

**Strategi Optimalisasi Penggunaan Layanan *Mobile Banking*
Pada PT. Bank Sumut Syariah
KCP. Stabat**

Ispandi Manurung^{1*}, Muhammad Saleh², Anjur Perkasa Alam³

Sekolah Tinggi Agama Islam Jam'iyah Mahmudiyah Tanjung Pura @staijm.ac.id *^{1, 2, 3}

¹email: ispandimanurung160699@gmail.com,

²email: muhammadsaleh81@gmail.com

³email: anjur_perkasa_alam@staijm.ac.id

Artikel Info

Received: <i>October 23, 2022</i>	Revised: <i>December 22, 2022</i>	Accepted: <i>January 26, 2023</i>	Published: <i>February 10, 2023</i>
---	---	---	---

Abstract: This study aims to determine the strategy of the north sumatra bank in optimizing mobile banking services at PT. Bank Sumut Syariah Stabat. This type of research is descriptive research using qualitative methods. The research data is sourced from primary data and secondary data. Data collection techniques in this study used observation, interview and documentation methods. The results of this study show that the strategy of sharia banks in optimizing mobile banking services through several ways and stages, one of which is by issuing an application called "SUMUT Mobile". The launch of this application aims to make customers of sharia sumut banks not bored and always comfortable in making transactions on mobile banking services This application can be accessed through the Android Smartphone application. In this application, there are many features such as fund transfers, balance checks, electricity token

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi bank sumut dalam mengoptimalkan layanan *mobile banking* pada PT. Bank Sumut Syariah Stabat. Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif menggunakan metode kualitatif. Data penelitian bersumber dari data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode observasi, wawancara dan dokumentasi. Adapun hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi bank sumut syariah dalam mengoptimalkan layanan *mobile banking* melalui beberapa cara dan tahapan, salah satunya dengan mengeluarkan aplikasi yang disebut dengan "SUMUT Mobile". Peluncuran aplikasi ini bertujuan agar para nasabah bank sumut syariah tidak bosan dan selalu nyaman dalam melakukan transaksi pada layanan *mobile banking* Aplikasi ini dapat diakses melalui aplikasi *Smartphone Android*. Di dalam aplikasi ini terdapat

payments, credit purchases and so on which will certainly make it easier for users to make transactions.

Keywords: Optimization Strategy, Mobile Banking Services, PT. Bank Sumut Syariah.

banyak sekali fitur seperti transfer dana, cek saldo, pembayaran token listrik, pembelian pulsa dan lain sebagainya yang pastinya akan memudahkan pengguna dalam melakukan transaksi.

Kata Kunci: Strategi Optimalisasi, Layanan Mobile Banking, PT Bank Sumut Syariah.

A. Pendahuluan

Pada saat ini dunia usaha berkembang pesat seiring dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi. Jika dibandingkan dengan beberapa tahun silam telah banyak terjadi perubahan-perubahan seperti penggunaan sistem komputerisasi dan sistem online melalui jaringan internet hampir pada setiap kegiatan operasional. Nasabah Bank saat ini berasal dari berbagai latar belakang dan rata-rata nasabah tidak punya banyak waktu untuk antri di *Counter Teller* yang terlalu panjang. Melihat hal tersebut pihak bank merasa termotivasi untuk memberikan pelayanan yang terbaik kepada seluruh nasabahnya termasuk lewat *digital banking*.

Bank merupakan suatu lembaga keuangan yang bergerak pada bidang jasa keuangan yang berfungsi sebagai pengumpul dana, pemberi pinjaman dan menjadi perantara dalam lalu lintas pembayaran giral. Peran bank sebagai lembaga keuangan baik dalam menghimpun dana masyarakat maupun menyalurkan kembali ke masyarakat semakin meningkat dalam kondisi perekonomian saat ini maupun dimasa yang akan datang, peran perbankan mempunyai kedudukan yang strategis sebagai lembaga yang berfungsi memperlancar arus lalu lintas pembayaran dirasakan amat dibutuhkan. Usaha bank tidak sebatas sebagai penyimpan dana dan pemberi kredit saja tetapi juga merupakan alat bagi pemerintah untuk menstabilkan moneter dan mendorong laju pertumbuhan perekonomian nasional atau sebagai *agent of development* (Iskandar, 2013).

Menurut Undang-Undang Perbankan Nomor 10 Tahun 1998 yang dimaksud dengan bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkan ke masyarakat dalam bentuk kredit dan bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak. Bank menghimpundana masyarakat kemudian menyalurkan dananya kepada masyarakat dengan tujuan untuk mendorong peningkatan taraf hidup rakyat banyak. Dua fungsi pokok bank yaitu penghimpun dana masyarakat dan penyaluran dana kepada masyarakat oleh karena itu disebut *Financial Intermediary* (Ismail, 2017). Persaingan di dunia Internasional menunjukkan persaingan bebas yang menuntut kecakapan dan kecanggihan teknologi setiap negara. Oleh karena itu, dalam rangka memasuki persaingan Internasional, Indonesia dituntut untuk mengikuti perkembangan teknologi yang terjadi di dunia. Dalam hal ini Indonesia berupaya meningkatkan perkembangan di berbagai sektor, terutama sektor ekonomi. Khususnya pengoptimalan peranan lembaga keuangan, baik lembaga keuangan bank maupun lembaga keuangan non bank. Bank mempunyai fungsi sebagai media intermediasi, yaitu proses penyerapan dana dari unit *surplus* ekonomi, baik sektor usaha, lembaga pemerintah maupun individu (rumah tangga) untuk menyediakan dana bagi unit usaha lain yang *defisit* (membutuhkan dana) (Soemitra, 2010).

Perkembangan teknologi sekarang ini adalah sektor teknologi informasi yang menyebabkan bertambah pesatnya jenis dan kompleksitasnya produk dan jasa perbankan. Kondisi ini jauh berbeda dengan sebelum adanya kemajuan teknologi perbankan. Transaksi perbankan pada bank di Indonesia sebelum berkembangnya teknologi dilakukan dengan penulisan data, mengantri, kemudian dilanjutkan transaksi tatap muka antara nasabah dengan *teller* atau *customer service*. Proses ini sangat menyita waktu dan bahkan membuat nasabah tidak merasa nyaman, karena harus mengantri lebih lama. Namun dengan penggunaan teknologi yang canggih pada perbankan akan mengubah pola transaksi nasabah yang tadinya tidak merasa nyaman karena menyita banyak waktu

dengan adanya perkembangan teknologi, menjadi pola transaksi yang berjalan secara efektif dan efisien.

Mobile Banking merupakan layanan yang disediakan bank menggunakan sarana *Mobile* untuk melakukan transaksi keuangan dan permintaan informasi keuangan, misalnya cek saldo, mutasi rekening, dan sebagainya. Keberadaan *Mobile* dalam kehidupan kita di zaman serba instan tentu bukan hal yang asing, baik ditinjau dari aspek geografi seiring dengan semakin meluasnya daerah jangkauan operator telepon seluler, maupun aspek demografi seiring dengan penggunaan perangkat telepon seluler yang semakin meluas ke berbagai kalangan tanpa mengenal batasan usia, jenis kelamin, tingkat pendidikan, pekerjaan, dan tingkat penghasilan. Bahkan keberadaannya sudah menjadi bagian dari gaya hidup pemilik Android, misalnya, sebagai media untuk melakukan transaksi perbankan yang saat ini lebih dikenal dengan istilah *Mobile Banking*. *Mobile Banking* tidak lain merupakan sebuah aplikasi layanan yang dimaksudkan dapat memudahkan dalam mengakses informasi dalam transaksi pada PT. Bank SUMUT Syariah (Astuti, 2011).

Dunia perbankan memanfaatkan kemajuan teknologi, khususnya pengoptimalan peranan lembaga keuangan, baik lembaga keuangan bank maupun lembaga keuangan nonbank. Peranan teknologi dalam pengembangan dan penyediaan produk baru, bahkan fasilitas-fasilitas jasa perbankan sangat signifikan. Para pengguna jasa perbankan dimanjakan dengan fasilitas-fasilitas yang memudahkan mereka untuk melakukan transaksi-transaksi perbankan. Perkembangan teknologi sekarang ini adalah sektor teknologi informasi yang menyebabkan bertambah pesatnya jenis dan kompleksitasnya produk dan jasa perbankan. Kondisi ini jauh berbeda dengan sebelum adanya kemajuan teknologi perbankan. Transaksi perbankan pada bank di Indonesia sebelum berkembangnya teknologi dilakukan dengan penulisan data, mengantri, kemudian dilanjutkan transaksi tatap muka antara nasabah dengan *teller* atau *customer service*.

Proses ini sangat menyita waktu dan bahkan membuat nasabah tidak merasa nyaman, karena harus mengantri lebih lama. Namun dengan penggunaan teknologi yang canggih pada perbankan akan mengubah pola transaksi nasabah yang tadinya tidak merasa nyaman karena menyita banyak waktu dengan adanya perkembangan teknologi, menjadi pola transaksi yang berjalan secara efektif dan efisien. Produk perbankan yang menggunakan teknologi informasi ini disebut *Mobile Banking* atau *M-Banking*. *Mobile Banking* adalah layanan perbankan yang dapat diakses langsung melalui Android dengan menggunakan *Mobile Banking* (Fadlan & Dewantara, 2018).

Saat ini perkembangan dunia perbankan sangat pesat. Banyaknya pesaing menyebabkan perusahaan sulit untuk mempertahankan nasabah. Dalam usaha memenangkan persaingan tersebut, maka pemanfaatan teknologi merupakan hal yang wajib dilakukan oleh lembaga perbankan. Peranan teknologi dalam pengembangan dan peningkatan layanan produk baru atau fasilitas jasa perbankan sangat signifikan. Dengan peningkatan kualitas layanan, para pengguna jasa perbankan dimanjakan dengan berbagai fasilitas yang memudahkan mereka untuk melakukan transaksi perbankan. Untuk mengantisipasi persaingan tersebut maka Bank SUMUT Syariah juga mulai bersaing dan berupaya untuk mengembangkan dan meningkatkan kualitas layanan teknologi *Mobile Banking*. Berdasarkan uraian di atas penulis tertarik untuk meneliti tentang: “Strategi Optimalisasi Penggunaan Layanan *Mobile Banking* Pada PT. Bank Sumut Syariah KCP. Stabat”.

B. Metode Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif deskriptif. Penelitian kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati (Moleong, 2010). Sedangkan berdasarkan pada sifatnya, penelitian ini termasuk dalam penelitian deskriptif kualitatif, yaitu suatu penelitian yang menggambarkan dan melaporkan suatu objek penelitian

dengan mengopersikan antara teori dengan keadaan yang terjadi di lapangan, apakah ada kesenjangan atau mungkin kesamaan antara teori dengan kenyataan dilapangan, kemudian dianalisis berdasarkan tujuan penelitian. Deskriptif kualitatif pada penelitian ini digunakan untuk menggambarkan bagaimana strategi optimalisasi penggunaan layanan *mobile banking* pada PT. Bank SUMUT Syariah. Sumber data dalam penelitian ini berwujud data primer dan sekunder. Adapun data primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah bentuk wawancara dengan kepala bagian PT. Bank SUMUT Syariah KCP Stabat. Sedangkan data sekunder diperoleh dari buku, jurnal, artikel, dokumen-dokumen penting, lampiran pembiayaan, serta brosur-brosur dan lain- lain. Pengumpulan data dilakukan dengan metode wawancara, dokumentasi, dan studi kepustakaan.

C. Hasil dan Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi Bank SUMUT Syariah dalam meningkatkan kualitas layanan *Mobile Banking* adalah melalui beberapa cara dan tahapan, salah satunya dengan mengeluarkan aplikasi yang disebut dengan “SUMUT *Mobile*”. Peluncuran aplikasi ini bertujuan agar agar para nasabah Bank SUMUT syariah tidak bosan dan selalu nyaman dalam melakukan transaksi pada layanan *Mobile Banking*. Aplikasi ini dapat diakses melalui aplikasi *Smartphone Android*. Dengan aplikasi ini para nasabah akan semakin mudah menggunakan transaksi layanan *Mobile Banking* dimanapun dan kapanpun. Karena di dalam aplikasi ini juga sangat banyak sekali fitur-fitur aplikasinya seperti transfer dana, cek saldo, pembayaran token listrik, pembelian pulsa dan lain sebagainya. Kemudian strateginya selanjutnya adalah dengan melakukan strategi promosi. Strategi promosi yang dilakukan yaitu sistem jemput bola yaitu terjun langsung kepada masyarakat atau dengan sistem *face to face* dengan nasabah, dimana bagi nasabah pemula atau yang sudah lama namun belum tahu apa itu SUMUT *Mobile* maka pihak bank menjelaskan kepada nasabah khususnya bagian *Customer service* dan juga melalui brosur yang dibagikan kepada nasabah. Dalam upaya Bank SUMUT syariah

menggencarkan kualitas layanan *mobile banking* khususnya berbasis layanan, Bank SUMUT Syariah juga menggelar banyak program. Ada program pesta hadiah *Mobile Banking* Bank SUMUT Syariah, ada juga program undian *Mobile Banking* berhadiah.

Strategi Optimalisasi *Mobile Banking* dalam rangka optimalisasi dalam penggunaan *Mobile Banking* pihak PT. Bank SUMUT Syariah kantor cabang Stabat membuat beberapa strategi agar penggunaan *Mobile Banking* Bank SUMUT Syariah dapat meningkat dan nasabah mengenal *Mobile Banking* sehingga nasabah ingin menggunakan aplikasi *Mobile Banking*. Beberapa strategi yang dilakukan sebagai berikut:

1. Mengedukasi nasabah

Pemberian edukasi kepada nasabah dilakukan oleh *Customer service* Bank SUMUT Syariah dengan memberikan penjelasan kepada nasabah yang ingin mendaftar sebagai pengguna *Mobile Banking* tentang bagaimana langkah-langkah penggunaan *Mobile Banking* di Bank SUMUT serta kelebihan dan juga kelemahan dari penggunaan *Mobile Banking* serta membimbing nasabah dalam keamanan saldo nasabah.

2. Menyebarkan Brosur di Meja *Customer Service*

Customer Service Bank SUMUT Syariah kantor cabang Stabat menata brosur-brosur di atas meja. *Customer Service* yang bertugas akan memberikan kepada setiap nasabah yang membuka rekening tabungan dan menjelaskan prosedur penggunaan *Mobile Banking* dan manfaat dari *Mobile Banking* agar nasabah mau mendaftar sebagai pengguna SUMUT *Mobile*.

3. Sosialisasi *Mobile Banking*

Pihak Bank SUMUT Syariah khususnya *Customer Service* Bank SUMUT Syariah akan menjelaskan bagaimana prosedur dari pendaftaran, dan juga penggunaan layanan *Mobile Banking* tersebut. *Customer Service* Bank SUMUT

Syariah akan menjelaskan kelebihan dari *Mobile Banking* seperti nasabah dapat mengakses atau melakukan transaksi kapan saja dan dimana saja lewat *handphone*. Dari hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti dengan *Costumer Service* PT. Bank SUMUT Syariah Kantor Cabang Stabat, beliau menyatakan bahwa tidak semua nasabah ingin membuka layanan penggunaan *Mobile Banking* tersebut karena asumsi atau pemikiran nasabah yang masih awam atau tidak tahu tentang teknologi sehingga tidak mengerti cara pengaplikasiannya.

4. Penetrasi pasar

Strategi yang digunakan bila masih banyak calon nasabah yang belum terjangkau di daerah pemasaran perusahaan, Bank SUMUT Syariah melakukan pengembangan pemasaran dengan penetrasi pasar ke wilayah maupun daerah yang belum pernah dimasuki, dimana untuk mengenalkan produk-produk layanan yang ada di dalam Bank SUMUT Syariah, dimana dalam pemasaran untuk menarik minat masyarakat sehingga ikut bergabung dan membuka produk layanan SUMUT *Mobile*.

5. Pengembangan produk

Strategi ini menyangkut penyempurnaan atau penambahan fitur-fitur pada produk layanan SUMUT *Mobile* yang akan ditawarkan kepada konsumen/nasabah agar berminat untuk menggunakan SUMUT *Mobile*. Bank SUMUT Syariah Kantor Cabang Stabat melakukan pengembangan produk dengan cara menawarkan produk- produknya salah satunya produk layanan *Mobile Banking* ke nasabah yang aktif untuk menggunakan produk tersebut dan juga marketing Bank SUMUT Syariah melakukan pengembangan produk dengan menawarkan ke masyarakat yang ada di daerah-daerah sekelilingnya maupun didaerah terpencil.

6. Kompetisi Antar Cabang

Dalam mendorong pemakaian *Mobile Banking* ini Bank Sumut juga membuat kompetisi antar Cabang dimana cabang yang berhasil mengumpulkan jumlah nasabah pengguna *Mobile Banking* akan mendapatkan hadiah. Di samping itu peningkatan transaksi *Mobile Banking* juga merupakan alat ukur untuk menilai prestasi cabang dalam penggunaan *Mobile Banking*. Cabang-cabang yang berhasil menjuarai diberikan hadiah dan penilaian kinerja yang baik.

Terdapat beberapa kendala yang dialami oleh PT. Bank SUMUT Syariah dalam meningkatkan kualitas layanan *mobile banking* Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan di PT. Bank SUMUT Syariah KCP Sabat, diketahui bahwa kendala yang dihadapi oleh Bank SUMUT Syariah adalah nasabah yang ingin bertransaksi dengan aplikasi terbaru layanan *Mobile Banking* Bank SUMUT Syariah harus terlebih dahulu memiliki *handphone android* atau telah mengunduh aplikasi *Mobile Banking* Bank SUMUT Syariah yang disebut dengan *SUMUT Mobile*, lalu akses jaringan internet yang terbatas atau belum masuk ke daerah pedesaan, dan Tantangan Sosialisasi *Mobile Banking* dalam memasarkan produk *Mobile Banking* tidak semua nasabah ingin membuka layanan penggunaan *Mobile Banking* tersebut karena sering sekali tergantung dengan asumsi atau pemikiran pribadi yang bersifat tradisional seperti takut terjadi kehilangan saldo dan juga tidak mengerti cara pengaplikasiannya. Ini sering ditemui pada nasabah yang masih awam yang tidak tahu tentang teknologi sehingga akan semakin sulit jika dijelaskan karena dari dasarnya nasabah tersebut tidak ingin mempersulit diri sendiri padahal dengan adanya layanan *Mobile Banking* ini seharusnya nasabah tidak perlu lagi mengantri dibank ataupun di ATM jika ingin melakukan transaksi dan hal ini sering ditemui oleh pihak bank.

Dapat disimpulkan bahwa masyarakat dalam mengakses aplikasi *SUMUT Mobile* masih sangat terkendala dibagian akses jaringan internet dan oleh karena itu Bank

SUMUT Syariah harus lebih berupaya membuat rancangan aplikasi yang mudah diakses di beberapa daerah yang masih susah jaringan internetnya, dan agar aplikasi yang dirancang ini juga dapat mudah dipahami oleh orang awam, khususnya dalam memasarkan produk aplikasi SUMUT *Mobile* tersebut harus lebih detail dan mudah dimengerti cara pengaplikasiannya.

Meskipun terdapat kendala, tetap saja ada solusi untuk meningkatkan kualitas layanan *Mobile Banking* Bank SUMUT Syariah, misal dengan cara Bank SUMUT syariah akan bekerja sama dengan Telkomsel untuk membuat tower jaringan internet di daerah pedesaan atau kampung yang masih dapat dijangkau oleh Bank SUMUT Syariah. Dan melakukan promosi langsung kepada nasabah saat nasabah mendatangi kantor dengan menjelaskan apa itu *Mobile Banking* atau SUMUT *mobile*, apa fungsinya dan bagaimana cara menggunakannya dan juga membagikan brosur yang menjelaskan tentang *Mobile Banking* atau SUMUT *Mobile* secara detail.

Dengan adanya kerjasama antara Bank SUMUT Syariah dan Telkomsel dalam mengembangkan jaringan internet di daerah-daerah terpencil akan meningkatkan jumlah nasabah yang menggunakan aplikasi SUMUT *Mobile* dan melakukan promosi langsung kepada nasabah maka akan semakin lebih mudah proses pemahaman dan penyampaian kepada nasabah.

D. Kesimpulan

Dari hasil penelitian dan pembahasan di atas, dapat disimpulkan bahwa ada dua strategi yang dilakukan oleh Bank SUMUT Syariah KCP Stabat dalam meningkatkan kualitas layanan *mobile banking* yaitu strategi produk dan strategi promosi. Strategi produk dilakukan dengan mengeluarkan aplikasi yang disebut dengan SUMUT *Mobile* sehingga dengan aplikasi ini para nasabah akan semakin mudah menggunakan transaksi layanan *Mobile Banking* dimanapun dan kapanpun. Sedangkan strategi promosi dilakukan dengan menerapkan sistem jemput bola yaitu terjun langsung kepada

masyarakat atau dengan sistem *face to face*, membagikan Brosur kepada nasabah. Faktor yang menjadi kendala Bank SUMUT Syariah KCP Stabat dalam meningkatkan kualitas layanan *mobile banking* yaitu faktor komabilitas dan faktor gangguan transaksi. Faktor komabilitas adalah kendala dimana nasabah harus memiliki smartphone dan jaringan internet yang baik untuk dapat menggunakan layanan *Mobile Banking*. Sedangkan faktor gangguan transaksi ditandai dengan *server* dapat mengalami gangguan teknis pada saat saat tertentu. Solusi yang diterapkan Bank SUMUT Syariah dalam meningkatkan kualitas layanan *Mobile Banking* yaitu dengan cara melakukan kerja sama antara Bank SUMUT syariah dengan Telkomsel untuk membuat tower jaringan internet di daerah pedesaan atau kampung yang masih dapat dijangkau oleh Bank SUMUT Syariah. Selain itu, solusinya ialah dengan melakukan promosi langsung kepada nasabah saat nasabah mendatangi kantor dengan menjelaskan apa itu *Mobile Banking* atau SUMUT *mobile*, apa fungsinya dan bagaimana cara menggunakannya dan juga membagikan brosur yang menjelaskan tentang *Mobile Banking* atau SUMUT *Mobile* secara detail.

E. Daftar Pustaka

- Arifin, Zainul. (2011). *Memahami Bank Syariah: Lingkup, Peluang, Tantangan, dan Prospek* Jakarta: Alfabet.
- Fadlan, Abi & Rizki Yudhi Dewantara. (2018). "Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Kegunaan Terhadap Penggunaan Mobile Banking," *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* Vol. 62.
- Fahmi, Irham. (2015). *Manajemen Perbankan Konvensional & Syariah*, Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Gunawan, Cinthya Erika Putri. (2017). *Analisis Strategi Bisnis pada Pt. Omega Internusa Sidoarjo*, Volume 05 Number 01, *jurnal Program Manajemn Bisnis*.
- Husein, Umar. (2013). *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Iskandar, Syamsu. (2013). *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Jakarta:Media.
- Ismail. (2017). *Perbankan Syariah*. Jakarta: Kencana, Cet. Kelima.
- Kasmir, (2014). *Manajemen Perbankan*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

- Kotler, Philip. (2011). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta Laksana, Fajar. 2018. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Marina, Lestari. (2016). "Strategi Komunikasi Divisi Kaderisasi Kerohanian Islam (ROHIS) SMA Negeri 16 Palembang dalam Meningkatkan Jumlah Anggotanya," Fakultas Dakwah dan Komunikasi jurusan Komunikasi Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang.
- Moleong, Lexy J. (2010). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Nurchayani Putri Lestar. (2016). "Strategi Komunikasi dalam Meningkatkan Ketertiban Lalu Lintas Pada Satlantas Polres Kota Palembang", Skripsi, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Nengri Raden Fatah Palembang.
- Nugraheni, Destri Budi. (2017). Analisis Fatwa Dewan Syari'ah Nasional Tentang Wakalah, Hawalah, dan Kafalah Dalam Kegiatan Jasa Perusahaan Pembiayaan Syariah. *Jurnal Media Hukum*, No. 24, Vol 2.
- Nurastuti, Wiji. (2011). *Teknologi Perbankan*. Jakarta: Graha Ilmu.
- Soemitra, Andri. (2010). *Bank Dan Lembaga Keuangan Syariah*, Jakarta:Kencana.
- Suryadi, Edi. (2018). *Strategi Komunikasi*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.
- Sobirin, (2012). Konsep Akad Wakalah Dan Aplikasinya Dalam Perbankan Syariah Studi Kasus Bank BNI Syariah Cabang Bogor), *Jurnal Ekonomi Islam Al-Infaq*, Vol. 3.
- Suhendi, Hendi. (2010). *Fiqh Muamalah: Membahas Ekonomi Islam*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Ulwiwati, Hanik. (2013). *Pengaruh Layanan Jasa Pick Up Service Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah di Koperasi Jasa Keuangan Syariah BMT Amanah Ummah Surabaya*, Skripsi- Surabaya.
- Wakhid, S.C., dan Elvrita, (2007). *Adapting Islamic Bank's CARTER Model: An Empirical Study in Riau's Syariah Bank*, Indonesia, ISSN: Vol. 2.
- Wulanmas A.P.G. Frederik, Analisis Yuridis terhadap Peranan Bank Syariah dalam Kegiatan Perbankan di Indonesia, *Jurnal Hukum IUS QUIA IUSTUM* No. 4.