan masyarakat tersebut. Semakin tinggi kepercayaan masyarakat, semakin tinggi pula kesadaran masyarakat untuk menyimpan uangnya ke bank dan menggunakan jasa-jasa lain dari bank, selain tergantung pada keahlian pengelolaannya, juga tergantung pada integritas. Sebagai konsekuensi nyata dari salah satu tugas pokok perbankan ialah mendorong kelancaran produksi dan pembangunan serta memperluas kesempatan kerja guna meningkatkan taraf hidup rakyat.

Selain itu juga pengertian bank juga di definisikan oleh Dr.B.N Ajuha pada buku dasar – dasar perbankan oleh Malayu Hasibuan yaitu :

“Bank menyalurkan modal dari mereka yang tidak dapat menggunakan secara menguntungkan kepada mereka yang dapat membuatnya lebih produktif untuk keuntungan masyarakat.”

Dalam peran bank sebagai pemberi modal ini akan sangat membantumasyarakat yang membutuhkan dana dalam mengembangkan usaha yang dimiliki dengan tujuan meningkatkan perekonomiannya.

Pada dasarnya fungsi perbankan yang paling pokok baik konvensional maupun syariah adalah sebagai lembaga *intermediary*, yaitu menampung pihak-pihak yang kelebihan dana untuk nantinya disalurkan kepada pihak-pihak yang membutuhkan dana. Fungsi inilah yang juga dilakukan oleh PT.Bank Syariah Indonesia Cabang Takalar dalam membantu menyalurkan dana untuk usaha kecil dan menengah.

Usaha Mikro merupakan salah satu kekuatan pendorong terdepan dalam pengembangan industri manufaktur. Sektor usaha mikro amat vital untuk menciptakan pertumbuhan ekonomi dan lapangan kerja. Usaha mikro cukup

pleksibel dan dapat dengan mudah beradaptasi dengan pasang surut dan arah permintaan pasar. Mereka mampu menciptakan lapangan pekerjaan lebih cepat dibandingkan sektor usaha lainnya, juga mereka cukup terdiversifikasi dan memberikan kontribusi penting dalam ekspor dan perdagangan. Dengan adanya usaha mikro ini merupakan dorongan terbaru dalam meningkatkan perekonomian masyarakat tentunya kelas menengah dalam memperbaiki taraf hidup mereka.

Potensi daerah yang sangat besar adalah Usaha mikro. Perkembangan Bank Syariah dikaitkan dengan potensi daerah yang ada, tidak berlebihan jika dikatakan bahwa perbankan syariah memiliki peluang yang sangat besar dalam rangka menumbuhkan perekonomian daerah. Pertanyaannya adalah: bagaimanakah peranan perbankan syariah dalam meningkatkan atau pertumbuhan ekonomi daerah. Tak terkecuali bank Syariah Indonesia Pattalassang juga berperan dalam menumbuhkan perekonomian daerah khususnya di bidang usaha mikro atau pun usaha kecil dan menengah.

Peranan adalah tindakan yang dilakukan oleh seseorang dalam suatu peristiwa. Sedangkan peranan dalam penelitian ini adalah merupakan apa yang dapat dilakukan oleh Bank Syariah Indonesia dalam mensejahterakan masyarakat ekonomi kecil menengah.

Untuk mendukung pertumbuhan Usaha mikro, lembaga keuangan seperti perbankan memegang peranan yang sangat penting dalam menjembatani kebutuhan modal kerja terutama perbankan syariah. Fenomena yang terjadi dimana usaha kecil banyak yang rugi karena kekurangan modal untuk usaha. Bank konvensional dengan perangkat bunganya tidak mampu mendukung pertumbuhan usaha kecil karena besarnya pengembalian yang harus dibayar tidak sebanding dengan hasil yang didapat oleh para pengusaha. Bank Syariah dengan sistem bagi hasilnya mampu memenuhi kebutuhan modal kerja bagi para pengusaha mikro.

B. Metode Penelitian

Jenis penelitian adalah penelitian lapangan (*Field research*) sehingga untuk mengetahui strategi pengawasan dan penyelesaian yang digunakan oleh Bank Syariah Indonesia cabang Curup dalam mendorong Usaha mikro pada perekonomian masyarakat kecamatan Palleko, peneliti menggunakan penelitian dengan menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Penelitian kualitatif yang dimaksud sebagai “jenis penelitian yang temuan – temuannya tidak diperoleh melalui prosedur statistik atau bentuk hitungan lainnya”. Sedangkan deskriptif merupakan penelitian yang bertujuan untuk memberikan gambaran tentang suatu kelompok orang tertentu atau gambar tentang suatu gejala atau hubungan antara dua gejala atau lebih.

Penelitian ini, selain berdasarkan data mengenai keputusan teori, penelitian ini juga memerlukan pencermatan lapangan terhadap objek penelitiannya yaitu strategi Bank Syariah Indonesia cabang Takalar dalam mendorong Usaha Kecil dan Menengah pada perekonomian masyarakat Takalar.

1. Sumber data

Penulis mengklasifikasikan bentuk data menjadi dua jenis, yaitu data primer dan data sekunder.

- a. Data primer, diperoleh dengan melakukan observasi, wawancara, dan dokumentasi.
- b. Data sekunder, diperoleh dengan mengutip dari buku/literatur, bahan internet, majalah, jurnal, dan artikel yang dianggap relevan.

2. Subjek penelitian

Subjek penelitian merupakan sumber tempat kita memperoleh keterangan penelitian, Subjek dalam penelitian ini adalah Bank Syariah Indonesia cabang Takalar.

3. Obyek penelitian

Obyek penelitian merupakan pokok persoalan atau permasalahan yang akan diteliti dan dianalisis, obyek yang akan diteliti dalam penelitian adalah Strategi Bank Syariah Indonesia cabang Curup dalam mendorong Usaha Kecil dan Menengah terhadap Perekonomian Masyarakat

Teknik Pengumpulan Data Data yang telah didapatkan dengan cara mengelola data yang diperoleh dari:

a. Observasi

Menurut Nawawi dan Martini dalam buku Irawan Suhartono yang berjudul Metode Penelitian Sosial, observasi adalah pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap unsur-unsur yang tampak dalam suatu gejala atau gejala-gejala dalam objek penelitian. Observasi biasa dengan melihat keadaan masyarakat khususnya pengusaha Takalar kota terhadap perkembangan perekonomiannya dalam mengembangkan usaha mikro.

b. Wawancara

Metode pengambilan data dengan menanyakan sesuatu kepada seseorang yang menjadi informan atau responden. Wawancara juga sering disebut dengan interview lisan, yaitu sebuah dialog yang dilakukan oleh pewawancara untuk memperoleh informasi dari pihak yang diwawancara. Wawancara adalah salah satu teknik pengumpulan data yang sangat penting dari setiap penelitian. Tanpa wawancara, peneliti akan kehilangan informasi yang hanya dapat diperoleh dengan jalan bertanya langsung kepada responden. Adapun informan dari wawancara ini adalah para pegawai atau karyawan yang berkepentingan mengenai permasalahan yang akan diteliti pada KC BSM Cabang curup dan nasabah pembiayaan mikro.

c. Dokumentasi

Dokumentasi yang merupakan metode yang sebenarnya sulit dikatakan sebagai suatu teknik pengumpulan data. Bagan-bagan (struktur organisasi, dan sebagainya), grafik-grafik, data statistik, arsip-arsip dan lain-lain, sebenarnya dalam penelitian tertentu (survey misalnya) merupakan bukti tertulis saja dari

penjelasan wawancara. Metode ini tujuannya adalah untuk memperoleh data-data yang berupa dokumen-dokumen penting, arsip serta bagan-bagan dari lembaga yang akan diteliti.

C. Hasil dan pembahasan

Strategi Bank Syariah Indonesia (BSI) KC Takalar Dalam Mendorong Usaha Mikro

Strategi merupakan suatu upaya yang dilakukan untuk mencapai sesuatu yang dikerjakan, dengan serangkaian tujuan dan sasaran kebijakan serta aturan yang memberikan arahan terhadap usaha-usaha pemasaran dari waktu ke waktu pada masing-masing tingkatan serta lokasinya.

Dalam mendorong usaha mikro bank syariah Indonesia memasarkan produk pembiayaan mikro dengan menerapkan strategi-strategi khusus, yaitu:

1. Prospek Pasar

Yaitu pihak Bank mempromosikan ke pasar yang ada di kota takalar Kabupaten Takalar. Sebagaimana yang disampaikan Bapak Ade Putra selaku Micro Banking Manager seperti dibawah ini:

“Prospek pasar diterapkan oleh Bank Syariah Indonesia (BSI) KC Takalar, dengan mengutuskan pihak khusus yang turun langsung ke lapangan yaitu di pasar atas, pasar tengah, Bang Pattalassang dengan menawarkan produk pembiayaan warung mikro untuk mengambil modal (produktif) ataupun multiguna (non produktif) kepada pedagang-pedagang seperti pedagang sayur, pedagang pakaian ataupun barang-barang. Biasanya strategi ini yang sering diggunakan untuk menarik nasabah dengan terjun langsung ke lapangan untuk melihat keadaan sekitar dan memberikan informasi terkait dengan pembiayaan mikro, selain itu para pihak juga melakukan strategi ini tiap harinya minimal 10 kali kunjungan, dengan membagikan wilayah-wilayah Takalar tertentu, misalnya untuk satu hari dengan melakukankunjungan untuk satu wilayah contohnya wilayah pattalasang kota, dan Jadi dalam prospekting can pasing yang dikenal dengan turun langsung ke lapangan dengan cara menawarkan pembiayaan warung mikro dalam menarik minat nasabah, sudah dilakukan oleh pihak Bank Syariah Indonesia (BSI) KC Takalar kepada pedagang-pedagang pasar atas, pasar tengah ataupun Bang Pattalassang.

2. Door to Door

Yaitu pihak bank melakukan turun langsung ke lapangan menuju kerumah-rumah masyarakat, perkebunan, dan karyawan-karyawan berpenghasilan tetap (PNS, Karyawan SWASTA), Wirausaha baik itu perdagangan, usaha di bidang jasa seperti usaha rumah sewa, griya yang menjadi target pemasaran. Sebagaimana yang disampaikan Bapak Ade Putra selaku Micro Banking Manager seperti dibawah ini: “Strategi door to door di terapkan oleh Bank Syariah Indonesia (BSI) KC Takalar, dengan mengutuskan pihak khusus yang turun langsung kelapangan dengan cara

naik rumah turun rumah akan tetapi rumah yang dimaksud disini adalah tempat usaha yang sudah berdiri lama ataupun baru memulai usaha ke perkebunan, karyawan-karyawan yang memiliki penghasilan tetap, pedagang, wirausaha yang membutuhkan modal atau dana untuk melancarkan usahanya (Multiguna), Dengan menjelaskan secara singkat tentang Bank Syariah Indonesia (BSI) KC Taklar dan produk warung mikro kepada masyarakat. Jadi dalam strategi door to door atau yang lebih dikenal dengan turun langsung ke lapangan dengan cara naik turun rumah atau tempat usaha, sudah dilakukan oleh pihak Bank Syariah Indonesia (BSI) KC Takalar dalam menarik minat nasabah ke masyarakat kota Takalar seperti Kecamatan Pattalassang. Melalui syiar “Yaitu dengan melakukan penyuluhan kepada forum forum tertentu seperti misalnya kampus kampus lainnya dengan membagikan informasi dari pihak Bank .”

3. Melalui Syiar

Yaitu Membuka Informasi. Sebagaimana yang disampaikan Bapak Ade Putra selaku Micro Banking Manager seperti dibawah ini: “Strategi *open table* adalah “membuka pameran, pihak Bank mengadakan pameran atau Bank Syariah Indonesia (BSI) KC Takalar mengikuti acara pameran, dengan mempromosikan/menawarkan kepada masyarakat mengenai produk-produk Unggulan Bank Syariah Indonesia (BSI) KC Takalar seperti salah satunya produk warung mikro(Pembiayaan warung mikro).

4. Periklanan

Yaitu media informasi, Bapak Ade Putra selaku Micro Banking Manager mengatakan bahwa iklan merupakan cara yang cukup efektif yang dapat digunakan sebagai media informasi. Bank Syariah Indonesia (BSI) KC Takalar dapat menggunakan media periklanan sebagai sarana promosi Media (Radio), Radio yang digunakan oleh Bank Syariah Indonesia (BSI) KC Takalar adalah Radio Harmoni Media Cetak.

1) Spanduk atau Baliho

Iklan yang dimuat dalam baliho atau spanduk sama halnya dengan iklan yang dimuat di media yang berisikan mengenai produk- produk unggulan Bank Syariah Indonesia (BSI) KC Takalar menginformasikan segala sesuatu yang ditawarkannya seperti nama produk, manfaat produk, harga produk serta keuntungan-keuntungan produk apabila nasabah menggunakannya. Baliho ini juga dipasang dalam kurun waktu tertentu sesuai dengan waktu yang diberikan oleh Dinas Perizinan Kabupaten Takalar.

2) Brosur dan *Banner*

Brosur yang digunakan oleh Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Cabang Takalar menggunakan brosur yang dibuat sendiri yang kemudian di copy menggunakan kertas warna. Tenaga *marketing* lebih sering menggunakan dan menyebarkan

brosur yang dibuat sendiri karena bahasanya lebih mudah dimengerti oleh calon nasabah ataupun nasabah itu sendiri namun pada saat pembagian brosur kepada masyarakat, pihak bank juga menjelaskan secara.

Kendala-Kendala yang Dihadapi

Dalam memasarkan Produk Pembiayaan Warung Mikro, Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Takalar memiliki beberapa kendala, diantaranya adalah sebagai berikut:

1.Musim

Kendala ini dilihat dari musim yang ada di daerah tertentu khususnya Pattalasang Takalar, karena mayoritas masyarakatnya bermata pencharian petani dan berkebun . Jika tidak mengalami musim kopi, biasanya ekonomi masyarakat merosot dan ini memicu terhadap daya belinya menurun.

2.Radius (jarak)

Kendala ini berkaitan dengan jarak suatu tempat penjualan yang dibatasi hanya sekitar 5 kilo dari bank. Dimana pihak bank hanya memasarkan produk penjualan di sekitaran area bank yang telah di batasi jaraknya, dan tentunya ini akan mempersempit peluang pemasaran produk yangharusnya lebih di kenal dengan masyarakat atau calon nasabah dari pembiayaan mikro ini.

3.Plafon Pinjaman

Adanya batasan dari plafon pinjaman yang hanya memberikan pinjaman maksimal 200 juta dan tidak boleh dari itu untuk calon nasabah pembiayaan mikro.

4.Jaminan

Untuk jaminan itu sendiri tidak boleh nama orang lain selain nama ibu kandung, bapak kandung atau anak ataupun nama sendiri.

5.Bank Pesaing

Adanya bank pesaing yang dimiliki produk sejenis dengan pembiayaan warung mikro yang dimiliki oleh Bank Syariah Indonesia, contohnya sepertiunit mikro Bank BRI, Produk Micro Business Bank Indonesia Konvensional, Bank Perkreditan Rakyat dan lain-lainnya.

6.Penjelasan terhadap akad pembiayaan

Minimnya pengetahuan para calon nasabah terhadap istilah-istilah danakad-akad yang digunakan oleh perbankan syariah serta konsep dan aplikasi yang digunakan pada Produk Pembiayaan Warung Mikro itu sendiri, tentunya akan menjadi kendala pihak bank khususnya marketing mikro dalam memberikan penjelasan yang cukup dapat di mengerti dan diterima oleh calon nasabah pembiayaan.

Adapun upaya yang dilakukan untuk menyelesaikan kendala-kendala yang dihadapi

oleh Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Takalar adalah sebagai berikut: Untuk mengatasi masalah radius atau jarak pihak Bank Syariah Indonesia Cabang Takalar memiliki solusi untuk mencari market share yang radius nya di bawah 5 kilo artinya di pasar inti yaitu pasar atas, pasar de dan pasar tengah. dengan mencari peminjamnya yang dekat dengan kantor supaya mudah untuk maintenance nya. yang memiliki jaminan atas nama sendiri, ibu kandung, bapak kandung dan anak yang bisa di pakai.

D. Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan

Berdasarkan hasil temuan penelitian yang dilakukan pada Bank Syariah Indonesia Cabang Takalar mengenai apa saja strategi yang dilakukan pihak bank dalam mendorong usaha mikro terhadap peningkatan perekonomian masyarakat kecamatan curup Bank menerapkan beberapa strategi diantaranya :

1. Prosepek pasar yaitu dengan mengutuskan pihak khusus yang turun langsung ke lapangan yaitu di pasar atas, pasar tengah, Bang Pattalassang
2. *Door to door* dengan turun langsung kelapangan dengan cara naik rumah turun rumah masyarakat.
3. dengan melakukan penyuluhan kepada forum forum tertentu seperti minsalnya kampus kampus Takalar dan kampus kampus lainya dengan membagikan informasi dari pihak Bank.
4. *Open Table* dengan membuka pameran depan kantor Bank Syariah Indonesia ataupun mengikuti pameran HUT kota Takalar.
5. Periklanan yaitu dengan menggunakan media seperti radio , media cetak lainya (brosur, spanduk,surat kabar dan majalah)
6. FAS (*Financing Aplication System*) yaitu inovasi terbaru dari pihak bank agar memudahkan pihak bank dalam mendata nasabah mikro secara cepathingga proses nya cepat

Dari 6 stratregi tersebut bahwasannya bank syariah Indonesia cabang Takalar memasarkan produk pembiayaan mikro guna menarik minat nasabah dalam melakukan pembiayaan dan membantu mereka masyarakat atupun calon nasabah dalam menjalankan usaha mereka .

Saran –saran

Namun dari peneliti mengenai “Strategi Bank Syariah Indonesia cabang Takalar dalam mempromosikan produk pembiayaan mikro“ berdasarkan dengan penemuan dari peneliti setelah melakukan hasil penelitian yaitu dengan memeberi beberapa saran:

1. Pada pihak Bank harusla memberikan inovasi terbaru terhadap strategi yang diggunakan untuk menarik calon nasabah agar lebih memilih melakukan pembiayaan mikro lebih bertambah, dan pelayanan serta persyaratan yang dilakukan tidak dipersulit lagi baik dari segi promosinya bank harus lebih berkerja keras dalam mengenalkan lebih luas kepada masyarakat.
2. Pada pihak nasabah tentunya harus komitmen dengan mengembangkan usaha yang telah berjalan dan memperluas lagi usaha yang didirikan dengan cara inovatif dan kreatif hingga usaha yang dijalankan tidak terlalu pasif, tentunya ini akan berdampak terhadap tingkat perekonomian.

DAFTAR PUSTAKA

- Adiwarman A. Karim, *Bank Islam Analisis Fiqh dan Keuangan*. Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2016.
- Ahmad Ifham Sholihin, *Buku Pintar Ekonomi Syariah*. Jakarta: Gramedia PustakaUtama, 2010
- Al Arif M Nur Arianto, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, Bandung:Alfabeta,2010
- Andri Soemitra, *Bank & Lembaga Keuangan Syariah*. Jakarta: Kencana, 2009 Anselm Strauss dan Juliet Corbin, *dasar dasar penelitian kualitatif*.Yogyakarta: pustaka pelajar, 2003
- Dahlan Tamrin, *Filsafat Hukum Islam*. Malang: UIN Malang Press, 2007
- Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus bahasa Indonesia*. Jakarta: BalaiPustaka, 2001
- Dharmayanti, Diah, “*Manajemen Pemasaran (strategi perbankan syariah dalam memasarkan produk mikro)*”. Jurnal, IAIN Purwokerto, Vol 1 No 1, 2007
- Dwi anissa putri, “*Preferensi pengusaha usaha mikro dalam menggunakan produk pembiayaan warung mikro pada bsm cabang* Curup”.skripsi.(Fak.perbankan syariah STAIN Curup,2017),h 77
- Ely siswanto,M.Sulhan “*manajemen bank konvensional dan syariah*”, UIN Malang,Press 2008
- Hendian, AP, “*Peranan pembiayaan UMKM di provinsi jogjakarta*”. Skripsi, Fak.Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta, 2016
- Irawan Soehartono, *metode penelitian social*. Bandung: Remaja rosdakarya, 2005Kamus Besar Bahasa Indonesia. Jakarta :Balai pustaka, 1991
- Kiki Pustika Sari, “*Strategi pemasaran pembiayaa warung mikro dalam menarik minat nasabah (Studi kasus Bank Syariah Indonesia Cabang Curup)*skripsi.(Fak.perbankan syariah STAIN Curup,2017),h 6
- Kuncoro Mudrajad, *Ekonomika Industri Indonesia*, Yogyakarta: Andi, 2007
- Malayu hasibuan, *dasar dasar perbankan*. Jakarta :PT Bumi Aksara, 2001 Muhamad nanda kusuma , *Implementasi pembiayaan warung mikro pada Bank Syariah Indonesia Curup Kantor Cabang (KC)*. ”.skripsi.(fak.perbankansyariah syariah STAIN Curup,2017),h 98
- Muhamad, *Bank Syariah Analisis Kekuatan, Kelemahan, Peluang dan Ancaman* . Yogyakarta: Ekonisia , 2001
- Muhamad A, *Teknik Perhitungan Bagi Hasil dan Profit Margin pada Bank Syariah*. Yogyakarta: UII Press, 2004
- Muhammad, Abubakar, 1995, *Hadits Tarbiyah*, Surabaya: Al-Ikhlas, CetakanISyafii,Antonio, 2002, *Bank Syariah dari Teori ke Praktik*, Jakarta: Gema Insani

- Muhammad, *Lembaga-Lembaga Kontemporer*, Yogyakarta: UII , Press 2000
Nopita Triananda, “konsistensi keberpihakan perbankan terhadap pembiayaan usaha mikro (analisis adaptasi bprs safir cabang curup)”, skripsi, (Jurusan: Syariah Dan Ekonomi Islam, STAIN Curup , 2016) h 39
- Sofian Effendi, *Metode Penelitian Survei*, Jakarta: LP3ES, 1983.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*, Bandung: Alfabeta, 2014
- Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta: PT Rineka Cipta, 2010,
- Susanto, Burhanudin, *Hukum Perbankan Syariah di Indonesia*, Yogyakarta: UII Press Yogyakarta, 2008
- Syarnubi, Sukarman, *Metodologi Penelitian Kuantitatif & Kualitatif*, Bengkulu: LP2 STAIN Curup, 2011

