

**IMPLEMENTATION OF IB HAJJ SAVINGS PRODUCT'S
MARKETING STRATEGY IN ATTRACTING CUSTOMER
INTEREST: A STUDY ON KB BANK SYARIAH KC SIDOARJO**

BACHELOR THESIS

By

MOCHAMMAD SYAHRUL ASY'ARI

NIM: 08040421158



**UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A**

**SHARIA ECONOMICS STUDY PROGRAM
FACULTY OF ISLAMIC ECONOMICS AND BUSINESS
ISLAMIC STATE UNIVERSITY OF SUNAN AMPEL
SURABAYA**

2025

DECLARATION

I, Mochammad Syahrul Asy'ari, 08040421158, declare that:

1. My thesis is original and truly my own work, and not the work of others on my behalf, and is not the result of imitation or plagiarism of other people's works. This thesis has never been submitted to get an academic degree either at UIN Sunan Ampel Surabaya, or at other universities.
2. In this thesis, there are no works or opinions that have been written or published by others, unless it is clearly listed in writing as a reference by mentioning the author's name and listed in the bibliography.
3. I make this statement truthfully, and if in the future there are irregularities and untruths in this statement, then I am willing to accept academic sanctions in the form of revocation of the degree that has been obtained because I wrote this thesis, as well as other sanctions in accordance with the norms and regulations that apply at UIN Sunan Ampel Surabaya.

Surabaya, 7 January 2025

A handwritten signature in black ink is written over a yellow 1000 Rupiah meter stamp. The stamp features the Garuda Pancasila emblem and the text '1000', 'METERAL', and 'TIMPEL'. A serial number '4225AJX295172337' is visible at the bottom of the stamp.

Mochammad Syahrul Asy'ari
NIM. 08040421158

APPROVAL SHEET
Surabaya, 31 December 2024

The thesis has been completed and is ready to be tested

Bachelor Thesis Advisor,

A handwritten signature in black ink, consisting of several loops and a long horizontal stroke extending to the right.

Ade Irma Suryani Lating, M.S.A., CSRS
NIP. 199110012019032020

VALIDITY SHEET
IMPLEMENTATION OF IB HAJJ SAVINGS PRODUCT'S
MARKETING STRATEGY IN ATTRACTING CUSTOMER
INTEREST: A STUDY ON KB BANK SYARIAH KC SIDOARJO

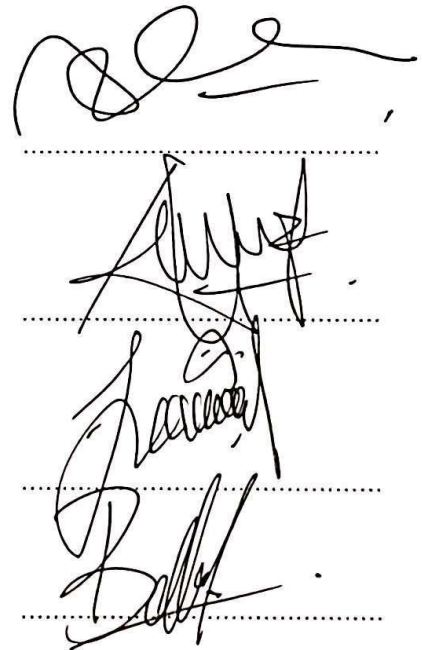
By:
MOCHAMMAD SYAHRULASY'ARI
NIM: 08040421158

It has been defended in front of the Board of Examiners
on the date of 7 January 2025 and be declared eligible for admission

Composition of the Board of Examiners:

Signature:

1. Ade Irma Suryani Lating, M.S.A., CSRS
NIP. 199110012019032020
(Examiner 1)
2. Nurul Lathifah, S.A., M.A.
NIP. 198905282018012001
(Examiner 2)
3. Muhammad Iqbal Surya Pratikto, M.SEL
NIP. 199103162019031013
(Examiner 3)
4. Saqofa Nabilah Aini, S.E., M.Sc.
NIP. 199301092020122028
(Examiner 4)



Surabaya, 7 January 2025

Dean,



Dr. Sirajul Arifin, S.Ag., S.S., M.E.I.
NIP. 197005142000031001

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Mochammad Syahrul Asy'ari.....
NIM : 08040421158.....
Fakultas/Jurusan : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Syariah.....
E-mail address : mohammadasyahrulasyari@gmail.com.....

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

☒ Sekripsi ☐ Tesis ☐ Desertasi ☐ Lain-lain (.....)
yang berjudul :

Implementation of iB Hajj Savings Product's Marketing Strategy in Attracting Customer Interest:

A Study on KB Bank Syariah KC Sidoarjo

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta izin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 7 Januari 2025

Penulis



(Mochammad Syahrul Asy'ari)

ABSTRACT

The establishment of financial institutions is the main key to the modern economic system. The development of financial institutions in Indonesia is not dominated by conventional banks alone, but Islamic banks continue to experience progress and development even in a short time. KB Bank Syariah KC Sidoarjo is one of the Islamic banks consisting of 12 branch offices operating throughout Indonesia.

The purpose of this study is to further analyze the implementation of marketing strategies and obstacles experienced by KB Bank Syariah KC Sidoarjo in implementing marketing strategies to attract customer interest through iB Hajj Savings products. This study uses a descriptive qualitative approach with the type of field research. The data sources of this study use primary and secondary data. Primary data was obtained through direct interviews with the parties concerned. Secondary data is obtained through company data, journals, books, websites, blogs, and the like.

The result of this study is that KB Bank Syariah KC Sidoarjo uses a 4P marketing mix strategy, namely product, price, promotion, and place to market iB Hajj Savings products. The internal obstacle experienced by KB Bank Syariah KC Sidoarjo is the limited office units and human resources. Meanwhile, the external obstacles experienced by KB Bank Syariah KC Sidoarjo are the competition and the reach of Hajj savings registration.

This research provides advice to KB Bank Syariah KC Sidoarjo to carry out marketing strategies on promotional aspects, especially on promotions through social media. Furthermore, it is necessary for managers to conduct regular crosschecks and internal evaluations related to the operational system of KB Bank Syariah KC Sidoarjo.

Keywords: Marketing Strategy, iB Hajj Savings, Sharia Bank.

TABLE OF CONTENTS

APPROVAL SHEET	iii
VALIDITY SHEET	iv
DECLARATION	v
ABSTRACT	vi
TABLE OF CONTENTS	vii
TABLE LIST	x
IMAGE LIST.....	xi
TRANSLITERATION GUIDELINES OF ARABIC-LATIN	xii
CHAPTER 1 INTRODUCTION	1
1.1 Background	1
1.2 Problem Identification and Limitations.....	13
1.2.1 Problem Identification.....	13
1.2.2 Limitations Of Problem.....	13
1.3 Problem Formulation.....	14
1.4 Research Objectives	14
1.5 Research Benefits	14
1.5.1 Theoretical Benefits	14
1.5.2 Practical Benefits	15
CHAPTER 2 THEORETICAL FOUNDATIONS	17
2.1 Theoretical Foundations	17
2.1.1 Marketing Strategy.....	17
2.1.2 Shariah Marketing Strategy.....	27
2.1.3 Hajj Savings	31
2.1.4 Islamic Banking	33
2.2 Previous Research	34
2.3 Conceptual Framework	42
CHAPTER 3 RESEARCH METHODS	45
3.1 Type of Research.....	45
3.2 Research Location	45
3.3 Data Source	46
3.3.1 Primary Data Sources.....	46

3.3.2 Secondary Data Sources.....	47
3.4 Data Collection Techniques.....	47
3.4.1 Observation.....	48
3.4.2 Interview.....	48
3.4.3 Documentation.....	49
3.5 Data Processing Techniques.....	50
3.5.1 Editing.....	50
3.5.2 Organizing.....	50
3.5.3 Discovery of Research Results.....	50
3.6 Data Analysis Techniques.....	50
3.6.1 Data Reduction.....	51
3.6.2 Data Presentation.....	51
3.6.3 Puller Conclusion.....	51
3.7 Data Validity.....	52
CHAPTER 4 RESULTS AND DISCUSSION	53
4.1 Overview of KB Bank Syariah.....	53
4.1.1 History of KB Bank Syariah KC Sidoarjo	53
4.1.2 Vision and Mision of KB Bank Syariah.....	57
4.1.3 Organizational Structure of KB Bank Syariah KC Sidoarjo	58
4.1.4 Business Operations of KB Bank Syariah KC Sidoarjo	59
4.1.5 Products and Services of KB Bank Syariah KC Sidoarjo	63
4.1.6 iB Hajj Savings Products at KB Bank Syariah KC Sidoarjo	65
4.2 Research Results.....	68
4.2.1 Implementation of iB Hajj Savings Product Marketing Strategy in Attracting Customer Interest in Family Planning Bank Syariah KC Sidoarjo.....	68
4.2.2 Obstacles in Marketing iB Hajj Savings Products in Attracting Customer Interest in Family Planning Bank Syariah KC Sidoarjo.....	99
4.3 Discussion of Research Results.....	104
4.3.1 Implementation of iB Hajj Savings Product Marketing Strategy in Attracting Customer Interest in KB Bank Syariah KC Sidoarjo	104
4.3.2 Obstacles in Marketing iB Hajj Savings Products in Attracting Customer Interest in KB Bank Syariah KC Sidoarjo.....	106
CHAPTER 5 CONCLUSION	109
5.1 Conclusion.....	109
5.2 Suggestion	110

BIBLIOGRAPHY	112
APPENDIX LIST	118



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

TABLE LIST

Table 1. 1 Number of iB Hajj Savings Customers KB Bank Syariah KC Sidoarjo	4
Table 1. 2 Number of Banking Hajj Savings Customers in Sidoarjo Regency.....	5
Table 1. 3 The Largest Number of Hajj Pilgrims in Regencies and Cities in Indonesia	7
Table 2. 1 Previous Research	34
Table 4. 1 Organizational Structure of KB Bank Syariah KC Sidoarjo	58

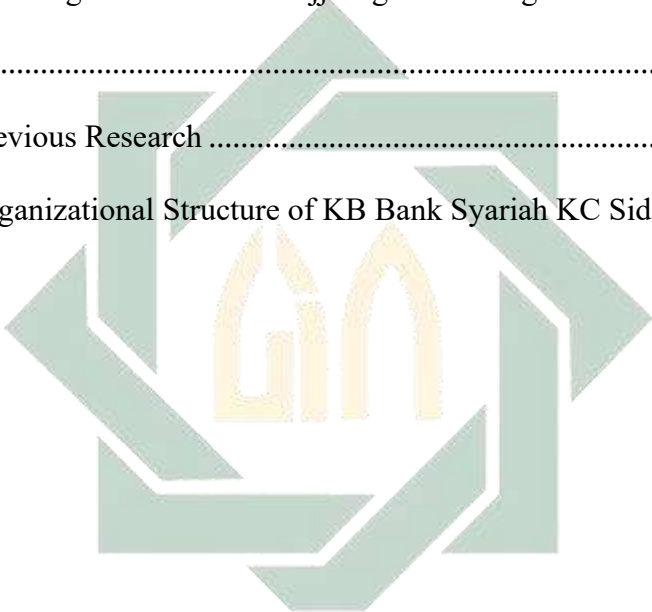

 UIN SUNAN AMPEL
 S U R A B A Y A

IMAGE LIST

Picture 2. 1 Conceptual Framework.....	43
Picture 4. 1 Logo of KB Bank Syariah KC Sidoarjo	53
Picture 4. 2 Organizational Structure of KB Bank Syariah KC Sidoarjo	58



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

BIBLIOGRAPHY

- Adeyani, I., & Anggraini, T. (2021). Analisis Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Pensiun Pada Bank Syariah Indonesia KCP Stabat. *Journal Economy And Currency Study (JECS)*, 3(2), Article 2. <https://doi.org/10.51178/Jecs.V3i2.298>
- Adhimah, S. (2020). Peran Orang Tua Dalam Menghilangkan Rasa Canggung Anak Usia Dini (Studi Kasus Di Desa Karangbong Rt. 06 Rw. 02 Gedangan-Sidoarjo). *Jurnal Pendidikan Anak* (Website Ini Sudah Bermigrasi Ke Website Yang Baru ==> <https://journal.uny.ac.id/V3/Jpa>), 9(1), Article 1. <https://doi.org/10.21831/Jpa.V9i1.31618>
- Ahmad, A. S., Rohim, A. K., Billah, M. A., & Fitrianto, A. R. (2021). The Risk Management Of Gold Pawn Product In Bank Syariah Indonesia (BSI) Krian Branch. *JURNAL AL-QARDH*, 6(2), 49–61. <https://doi.org/10.23971/Jaq.V6i2.3537>
- Ahmadsyah, I., & Marzelin, A. A. (2022). Strategi Pemasaran Menarik Minat Nasabah Menggunakan Produk Tabungan Haji Pada Bank Syariah Indonesia Meulaboh.
- Akbar, N. (2019). Tinjauan Terhadap Strategi Pemasaran Pada Tabungan Haji Dalam Akad Mudharabah (Studi Kasus Bank Syariah Mandiri KCP Sudirman, Bogor). *Amwaluna: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Syariah*, 3(1), 76–95. <https://doi.org/10.29313/Amwaluna.V3i1.4260>
- Amelia, K. R., Kurniati, R. R., & Hardati, R. N. (2020). (Studi Pada Bank Muamalat Kc Malang). 9(2).
- Andi Prastowo. (2016). *Metode Penelitian Kualitatif Dalam Perspektif Rancangan Penelitian* (3 Ed., Vol. 3).
- Angga Putra Suhadi, Maryam Batubara, & Nursantri Yanti. (2023). Analisis Strategi Pemasaran Produk Tabungan IB Hijrah Haji Muda Pada Generasi Milenial Di Bank Muamalat Cabang Stabat. *OPTIMAL Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 3(4), 40–58. <https://doi.org/10.55606/Optimal.V3i4.2295>
- Arikunto, Suharsimi. (2010). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*. <http://E->

Library.Polbangtanyoma.Ac.Id:80/Index.Php?P=Show_Detail&Id=58137

- Bimo, W. A., & Cahya, T. (2018). Strategi Pemasaran Tabungan Haji Dengan Akad Mudharabah Mutlaqah Pada Pt. Bank Tabungan Negara Syariah (Persero) Tbk. Cabang Bogor. *Moneter: Jurnal Keuangan Dan Perbankan*, 6(2), 63. <https://doi.org/10.32832/Moneter.V6i2.2413>
- Daulay, A. N. (2017). Faktor-Faktor Yang Berhubungan Dengan Perkembangan Produk Tabungan Haji Perbankan Syariah Di Indonesia. 4(1).
- Dsnmui.Or.Id. (2024). Fatwa – Laman 13 – DSN-MUI. Diambil 30 Agustus 2024, Dari <https://dsnmu.or.id/kategori/fatwa/page/13/>
- Eka Hendrayani, Wahyunita Sitinjak, Gusti Putu Eka Kusuma, David Ahmad Yani, Ni Nyoman Kerti Yasa, Teti Chandrayanti, Voettie Wisataone, Aditya Wardhana, Roeskani Sinaga, & Nur Hilal. (2021). Konsep Bauran Pemasaran 4P Dan 7P (1 Ed., Vol. 1). Media Sains Indonesia.
- El Nadia, N., Masadah, Muhammad Yazid, Muhammad Iqbal Surya Pratikto, & Nurul Fatma Hasan. (2023). Implementasi Akad Mudharabah Mutlaqah Pada Tabungan Haji IB Amanah Terhadap Profitabilitas PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Timur Tbk.: Implementation Of Mudharabah Mutlaqah Agreement On Hajj Savings IB Amanah On Profitability Of PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Timur Tbk. *El-Qist: Journal Of Islamic Economics And Business (JIEB)*, 13(1), 16–34. <https://doi.org/10.15642/Elqist.2023.13.1.16-34>
- Fadilah, N. (2020). Pengertian, Konsep, Dan Strategi Pemasaran Syari'ah. *Salimiya: Jurnal Studi Ilmu Keagamaan Islam*, 1(2), Article 2.
- Faradila, A., & Cahyati, A. D. (2013). Analisis Manajemen Laba Pada Perbankan Syariah. *Jrak: Jurnal Riset Akuntansi Dan Komputerisasi Akuntansi*, 4(1), Article 1. <https://doi.org/10.33558/Jrak.V4i1.272>
- Farhan, N. (2017). Problematika Waiting List Dalam Penyelenggaraan Ibadah Haji Di Indonesia. *Jurnal Studi Agama Dan Masyarakat*, 12(1), 57–80. <https://doi.org/10.23971/Jsam.V12i1.469>
- Fitri, R., & Murtani, A. (2020). Analisis Strategi Pemasaran Dan Pelayanan Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Produk Tabungan Mambrur Pada Pt. Bank Syariah Mandiri Kc Setia Budi Medan. *Jurnal Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis*, 1(1), Article 1.

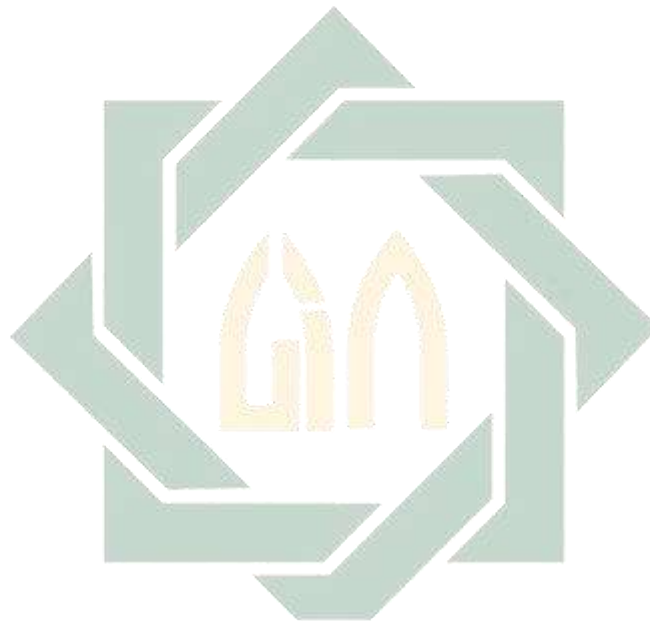
- Habibulloh, H. (2022). Strategi Pemasaran Pada Produk Tabungan Haji Di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Rogojampi. Ribhuna : Jurnal Keuangan Dan Perbankan Syariah, 1(1), Article 1.
- Halim, F. S., Putra, P., & Pujiastuti, I. (2023). Analisis Penerapan Strategi Segmenting, Targeting Dan Positioning Terhadap Tabungan Haji Pada Bank Tabungan Negara Syariah Kc Bekasi.
- Isdb.Org. (2017, Februari 20). Program Magang Islamic Development Bank—Indonesia. <https://www.isdb.org/id/node/43749>
- Jaringan | KB Bank Syariah. (2024). Diambil 7 September 2024, Dari <https://www.kbbanksyariah.co.id/lokasikantor>
- Jauhariyah, N. A., Munawar, A., & Mahmudah, M. (2020). Strategi Pemasaran Syariah Dan Waiting List Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Tabungan Haji Pada PT Brisyarlah KCP Genteng Kabupaten Banyuwangi. Journal Of Sharia Economics, 2(1), 74–92. <https://doi.org/10.35896/jse.v2i1.61>
- Karim, Z. (2017). Strategi Pemasaran Bank Syariah. Stadium, 1(1), Article 1.
- Kasmir. (2010). Pemasaran Bank (4 Ed.). Jakarta : Kencana, 2010.
- Kemenag. (2024). Kemenag Teken Perjanjian Kerjasama Dengan 30 Bank Penerima Setoran Bipih. <https://kemenag.go.id>. Diambil 20 Desember 2024, Dari <https://kemenag.go.id/nasional/kemenag-teken-perjanjian-kerjasama-dengan-30-bank-penerima-setoran-bipih-tggv9s>
- Kemenag. (2020). Menjadi Muslim, Menjadi Indonesia (Kilas Balik Indonesia Menjadi Bangsa Muslim Terbesar). <https://kemenag.go.id>. Diambil 26 Agustus 2024, Dari <https://kemenag.go.id/opini/menjadi-muslim-menjadi-indonesia-kilas-balik-indonesia-menjadi-bangsa-muslim-terbesar-03w0yt>
- Kemenag. (2023). Sejarah, Ketentuan, Dan Hikmah Disyariatkannya Ibadah Haji. <https://www.kemenag.go.id>. Diambil 27 Agustus 2024, Dari <https://kemenag.go.id/hikmah/sejarah-ketentuan-dan-hikmah-disyariatkannya-ibadah-haji-zjfts>
- Khairi, M. R., & Aggraini, T. (2023). Analisis Communication Skill Pada Pemasaran Tabungan Haji (Studi Kasus Bank Muamalat Kcp Stabat). Eksis: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis, 14(2), Article 2. <https://doi.org/10.33087/eksis.v14i2.405>

- Mahfudloh, F. A., Asy'ari, M. S., & Huda, B. (2024). Analisis Penggunaan Akad Kafalah Bi Al Ujah Pada Produk BSI Hasanah Card Di Bank BSI–KCP UINSA Surabaya. *Al-Muzdahir : Jurnal Ekonomi Syariah*, 6(1), Article 1. <https://doi.org/10.55352/ekis.v6i1.711>
- Moleong, Lexy J. (2005). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT Remaja Rosdakarya.
- M.Pd, D. H. M., S. Ag. (2014). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Media Ilmu Press.
- Musawwa, M. A. A., & Hanifah, L. (2023). Strategi Pemasaran Syariah Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Produk Tabungan Haji Dan Umroh Ib Pada Btn Syariah Kcps Gresik. *Jurnal Tabarru': Islamic Banking And Finance*, 6(2), 669–684. [https://doi.org/10.25299/jtb.2023.vol6\(2\).15201](https://doi.org/10.25299/jtb.2023.vol6(2).15201)
- Novitasari, Devi & Suselo, Dedi. (2022). *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis, Dan Sosial (Embiss) Volume 2, Nomor 4, Agustus 2022*. 2.
- Nur Asnawi & Muhammad Asnan Fanani. (2017). *Pemasaran Syariah: Teori Filosofi Dan Isu-Isu Kontemporer* (1 Ed., Vol. 1). Rajawali Pers, 2017.
- Nur, R. (2022). Strategi Pemasaran Produk Tabungan Ib Hijrah Haji Pada Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu Bandar Lampung Di Masa Pandemi Covid-19. *Multazam : Jurnal Manajemen Haji Dan Umrah*, 2(1), Article 1. <https://doi.org/10.32332/multazam.v2i1.4675>
- Ojk.Go.Id. (2008). Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah. Diambil 30 Agustus 2024, Dari <https://ojk.go.id/waspada-investasi/id/regulasi/pages/undang-undang-nomor-21-tahun-2008-tentang-perbankan-syariah.aspx>
- Pendanaan | KB Bank Syariah. (2024). Diambil 7 September 2024, Dari <https://www.kbbanksyariah.co.id/pendanaan>
- Philip Kotler, Kevin Lane Keller, & Alexander Chernev. (2022). *Marketing Management* (16 Ed.). Harlow : Pearson Education., 2022.
- Pratiwi, W. D., & Makhrus, M. (2018). Praktik Akad Wadi'ah Yad Dhamanah Pada Produk Tabungan Di Bank BRI Syariah Kantor Cabang Purwokerto. *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 1(2), 177. <https://doi.org/10.30595/jhes.v1i2.3923>

- Rachman, A., Haura, A., Sari, D. P., & Faluthamia, M. A. (2022). Strategi Pemasaran Syariah Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Tabungan Haji Dan Umrah Ib Pada Btn Kcps Tangerang. 5(1).
- Rusdi Pohan. (2007). Metodologi Penelitian Pendidikan. Banda Aceh : Ar-Rijal Institute, 2007.
- Sakum, S., Ainulyaqin, M., Achmad, L. I., & Mamun, S. (2024). Strategi Pemasaran Batara Haji Dan Umrah Ib Bank Tabungan Negara Syariah Ditinjau Dengan Analisis Soar. Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, 10(2). <https://doi.org/10.29040/jiei.v10i2.13259>
- Sidiq, D. U., Ag, M., & Choiri, D. M. M. (2019). Metode Penelitian Kualitatif Di Bidang Pendidikan.
- Sintia, L. (2022). Strategi Pemasaran Produk Tabungan Mabrur Junior Pada Bank Syariah Mandiri Kcp Teluk Betung Kota Bandar Lampung.
- Sipahutar, A. P., & Sugianto, S. (2023). Strategi Pemasaran Produk Tabungan Mabrur Junior Pada Bank Syariah Indonesia KCP Aek Kanopan. Widya Balina, 8(2), Article 2. <https://doi.org/10.53958/Wb.V8i2.330>
- SISKOHAT | Dashboard. (2024). Diambil 30 Agustus 2024, Dari <https://haji.kemenag.go.id/sidb/admin/index.php?page=W1-01&nav=1>
- SISKOHAT | Waiting List Kab Sidoarjo. (2024). Diambil 2 Oktober 2024, Dari <https://haji.kemenag.go.id/sidb/admin/index.php?page=W1-03&nav=1>
- Solikhah, N. (2020). Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Guna Memperoleh Gelar Sarjana Dalam Keilmuan Perbankan Syariah.
- Sugiyono. (2014). Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D (19 Ed.). Bandung : Alfabeta, 2014.
- Suhri, M. (2021). Strategi Pemasaran Tabungan Haji Terhadap Minat Masyarakat Di Bank Syariah Mandiri Sumbawa Besar.
- Surat Al-Baqarah Ayat 275: Arab, Latin, Terjemah Dan Tafsir Lengkap | Quran NU Online. (2025). Diambil 16 Januari 2025, Dari <https://quran.nu.or.id/al-baqarah/275>
- Triwibowo, A., Baidhowi, M. M., & Nita, V. A. (2024). Strategi Pemasaran Bank Aman Syariah Dalam Menarik Minat Nasabah Tabungan Haji Mabrur

(Tajimabrur). *Al-Intaj : Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 10(1), 14. <https://doi.org/10.29300/Aij.V10i1.2381>

W, R. A., & Nadliroh, A. (2020). Analisa Hubungan Dinamis Antara Risiko Pembiayaan Mudharabah, Risiko Pembiayaan Musyarakah, Risiko Pembiayaan Murabahah Dan Profitabilitas Perbankan Syariah. *El-Qist : Journal Of Islamic Economics And Business (JIEB)*, 9(2), 164–185. <https://doi.org/10.15642/Elqist.2019.9.2.164-185>



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A