

**IMPLEMENTASI STRATEGI *MARKETING MIX* PADA PEMBIAYAAN
PENSIUN BSM
(Studi Kasus pada PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Area Malang)**

Irmayanti Hasan

Adelina Dita Wahyuni

Fakultas Ekonomi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang

Email : irmaa.hasan@gmail.com

Abstract: *Marketing strategies must be designed appropriately to meet consumer needs and achieve company goals. Marketing Mix strategy conducted by sharia banking to inform the customer about the activity in banking. The purpose of this research is to know the implementation of marketing mix strategy in BSM pension financing in PT. Bank SyariahMandiri Malang Area Office. Researchers use qualitative research with descriptive approach. The subjects of this study were three persons, data collected by observation, interview and documentation. The results showed that the implementation of marketing mix strategy at PT. Bank SyariahMandiri Malang Area Office of 7P. Product, pension financing one of its products. Price, low administrative cost and competitive margin. Promotion, by going directly to prospective customers, socialization and brochures. Place, strategic location. People, employees who play a role are Sales Force and Consumer Banking Relationship Manager. Process, there are five processes in financing. Physical evidence, PT. Bank Syariah Mandiri Malang Area Office has a fairly large and neat building.*

Keywords: Marketing Mix

PENDAHULUAN

Menurut Kasmir (2010:119) *marketing mix* merupakan strategi kombinasi yang dilakukan oleh berbagai perusahaan dalam bidang pemasaran. Hampir semua perusahaan melakukan strategi ini guna mencapai tujuan pemasarannya, apalagi dalam kondisi persaingan yang demikian ketat saat ini. Kombinasi yang terdapat dalam *marketing mix* harus dilakukan secara terpadu.

PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Area Malang mempunyai produk *funding* dan *financing*. Dalam produk *financing* atau pembiayaan, salah satu produk pembiayaan yang diberikan oleh PT. Bank Syariah Mandiri

Kantor Area Malang adalah pembiayaan pensiun BSM yang merupakan pembiayaan konsumtif yang hanya diberikan kepada para pensiun yang berasal dari lingkungan pensiun karyawan, (PNS, BUMN atau BUMD) atau janda pensiun. Pembiayaan pensiun BSM ini merupakan pemberian fasilitas pinjaman dimana peminjam diharuskan untuk memberikan agunan atau jaminan berupa SK (Surat Keputusan) Pensiun atau KARIP (Kartu Identitas Pensiun), dengan limit maksimal pembiayaan yang ditawarkan pernasabah sampai dengan Rp 300.000.000.00, jangka waktu angsuran selama 10-15 tahun atau masa jatuh tempo pada saat usia peminjam mencapai 75 tahun dan akad yang digunakan pada pembiayaan pensiun BSM ini adalah akad *murabahah*.

Tujuan diadakannya produk pembiayaan pensiun BSM adalah untuk membantu memenuhi kebutuhan para pensiun yang kekurangan atau membutuhkan dana untuk memenuhi kebutuhannya, seperti diketahui para pegawai negeri yang telah memasuki masa pensiun memiliki pendapatan yang relatif kecil dibandingkan saat pegawai tersebut masih aktif bekerja sebagai pegawai negeri sipil atau karyawan BUMN/BUMD. Namun hasil penjualan yang didapat sementara ini masih bertolak belakang dari tujuan diadakannya produk pembiayaan pensiun BSM. Hal itu terlihat bahwa selama ini penjualan produk pembiayaan pensiun BSM cenderung sedikit mencapai target yang telah ditetapkan. Pencapaian penjualan produk pembiayaan pensiun BSM dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1.1

**Data Pembiayaan Pensiun BSM
Bulan Oktober 2017- Bulan Februari 2018**

Bulan	Target Pembiayaan	Jumlah Pembiayaan	Jumlah Nasabah
--------------	------------------------------	------------------------------	---------------------------

	Pensiun BSM	Pensiun BSM	Pembiayaan Pensiun BSM
Oktober	Rp500.000.000	Rp446.000.000	3
November	Rp500.000.000	Rp25.000.000	1
Desember	Rp500.000.000	Rp295.000.000	2
Januari	Rp300.000.000	Rp75.000.000	2
Februari	Rp300.000.000	Rp320.000.000	3

Sumber: PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Area Malang 2018

Data di atas merupakan hasil penjualan pembiayaan pensiun di PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Area Malang. Dari data tersebut terlihat bahwa sering tidak tercapai target penjualan produk pembiayaan pensiun untuk setiap bulannya. Pada bulan Oktober 2017 dari target penjualan Rp 500.000.000,- tercapai Rp 446.000.000,-. Pada bulan November dari target Rp 500.000.000,- tercapai Rp 25.000.000,-. Sedangkan pada bulan Februari 2018 baru mencapai target, dari target Rp 300.000.000,- tercapai Rp 320.000.000,-.

Dari latar belakang tersebut maka peneliti tertarik untuk melihat strategi *marketing mix* yang digunakan PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Area Malang dalam pembiayaan pensiun BSM. Sehingga peneliti ingin mengadakan penelitian yang berkaitan dengan implementasi hal tersebut. Hasil kajian ini dituangkan lebih lanjut dalam sebuah karya ilmiah berbentuk Laporan Tugas Akhir yang berjudul **“Implementasi Strategi Marketing Mix pada Pembiayaan Pensiun BSM PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Area Malang”**.

Tujuan penelitian yang ingin dicapai yaitu untuk mengetahui Implementasi strategi Marketing Mix pada pembiayaan pensiun BSM

PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Area Malang dan untuk mengetahui kendala dan solusi dalam implementasi strategi marketing mix pada pembiayaan pensiun BSM PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Area Malang.

KAJIAN PUSTAKA

Pengertian Strategi Pemasaran

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Strategi berarti rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus. Sedangkan pemasaran berarti proses, cara, perbuatan memasarkan suatu barang dagangan. Menurut Kotler & Amstrong (2001:7) pengertian pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial dengan mana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan lewat penciptaan dan pertukaran timbal balik produk dan nilai dengan orang lain.

Marketing Mix

Lupiyoadi (2006:70) bahwa *marketing mix* (bauran pemasaran) barang berbeda dengan bauran pemasarn jasa, hal ini terkait perbedaan karakteristik antara barang dan jasa. Dengan demikian, unsur bauran pemasaran pada jasa adalah sebagai berikut:

1. *Product* (Produk)
2. *Price* (harga)
3. *Place* (Lokasi) dan Saluran Distribusi
4. *Promotion* (Promosi)
5. *People* (Orang)
6. *Physical Evidence* (Sarana Fisik)
7. *Process* (Proses)

Pengertian Pembiayaan

Dalam pasal 1 angka 25 Undang-undang No. 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah disebutkan pembiayaan adalah penyediaan dana atau tagihan.

Pengertian Pensiun

Asyhadie (2008:157)Pensiun merupakan istilah umum untuk menyatakan pemberian jaminan tunai dalam jangka panjang guna menghadapi resiko hari tua, cacat, dan kematian prematur atau kematian dini (kematian muda) di kemudian hari

Pengertian Bank Syariah

Muhammad (2005: 1) menyatakan bahwa “bank syariah adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan pembiayaan dan jasa – jasa lainnya dalam lalu lintas pembayaran serta peredaran uang yang beroperasinya disesuaikan dengan prinsip syariat Islam”.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif karena disesuaikan dengan kebutuhan tujuan penelitian yakni, narasi dan penelitian yang dilakukan ditempat observasi dengan pihak yang bersangkutan. Lokasi penelitian yang dilakukan pada PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Area Malang. Teknik pengumpulan yang dilakukan yaitu observasi, wawancara/*observasi*, dokumen. Analisis data berupa reduksi data, penyajian data dan kesimpulan.

HASIL dan PEMBAHASAN

Implementasi Strategi *Marketing Mix* pada Pembiayaan Pensiun BSM di PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Area Malang

***Product* (Produk)**

Berdasarkan hasil wawancara bahwa produk pembiayaan pensiun BSM di PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Area Malang sudah

bagus karena dalam setiap bulannya selalu ada yang berminat untuk melakukan pembiayaan pensiun BSM ini meskipun belum memenuhi target yang ditentukan setiap bulannya dengan kendala yaitu sulit untuk melakukan *take over*.

Hal tersebut sesuai dengan pernyataan Neny Adi Rahmawati selaku *sales force*, beliau mengatakan bahwa:

“Alhamdulillah setiap bulannya pasti ada nasabah baru, tapi ya gitu biasanya mencapai target dan tidak, rata-rata yang menjadi nasabah di sini adalah orang-orang yang fanatik dengan prinsip syariah. Produk pembiayaan pensiun BSM ini dijamin oleh asuransi, apabila dilain hari ada nasabah yang meninggal dunia maka yang meng-*cover* kekurangan pembiayaan adalah dari pihak asuransi”. (Neny Adi Rahmawati, 27 April 2018).

Price (Harga)

Harga sangat penting, dan harga di PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Area Malang sudah standart atau bersaing dengan bank syariah lainnya.

Sesuai dengan wawancara dengan ibu Umi Tsulatsah selaku nasabah pembiayaan pensiun BSM PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Area Malang bahwa:

“Kalau masalah biaya-biaya itu sudah disebutkan diawal pas saya akad dengan BSM, kalau biaya-biayanya standart dengan bank-bank lain”. (Umi Tsulatsah, 11 Mei 2018)

Place (Tempat)

Lokasi PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Area Malang lokasinya sudah strategis, akan tetapi masih banyak masyarakat yang belum mengetahui tentang keberadaan PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Area Malang karena masih baru dibandingkan dengan bank syariah lainnya.

Sesuai dengan pernyataan Neny adi rahmawati selaku *Sales Force* PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Area Malang bahwa :

“Meskipun PT. Bank Syariah Mandiri mempunyai tempat yang strategis di pinggir jalan besar, tetapi banyak nasabah yang belum mengetahui keberadaan PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Area Malang”. (Neny Adi Rahmawati, 27 April 2018).

Promotion (Promosi)

Periklanan (Advertising)

Sesuai wawancara dengan Bapak Anton Sofyan Roziki selaku *Consumer Banking Relationship Manager*(CBRM)beliau mengatakan bahwa:

“Di PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Area Malang menerapkan promosi periklanan melalui penyebaran brosur dan spanduk ketika membuka stand diberbagai acara salah satunya yang kemarin diacara iB Vaganza di Cyber Mall Malang”. (Anton Sofyan Roziki, 04 Mei 2018)

Promosi penjualan (Sales Promotion)

Menurut wawancara dengan Bapak Anton Sofyan Roziki selaku *Consumer Banking Relationship Manager*(CBRM)beliau mengatakan bahwa:

“PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Area Malang sering memberikan hadiah, hal ini dibuktikan pada saat ada sosialisasi produk pembiayaan pensiun BSM bersama Persatuan Wredatama Republik Indonesia (PWRI) di kecamatan-kecamatan Malang ini khususnya”. (Anton Sofyan Roziki, 04 Mei 2018).

Publisitas (Publicity)

Menurut hasil wawancara dengan Bapak Anton Sofyan Roziki selaku *Consumer Banking Relationship Manager*(CBRM)beliau mengatakan bahwa:

“Strategi promosi dengan publisitas yang mana PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Area Malang salah satunya menjalankan kegiatan publisitas melalui yang namanya laznas BSM salah satu contohnya masjid Al Amin Syariah Mandiri di kaki gunung Bromo”. (Anton Sofyan Roziki, 04 Mei 2018).

Penjualan Pribadi (*Personal Selling*)

Wawancara Neny Adi Rahmawati selaku *Sales Force* PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Area Malang bahwa:

“Kami selalu melakukan kunjungan ke calon nasabah setiap harinya dengan data dari PT. EKA Akar Jati, tetapi kami sering kali kekurangan alamat untuk kita visit, jadi sulit untuk kita mencari calon nasabah yang tepat sasaran yaitu nasabah pensiunan. Selain itu kami juga terkendala dengan nasabah yang mau pindah bayar (*take over*)”. (Neny Adi Rahmawati, 27 April 2018).

People (Orang)

Bahwa setiap karyawan harus menjaga *image* di depan nasabah memiliki karakteristik yang akurat dan simpatik serta tidak lupa pula menggunakan 3S (Senyum, Sapa, Salam).

Wawancara dengan Ibu Umi Tsulatsah selaku nasabah pembiayaan pensiun BSM PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Area Malang, sebagai berikut:

“Semua karyawan terutama *sales force* sudah memiliki karakteristik yang baik yakni dari tingkah laku, ucapan, terutama 3S (Senyum, Sapa, Salam) sudah diterapkan semua. (Umi Tsulatsah, 11 Mei 2018)

***Physical Evidence* (Bukti Fisik)**

PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Area Malang ini mempunyai gedung yang besar dengan dua lantai, peralatan yang tertata rapi serta mempunyai tata letak ruangan yang sudah sesuai dengan tata letak bank-bank lainnya.

Sesuai wawancara dengan ibu Umi Tsulatsah selaku nasabah pembiayaan pensiun BSM PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Area Malang, sebagai berikut:

“Yang saya tahu tempat BSM itu besar, saya hanya tahu bagian depannya saja karena waktu saya ke sanahnya di ruangan nasabah saja, peletakan peralatannya juga tertata rapi”. (Umi Tsulatsah, 11 Mei 2018).

Process (Proses)

Proses yang dilakukan oleh PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Area Malang adalah sudah baik.

Sesuai pernyataan Ibu Umi Tsulatsah selaku nasabah pembiayaan pensiun BSM PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Area Malang, sebagai berikut:

“Untuk proses pengajuan pembiayaan sendiri kemarin pihak *sales force* mbak neni itu datang ke rumah ibu, terus menawarkan produk ini, saya take over pembiayaan pensiun dari bank BTN ke BSM, untuk prosesnya itu mudah kami tinggal mengumpulkan berkas-berkas yg dibutuhkan selanjutnya pihak BSM yang mengurus perihal pembiayaan, jadi saya tinggal akad saja ke kantor”. (Umi Tsulatsah, 11 Mei 2018).

Kendala yang dihadapi dalam strategi *marketing mix* pada pembiayaan pensiun BSM di PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Area Malang

Kendala yang dihadapi oleh PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Area Malang yaitu promosi khususnya dalam segi penjualan pribadi (*Personal Selling*) yang mana kurangnya data visit untuk kunjungan ke calon nasabah pembiayaan pensiun BSM.

Sesuai wawancara dengan Neny Adi Rahmawati selaku *sales* PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Area Malang bahwa:

“Kami selalu melakukan kunjungan ke calon nasabah setiap harinya dengan data dari PT. EKA Akar Jati, tetapi kami sering kali kekurangan alamat untuk kita visit, jadi sulit untuk kita mencari calon nasabah yang tepat sasaran yaitu nasabah pensiunan”. (Neny Adi Rahmawati, 27 April 2018).

Kendala yang dihadapi oleh PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Area Malang yaitu promosi khususnya dalam segi penjualan pribadi (*Personal Selling*) yaitu kurang efektifnya mempromosikan lokasi PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Area Malang.

Sesuai pernyataan Nyenyadi Rahmawati selaku *Sales Force* PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Area Malang bahwa :

“Meskipun PT. Bank Syariah Mandiri mempunyai tempat yang strategis di pinggir jalan besar, tetapi banyak nasabah yang belum mengetahui keberadaan PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Area Malang”. (Nyenyadi Rahmawati, 27 April 2018).

Solusi untuk mengatasi kendala yang dihadapi dalam strategi *marketing mix* pada pembiayaan pensiun BSM PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Area Malang

Untuk solusi mengenai kendala promosi khususnya dalam segi penjualan pribadi (*Personal Selling*) yang mana kurangnya data visit untuk kunjungan ke calon nasabah pembiayaan pensiun BSM. Diharapkan para *marketing* PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Area Malang ikut turun ke lapangan untuk mencari nasabah pembiayaan pensiun BSM.

Untuk solusi mengenai kendala promosi khususnya dalam penjualan pribadi (*Personal Selling*) yaitu kurang efektifnya mempromosikan lokasi PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Area Malang. Diharapkan tim *marketing* dan juga *sales force* lebih bekerja keras untuk mempromosikan kantor PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Area Malang dan memberikan pengertian kepada nasabah dan calon nasabah terkait Kantor Cabang dan Kantor Cabang Pembantu yang ada pada setiap kecamatan.

KESIMPULAN

Kendala yang dihadapi oleh PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Area Malang dalam Implementasi strategi *marketing mix* pada pembiayaan pensiun BSM adalah dari segi strategi promosi khususnya penjualan pribadi (*personal selling*) yang kurang efektif yaitu hanya dilakukan oleh *sales force* saja dan juga banyak nasabah yang kurang mengetahui terkait lokasi PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Area Malang. Serta kurangnya data visit ke calon nasabah pembiayaan pensiun.

Solusi yang tepat untuk mengatasi kendala yang dihadapi PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Area Malang tersebut yaitu tim *marketing* dan *sales force* harus lebih meningkatkan promosinya, baik dari segi memperkenalkan kantor atau produk pembiayaan pensiun BSM, meningkatkan kepercayaan nasabah serta membeikan pelayanan yang ramah serta menambahkan promosi lagi, tidak hanya *sales force* saja yang turun ke lapangan tetapi tim *marketing* khusus pembiayaan pensiun juga turut turun ke lapangan guna mencari nasabah pembiayaan pensiun agar efektifnya penjualan pembiayaan pensiun BSM di PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Area Malang.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Amrin. 2007. *Strategi Pemasaran Asuransi Syariah*. Grasindo: Jakarta.
- Akmala, Denise Tria. 2015. "*Implementasi Marketing Mix pada Tabungan Utama*" (Tidak dipublikasikan).
- Al-Qur'an al-Karim dan terjemahan.
- Amalia, Hanis Rizki. 2015. "*Implementasi Marketing Mix pada Produk Bancassurance*" Tugas Akhir (Tidak dipublikasikan).

- Ascarya. 2007. *Akad & produk bank syariah*. PT. Grafindo Persada: Jakarta.
- Asiyah, Binti Nur. 2015. *Manajemen Pembiayaan Bank Syariah*. Kalimedia: Yogyakarta.
- Asyhadie, Zaeni. 2008. *Aspek-aspek Hukum Jaminan Sosial Tenaga Kerja*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Bilsom, Simamora. 2001. *Memenangkan Pasar Dengan Pemasaran Efektif Dan Profitable*. Edisi pertama. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Chandra, Gregorius. 2005. *Strategi Dan Program Pemasaran*. ANDY : Yogyakarta.
- Dahlan, Ahmad. 2012. *Bank Syariah Teoritik, Praktik, Kritik*. Teras: Yogyakarta.
- Departemen Pendidikan Nasional. 2012. *Kamus Besar Bahasa Indonesia: Pusat Bahasa*. Gramedia Pustaka Utama: Jakarta.
- Djakfar, Muhammad. 2009. *Hukum Bisnis*, UIN Malang Pres, Malang.
- Effendi, Ridwan. 2010. *Pendidikan Lingkungan, Sosial, Budaya, dan Teknologi*. CV. Maulana Medika Grafika. Bandung
- Fuad, M., Christin H., Nurlela, Sugiarto, Paulus. 2000. *Pengantar Bisnis*. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Gunara, Thorik dan Utus Hardiono Sudiby. 2008. *Marketing Muhammad: Strategi Andal dan Jitu Bisnis Nabi Muhammad SAW*. Madani Prima. Bandung
- Harun, Rochajat. (2007). *Metode Penelitian Kualitatif Untuk Pelatihan*. Bandung : Mandar Maju
- Hasanah, Uswatun. 2017. *"Implementasi Strategi Marketing Mix Tabungan Haji"*(Tidak dipublikasikan).
- Ismail. 2014. *Perbankan Syariah*. Kencana Prenada Media: Jakarta.

- Karim, adiwarman. 2002. *Bank Islam Analisis Fiqih Dan Keuangan*. PT. Raja Grafindo Persada: Edisi II, Jakarta.
- Kasmir. 2010. *Manajemen perbankan*. Rajawali Pers: Jakarta.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2001. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jilid 1, Edisi kedelapan. Erlangga: Jakarta.
- Kotler, Philip. 1997. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Erlangga: Jakarta.
- Lupiyoadi, Rambat dan A. Hamdani . 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi 2. Salemba Empat: Depok.
- Lupiyoadi, R. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa; Berbasis Kompetensi*. Edisi Ketiga. Penerbit PT. Salemba Empat: Jakarta.
- M, Fuad dkk. 2000. *Pengantar Bisnis*. Jakarta: PT. Gramedia
- Machfoedz, Mas'ud. 2004. *Kewirausahaan Metode, Manajemen dan Implementasi*. BPFE: Yogyakarta.
- Muhammad. *Manajemen Pembiayaan Bank Syariah*. (Yogyakarta : Akademi Manajemen Perusahaan YKPN, 2005)
- Pedoman Penulisan Tugas Akhir Program Studi Diploma Tiga (D-III) Fakultas Ekonomi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang. (2015)
- Prastowo, Andi. (2011). *Metode Penelitian Kualitatif Dalam Perspektif Rancangan Penelitian*. Jogjakarta : Ar – Ruzz Media
- Rahmawati. 2015. “Implementasi Pembiayaan Akad Murabahah pada Pensiun” Tugas Akhir (Tidak dipublikasikan).
- Simamora, Bilsom. 2001. *Memenangkan Pasar Dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel*. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Subagyo, Joko. (2004). *Metode Penelitian Dalam Teori dan Praktek*. Jakarta :PT Rineka Cipta.
- Sri Hartini, Setiajeng Kadarsih, Tedi Sudrajat. 2008. *Hukum Kepegawaian Di Indonesia*, Jakarta: Sinar Grafika.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung : Alfabeta

Swastha, Basu dan Ibnu Sukotjo. 2002. *Pengantar Bisnis Modern (Pengantar Ekonomi Perusahaan Modern)*. Liberty: Yogyakarta.

Usman Rachmadi. (2009). *Produk dan Akad Perbankan Syariah di Indonesia (Implementasi dan Aspek Hukum)*. Bandung: PT Citra Aditya Bakti.

Yusanto, M.I. dan M.K Widjajakusuma. 2002. *Menggagas Bisnis Islami*. Gema Insani Press. Jakarta.

<https://www.kbbi.co.id/>, diakses 2 Maret 2018.

<https://www.syariahmandiri.co.id/>, diakses 27 Februari 2018.

Hanggari Deasy Rufaida, Suci Murti Karini, Nugraha Arif Karyanta, *Hubungan*

antara Penyesuaian Diri pada Pensiunan Pegawai di Desa Sidoarum

Kecamatan Godean Kabupaten Sleman, (Online),

(<http://candrajiwa.psiologi.fk.uns.ac.id/index.php/candrajiwa/article/download>

[/56/46](http://candrajiwa.psiologi.fk.uns.ac.id/index.php/candrajiwa/article/download), dikutip 13 Maret 2018).