

Analisis Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Produk Tabungan IB Makbul pada PT Bank Sumut KCP Syariah Karya

Julia Putri Zahara¹, Nurul Jannah,S.E.I, M.E²

Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Univeritas Islam Negeri Sumatera Utara

Email: juliaputri310799@gmail.com

Abstrak: Bank merupakan lembaga keuangan yang memegang peranan penting pada perekonomian negara, yaitu dalam menyediakan transaksi pembayaran dan menyediakan sumber daya yang dibutuhkan untuk membiayai pembangunan. Produk pembiayaan yang umum dalam sistem perbankan syariah dan tradisional, diantaranya ialah tabungan Tabungan Haji (IB Makbul) adalah produk simpanan dengan prinsip Wadiah Yad Dhamana/setoran yang dirancang khusus untuk simpanan haji sebagai sarana bagi nasabah untuk berhaji. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif adalah penelitian retrospektif yang mempelajari kondisi alam. Dalam mendistribusikan suatu produk tidak terlepas dari strategi pemasaran, strategi yang diterapkan harus direvisi dan disesuaikan pada perubahan pasar,

Kata kunci : *Bank Syariah, srategi pemasaran, tabungan ib makbul*

A. PENDAHULUAN

Bank merupakan lembaga keuangan yang memegang peranan penting pada perekonomian negara, yaitu dalam menyediakan transaksi pembayaran dan menyediakan sumber daya yang dibutuhkan untuk membiayai pembangunan. Sederhananya dikatakan bahwasanya kegiatan utama bank yaitu mengumpulkan dan mengembalikan uang dari masyarakat berbentuk pinjaman. Selaku penghimpun dana dan penyalur reksa dana dapat ditemukan pada susunan kata definisi bank dalam Pasal 1(2) Undang-Undang 7 Tahun 1992 sebagaimana telah diubah dengan Undang-Undang 10 Tahun 1998 sebagai berikut: Undang-Undang Perbankan menyatakan: "Bank adalah suatu badan ekonomi yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat berbentuk pinjaman atau sarana lain untuk meningkatkan kualitas ekonomi masyarakat..

Produk pembiayaan yang umum dalam sistem perbankan syariah dan tradisional, diantaranya ialah tabungan. Tabungan adalah produk dimana seorang individu menabung dalam jumlah tertentu di suatu lembaga keuangan dan dapat mengandalkan uang yang telah disimpannya setiap saat. Tabungan haji merupakan jenis tabungan di Bank Syariah. Produk Tabungan bertujuan untuk menyimpan dana dari masyarakat yang nantinya digunakan untuk berhaji. Produk ini ialah produk yang dikhususkan bagi umat Muslim untuk menunaikan ibadah haji. Haji adalah rukun Islam kelima. Haji adalah suatu keharusan bagi umat Islam yang sehat jasmani dan rohani.

Di bank syariah, produk tabungan untuk perencanaan haji dan umrah didasarkan pada ketentuan yang ada dan menggunakan akad wadiah ayd dhamnah. Kontrak adalah kerja sama antara dua pihak, di mana untung dan rugi dibagi dalam proporsi yang disepakati sebelumnya. Bank Sumut KCP Syariah karya adalah bank yang menyediakan produk-produk dengan prinsip syariah termasuk tabungan haji. Tabungan Haji (IB Makbul) adalah produk simpanan dengan prinsip Wadiah Yad Dhamana/setoran yang dirancang khusus untuk simpanan haji sebagai sarana bagi nasabah untuk berhaji. Produk Tabungan Ib Makbul online terhubung pada aplikasi SSKOHAT untuk mendapatkan nomor koin BPIH dan pembayarannya. Produk Tabungan Ib Makbul ini memiliki keunggulan seperti : B. Merupakan produk tanpa biaya admin, setoran awal hanya 100.000 RP; Pelanggan akan diberikan perlengkapan haji bagi yang akan ke Tanah Suci dan akan langsung mendapatkan nomor antrian, proses ibadah haji yang cepat dan gratis di Asrama Haji Medan dengan akomodasi dan instruksi haji.

Dalam mendistribusikan suatu produk tidak terlepas dari strategi pemasaran, strategi yang diterapkan harus direvisi dan disesuaikan pada perubahan pasar, oleh karena itu wajib strategi pemasaran untuk meninformasikan dengan jelas dan langsung. ini dilakukan dan setiap peluang atau peluang dimanfaatkan di pasar sasaran yang berbeda. Sebuah strategi didefinisikan dari strategi utama yang menjelaskan cara sebuah perusahaan agar dapat mencapai tujuannya. Sementara itu, strategi pemasaran adalah proses pemasaran yang mencakup berbagai aspek, mulai dari analisis dan peluang, pemilihan, tujuan, strategi, perencanaan, implementasi, dan pemantauan. Strategi pemasaran dalam bidang pemasaran pada hakekatnya adalah suatu rencana yang utuh, terpadu dan terpadu yang memberikan informasi tentang langkah-langkah yang akan dilakukan untuk mencapai tujuan pemasaran. (Assauri, 2013).

Pemasaran Produk Tabungan Haji Bank Sumut Syariah Karya sangat mengikuti strategi pemasaran Tabungan Haji karena persaingan yang ketat sehingga Bank membutuhkan pemikiran kreatif dalam mengimplementasikan program Tabungan Haji. produk untuk membangkitkan minat masyarakat untuk menjadi pelanggan. mempromosikan diri melalui pamflet, baliho dan turun langsung. Namun yang terjadi di bidang pemasaran produk tabungan haji kepada masyarakat mengalami berbagai kendala atau hambatan sehingga jumlah nasabah tabungan haji di Bank Syariah Karya mengalami penurunan selama tiga tahun terakhir. Efek Covid19.

Pandemi COVID-19 merupakan penyakit menular terbaru yang menyebar ke seluruh dunia, termasuk Indonesia. Menyikapi kejadian ini, berbagai kebijakan diterapkan di berbagai daerah untuk membatasi penyebaran virus COVID-19. Kendala sosial yang luas berdampak besar pada berbagai aspek internasional, termasuk ekonomi, politik, budaya, dan pendidikan agama, termasuk kegiatan umrah dan haji. Penurunan ini disebabkan oleh fakta bahwa penyakit Covid yang menyebar di seluruh dunia telah membantu meningkatkan kualitas haji dan umrah. pelayanan di indonesia belum sempurna karena banyak inovasi yang diperkenalkan oleh pemerintah indonesia tidak dapat dilaksanakan dengan baik. Di masa pandemi saat ini, tantangan metode pemasaran adalah memastikan keberlangsungan produk

Tabungan Haji di pasaran. Oleh karena itu, peneliti tertarik dan melakukan penelitian dalam suatu urutan tahapan, dengan judul "Analisis strategi Pemasaran produk tabungan Haji dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah PT. Bank Sumut Kantor Cabang Pembantu Syariah Karya Medan"

B. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif adalah penelitian retrospektif yang mempelajari kondisi alam. Data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan sumber data, yaitu dalam penelitian ini untuk memperoleh data primer dapat diperoleh dari karyawan PT. Bank Sumut KCP Syariah Karya berupa hasil wawancara dan observasi.

C. KAJIAN PUSTAKA

1. Pengertian Strategi Pemasaran

Strategi adalah sarana untuk menciptakan dan mengatur ide dan gagasan sehingga Anda dapat mencapai tujuan bisnis Anda dalam peluang yang selalu berubah. Tujuan dari kebijakan ini adalah untuk menjaga organisasi dalam kondisi yang baik dalam segala hal. Menurut Philip Kotler, Pemasaran adalah proses sosial, sistem, atau aturan yang dibuat oleh seseorang atau organisasi untuk mencapai suatu tujuan. Mereka bertujuan untuk mencapai ini dengan menciptakan dan berbagi produk yang berharga. Menurut American Marketing Association (AMA), pemasaran adalah seperangkat organisasi, proses, dan proses untuk menciptakan, mengomunikasikan, menyampaikan, dan mengelola hubungan bisnis dengan pelanggan dengan cara yang menguntungkan organisasi dan pemangku kepentingannya. Philip Kosler berpendapat bahwa strategi yang dipakai untuk mencapai tujuan perusahaan adalah khusus untuk metode pasar, lokasi, kombinasi, dan tingkat pengeluaran pemasaran tertentu. Beberapa aspek strategi pemasaran dapat dibagi menjadi tiga kelompok;

- *Segmentasi pasar.*
Segmentasi pasar berarti perusahaan diharuskan menganalisis posisi yang ada di pasar saat ini, memilih posisi yang akan dipecah, dan menyesuaikan komposisi pasar di setiap kategori, upaya untuk membedakan atau melihat konsumen.
- *Targetting.*
Targeting adalah proses menilai daya tarik setiap item dan menentukan produk terbaik untuk mencapai tujuan. Menurut Fredi Rangkuti, penargetan adalah tindakan memilih satu atau lebih produk pemasaran untuk dilakukan.
- *Positoning*
Definisi Positioning merupakan langkah wajib perusahaan untuk menciptakan produk dan bauran pemasaran yang inovatif yang tujuannya menciptakan dampak yang unik dan baik di benak pelanggan. Bank Sumut Syariah memiliki citra yang jelas, merek yang tetap di hati masyarakat meskipun persaingan yang ketat. Upaya juga dilakukan untuk memperkuat merek

1. Marketing mix

(Bauran Pemasaran) adalah alat yang digunakan sebagai strategi operasi perusahaan untuk mencapai tujuan bisnis yang ideal⁹. Menurut Kotler dan Armstrong (2016:47), bauran pemasaran terdiri dari empat (4) kunci. Item sehingga perusahaan dapat mengontrol, termasuk produk, harga, lokasi, dan promosi. Untuk mencapai tujuan pemasaran mereka melalui strategi 4P, pemasar perlu mengoptimalkan variabel bauran pemasaran mereka dengan cara yang paling efektif untuk memastikan respons terbaik di antara target pelanggan mereka. Pemasaran 4P terdiri dari elemen-elemen berikut:

a. *Product.*

Produk adalah jenis penawaran yang bertujuan untuk mencapai tujuan bisnis, memuaskan kebutuhan pelanggan.

b. *Price.*

Penetapan harga adalah manajemen bisnis untuk membuat harga untuk produk atau layanan dan memerlukan kebijakan tentang diskon harga, pembayaran biaya pengiriman, dan sejumlah variabel terkait. Secara umum, yang tercakup dalam pengetahuan manusia adalah bahwa harga menggambarkan kualitas produk. Namun, fakta pasar secara keseluruhan tidak tepat untuk dijadikan acuan. berperan dalam mendorong pengguna untuk membeli suatu produk dan loyal.

c. *Place.*

Lokasi adalah tempat terjadinya proses jual beli barang maupun jasa. Kebijakan ini juga berdampak signifikan terhadap pengangkutan barang ke pasar. Berkat lokasinya yang strategis dan akses yang mudah bagi banyak orang, tentunya barang tersebut akan lebih mudah untuk ditemukan oleh masyarakat.

d. *Promotion.*

Promosi sangatlah penting, Tujuan utama dari periklanan adalah untuk memberikan konsumen lebih banyak informasi yang menarik minat mereka untuk membeli suatu produk, baik itu produk atau jasa. Bisnis harus mampu mengubah cara konsumen memandang produk selama iklan. Produk yang berkualitas juga harus laku. Namun dalam kebijakan promosi, merchant melakukan kegiatan untuk mempromosikan produk yang akan ditawarkan kepada pengguna. Tanpa kegiatan promosi, tidak akan mudah untuk membawa produk berkualitas ke pasar..

Membuat orang tertarik dengan produk bukanlah tugas yang mudah, Anda perlu mempengaruhinya, tidak hanya mempromosikannya, tetapi juga diberitahu tentang fitur-fitur produk sehingga mereka merasa perlu dan memiliki keyakinan bahwa mereka akan membeli produk tersebut. . Beriklan di dunia digital merupakan promosi paling mahal, gunanya mempermudah perusahaan untuk mempromosikan produknya karena lebih cepat terlihat oleh masyarakat. Pada saat yang sama, dalam pemasaran jasa, ia memiliki beberapa alat pemasaran tambahan, seperti orang (people), barang bukti (bantuan fisik) dan yang disebut 7P proses (processes), dapat disimpulkan bahwa bauran pemasaran jasa, harga, , halaman, presentasi, orang, barang bukti, persidangan.

2. Pemasaran Syariah

Pemasaran Syariah menawarkan berbagai fitur berbeda dengan pemasaran konvensional. Karakteristik tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

a. *Theistis (robbaniyah).*

Theistis atau ketuhanan berarti yakin bahwa semua aktivitas manusia selalu dalam kendali Allah SWT, setiap orang harus berperilaku sesuai dengan petunjuk dan juga menjauhi apa yang tidak boleh dilakukan, misalnya tanpa berperilaku dengan tipu daya, menipu, mencuri dan menikmati kesia-siaan memakan milik orang lain. Aplikasi teoretis berarti bahwa pedagang Syariah segera mematuhi Syariah dalam semua aktivitasnya sebagai pedagang. Dimulai dengan menerapkan strategi pemasaran, fokus pada pasar, memilih target pasar, hingga menciptakan identitas perusahaan yang harus selalu ada di benak pelanggan.

b. *Etis (akhlaqiah).*

Etis atau Etika berarti bahwa semua perilaku melampaui standar moral yang diterima secara umum. Etika sangat penting ketika seorang pengusaha berperilaku tidak pantas saat melakukan

bisnis, melakukan penipuan seperti mencuri properti, menitipkan properti, atau salah menangani properti orang lain. Menjadi pedoman bagi pemasar Syariah untuk selalu berpegang teguh pada setiap perkataan, perilaku dalam kontak bisnis, konsumen atau persaingan bisnis. tahu bagaimana mendengarkan (tahu bagaimana menghormati pendapat), rendah hati dan jujur.

c. *Realistis (al-waaqiyyah)*.

Faktanya, pada dasarnya setiap transaksi harus didasarkan pada fakta dan bukan pada kuantitas barang yang dijual.

d. *Humanistis(al-insaniyyah)*.

Humanistis (al-insaniyah), humanis, adalah pemahaman Syariah bagi manusia, di mana tingkatnya meningkat, sifat kemanusiaannya dipertahankan dan dipertahankan, dan kualitas hewannya dapat dibatasi oleh pedoman Syariah. yang membenarkan metode apa pun untuk mencapai keuntungan maksimum.

3. Tabungan iB Makbul

Tabungan adalah simpanan berdasarkan Perjanjian Wadiah atau Reksa Dana berdasarkan Perjanjian Mudharabah atau perjanjian lain yang tidak melanggar aturan Syariah. Ini berarti bahwa pembayaran hanya dapat dilakukan dengan syarat dan ketentuan tertentu yang disepakati dan tidak dengan cek, transfer bank atau cara lain. Tabungan pengganti juga dikatakan simpanan akan tetapi penarikannya tidak dapat ditarik dengan cek, uang kertas atau sejenisnya. Jenis tabungan ini merupakan tabungan yang direkomendasikan untuk nasabah yang ingin beribadah haji.

Tabungan Haji Syariah adalah jenis tabungan syariah berdasarkan akad wadiah menurut prinsip Islam. Klien membayar jumlah tetap dalam jangka waktu yang ditentukan sampai tujuan dana tercapai. Tabungan dengan kebijakan wadiah yad dhamanah / simpanan yang dirancang khusus untuk simpanan haji sebagai cara dalam menarik nasabah haji. Produk tabungan ini terhubung secara online dengan aplikasi SISKOHAT untuk nomor setoran dan setoran BPIH.

Syarat dan ketentuan sebagai berikut :

- (1) Fotokopi identitas diri berupa KTP/SIM/PASPORT
- (2) Mengisi dan menandatangani formulir permohonan pembukaan rekening
- (3) Setoran awal minimal Rp100.000,-
- (4) Saldo minimal di rekening sebesar,-
- (5) Pajak sesuai ketentuan pemerintah

Keuntungan produk tabungan makbul ialah :

- a) Nasabah akan langsung mendapatkan nomor porsi setelah melakukan setoran awal.
- b) Bebas administrasi bulanan
- c) Gratis asuransi jiwa
- d) Gratis manasik haji

D. PEMBAHASAN

Hasil dan Analisis

1. Strategi Pemasaran yang dilakukan Oleh Bank Sumut syariah Kcp Karya

Penerapan kebijakan pasar tabungan Haji oleh Bank Sumut Syariah Karya memiliki berbagai aspek, seperti:

- a. Bank Sumut KCP Syariah melakukan segmentation. Pangsa pasar yang dicapai sudah tepat karena Bank Sumut Syariah Karya telah menciptakan segmen tertentu, yaitu negara atau wilayah, sesuai dengan usia dan status nasabahnya. Tingkatkan penjualan di pasar Anda.
- b. Bank Sumut KCP Syariah Karya melakukan targeting ketika memilih target pasar . Menurut analisis penulis, target pasar Bank Sumut Syariah Karya banyak diminati oleh masyarakat muslim karena penduduk Indonesia kebanyakan Islam.
- c. Pemilihan target pasar yang dilakukan Bank Sumut KCP Syariah Karya adalah positioning. Bank Sumut Syariah Karya adalah mitra bisnis yang andal dan menguntungkan sebagai lembaga keuangan dan fungsi utamanya adalah mengumpulkan uang dari masyarakat dan mendistribusikannya kembali ke bisnis. Menurut analisa penulis, Bank Sumut Syariah adalah solusi terbaik untuk sejumlah produk – dengan proses pelunasan layanan yang cepat dan nyaman – dengan tenggat waktu yang fleksibel, terutama untuk produk tabungan IB.

Bauran pasar Bank Suumut KCP Syariah Karya untuk produk tabungan haji adalah sebagai berikut: Product (produk), Price (harga), Location (lokasi), Presentation (presentasi). Kebijakan Pemasaran tercermin dari faktor-faktor di atas dan didasarkan pada prinsip-prinsip Syariah, di mana setiap perusahaan membutuhkan kebijakan yang efektif, efisien dan wajar untuk menjual produk.

Bauran pemasaran yang dimaksud yaitu :

- a. *Product (produk)*
Produk tabungan IB Makbul Haji merupakan produk eksklusif Bank Sumut Syariah. Produk ini menggunakan mudharabah muthlaqah, yaitu tabungan melalui sistem atau indeks keuntungan, bank sebagai administrator berhak untuk membuang modal. Investor atau deposan menerima bagian dari keuntungan atau proporsi tetap pada awal kontrak. Produk Tabungan Haji ib Makbul memberikan kemudahan dan rasa aman kepada nasabah, percaya diri dan online berkat SISKOHAT Kementerian Agama. Produk Tabungan IB Makbul bebas dari biaya administrasi
- b. *Price (Harga)*
Dari segi harga, sesuai analisa penulis, harga produk tabungan Haji Makbul ini ekonomis untuk masyarakat karena hanya membuka rekening Rp 100.000 di tabungan Ib Makbul dan setoran selanjutnya dalam mata uang rupiah. 100.000 sangat hemat dan tidak memberatkan pelanggan. Yang bebas biaya masuk, pelanggan menerima materi haji bagi yang melakukan perjalanan ke Tanah Suci. Fiber adalah proses cepat bagi mereka untuk mendapatkan nomor lot mereka secara instan dan melakukan ibadah haji gratis di Asrama Haji Medan dengan akomodasi dan bimbingan haji.
- a. *Place (Saluran Distribusi)*
Terlihat pada lokasi Bank Sumut KCP Syariah Karya sangat strategis karena alamat bank tersedia di pusat kota Medan dan sangat mudah dijangkau dengan berbagai moda transportasi, baik dengan mobil pribadi maupun angkutan umum bersama. . Selain itu, Bank Sumut KCP Syariah Karya dekat dengan pasar, sekolah, kampus, perkantoran, dan masyarakat sekitar sejauh jangkauan masyarakat.
- c. *Promotion (Promosi)*
Dari segi promosi, menurut hasil wawancara dengan tim marketing yaitu. Rozi Pahlawan, Bank Sumut KCP Syariah Karya Bank di area pemasaran produk tabungan Ib Makbul, membuat metode presentasi sebagai berikut: Iklan dilakukan dengan mencetak brosur, koran nasional

atau lokal dengan informasi produk seperti kondisi produk, perjanjian penggunaan produk dan kenyamanan produk, kemudian nasabah dapat mengunjungi website Bank Sumut Syariah untuk mendapatkan informasi perbankan lebih lanjut. mempromosikan penjualan langsung dan dari mulut ke mulut. Dan bekerja sama dengan Kementerian Agama di bidang ini.

E. KESIMPULAN

Bank Sumut Syariah Karya dalam melakukan strategi pemasaran pada produk tabungan haji Ib makbul . Dalam pemilihan target pasar, yaitu:

- a) Bank Sumut Syariah melakukan segmentation.
Pangsa pasarnya cukup memadai karena Bank Sumut Syariah Karya dibagi secara khusus, termasuk berdasarkan wilayah atau wilayah, usia dan status nasabah. Dan fokuskan pemasaran Bank lebih pada target pasar.
- b) Bank Sumut KCP Syariah Karya melakukan targetting
Untuk targetnya sendiri. Menurut analisis penulis, target pasar Bank Sumut Syariah Karya adalah masyarakat muslim karena kebanyakan penduduk Indonesia beragama Islam.
- c) Pemilihan target pasar yang dilakukan Bank Sumut KCP Syariah Karya adalah positioning.
Bank Sumut KCP Syariah Karya bertindak sebagai mitra bisnis terpercaya dan ofensif sebagai bank yang tanggung jawab utamanya adalah mengumpulkan uang dari masyarakat dan mendistribusikannya ke masyarakat. Menurut analisa penulis, Bank Sumut Syariah adalah solusi terbaik untuk menyediakan produk dan layanan, proses yang cepat, nyaman, lancar dan dalam kerangka waktu tertentu yang fleksibel, terutama untuk produk tabungan IB Makbul.

Saran

Berdasarkan hasil pembahasan, mengingat kebijakan pasar penghematan haji akad *Wadiah yad dhamanah* bagi Bank Sumut Syariah KCP Karya, maka saran-saran yang diberikan adalah: dalam meningkatkan jumlah nasabah maka usahakan konsentrasi, kalau tidak harus bervariasi. strategi pemasaran produk yang mungkin diminati masyarakat. Dalam kebijakan pencampuran pasar, bank menciptakan harga, distribusi dan promosi. Meningkatkan kualitas produk dan inovasi tabungan IB Makbul Haji untuk dapat menarik kelompok sasaran yang lebih luas menggunakan produk tabungan Ib Makbul Haji. Serta memberikan pelayanan yang terbaik.

DAFTAR PUSTAKA

- Saridi A S, yoga S Wibowo, Anggela Era. 2021. *Strategi Komunikasi, Inovasi, Dan Mitigasi Penyelenggara Ibadah Haji Dan Umrah Di Masa Pandemi*. Jurnal SMART Studi Masyarakat Religi Dan Tradisi, 7(2),156-169.
- Azizah Nur, Joko Purnomo, Niswatin. 2020. *Efektivitas Strategi Pemasaran Produk Tabungan haji Dalam Meningkatkan Keunggulan Kompetitif Di BRI Syariah Kantor Cabang Pembantu Bojonegoro*. Jurnal Studi Islam. 16 (1),136-161.
- Habibullah.2022. *Strategi Pemasaran pada Produk Tabungan Haji di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Rogojambi*.Jurnal Keuangan dan Perbankan Syariah. 1(1) 1-14.
- Abdul Rahman. 2022. *Strategi Pemasaran Syariah Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Tabungan Haji Dan Umrah IB Pada BTN KCPS Tangerang*. Jurnal Madani Syariah. 5(1)46-58.
- Dalimunthe, Annisa Syukron. 2021. *"LAPORAN PKL DI PT BANK SUMUT SYARIAH CABANG SYARIAH MEDAN."*
- Damanik, Chelsea Delviera. 2021. *"LAPORAN PRAKTIK KERJA LAPANGAN PADA PT BANK SUMUT KANTOR CABANG SYARIAH MEDAN RINGROAD.."*
- Harahap, Redilla. 2021. *"LAPORAN PKL PT BANK SUMUT KANTOR CABANG PEMBANTU SYARIAH KARYA."*
- PT Bank Sumut. n.d. *"Visi Dan Misi - Bank Sumut."* Accessed February 9, 2022. <https://www.banksumut.co.id/en/visi-dan-misi/>.
- Undang-Undang Republik Indonesia. 2008. *UNDANG-UNDANG REPUBLIK INDONESIA NOMOR 21 TAHUN 2008 TENTANG PERBANKAN SYARIAH*. Jakarta, Indonesia.