

ANALISIS UPAYA DALAM MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH MELALUI KEUNGGULAN TABUNGAN IB MAKBUL PADA BANK SUMUT CABANG SYARIAH TEBING TINGGI

Dina Maharani¹, Muhammad Lathief Ilhamy Nasution²

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara^{1,2}

E-mail: maharanidina006@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Upaya berupa strategi pemasaran dengan mengandalkan produk Tabungan IB Makbul pada Bank Sumut Cabang Syariah Tebing Tinggi dalam mencapai target kinerja dan mencapai bank yang sehat, berkualitas dengan pertumbuhan yang baik. Dalam memasarkan produk Bank Sumut Cabang Syariah Tebing Tinggi. Kendala yang dihadapi yaitu persaingan antar bank. Tabungan IB Makbul yang merupakan tabungan haji dimana produk dengan menggunakan prinsip titipan (wadi'ah yad adh dhamanah) yaitu akad dimana sipenerima titipan dapat memanfaatkan barang titipan tersebut dengan seijin pemiliknya dan menjamin untuk mengembalikan titipan tersebut secara utuh setiap saat kala sipemilik menghendaknya. Untuk melakukan pembiayaan tabungan haji, calon jemaah haji harus melakukan Biaya Perjalanan Ibadah Haji (BPIH) yang tersimpan dalam bentuk tabungan IB Makbul dengan setoran awal sebesar Rp. 100.000 dan setoran selanjutnya minimal Rp. 100.000 hingga sampai uang yang calon jemaah haji setor sebesar Rp. 25.000.000. Penelitian yang digunakan pada penulis adalah penelitian kualitatif, Dengan penelitian kualitatif menjadi angka yang dapat menghasilkan data deskriptif yang menghasilkan kalimat-kalimat tertulis maupun dihasilkan dari interview yang berasal dari orang-orang pemberi informasi dan perilaku yang diamati. Peneliti memaparkan data-data mengenai strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah nasabah yang dilakukan Bank Sumut Cabang Syariah Tebing Tinggi. Pendekatan yang digunakan pada penelitian ini adalah pendekatan deskriptif, dengan cara mengumpulkan data, mengelola data kemudian menyajikan data observasi agar pihak lain dapat mudah memperoleh gambaran mengenai objek yang diteliti dalam bentuk kata-kata dan bahasa.

Kata Kunci : Upaya Bank, Jumlah Nasabah, Keunggulan Tabungan IB Makbul

Abstract

This research aims to determine efforts in the form of marketing strategies by relying on the IB Makbul Savings product at Bank Sumut Tebing Tinggi Syariah Branch in achieving performance targets and achieving a healthy, quality bank with good growth. In marketing North Sumatra Bank products, Tebing Tinggi Syariah Branch. The obstacle faced is competition between banks. IB Makbul Savings which is a Hajj savings where the product uses the deposit principle (wadi'ah yad adh dhamanah), namely a contract where the recipient of the deposit can use the item entrusted

with the permission of the owner and guarantees to return the deposit in full at any time when the owner wishes. To finance Hajj savings, prospective Hajj pilgrims must pay Hajj Travel Expenses (BPIH) which are saved in the form of iB Makbul savings with an initial deposit of IDR. 100,000 and the next deposit is a minimum of IDR. 100,000 up to the amount of money that prospective pilgrims deposit is Rp. 25,000,000. The research used by the author is qualitative research. Qualitative research is a step that can produce descriptive data that produces written sentences or results from interviews from people providing information and observed behavior. The researcher presents data regarding marketing strategies in increasing the number of customers carried out by Bank Sumut, Tebing Tinggi Syariah Branch. The approach used in this research is a descriptive approach, by collecting data, managing the data and then presenting observational data so that other parties can easily get an idea about the object studied is in the form of words and language.

Keywords : *Bank Efforts, Number of Customers, Advantages of IB Makbul Savings*

A. PENDAHULUAN

Bank sebagai lembaga keuangan perlu mengkomunikasikan setiap produk yang mereka tawarkan. Hal ini dilakukan agar masyarakat mengetahui dan memiliki minat membeli manfaat dari produk yang di tawarkan sesuai dengan kebutuhannya dan keinginannya. banyak bank menawarkan produknya, baik produk baru atau suatu pengembangan dari produk lama. Diantara mereka ada yang gagal dan tidak sukses dalam merebut kepuasan konsumen.

Bank Sumut Syariah merupakan salah satu dari bank syariah yang menghasilkan produk berdasarkan prinsip syariah. Tabungan IB Makbul merupakan produk tabungan yang dirancang khusus untuk menutupi biaya perjalanan haji dan dikelola dengan aman dan bersih sesuai dengan akad Syariah dan Wadiah Yad Dhamana. Tabungan IB Makbul terintegrasi dengan layanan online SISKOHAT (Sistem Koordinasi Haji Terpadu), yang memungkinkan jamaah haji mendapatkan bagian jaminan dari Kementerian Agama jika tabungannya memenuhi persyaratan.

Tabungan IB Makbul merupakan tabungan yang menggunakan prinsip Wadiah Yad Dhamanah. Wadiah yad-dhamana adalah harta atau barang titipan dan tersedia untuk digunakan oleh orang yang menerima titipan. dengan menggunakannya, produk dan aset yang disimpan di dalamnya pasti bisa mendatangkan keuntungan. bahkan dalam kasus seperti itu, penerima perwalian tidak mempunyai kewajiban untuk memberikan manfaat apa pun kepada penerima hak.

Strategi pemasaran syariah didasarkan pada konsep Islam yang diajarkan Nabi Muhammad SAW. strategi pemasaran kemudian mengendalikan proses penyampaian, penciptaan, dan perubahan nilai dari pemrakarsa kepada pemangku kepentingannya, sehingga berpegang pada

akad dan prinsip Mu'amarah Islam. pentingnya pemasaran adalah untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan masyarakat terhadap produk dan jasa. dengan meningkatnya pengetahuan masyarakat, pemasaran menjadi semakin penting.

Konsep pemasaran syariah sendiri sebenarnya tidak jauh berbeda dengan konsep pemasaran yang kita kenal selama ini. konsep pemasaran yang kita kenal saat ini adalah ilmu dan seni penyampaian, penciptaan, bahkan komunikasi dengan konsumen. namun menurut Hermawan, pemasaran yang ada saat ini adalah sebuah berbeda dengan yang kita kenal, yaitu mengajak masyarakat untuk membeli sebanyak-banyaknya, atau bahkan produk yang dihasilkan tidak bagus, atau dengan cara apa pun pada akhirnya merupakan produk yang terbaik. Ini persuasif dan membuat orang ingin berpartisipasi dan membeli.

Konsep pemasaran syariah sendiri sebenarnya tidak jauh benar-benar membedakan pemasaran produk perbankan dengan pemasaran lainnya, melainkan karakteristik produknya dimana produk yang dijual oleh bank adalah bersifat jasa dan bukan barang. Oleh karena itu, produk yang dijual terbilang abstrak atau tidak dapat dilihat secara nyata, namun masih dapat dirasakan oleh pelanggan.

Sehubungan dengan persaingan antar bank yang semakin ketat dan semakin meningkatnya minat umat Islam untuk menunaikan ibadah haji setiap tahunnya, Bank Sumut Cabang Syariah Tebing Tinggi dengan produk Tabungan IB Makbul memanfaatkan peluang besar tersebut untuk melakukan proses pemasaran. adapun Bank Sumut Syariah Cabang Tebing Tinggi bertujuan untuk meningkatkan jumlah nasabah sehingga dapat menarik minat masyarakat untuk menjadi nasabah. pemasaran yang dilakukan harus membangkitkan minat masyarakat terhadap akuisisi pelanggan dan menerapkan strategi yang tepat untuk mempertahankan pelanggan yang sudah ada.

Strategi yang efektif dalam memasarkan suatu produk sangat penting bagi setiap perusahaan, sehingga misi dan struktur ditetapkan untuk mencapai tujuan dalam jangka panjang. menyadari banyaknya persaingan antar bank sehingga memasarkan produknya tidaklah mudah. oleh karena itu, Bank Sumut Syariah Cabang Tebing Tinggi memiliki strategi pemasaran yang unik untuk mempertahankan dan meningkatkan jumlah nasabah melalui manfaat Tabungan IB Makbul.

Dalam konteks permasalahan dan fenomena ini, maka penulis tertarik untuk memilih judul tersebut sebagai penelitian dengan judul " Analisis Upaya Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Melalui Keunggulan Tabungan IB Makbul Pada Bank Sumut Cabang Syariah Tebing Tinggi ".

B. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif lebih mengedepankan pada proses linguistik atau kebahasaan dalam penelitiannya. Penelitian kualitatif merupakan suatu langkah yang dapat menghasilkan data deskriptif yang menghasilkan kalimat-kalimat tertulis maupun dihasilkan dari interview yang berasal dari orang-orang pemberi informasi dan perilaku yang diamati. Peneliti memaparkan data-data mengenai strategi pemasaran dengan mengandalkan produk Tabungan IB Makbul pada Bank Sumut Cabang Syariah Tebing Tinggi dalam mencapai target kinerja dan mencapai bank yang sehat, berkualitas dengan pertumbuhan yang baik. Dalam memasarkan produk Bank Sumut Cabang Syariah Tebing Tinggi.

Pendekatan yang digunakan pada penelitian ini adalah pendekatan deskriptif. Pendekatan deskriptif yaitu analisis data yang dilakukan dengan cara mengumpulkan data, mengelola data kemudian menyajikan data observasi agar pihak lain dapat mudah memperoleh gambaran mengenai objek yang diteliti dalam bentuk kata-kata dan bahasa. Deskriptif yaitu penelitian yang memusatkan perhatian kepada masalah-masalah sebagaimana adanya saat penelitian dilaksanakan, dikatakan deskriptif karena bertujuan memperoleh pemaparan yang objektif.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

a) Upaya Bank Sumut Cabang Syariah Tebing Tinggi Dalam Memasarkan dan Meningkatkan Jumlah Nasabah Tabungan IB Makbul

Sehubungan dengan semakin ketatnya persaingan antar bank dan semakin besarnya minat umat Islam dalam menunaikan ibadah haji, maka Bank Syariah Sumut yang menawarkan produk Tabungan IB Makbul memanfaatkan peluang besar tersebut untuk menyukseskan penerapan proses pemasaran yang dapat menarik minat masyarakat untuk menjadi nasabah melalui upaya Bank Sumut Cabang Syariah Tebing Tinggi khususnya pemanfaatan marketing mix (bauran pemasaran) untuk menambah jumlah nasabah sebanyak-banyaknya

Marketing mix secara efektif menjadi upaya dalam pemasaran suatu produk. lembaga keuangan syariah seperti Bank Sumut Syariah, selain berorientasi pada fungsi profit, lembaga keuangan tersebut juga memiliki kapasitas dalam berorientasi pada fungsi social, karena perlunya bersaing pada pemasaran produk-produk serta jasa layanan pada Bank Sumut Syariah sehingga memerlukan strategi pemasaran pada produk dan jasa bank.

Produk Tabungan IB Makbul menjadi salah satu produk yang diperkenalkan Bank Sumut Cabang Syariah Tebing Tinggi. Produk tersebut menjadi produk yang unggul untuk pelanggan yang ingin menunaikan ibadah haji dan umrah agar keinginannya terkabul.

Produk Tabungan IB Makbul merupakan salah satu produk unggulan Bank Sumut Syariah, tingkat pertumbuhan nasabah produk tabungan haji, hal ini dibuktikan dengan jumlah nasabah produk tabungan haji yang tidak henti-hentinya bertambah. untuk mengupayakan dalam peningkatan jumlah nasabah maka di butuhkan pemasaran yang strategis, sehingga dapat menarik minat nasabah ,maka dari itu bank Sumut cabang Syariah Tebing Tinggi memiliki strategi pemasaran tersendiri,yakni :

1) Strategi produk

Fenomena daftar tunggu (waiting list) haji provinsi Sumatra Utara yang terjadi pada saat ini yang mencapai 15-20 tahun bahkan lebih, banyak menyadarkan umat muslim yang kemudian merencanakan ibadah haji sejak dini yaitu dengan cara membuka rekening tabungan haji. Hal ini kemudian ditangkap menjadi peluang Bank Sumut Cabang Syariah Tebing Tinggi, kemudian menciptakan produk tabungan Haji yaitu Tabungan IB Makbul dengan menerapkan akad wadiah yad dhamanah , (yaitu akad yang dimanasi penerima titipan dapat memanfaatkan barang titipan tersebut dengan seizin pemiliknya dan menjamin untuk mengembalikan titipan tersebut secara utuh setiap saat kala si pemilik menghendaknya).Dalam mengembangkan produknya, Bank Sumut Cabang Syariah Tebing Tinggi melakukan beberapa hal yaitu menciptakan branding Haji, dengan mempertimbangkan faktor-faktor seperti:

- Mudah diingat dan dipahami, Bank Sumut Cabang Syariah Tebing Tinggi menamai produknya dengan nama yang singkat dan jelas sehingga nasabah mudah mengingat nama produk tersebut. Seperti halnya produk Tabungan Haji , pada produk tersebut terdapat

tulisan Haji dan Umroh sehingga masyarakat mudah mengingat dan mengetahui bahwa tabungan tersebut diperuntukkan bagi orang yang ingin merencanakan ibadah haji.

- Dengan kesan modernitas, Bank Sumut Cabang Syariah Tebing Tinggi telah menciptakan brand dengan memperhatikan perkembangan pasar yang terus berkembang dalam hal penamaan produk. pada produk tabungan haji dan umroh terdapat kata “iB” atau perbankan syariah yang terkesan modern karena perkembangan ekonomi syariah pada saat ini
- Bermakna (dalam arti positif), Bank Sumut Cabang Syariah Tebing Tinggi menciptakan brand yang mempunyai makna bermanfaat bagi nasabahnya. Produk Tabungan IB Makbul dikelola sesuai prinsip syariah dan tentunya tidak ada unsur riba untuk memberikan ketenangan batin bagi nasabah.

2) **Strategi promosi**

Salah satu tujuan promosi, Bank Sumut Cabang Syariah Tebing Tinggi adalah menginformasikan segala jenis produk yang ditawarkan dan berusaha menarik calon konsumen yang baru. Berikut ini adalah beberapa strategi yang dilakukan Bank Sumut Cabang Syariah Tebing Tinggi dalam mempromosikan produk Tabungan IB Makbul ialah

- Perluas jaringan dari pelanggan kemudian berikan kepada mitra pelanggan, keluarga dan teman melalui telepon atau langsung di rumah.
- Penjualan personal (personal sales) merupakan program promosi yang dilakukan melalui individu karyawan, baik untuk melayani maupun mempengaruhi nasabah
- Memasarkan, memperkenalkan atau menawarkan produk tabungan iB Makbul kepada masyarakat pada saat pelaksanaan ibadah haji dilaksanakan di gedung Asrama Haji Medan.
- Dengan leaflet/iklan yang menarik dan religi sehingga masyarakat mudah mengetahui keberadaan lembaga keuangan syariah, produk dan layanannya, khususnya produk Tabungan IB Makbul Bank Sumut Cabang Syariah Tinggi sehingga memungkinkan diketahui masyarakat luas.
- Menawarkan banyak souvenir dan perlengkapan eksklusif untuk haji.

3) **Strategi lokasi**

Penentuan lokasi kantor serta sarana dan prasarana pendukungnya sangat penting. Oleh karena itu, nasabah dapat dengan mudah mengakses cabang bank yang ada. Begitu pula sarana dan prasarana harus memberikan rasa nyaman dan aman kepada seluruh nasabah dalam berinteraksi dengan bank. Pemilihan lokasi sangat penting karena jika melakukan kesalahan pada saat analisa akan mengakibatkan bertambahnya biaya yang dikeluarkan nantinya. Lokasi yang tidak strategis akan mengurangi minat nasabah saat bertransaksi dengan bank. Kegiatan fungsional Bank Sumut Cabang Syariah Tebing Tinggi berada di Jl. Sutomo No. 21, Tebing Tinggi, Sumatera Utara. Lokasi ini dinilai strategis dengan pusat kota, dalam upaya bank melayani nasabah tepat waktu dan tepat sasaran.

4) Strategi Harga

Harga adalah sejumlah uang yang harus dibayar seseorang untuk mendapatkan hak menggunakan suatu produk. Strategi penetapan harga (pricing) penting dalam memberikan nilai kepada konsumen dan mempengaruhi citra produk serta keputusan pembelian konsumen. Bank Sumut Syariah Tebing Tinggi memberikan dukungan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Oleh karena itu, dengan menentukan harga, organisasi atau perusahaan akan memberikan biaya yang paling murah kepada masyarakat.

Bank Sumut Cabang Syariah Tebing Tinggi menawarkan harga kuantitas murah yaitu. Setoran awal sebesar Rp. 100.000 dan selanjutnya jika pelanggan ingin menerima sejumlah deposit sebesar Rp 25.000.000. Selanjutnya Bank Sumut Syariah memberikan kepastian kepada nasabah dengan memberikan kuota/share pemberangkatan haji dengan SISKOHAT (sistem komputerisasi haji terpadu) Departemen Agama, serta kepuasan terhadap produk yang ditawarkan. Jadi harga yang ditampilkan sesuai dengan kualitas yang diterima pelanggan.

b) Keunggulan Tabungan IB Makbul

Tabungan IB Makbul adalah produk tabungan khusus Bank Sumut UUS dengan prinsip Wadiah Yad Dhamanah yang khusus diperuntukkan untuk setoran haji dan merupakan untuk menunaikan haji. Produk ini terkoneksi secara online dengan aplikasi SISKOHAT untuk mendapatkan porsi dan pelunasan BPIH. Tabungan Haji IB Makbul di Bank Sumut Syariah menggunakan prinsip Wadiah Yad Dhamanah, yang merupakan akad dimana sipenerima titipan

dapat memanfaatkan barang titipan tersebut dengan seijin pemiliknya dan menjamin untuk mengembalikan titipan tersebut secara utuh setiap saat kala sipemilik menghendakinya

Beberapa keunggulan Tabungan IB Makbul:

- Bebas administrasi, “bebas administrasi” dalam konteks tabungan IB Makbul mengacu pada kebijakan bank yang menawarkan layanan tanpa biaya administrasi. Nasabah tidak akan dihitung biaya administrasi atau biaya pengelolaan rekening. Hal ini dapat memberikan keuntungan bagi nasabah karena mereka tidak perlu membayar biaya tambahan untuk mengelola rekeningnya.
- Setoran awal yang ringan, Setoran awal yang ringan pada keunggulan Tabungan IB Makbul mungkin merujuk pada keunggulan produk Tabungan Haji iB Makbul yang menawarkan setoran awal yang relatif rendah atau lebih mudah untuk diterima oleh nasabah. Hal ini dapat mempermudah nasabah untuk memulai proses pembukaan rekening dan setoran dana untuk keperluan haji
- Nasabah mendapatkan perlengkapan haji bagi yang berangkat ke tanah suci nasabah yang membuka tabungan haji di Bank Sumut akan mendapatkan perlengkapan haji yang diperlukan untuk berangkat ke tanah suci. Ini merupakan salah satu keunggulan dari Tabungan IB Makbul, yang dapat membantu nasabah dalam mempersiapkan perjalanan ibadah haji
- Langsung mendapat nomor porsi haji apabila sudah sesuai dengan syarat untuk mendapat porsi.
nasabah yang memenuhi syarat dan telah melakukan setoran awal haji akan segera mendapatkan nomor porsi haji. Hal ini merupakan keunggulan dari produk tabungan haji iB Makbul di Bank Sumut, yang dapat mempermudah proses mendapatkan porsi haji.

Rekomendasi

Dalam konteks penjelasan diatas, maka penulis ingin memberikan rekomendasi pada Bank Sumut Cabang Syariah Tebing Tinggi, karena jumlah customer service yang tidak sebanding dengan jumlah nasabah. Mengingat tugas customer service yang salah satunya memberikan pelayanan informasi produk kepada nasabah merupakan hal penentu bagi kemajuan bank, maka alangkah baiknya perlu menyediakan customer service yang cukup. Saat ini, di Bank Sumut

Cabang Syariah Tebing Tinggi hanya menyediakan satu customer service. Hal ini menjadi salah satu kendala yang menghambat pelayanan di Bank Sumut Cabang Syariah Tebing Tinggi menjadi lama. Masyarakat Tebing Tinggi yang sebagian kurang memahami baca dan tulis, terutama nasabah yang sudah lanjut usia. Untuk itu nasabah tersebut memerlukan bantuan dalam pengisian formulir pembukaan rekening. Apabila terjadi offline dari kantor pusat maka kantor cabang tidak dapat melakukan pelayanan pembukaan rekening kepada nasabah. Apabila terdapat nasabah yang ingin membuka rekening tabungan tidak dapat diproses saat itu juga, maka akan diproses disaat tidak terjadi offline dari kantor pusat.

Untuk menarik minat nasabah lebih banyak, Suatu Bank seharusnya dapat menggunakan strategi pemasaran yang efektif, seperti menggunakan media sosial, acara promosi, dan pemberian informasi yang jelas dan terlengkap mengenai keunggulan Tabungan IB Makbul dan juga dapat menggunakan referral program untuk menarik minat nasabah lebih banyak

D. KESIMPULAN

Upaya Bank Sumut Cabang Syariah Tebing Tinggi dalam meningkatkan jumlah nasabah melalui keunggulan produk Tabungan IB Makbul bertujuan untuk menerapkan strategi pemasaran yang efektif. Strategi efektif yang diterapkan Bank Sumut Syariah Tebing Tinggi melalui marketing mix dimana meliputi strategi tempat, strategi produk, strategi harga, dan strategi promosi berbaur menjadi satu.

Keunggulan Produk Tabungan iB Makbul yang ditawarkan meliputi:

- Bebas administrasi
- Setoran awal yang ringan
- Nasabah mendapatkan perlengkapan haji
- Langsung mendapat nomor porsi haji apabila sudah sesuai dengan syarat untuk mendapat porsi

Oleh karena itu, produk Tabungan iB Makbul merupakan salah satu produk unggulan yang merupakan salah satu produk andalan Bank Sumut Cabang Syariah, khususnya meningkatkan jumlah nasabah Bank Sumut Cabang Syariah Tebing Tinggi

Berdasarkan Pembahasan yang sudah dipaparkan juga, maka saran yang diberikan penulis kepada Bank Sumut Cabang Syariah Tebing Tinggi mesti terus melakukan inovasi dalam hal

pemasaran dengan membuat program-program baru yang merangsang minat masyarakat untuk menggunakan produk tabungan tersebut dengan tetap berpegang pada prinsip syariah dalam strategi pemasaran produk tabungan haji dan umrah.

- Untuk meningkatkan kualitas sumber daya manusia (SDM) baik dalam memberikan pelayanan terbaik kepada nasabah maupun melakukan sosialisasi produk layanan Bank Sumut Syariah khususnya produk tabungan IB Makbul.
- Saran dari penulis Bank Sumut Cabang Syariah Tebing Tinggi harus lebih memperhatikan nasabah serta menuntun nasabah untuk membuka tabungan iB Makbul, agar kedepannya tidak terjadi kesalahan yg tidak di inginkan, atau kurang lengkapnya data calon jemaah haji nya.

DAFTAR PUSTAKA

- Alpida, M. M. (2022). Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Nasabah DI PT. Bank Sumut Syariah Kcp Stabat. *Journal Of Management, Econimic and Accounting (JMEA)*, Vol.1, No.1, Hal.62-71.
- Anissa Javalia Hasanah, A. (2023). Mekanisme Pelaksanaan IB Makbul di Pt. Bank Sumut Syariah KCP Hm Yamin Melalui Prinsip Wadiah Yad Dhamanah. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Ekonomi*, Vol.1, No.3, H.145-153.
- Aqwa Naser Daulay, M. I. (2016). *Manajemen Perbankan Syariah*. Medan: Febi Press.
- Exmawati, S. D. (2014). *Pengaruh Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Di Bank Muammalat Tulungagung*. Tulungagung: IAIN Tulungagung.
- Handayani, A. (2019). UPAYA BANK DALAM MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH MELALUI KEUNGGULAN TABUNGAN IB MAKBUL PADA PT BANK SUMUT SYARIAH KC TEBING TINGGI. *Skripsi*, Hal 1-65.
- Julia Putri Zahara, N. J. (2022). Analisis Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada Tabungan IB Makbul pada PT Bank Sumut KCP Syariah Karya. *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi dan Manajemen (JIKEM)*, Vol.2, No.1, Hal 743-750.
- Mardani. (2011). *Fiqih Ekonomi Syariah*. Jakata: CV Kencana.
- Nasution, A. M. (2023). *ANALISIS LAYANAN TABUNGAN SMART IB MAKBUL PT.BANK SUMUT CABANG SYARIAH PADANGSIDEMPUAN MENGGUNAKAN PENDEKATAN*

MODEL BISNIS KANVAS. Padangsidimpuan: Universitas Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan.

Nasution, L. M. (2021). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada Produk Deposito IB Ibadah DI PT. Bank Sumut KC. Syariah Medan. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pendidikan Agama Islam*, Vol.1, No.4, Hal. 1-15.

Nova Armaya, A. F. (n.d.). IMPLEMENTASI PRODUK TABUNGAN HAJI IB MAKBUL DI BANK SUMUT SYARIAH KCP STABAT. 1-8.

Novidia Utami, A. P. (2022). Implementasi Akad Wadiah Pada Tabungan Haji IB Makbul di PT Bank Sumut Syariah Katamso. *Jurnal Akutansi Manajeen dan Bisnis Digital*, 289-292.

Nursani, L. (2017). ANALISIS SWOT PRODUK TABUNGAN HAJI MAKBUL PT.BANK SUMUT KANTOR CABANG PEMBANTU SYARIAH PANYABUNGAN. *SKRIPSI*, Hal 3.

Soemitra, A. (2016). *Bank & Lembaga Keuangan Syariah*. Medan: CV Kencana.

Tuti Anggraini, A. S. (2023). ANALISIS KUALITAS PRODUK DENGAN REBRANDING UNTUK MENARIK MINAT NASABAH MENABUNG DI BANK SUMUT SYARIAH KCP SIMPANG KAYU BESAR. *Jurnal Riview Pendidikan dan Pengajaran*, 1527-1532.