

**STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN
JUMLAH NASABAH TABUNGAN HAJI PADA PT.
BANK MUAMALAT INDONESIA KCU
PADANGSIDIMPUAN**



SKRIPSI

*Diajukan Sebagai Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
dalam Bidang Perbankan Syariah*

Oleh

**KIKI MARSAULINA
NIM. 18 401 00095**

PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN**

2024

**STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN
JUMLAH NASABAH TABUNGAN HAJI PADA PT.
BANK MUAMALAT INDONESIA KCU
PADANGSIDIMPUAN**



SKRIPSI

*Diajukan Sebagai Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
dalam Bidang Perbankan Syariah*

Oleh

**KIKI MARSAULINA
NIM. 18 401 00095**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKHALIHASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN
2024**

**STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN
JUMLAH NASABAH TABUNGAN HAJI PADA PT.
BANK MUAMALAT INDONESIA KCU
PADANGSIDIMPUAN**



SKRIPSI

*Diajukan Sebagai Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
dalam Bidang Perbankan Syariah*

Oleh

**KIKI MARSAULINA
NIM. 18 401 00095**

PEMBIMBING I

**Dr. Budi Gautama Siregar, S.Pd., M.M.
NIP.19790720 201101 1 005**

PEMBIMBING II

**Adanan Murroh Nasution M.A.
NIP. 19831104 202321 1 013**

PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN**

2024

Hal : Lampiran Skripsi
a.n. **KIKI MARSAULINA**

Padangsidempuan, 31 Januari 2024
Kepada Yth:
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Islam Universitas Islam Negeri Syekh
Ali Hasan Ahmad Addary
Padangsidempuan
di-
Padangsidempuan

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Setelah membaca, menelaah dan memberikan saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi a.n. **KIKI MARSAULINA** yang berjudul "*Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Tabungan Haji Pada PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan*", maka kami berpendapat bahwa skripsi ini telah dapat diterima untuk melengkapi tugas dan syarat-syarat mencapai gelar Sarjana Ekonomi (SE) dalam bidang Perbankan Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan.

Seiring dengan hal diatas, maka saudara tersebut sudah dapat menjalani sidang munaqasyah untuk mempertanggungjawabkan skripsi-nya ini.

Demikian kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasama dari Bapak kami ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

PEMBIMBING I



Dr. Budi Gautama Siregar, S. Pd., M.M
NIP. 19790720 201101 1 005

PEMBIMBING II



Adanan Murroh Nasution, M.A.
NIP. 19831104 202321 1 013

SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

Dengan menyebut nama Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, bahwa saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : KIKI MARSAULINA
NIM : 18 401 00095
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi : Perbankan Syariah
Judul Skripsi : Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Tabungan Haji Pada PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidimpuan

Dengan ini menyatakan bahwa saya telah menyusun skripsi ini sendiri tanpa meminta bantuan yang tidak sah dari pihak lain, kecuali arahan tim pembimbing dan tidak melakukan plagiasi sesuai dengan Kode Etik Mahasiswa IAIN Padangsidimpuan pasal 14 ayat 11 tahun 2014.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi sebagaimana tercantum dalam Pasal 19 Ayat 4 Tahun 2014 tentang Kode Etik Mahasiswa IAIN Padangsidimpuan yaitu pencabutan gelar akademik dengan tidak hormat dan sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan hukum yang berlaku.

Padangsidimpuan, 31 Januari 2024
Saya yang Menyatakan,



KIKI MARSAULINA
NIM. 18 401 00095

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

Sebagai civitas akademika Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary. Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : KIKI MARSAULINA
NIM : 18 401 00095
Program Studi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan, Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non Exclusive Royalti-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul: "Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Tabungan Haji Pada PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan." Dengan Hak Bebas Royalti Non Eksklusif ini Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir Saya selama tetap mencantumkan nama Saya sebagai peneliti dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini Saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Padangsidempuan
Pada tanggal : 31 Januari 2024
Yang menyatakan,



KIKI MARSAULINA
NIM. 18 401 00095



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan. T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang, Padangsidempuan 22733
Telepon. (0634) 22080 Faximile. (0634) 24022

DEWAN PENGUJI
SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

NAMA : Kiki Marsaulina
NIM : 18 401 00095
Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis Islam/ Perbankan Syariah
Judul Skripsi : Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Tabungan Haji Pada PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan

Ketua

Dr. Sarmiana Batubara, M.A.
NIDN. 2127038601

Sekretaris

Muhammad Isa, ST., MM
NIDN. 2005068002

Anggota

Dr. Sarmiana Batubara, M.A.
NIDN. 2127038601

Muhammad Isa, ST., MM
NIDN. 2005068002

Hamni Fadlilah Nasution, M.Pd
NIDN. 2017038301

Adanan Murroh Nasution, M.A.
NIDN. 2104118301

Pelaksanaan Sidang Munaqasyah

Di : Padangsidempuan
Hari/Tanggal : Kamis / 28 Maret 2024
Pukul : 09.30 s/d 12.00 WIB
Hasil/Nilai : Lulus/ 73,5 (B)
Indeks Prestasi Kumulatif : 3,49
Predikat : Sangat Memuaskan



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARYPADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan. T. Rizal Nurdin Km. 4,5Sihitang, Padangsidimpuan 22733
Telepon.(0634) 22080 Faximile. (0634) 24022

PENGESAHAN

**JUDUL SKRIPSI : STRATEGI PEMASARAN DALAM
MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH
TABUNGAN HAJI PADA PT. BANK MUAMALAT
INDONESIA KCU PADANGSIDIMPUAN.**

NAMA : KIKI MARSAULINA
NIM : 18 401 00095

Telah dapat diterima untuk memenuhi
Syarat dalam memperoleh gelar
Sarjana Ekonomi (S.E)
Dalam Bidang Perbankan Syariah

Padangsidimpuan, 28 Juni 2024
Dekan




Prof. Dr. Darwis Harahap, S.H.I., M.Si.
NIP. 19780818 200901 1 015

ABSTRAK

Nama : Kiki Marsaulina
NIM : 18 401 00095
Judul : **Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Tabungan Haji Pada PT. Bank Muamalat Indoensia KCU Padangsidimpuan**

PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidimpuan merupakan bank syariah yang terletak di Padangsidimpuan yang wilayah kerjanya mencakup sekitaran Padangsidimpuan dan Tapanuli Selatan. PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidimpuan bukanlah satu-satunya bank syariah yang menawarkan produk tabungan haji yang ada di Padangsidimpuan sehingga menimbulkan persaingan yang ketat serta nasabah tabungan haji PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidimpuan mengalami penurunan jumlah nasabah dari tahun 2019-2021 tetapi justru mengalami peningkatan drastis pada tahun 2022. Sehingga penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah nasabah tabungan haji pada PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidimpuan. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian kualitatif deskriptif. Subjek penelitian ini adalah 2 pegawai BMI dan 3 nasabah BMI dengan menggunakan teknik mengolah data menggunakan Nvivo. Sumber data yang digunakan yaitu data primer dan data sekunder. Metode pengumpulan data yang dilakukan adalah metode observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Strategi pemasaran yang dilakukan PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidimpuan dengan cara sosialisasi, terjun langsung serta melalui personal selling kepada masyarakat atau calon nasabah untuk memperkenalkan produk tabungan haji serta dengan promosi ke sosial media sehingga dapat meningkatkan jumlah nasabah tabungan haji. Kemudian memberikan pelayanan berupa service dimana pihak bank akan menemani nasabah mendapatkan porsi haji ke kemenag dan berusaha memberikan pelayanan yang terbaik. Menurut peneliti kendala dalam memasarkan tabungan haji yang membuat nasabah kurang berminat untuk membuka tabungan haji yaitu dikarenakan kurangnya SDM bagian pemasaran yang berpengalaman dan tidak semua nasabah bisa menggunakan media sosial sehingga pihak BMI terbatas melakukan pemasaran.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Nasabah, Tabungan Haji

ABSTRACT

Name : Kiki Marsaulina
Student ID : 1840100095
Title : Marketing Strategy to Increase the Number of Hajj Savings Customers at PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidimpuan

PT. Bank Muamalat Indonesia Padangsidimpuan branch is a sharia bank located in Padangsidimpuan, with a working area covering the vicinity of Padangsidimpuan and South Tapanuli. PT. Bank Muamalat Indonesia Padangsidimpuan branch is not the only sharia bank offering Hajj savings products in Padangsidimpuan, which has led to intense competition. The number of Hajj savings customers at PT. Bank Muamalat Indonesia Padangsidimpuan branch decreased from 2019 to 2021 but experienced a drastic increase in 2022. Therefore, this study aims to identify the marketing strategies used to increase the number of Hajj savings customers at PT. Bank Muamalat Indonesia in the branch of Padangsidimpuan. The research method used in this study is descriptive qualitative research. The subjects of this study are 2 employees of BMI and 3 customers of BMI, using data processing techniques with Nvivo. The data sources used include primary and secondary data. The data collection methods used are observation, interviews, and documentation. The results of this study indicate that the marketing strategies implemented by PT. Bank Muamalat Indonesia Padangsidimpuan branch include socialization, direct engagement, and personal selling to the community or potential customers to introduce the Hajj savings product, as well as promotions on social media, which have increased the number of Hajj savings customers. Furthermore, the bank provides service assistance by accompanying customers in obtaining Hajj quotas from the Ministry of Religious Affairs and strives to offer the best service. According to the researchers, the obstacles in marketing the Hajj savings that make customers less interested in opening Hajj savings accounts include a lack of experienced marketing human resources and the fact that not all customers can use social media, thus limiting BMI's marketing efforts.

Keywords: Marketing Strategy, Customers, Hajj Savings

الخلاص

الاسم : كيكي مارسوليننا

رقم القيد : ١٨٤٠١٠٠٠٩٥

العنوان : استراتيجية التسويق لزيادة عدد عملاء مدخرات الحج في شركة بنك معاملات إندونيسيا المكتب الفرعي الرئيسي بادانجسيديميوان.

شركة بنك معاملات إندونيسيا المكتب الفرعي الرئيسي بادانجسيديميوان هو بنك شرعي الذي يقع في مدينة بادانجسيديميوان ويشمل منطقة عمله مدينة بادانجسيديميوان ومنطقة تابانولي الجنوبية. بنك معاملات إندونيسيا المكتب الفرعي الرئيسي بادانجسيديميوان ليس البنك الشرعي الوحيد الذي يقدم منتجات ادخار الحج في بادانجسيديميوان، مما يؤدي إلى منافسة شديدة على عملاء مدخرات الحج. شهدت شركة بنك معاملات إندونيسيا المكتب الفرعي الرئيسي بادانجسيديميوان انخفاضاً في عدد العملاء في الفترة من ٢٠١٩-٢٠٢١ ولكنه شهدت بالفعل زيادة كبيرة في عام ٢٠٢٢. لذلك يهدف هذا البحث إلى اكتشاف استراتيجيات التسويق لزيادة عدد عملاء مدخرات الحج في شركة بنك معاملات إندونيسيا المكتب الفرعي الرئيسي بادانجسيديميوان. طريقة البحث المستخدمة في هذا البحث هي البحث النوعي الوصفي. كان موضوع هذا البحث اثنين من موظفي BMI و٣ من عملاء BMI الذين يستخدمون تقنيات معالجة البيانات باستخدام Nvivo. مصادر البيانات المستخدمة هي البيانات الأولية والبيانات الثانوية. وكانت طرق جمع البيانات المستخدمة هي الملاحظة والمقابلات والتوثيق. تشير نتائج هذا البحث إلى أن الإستراتيجية التسويقية التي نفذتها شركة بنك معاملات إندونيسيا المكتب الفرعي الرئيسي بادانجسيديميوان عن طريق التواصل والمشاركة المباشرة ومن خلال البيع الشخصي للجمهور أو العملاء المحتملين لتقديم منتجات ادخار الحج بالإضافة إلى العروض الترويجية على وسائل التواصل الاجتماعي لزيادة عدد عملاء ادخار الحج. ثم تقديم الخدمات على شكل خدمات حيث يقوم البنك بمرافقة العملاء في رحلة حجهم إلى وزارة الدين ومحاولة تقديم أفضل خدمة. وبحسب الباحثة، فإن معوقات تسويق مدخرات الحج التي تجعل العملاء أقل اهتماماً بفتح مدخرات الحج، ترجع إلى قلة الموارد البشرية ذات الخبرة في التسويق، ولا يستطيع جميع العملاء استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، لذا فإن عمال BMI محدود في التسويق.

الكلمات الرئيسية: استراتيجية التسويق، العملاء، مدخرات الحج

KATA PENGANTAR



As-salāmu ‘alaykum wa-rahmatu-llāhi wa-barakātuh

Alḥamdulillah, segala puji syukur ke hadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Untaian *Ṣalawat* serta Salam senantiasa tercurahkan kepada insan mulia Nabi Besar Muhammad SAW, figur seorang pemimpin yang patut dicontoh dan diteladani, *madīnatul ‘ilmi*, pencerah dunia dari kegelapan beserta keluarga dan para sahabatnya.

Skripsi ini berjudul: “**Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Tabungan Haji Pada PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidimpuan**” ditulis untuk melengkapi tugas dan memenuhi syarat-syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam Ilmu Perbankan Syariah di Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary (UIN SYAHADA) Padangsidimpuan.

Skripsi ini disusun dengan bekal ilmu pengetahuan yang terbatas dan jauh dari kesempurnaan, sehingga tanpa bantuan, bimbingan dan petunjuk dari berbagai pihak, maka sulit bagi peneliti untuk menyelesaikannya. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati dan penuh rasa syukur, peneliti mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Dr. H. Muhammad Darwis Dasopang, M. Ag., selaku Rektor UIN SYAHADA Padangsidimpuan, serta Bapak Dr. Erawadi, M. Ag., selaku Wakil

Rektor Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga, Bapak Dr. Anhar, M.A., selaku Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, dan Bapak Dr. Ikhwanuddin Harahap, M.Ag., selaku Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan, Alumni dan Kerjasama.

2. Bapak Prof. Dr. Darwis Harahap, S.H.I, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN SYAHADA Padangsidempuan, Bapak Dr. Abdul Nasser Hasibuan S.E. M.Si selaku Wakil Dekan Bidang Akademik, Ibu Dr. Rukiah, S.E., M.Si Selaku Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, dan Ibu Dra. Replita, M.Si Selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN SYAHADA Padangsidempuan.
3. Ibu Dr. Sarmiana Batubara, M.A selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN SYAHADA Padangsidempuan. Terima kasih kepada seluruh dosen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam yang tidak bisa peneliti sebut satu persatu sehingga peneliti bisa menyandang gelar Sarjana Ekonomi (S.E).
4. Bapak H. Aswadi Lubis, S.E., M.Si., selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan motivasi, dukungan, ilmu pengetahuan dengan ikhlas kepada peneliti.
5. Bapak Dr. Budi Gautama Siregar, S. Pd., M.M. selaku Pembimbing I dan Bapak Adanan Murroh Nasution M.A, selaku Pembimbing II, yang telah menyediakan waktu dan tenaganya untuk memberikan pengarahan, bimbingan,

dan petunjuk yang sangat berharga bagi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini. Semoga menjadi amal yang baik dan mendapat balasan dari Allah SWT.

6. Bapak Kepala Perpustakaan serta pegawai perpustakaan yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas bagi peneliti untuk memperoleh buku-buku dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Bapak/Ibu dosen beserta staf di lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN SYAHADA Padangsidempuan yang dengan ikhlas telah memberikan ilmu pengetahuan, dorongan dan masukan kepada peneliti dalam proses perkuliahan di UIN SYAHADA Padangsidempuan.
8. Bapak Rusdi selaku *Branch Recovery* dan seluruh karyawan yang telah memberikan izin dan kesempatan untuk melakukan penelitian di PT. Bank Syariah Indonesia KC Padangsidempuan yang telah membantu, memberikan pengetahuan dan meluangkan waktunya untuk melakukan penelitian bagi peneliti.
9. Penghargaan teristimewa dan terkhusus saya ucapkan terimakasih kepada ayahanda (Alm. Ganti Simorangkir) dan ibunda (Nurhot Nasution) tercinta yang paling berjasa dalam hidup peneliti, yang mendidik dan selalu berdo'a tiada hentinya untuk kelancaran dan kemudahan hidup peneliti, yang telah banyak berkorban serta memberi dukungan moral dan material serta berjuang tanpa mengenal lelah dan putus asa demi kesuksesan dan masa depan anak-anaknya, semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan rahmat dan kasih sayangnya kepada Ayah dan Ibu tercinta dan diberi balasan atas perjuangan mereka dengan surga Firdaus-Nya, serta kepada kakak peneliti (Samsia

Simorangkir, Suryani Simorangkir, Salmawati Simorangkir, Sahriani Simorangkir dan Ita Paulina Simorangkir) yang tiada hentinya memberikan do'a, dukungan dan material kepada peneliti semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan rahmat dan kasih sayang kepada dan kepada abanganda tercinta (Zulpanuddin Simorangkir) yang senantiasa memberikan dukungan kepada peneliti agar tetap melanjutkan pendidikan hingga saat ini semoga Allah SWT melimpahkan rahmat dan kasih sayang kepada yang sering bertanya kapan wisuda sehingga peneliti termotivasi dan lebih semangat menyelesaikan skripsi ini.

10. Teruntuk sahabat-sahabat peneliti Agus Mulia Simanjuntak dan Gempita Rizki Harahap yang selalu memberikan dukungan dan motivasi, selalu bersedia menjadi tempat bercerita serta berkeluh kesah, selalu membantu, memberi dukungan dan semangat kepada peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
11. Serta sahabat-sahabat seperjuangan di Perbankan Syariah 3 Angkatan 2018 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Terutama yang paling banyak membantu peneliti Junaida Batubara, Fitrah Yusminiari Pane, Nurul Wahyuni Harahap dan Paisah Nurul Hidayah. Serta teman-teman KKL Kelompok 57 desa Lubuk Torop Angkatan 2018 serta teman-teman magang yang telah berjuang bersama-sama meraih gelar S.E. dan semoga kita semua sukses dalam meraih cita-cita.
12. Teman-teman Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah banyak membantu peneliti dalam menyelesaikan studi dan melakukan penelitian sejak awal hingga selesainya skripsi ini.

Akhirnya peneliti mengucapkan rasa syukur yang tak terhingga kepada Allah SWT, karena atas rahmat dan karunia-Nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Peneliti menyadari sepenuhnya akan keterbatasan kemampuan dan pengalaman yang ada pada peneliti sehingga tidak menutup kemungkinan bila skripsi ini masih banyak kekurangan. Akhir kata, dengan segala kerendahan hati peneliti mempersembahkan karya ini, semoga bermanfaat bagi pembaca dan peneliti.

Was-salāmu ‘alaykum wa-rahmatu-llāhi wa-barakātuh

Padangsidempuan, Januari 2024
Peneliti

KIKI MARSAULINA
NIM. 18 401 00095

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

A. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dilambangkan dengan tanda dan sebagian lain dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus. Berikut ini daftar huruf Arab dan transliterasinya dengan huruf latin.

Huruf Arab	Nama Huruf `Latin	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	ša	š	Es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	ħa	ħ	Ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	Ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	žal	ž	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan ye
ص	šad	š	Es (dengan titik di bawah)
ض	đad	đ	De (dengan titik di bawah)
ط	ṭa	ṭ	Te (dengan titik di bawah)
ظ	žə	ž	Zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘.	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha

ء	Hamzah	..’..	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

B. Vokal

Vokal bahasa Arab seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

1. Vokal Tunggal adalah vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
— /	fathah	A	A
— /	Kasrah	I	I
— ُ	dommah	U	U

2. Vokal Rangkap adalah vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf.

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan	Nama
.....ي	fathah dan ya	Ai	a dan i
و.....	fathah dan wau	Au	a dan u

3. Maddah adalah vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda.

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
.....ا.....	fathah dan alif atau ya	ā	a dan garis atas
.....ى	Kasrah dan ya	ī	i dan garis dibawah
و.....	dommah dan wau	ū	u dan garis di atas

C. Ta Mar butah

Transliterasi untuk tamar butah ada dua :

1. *Ta Marbutah* hidup yaitu *Ta Marbutah* yang hidup atau mendapat harkat fathah, kasrah, dan dommah, transliterasinya adalah /t/.
2. *Ta Marbutah* mati yaitu *Ta Marbutah* yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah /h/.

Kalau pada suatu kata yang akhir katanya *Ta Marbutah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka *Ta Marbutah* itu ditransliterasikan dengan ha (h).

D. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau *tasydid* yang dalam system tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda *syaddah* atau tanda *tasydid*. Dalam transliterasi ini tanda *syaddah* tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda *syaddah* itu.

E. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ا . Namun dalam tulisan transliterasinya kata sandang itu dibedakan antara kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiah* dengan kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah*.

1. Kata sandang yang diikuti huruf *syamsiah* adalah kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiah* ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung diikuti kata sandang itu.

2. Kata sandang yang diikuti huruf *qamariah* adalah kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah* ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya.

F. Hamzah

Dinyatakan di depan Daftar Transliterasi Arab-Latin bahwa hamzah ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya terletak di tengah dan di akhir kata. Bila hamzah itu diletakkan di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

G. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik *fi'il*, *isim*, maupun *huruf*, ditulis terpisah. Bagi kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab yang sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harakat yang dihilangkan maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut bisa dilakukan dengan dua cara: bisa dipisah perkata dan bisa pula dirangkaikan.

H. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem kata sandang yang diikuti huruf tulisan Arab huruf capital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, diantaranya huruf capital digunakan untuk menuliskan huruf awal, nama diri dan permulaan kalimat. Bila nama diri itu dilalui oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf capital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Penggunaan huruf awal capital untuk Allah hanya berlaku dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata

lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

I. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian tak terpisahkan dengan ilmu tajwid. Karena itu keresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.

Sumber: Tim Puslitbang Lektur Keagamaan. *Pedoman Transliterasi Arab-Latin, Cetakan Kelima*, Jakarta: Proyek Pengkajian dan Pengembangan Lektur Pendidikan Agama, 2003.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI	
HALAMAN PERNYATAAN PERSUTUJUAN PUBLIKASI	
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	iv
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	ix
DAFTAR ISI.....	xiv
DAFTAR TABEL.....	xvii
DAFTAR GAMBAR.....	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Batasan Masalah	8
C. Batasan Istilah	9
D. Rumusan Masalah.....	10
E. Tujuan Penelitian	10
F. Kegunaan Penelitian	10
G. Sistematika Pembahasan	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	13
A. Landasan Teori.....	13
1. Strategi Pemasaran	13
a. Pengertian Strategi	13
b. Pengertian Pemasaran	14
c. Fungsi Pemasaran	16
d. Konsep Pemasaran	18
e. Pengertian Strategi Pemasaran.....	20
f. Strategi Pemasaran dalam Islam	21
g. Karakteristik Pemasaran dalam Islam.....	22
h. Tujuan Strategi Pemasaran	24
i. Perumusan Strategi Pemasaran	24
2. Nasabah	27
a. Pengertian Nasabah.....	27
b. Jenis-jenis Nasabah.....	28
c. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Nasabah	28
d. Loyalitas Nasabah.....	29
e. Peran Penting Loyalitas Nasabah	30
3. Tabungan Haji	31
a. Pengertian Tabungan Haji	31

b. Jenis Tabungan Haji.....	33
c. Akad dalam Tabulngan	35
d. Tujuan dan Manfaat Tabungan	39
e. Persyaratan Pembukaan Tabungan Haji	41
f. Manfaat Tabungan Haji	41
B. Penelitian Terdahulu	42
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	51
A. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	51
B. Jenis Penelitian	51
C. Subjek Penelitian.....	51
D. Sumber Data	52
1. Data Primer.....	52
2. Data Sekunder.....	53
E. Teknik Pengumpulan Data	53
1. Observasi	53
2. Wawancara	54
3. Dokumentasi.....	54
F. Teknik Pengolahan dan Analisi Data.....	55
1. Reduksi Data.....	55
2. Penyajian Data.....	55
3. Analisis Data Nvivo.....	56
4. Penyimpulan dan Verifikasi	56
G. Teknik Pengecekan Keabsahan Data	57
1. Triangulasi Sumber.....	57
2. Triangulasi Metode.....	58
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	59
A. Gambaran Umum PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidimpuan.....	59
1. Sejarah Umum PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidimpuan	59
2. Visi dan Misi PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidimpuan ..	60
3. Struktur Organisasi PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidimpuan	61
4. Uraian Pekerjaan PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidimpuan.....	62
5. Produk dan Layanan Jasa PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidimpuan	64
B. Hasil Penelitian Wawancara dengan Karyawan dan Nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidimpuan	67
C. Hasil Pengolahan Data Nvivo.....	71
D. Pembahasan Hasil Penelitian	74
E. Keterbatasan Penelitian.....	77
BAB V PENUTUP.....	79

A. Kesimpulan	79
B. Saran.....	80

DAFTAR PUSTAKA
DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

Tabel I.1 Jumlah Nasabah Tabungan Haji PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan Periode 2018-2022.....	3
Tabel II.1 Penelitian Terdahulu.....	42
Tabel IV.1 Fitur Produk	61
Tabel IV.2 Hasil Uji Wawancara Pegawai BMI	68
Tabel IV.3 Hasil Uji Wawancara Nasabah BMI.....	69

DAFTAR GAMBAR

Gambar IV.1 Struktur Organisasi PT. Bank Muamalat Indonesia	
KCU Padangsidempuan.....	58
Gambar IV.2 Hasil Uji Wawancara Pegawai BMI	67
Gambar IV.3 Hasil Uji Wawancara Nasabah BMI	69

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Daftar Riwayat Hidup

Lampiran 2 : Daftar Pernyataan Pembimbing Skripsi

Lampiran 3 : Permohonan Surat Izin Riset

Lampiran 4 : Balasan Persetujuan Riset

Lampiran 5 : Instrumen Wawancara

Lampiran 6 : Hasil dan Dokumentasi Wawancara

Lampiran 7 : Hasil Uji Nvivo

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Sistem keuangan di Indonesia dilaksanakan dengan dua jenis lembaga keuangan yaitu lembaga keuangan bank dan lembaga keuangan non bank. Dari kedua lembaga keuangan tersebut dijalankan secara konvensional dan syariah. Lembaga keuangan syariah di Indonesia tersebar hampir di seluruh wilayah Nusantara yang jumlahnya semakin tahun semakin banyak, seiring dengan perkembangan masyarakat yang ingin menggunakan lembaga keuangan syariah. Hal ini menyebabkan persaingan untuk memperebutkan pangsa pasar semakin sulit.¹

Bank syariah adalah suatu lembaga keuangan yang berperan sebagai perantara bagi pihak yang berkelebihan dana dengan pihak yang kekurangan dana untuk kelancaran kegiatan usahanya dan kegiatan lainnya sesuai dengan hukum Islam. Pada umumnya bank syariah adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan kredit dan jasa-jasa lain dalam lalu lintas pembayaran serta peredaran uang yang beroperasi disesuaikan dengan prinsip-prinsip syariah.²

Bank syariah di Indonesia lahir sejak tahun 1992. Bank syariah pertama di Indonesia adalah PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Pada tahun 1992 hingga 1999. Seiring berkembangnya bank syariah terus mengalami perkembangan yang signifikan. Hal ini berarti secara makro bank syariah merupakan institusi

¹ Andri Soemitra, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah* (Jakarta: Kencana, 2017), hlm. 400.

² Nofinawati, *Perbankan Syariah* (Jakarta: Kencana, 2020), hlm. 5-7.

keuangan yang berperan sebagai pemain aktif dalam mendukung kegiatan investasi pada masyarakat.³

Bank Muamalat Indonesia sebagai bank yang selalu berusaha untuk memberikan pelayanan terbaik kepada masyarakat membuat inovasi dalam produknya dengan meluncurkan tabungan iB Muamalat Haji.⁴ tabungan iB Muamalat Haji (Tabungan haji) adalah tabungan dalam mata uang rupiah yang bertujuan untuk mempermudah umat Islam melakukan ibadah haji yang dikelola secara aman, fasilitas yang memadai dan terjamin kemudahan untuk mendapatkan porsi haji.

Wawancara yang peneliti lakukan dengan bapak Rusdi sebagai *branch recovery* merupakan salah satu karyawan PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidimpuan mengatakan bahwa :

Tabungan haji merupakan salah satu produk yang ada di bank muamalat Indonesia KCU padangsidimpuan, tabungan haji memang sengaja dikeluarkan dan kita luncurkan berbasis syariah, untuk mendapatkan porsi haji nasabah harus memiliki dana 25.000.000,00, jadi nasabah yang belum bisa memiliki dana 25.000.000,00 diberikan salah satu alternatif dengan membuka tabunga haji dengan jalan bisa menabung sesuai kemampuannya saat ini dan setelah dananya cukup 25.000.000,00 maka nasabah otomatis akan mengajukan ke DEPAG untuk mengambil surat pendaftaran pergi haji. Dan ini merupakan salah satu yang bisa kita lakukan agar keinginan nasabah yang ingin melakukan ibadah haji bisa kita wujudkan dengan cara menabung di bank muamalat dengan syarat dananya tidak boleh diambil.⁵

Fenomena yang terjadi dalam penelitian ini adalah semakin berkembangnya bank syariah yang mengakibatkan persaingan yang sangat ketat dan harus mempertahankan strateginya masing-masing untuk menjaga eksistensi PT. Bank

³ Ismail, *Perbankan Syariah* (Jakarta: Prenada Media, 2017), hlm. 24.

⁴ Ismail, *Perbankan Syariah* (Jakarta: Kencana Pramedia Group, 2011), hlm. 30.

⁵ Rusdi, Branch di PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidimpuan, *Wawancara*, (Rabu 01 februari pukul 15:05 WIB., 2023).

Muamalat Indonesia KCU Padangsidimpuan dimata nasabahnya atau masyarakat. Karena banyaknya persaingan antar bank dalam menawarkan produk yang ada, terutama produk tabungan haji maka penentuan jumlah nasabah dalam setiap tahunnya bisa berbeda atau terjadinya naik turun nasabah tabungan haji. Dimana Jumlah nasabah tabungan haji mengalami penurunan selama dua tahun berturut-turut pada tahun 2019-2021. Tingkat penurunan jumlah nasabah yang jauh dari harapan ini mungkin saja disebabkan karena berbagai faktor yang mempengaruhinya. Faktor tersebut antara lain disebabkan faktor promosi yang belum maksimal atau belum tepat sasaran sehingga yang diperoleh belum optimal. Fenomena berikutnya adalah adanya faktor internal yaitu kurangnya jangkauan pihak *marketing* kepada nasabah karena kurangnya cabang di daerah-daerah tertentu.

Berikut tabel jumlah nasabah Bank Muamalat Indonesia periode 2019-2022:

Tabel I.1Jumlah Nasabah Tabungan Haji PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidimpuan Periode 2019-2022

No	Tahun	Jumlah Nasabah (Orang)
1	2019	254
2	2020	162
3	2021	153
4	2022	253
	Jumlah	822

Sumber: *PT. Bank Muamalat Indonesia, KCU Padangsidimpuan*

Berdasarkan tabel di atas nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidimpuan tahun 2019-2021 mengalami penurunan tetapi pada tahun 2022 kembali mengalami peningkatan terjadi penambahan jumlah nasabah sebanyak 100

nasabah dari tahun 2021. Sehingga berdasarkan peningkatan yang secara signifikan pada tahun 2022 ini peneliti tertarik menelitinya.

Peneliti melakukan wawancara dengan Ibu Winda Kartika sebagai *customer service* PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidimpun mengatakan bahwa :

Tabungan Haji merupakan salah satu produk yang ada di Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidimpun. Untuk mendapatkan porsi haji nasabah harus memiliki dana 25 juta untuk di ajukan ke DEPAG. Kemudian untuk nasabah yang belum memiliki dana 25 juta bisa menabung dulu dengan setoran awal Rp100.000 sampai dananya cukup untuk mendapatkan porsi haji. Kemudian yang jadi permasalahannya bagi nasabah itu dananya yang gak bisa di ambil meskipun itu keadaan mendesak, nasabah juga kadang yang di luar cabang mengeluh mengenai lokasi yang jauh dari tempat tinggal mereka.⁶

Namun peneliti juga melakukan wawancara kepada karyawan lain dengan Ibu Amel sebagai *Relationship Manager* PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidimpun dengan Ibu mengatakan:

Kalau untuk tabungan haji secara umum aman-aman aja, tidak ada kendala, karena memang tabungan haji itu tidak transaksional. Namun sekarang ini kan bank-bank lain sudah banyak yang mengeluarkan produk tabungan haji jadi bank harus mampu bersaing dengan bank-bank lain yang lebih di kenal oleh masyarakat. PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidimpun berusaha semaksimal mungkin untuk memasarkan produknya ke nasabah dengan mensosialisasikan, dan membagikan brosur juga kepada masyarakat.⁷

Peneliti juga melakukan wawancara dengan beberapa nasabah Tabungan Haji PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidimpun dengan Ibu Basania mengatakan bahwa

Pendapat saya mengenai pemasaran tabungan hajinya cukup bagus, karena mereka bisa menjadi pendorong bagi masyarakat untuk melakukan haji dan mereka juga memberikan penjelasan yang baik sehingga saya mudah

⁶Winda Kartika, Bagian customer service di Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidimpun, *Wawancara*, (Kamis 11 Mei Pukul 14:17 WIB, 2023).

⁷Amel, Bagian Relationship Manager di PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidimpun, *Wawancara*, (Kamis 11 Mei Pukul 14:17 WIB., 2023).

memahaminya. hanya saja tabungan haji ini tidak bisa diambil saat keperluan mendesak kemudian saya mengetahui produk tabungan haji ini dari karyawan langsung karena saya sudah lama menjadi nasabah di bank muamalat.⁸

Kemudian wawancara yang peneliti lakukan dengan Bapak Muhammad

Rasyid Siregar yang mengatakan bahwa:

Saya mengetahui produk tabungan haji dari karyawan bank itu sendiri, alasan saya membuka tabungan di BMI, karena saya ingin tabungan saya berbasis syariah islam yang tidak mengutamakan keuntungan sendiri tetapi keuntungan bersama serta pelayanan yang diberikan pihak bank tersebutpun cukup baik dan ramah, maka dari itu saya menabung tabungan haji di situ, namun yang menjadi masalah masa tunggu yang begitu lama.⁹

Wawancara yang peneliti lakukan dengan Bapak Supribdi yang mengatakan

bahwa:

Karena menurut saya bank muamalat sudah termasuk syariah, persyaratan yang harus disiapkanpun cukup mudah yaitu ktp, kartu keluarga dan tabungan haji itu sendiri atau dana setoran dan pelayanan yang di berikan juga baik dan juga cukup bagus, karena setiap nasabah di berikan hak yang sama untuk pembagian jasa”.¹⁰

Adapun penelitian terdahulu mengenai strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah nasabah tabungan haji yang pernah dilakukan dan sebagai penganut penelitian ini adalah dalam jurnal yang ditulis oleh Abdul Rachman, dkk, dengan judul “Strategi Pemasaran Syariah Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Tabungan Haji Dan Umrah Ib Pada BTN KCPS Tangerang” menyatakan bahwa:

Strategi pemasaran syariah memberikan dampak signifikan dalam meningkatkan jumlah nasabah tabungan haji dan umrah iB BTN KCPS Tangerang sehingga dapat meningkatkan jumlah nasabah tabungan haji dan umrah iB. Strategi pemasaran syariah yang dilakukan BTN KCPS dalam

⁸ Basania, Nasabah di PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan, *Wawancara*, (Selasa 16 Mei Pukul 14:21 WIB., 2023).

⁹ Rasyid Siregar, Nasabah di PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan, *Wawancara*, (Selasa 16 Mei Pukul 14:21 WIB., 2023).

¹⁰ Supribdi, Nasabah di PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan, *Wawancara*, (Senin 22 Mei Pukul 19:35 WIB., 2023).

meingkatkan jumlah nasabah Tabungan Haji & Umrah iB mengacu pada konsep Bauran Pemasaran (*Product, Price, Place, Promotion, People, Process, Physical Evidence*).¹¹

Dalam jurnal yang ditulis oleh Rahma Fitri dan Alim Murtani dengan judul “analisis strategi pemasaran dan pelayanan dalam meningkatkan jumlah nasabah produk tabungan mabrur pada PT. Bank Syariah Mandiri KC Setia Budi Medan” menyatakan bahwa:

Strategi pemasaran adalah salah satu kunci kesuksesan untuk mempromosikan produk-produk yang ditawarkan oleh bank Syariah Mandiri KC Setia Budi Medan dalam persaingan pasar yang positif antar instansi Perbankan Syariah. Pelayanan adalah kegiatan yang ditawarkan kepada konsumen atau pelanggan yang dilayani yang bersifat tidak berwujud dan tidak dapat dimiliki. Organisasi yang menghasilkan barang dan jasa harus memperhatikan perkembangan yang terjadi di luar organisasinya yang mempunyai kualitas pelayanan menarik yang mampu meningkatkan minat pelanggan (nasabah).¹²

Dalam jurnal yang ditulis oleh Muhammad Suhri dengan judul “Strategi Pemasaran Tabungan Haji Terhadap Minat Masyarakat Di Bank Syariah Mandiri Sumbawa Besar” mengatakan bahwa:

Tabungan haji bertujuan untuk mempermudah umat islam di Indonesia untuk mengumpulkan uang untuk berhaji. Ibadah haji merupakan rukun islam yang terakhir, untuk dilaksanakan ketika umat islam sudah merasa mampu melaksanakan baik secara fisik, mental maupun biaya. Di Indonesia, biaya untuk pergi haji bisa dibilang tidak sedikit, karena banyak bank di Indonesia yang membuat produk berupa tabungan haji.¹³

¹¹ Abdul Rachman, Dkk, “ Strategi Pemasaran Syariah Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Tabungan Haji Dan Ib Umrah Pada BTN KCPS Tangerang,’ *Jurnal Madani Syariah*” Volume 5 No. 1 (2022), hlm. 43.

¹² Rahma Fitri, Alim Murtani, “Analisis Strategi Pemasaran Dan Pelayanan Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Produk Tabungan Mabrur Pada PT. Bank Syariah Mandiri KC Setia Budi Medan,’ *Jurnal FEB*” Volume 1 No. 1 (2018), hlm. 91.

¹³ Muhammad Suhri, “Strategi Pemasaran Tabungan Haji Terhadap Minat Masyarakat Di Bank Syariah Mandiri Sumbawa Besar,’ *Jurnal Hukum Dan Ekonomi Islam*” Volume 1 No. 1 (2021), hlm. 47.

Dalam jurnal Mariya Ulpah dengan judul “Strategi Pemasaran Sales Funding Bank BNI Syariah Cabang Tangerang Dalam Menambah Jumlah Nasabah” menyatakan bahwa:

Strategi pemasaran adalah serangkaian tujuan dan sasaran, kebijakan dan aturan yang memberikan arahan kepada usaha-usaha pemasaran dari waktu ke waktu, pada masing-masing tingkatan dan acuan serta alokasinya, terutama sebagai yang selalu tanggapan perusahaan dalam menghadapi lingkungan dan keadaan pesaing yang selalu berubah.¹⁴

Dalam jurnal Ari Prastya dan Susianto dengan judul “Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Produk Pembiayaan Murabahah Pada BPRS AL-WASHLIYAH Medan” mengatakan bahwa:

Strategi yang digunakan BPRS AL-WASHLIYAH kantor pusat jl, gunung Krakatau medan, sudah mencakup semua unsur *marketing mix* 4p. akan tetapi strategi yang lebih menonjol digunakan terdapat pada strategi promosi. Dengan strategi pemasaran yang dilakukan memberikan positif, yang dapat dilihat dari kenaikan jumlah pendapatan produk pembiayaan murabahah.¹⁵

Dalam Jurnal Siti Imaniatul Muflihatin, dkk Dengan Judul “Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Tabungan Simpanan Pelajar (Simple) Pada PD. DPR Bank Daerah Lamongan” Mengatakan Bahwa:

Pemasaran merupakan sebuah proses sosial dimana dalam proses tersebut individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan secara bebas menukarkan produk dan jasa yang bernilai kepada pihak lain. Pemasaran dimulai dengan pemenuhan kebutuhan manusia yang kemudian bertumbuh menjadi keinginan manusia. Konsep inilah yang menjadi dasar konsep pemasaran.

¹⁴ Mariya Ulpah, “Strategi Pemasaran Sales Funding Bank BNI Syariah Cabang Tangerang Dalam Menambah Jumlah Nasabah,” *Jurnal Madani Syariah*” Volume 4 No. 1 (2021), hlm. 28.

¹⁵ Ari Prastya, dan Susianto, “Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Produk Pembiayaan Murabahah Pada BPRS AL-WASHLIYAH Medan” *Jurnal FEB*” Volume 1, No. 1 (2019), hlm. 655.

Mulai dari pemenuhan produk, penetapan harga, pendistribusian produk hingga promosi.¹⁶

Dewasa ini banyaknya persaingan antar bank dalam menawarkan produk yang ada, terutama produk tabungan haji yang dapat mengakibatkan penentuan jumlah nasabah dalam setiap tahunnya mengalami fluktuasi atau kenaikan dan penurunan. Maka dari itu perlu strategi pemasaran yang tepat dalam memasarkan produk tabungan haji ini diperhatikan agar jumlah nasabahnya tidak mengalami penurunan lagi melainkan semakin bertambah dan tidak kalah dengan produk-produk yang ditawarkan oleh bank-bank lainnya.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka peneliti tertarik untuk mengkaji secara mendalam sebab terdapat fenomena-fenomena terkait dengan masalah mengenai cara pemasaran tabungan haji yang memiliki cara, strategi tersendiri. Oleh sebab itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul: **”Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Tabungan Haji Pada PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan”**.

B. Batasan Masalah

Agar masalah yang akan dibahas lebih jelas dan agar tidak terjadi pembahasan yang meluas dan menyimpang, maka perlu dibuat sebuah pembatasan penelitian. Adapun batasan penelitian ini hanya akan terfokus pada Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Tabungan Haji Pada PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan.

¹⁶ Siti Iminiatul Muflihatin, dkk, “”Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Tabungan Simpanan Pelajar (Simpel) Pada PD. BPR Bank Daerah Lamongan,’ *Jurnal Ilmu Manajemen*” Volume 9 No. 2 (2021), hlm. 76.

C. Batasan Istilah

Untuk lebih memperjelas dalam mengartikan istilah-istilah yang ada dalam penelitian ini, maka peneliti membuat batasan istilah sebagai berikut:

1. Strategi pemasaran adalah upaya memasarkan suatu produk, baik itu barang atau jasa, dengan menggunakan pola rencana dan taktik tertentu sehingga jumlah penjualan menjadi lebih tinggi.¹⁷ Strategi pemasaran dalam penelitian ini adalah suatu sistem yang diterapkan oleh PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan dalam mendistribusikan produk.
2. Nasabah adalah pihak yang menggunakan jasa bank syariah dan atau unit usaha syariah.¹⁸ Nasabah dalam penelitian ini adalah orang atau badan yang mempunyai rekening simpanan pada PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan.
3. Tabungan haji adalah salah satu produk alternatif yang bisa dipilih oleh seorang muslim dalam mengumpulkan dana untuk menunaikan salah satu kewajibannya yaitu ibadah haji dan umrah.¹⁹ Tabungan haji dalam penelitian ini bertujuan untuk membantu masyarakat Padangsidempuan dan sekitarnya yang ingin menunaikan ibadah haji.

¹⁷ Marissa Grace Haque-Fawzi, Dkk, *Strategi Pemasaran Konsep, Teori, Dan Implementasi* (Banten: Pascal Books, 2021), hlm. 9-12.

¹⁸ Budi Gautama Siregar, "Strategi Bersaing Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan, *Jurnal Kajian Ilmu-Ilmu Keislaman*" Volume 03 No. 1 (2017), hlm. 46-48.

¹⁹ Aja Aulia Marzelin, "Strategi Pemasaran Dalam Menarik Minat Nasabah Menggunakan Produk Tabungan Haji Pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Meulaboh Imam Bonjol", *Skripsi*, (Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh), 2022, hlm. 61.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan, maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana strategi pemasaran PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan dalam Meningkatkan jumlah nasabah Tabungan Haji?

E. Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah di atas, maka yang menjadi tujuan penelitian adalah untuk mengetahui strategi pemasaran PT. Bank Mumalat Indonesia KCU Padangsidempuan dalam meningkatkan jumlah nasabah tabungan haji.

F. Kegunaan Penelitian

1. Bagi PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan

Penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat kepada PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan sebagai masukan bagi perusahaan dalam meningkatkan jumlah nasabah tabungan haji.

2. Bagi Peneliti

Dapat menambah dan mengembangkan wawasan peneliti khususnya mengenai strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah nasabah tabungan haji pada PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan.

3. Bagi UIN Syahada Padangsidempuan

Penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi pihak UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan pada umumnya sebagai pengembangan keilmuan, khususnya di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Penelitian ini juga diharapkan menjadi referensi tambahan bagi penelitian lebih lanjut dalam

melakukan penelitian di masa mendatang mengenai strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah nasabah tabungan haji.

4. Bagi Peneliti Selanjutnya

Sebagai bahan formasi atau referensi bagi peneliti selanjutnya yang berniat untuk melakukan penelitian yang sama atau yang lebih luas.

G. Sistematika Pembahasan

Bab I Pendahuluan membahas mengenai latar belakang masalah berisi tentang argumentasi peneliti dengan mendeskripsikan beberapa masalah atau fenomena yang akan diangkat sebagai masalah pada penelitian ini. Memuat penjelasan-penjelasan mengenai latar belakang masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika pembahasan.

Bab II Landasan teori yang berisi pembahasan lebih luas terkait “Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Tabungan Haji Pada PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan”. Penelitian terdahulu memuat hasil penelitian sebelumnya yang memiliki kemiripan dengan judul penelitian yang diangkat dapat menghasilkan penelitian ilmiah yang baru.

Bab II Metode penelitian yang terdiri dari waktu dan lokasi penelitian yang akan dilakukan jenis penelitian yang berisi tentang hal-hal yang akan dijadikan objek penelitian. Adapun sumber data dalam penelitian ini yaitu sumber data primer. Instrument dan teknik pengumpulan data adalah berisi pengumpulan data yang dibutuhkan peneliti. Teknis analisis data dalam penelitian ini merupakan analisis kualitatif. Teknik keabsahan data berisi pemeriksaan keabsahan data yang digunakan penelitian ini.

Bab IV Hasil Penelitian yang tersusun atas hasil-hasil penelitian yang merupakan kumpulan data-data yang penulis peroleh dan pembahasan yang merupakan hasil analisis penulis terhadap permasalahan yang dirumuskan dalam penelitian.

Bab V Penutup yang merupakan kesimpulan penelitian yang terdiri dari kesimpulan dan saran-saran yang terkait dengan masalah atau objek penelitian untuk menjadikan bahan pertimbangan serta tindakan mereka.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Strategi Pemasaran

a. Pengertian Strategi

Strategi dalam kamus besar Bahasa Indonesia yaitu rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus. Kata strategi berasal dari Bahasa Yunani yaitu *strategis* yang mengacu pada jenderal militer dan menggabungkan dua kata *stratos* (tentara) dan *ago* (memimpin).²⁰ Strategi adalah pendekatan secara keseluruhan yang berkaitan dengan pelaksanaan gagasan, perencanaan, dan eksekusi sebuah aktivitas dalam kurun waktu tertentu.²¹

Strategi menurut Griffin adalah strategi sebagai rencana komprehensif untuk mencapai tujuan dari sebuah organisasi, tidak hanya sekedar mencapai, tetapi strategi dimaksudkan juga untuk mempertahankan keberlangsungan organisasi di lingkungan di mana organisasi tersebut menjalankan aktivitasnya. Bagi organisasi bisnis, strategi bertujuan untuk mempertahankan keberlangsungan bisnis perusahaan dibandingkan para pesaingnya dalam memenuhi kebutuhan konsumen.²²

Strategi adalah suatu proses yang menentukan bagi para manajer puncak yang benar-benar diajukan pada tujuan jangka panjang perusahaan

²⁰<https://kbbi.web.id/strategi> (diakses tanggal 19 juni 2023 pukul 16:00).

²¹M. Manullang, *Manajemen Strategi* (Yogyakarta: Perdana Publishing, 2016), hlm. 17.

²²Hardiyanti Tahir, Dkk, “Strategi Marketing Funding Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Di Bank Bni Syariah Parepare”, *Jurnal Banco* Volume 3 (2021), hlm. 88.

disertai dengan penyusunan upaya-upaya bagaimana mencapai tujuan yang diinginkan. Strategi adalah suatu tindakan yang terus menerus ditingkatkan dan dilakukan sesuai dengan sudut pandang apa yang diinginkan dan diharapkan konsumen untuk masa yang akan datang. Dengan strategi ini maka sesuatu hampir dimulai dari apa yang selalu akan terjadi dan bukan apa yang dimulai dari apa yang terjadi.²³

Dari definisi-definisi di atas maka, dapat diambil suatu kesimpulan bahwa pengertian strategi adalah seni dan pengetahuan dalam merumuskan, mengimplementasikan, serta mengevaluasi keputusan-keputusan lintas fungsional yang memungkinkan sebuah organisasi untuk mencapai tujuan.

b. Pengertian Pemasaran

Istilah pemasaran muncul pertama kali sejak kemunculan istilah barter. Proses pemasaran dimulai sebelum barang-barang diproduksi dan tidak berakhir dengan penjualan. Menurut Kotler, marketing (pemasaran) adalah suatu proses sosial dan manajerial yang didalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui

Pemasaran adalah aktivitas dan proses menciptakan, mengkomunikasikan, menyampaikan, dan mempertukarkan tawaran yang bernilai bagi pelanggan, klien, mitra, dan masyarakat umum. Pemasaran dimulai dengan pemenuhan kebutuhan manusia yang kemudian bertumbuh menjadi keinginan manusia. Pemasaran adalah kegiatan yang dilakukan

²³Arman Paramansyah, *Manajemen Strategis* (Bekasi: PUSTAKA Al-Muqsih, 2022), hlm. 2.

oleh perusahaan untuk mempromosikan suatu produk atau layanan yang mereka punya. Pemasaran ini mencakup pengiklanan, penjualan, dan pengiriman produk ke konsumen atau perusahaan lain.²⁴

Pemasaran merupakan fungsi usaha yang mengidentifikasi kebutuhan dan hasrat konsumen yang wajib dipenuhi oleh kegiatan tersebut, yang membuat alat pemenuh kebutuhan yang berupa barang dan jasa. Dalam menetapkan pasar target, yang mana bisa dilayani sang perusahaan secara baik guna merancang produk, pelayanan serta program yang terkait buat melayani pasar dan mengajak setiap orang dalam organisasi berpikir wacana pelayanan. Karena itu konsumen tidak perlu menghasilkan sendiri barang atau jasa yang sudah disediakan oleh perusahaan.²⁵

Dari pengertian di atas maka dapat disimpulkan bahwa Pemasaran merupakan ujung tombak perusahaan. Dalam dunia persaingan yang semakin ketat, perusahaan dituntut agar tetap bertahan hidup dan berkembang. Pemasaran menjadi semakin penting dengan semakin meningkatnya pengetahuan masyarakat. Pemasaran juga dilakukan dalam rangka menghadapi pesaing dari waktu ke waktu yang semakin meningkat.

Dalam kegiatan pemasaran ada 10 tipe entitas yang dapat dipasarkan yaitu:

²⁴Veta Lidya Delimah Pasaribu, Dkk, *Pemasaran Kontemporer* (Bandung: CV Widina Media Utama, 2021), hlm. 1.

²⁵Mardia, dkk, *Strategi Pemasaran* (Makassar: Yayasan Kita Menulis, 2021), hlm. 5.

- 1) Barang merupakan produk nyata yang memiliki bagian terbesar dalam proses produksi maupun pemasaran. Perusahaan bisa memasarkan mobil, lemari es, *handphone*, laptop dan lain sebagainya.
- 2) Jasa merupakan produk yang ditawarkan dalam bentuk abstrak, perkembangan jaman memang melahirkan ide-ide bisnis tentang apa saja yang bisa dipasarkan.
- 3) Acara/kegiatan merupakan ide bisnis yang penting untuk membuat acara.
- 4) Pengalaman merupakan salah satu aspek penting dari pemasaran.
- 5) Orang yaitu sumber daya manusia merupakan pasar yang besar.
- 6) Tempat merupakan suatu tempat yang memiliki daya tarik keindahan, unik, bernilai jual, pasti mendatangkan keuntungan.
- 7) Properti adalah hak kepemilikan tak berwujud atas property yang sebenarnya maupun properti finansial.
- 8) Organisasi yaitu ide bisnis dari kumpulan beberapa orang untuk menawarkan jasa. Contohnya organisasi yang membangun brand mereka sendiri.
- 9) Informasi saat ini menjadikan bisnis ini peluang pasar yang menggiurkan.
- 10) Ide merupakan produk yang paling orisinal dan sangat aman dari penjiplakan.²⁶

²⁶Muhammad Yusuf Saleh Dan Miah Said, *Konsep Dan Strategi Pemasaran* (Makassar: CV Sah Media, 2019), hlm. 2-5.

c. Fungsi Pemasaran

Berikut ini adalah beberapa fungsi pemasaran yang penting diketahui selain pengertian pemasaran. Diantaranya adalah sebagai berikut:

1) Pengenalan Produk

Fungsi pertama dari dilakukannya kegiatan pemasaran adalah untuk memperkenalkan produk suatu perusahaan. Melalui pemasaran, sebuah produk akan lebih dikenal oleh konsumen.

2) Fungsi Pertukaran

Sebuah pemasaran memungkinkan para konsumen untuk mendapatkan informasi. Hal ini akan membuat konsumen tergerak untuk membeli produk yang akan dijual. Produk tersebut akan ditukar dengan uang, atau produk dengan produk yang lain.

3) Riset

Pemasaran dapat menjadi sebuah lahan untuk melakukan hal yang umumnya menjadi bahan riset seperti jenis kelamin, usia, pendapatan, kebutuhan, dan lain sebagainya. Produk yang dibuat dapat menyesuaikan dengan bagaimana dan apa saja target pasar tersebut.

4) Distribusi Fisik

Fungsi pemasaran berikutnya adalah dapat memastikan bahwa produk mudah didistribusikan dengan baik. Pendistribusian dilakukan dari tempat produk di produksi ke pasar luas.

5) Layanan Purna Jual

Terkadang konsumen membutuhkan layanan setelah melakukan pembelian. Pemilik bisnis atau produk harusnya dapat membantu konsumen dalam menangani hal ini. Contohnya seperti produk untuk perabotan rumah tangga.

6) Kompetisi

Fungsi pemasaran selanjutnya adalah dapat melakukan kompetisi. Dalam memenangkan sebuah persaingan, maka perusahaan harus membuat strategi pemasaran yang baik.²⁷

d. Konsep Pemasaran

Konsep pemasaran adalah sebuah falsafah bisnis yang menyatakan bahwa pemuas kebutuhan debitur merupakan syarat ekonomis dan sosial bagi kelangsungan hidup perusahaan. Konsep pemasaran dalam suatu perusahaan harus diorganisasikan secara terpadu dan memerlukan pelaksanaan manajemen yang pada hakikatnya merupakan tindakan dan konsep pemasaran.

Adapun konsep pemasaran antara lain sebagai berikut:

1) Konsep Produksi (*Production Concepts*)

Konsep ini adalah konsep pertama dan tertua dalam bisnis. Konsep ini berpedoman bahwa konsumen menyukai produk yang harganya murah dan tersedia luas. Oleh karena itu, maka perlu sekali

²⁷FranSudirjo, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: PT Global Eksekutif Teknologi, 2023), hlm. 49-50.

peran manager memusatkan perhatiannya pada strategi ataupun cara yang efektif agar mencapai efisiensi produksi tinggi, biaya rendah dan distribusi produk luas.

2) Konsep Produk (*Product Concepts*)

Konsep yang kedua ini melihat konsumen yang menyukai produk-produk yang menawarkan kualitas dan kinerja yang bagus atau tinggi, serta memiliki fitur-fitur inovatif.

3) Konsep Penjualan (*selling concept*)

Konsep penjualan ini, perusahaan menilai konsumen individual dan konsumen bisnis tidak akan tertarik membeli produk atau jasa tidak dilakukan secara agresif atau mempersusah calon pembelinya.

4) Konsep Pemasaran (*marketing concept*)

Konsep pemasaran berbeda dengan konsep lainnya. Konsep pemasaran ini berfokus pada produk apa yang tepat dijual kepada konsumennya.²⁸

5) Konsep Kemasyarakatan, memiliki rasa tanggung jawab (*responsibility*) atau berwawasan sosial (*social marketing concept*).

Tingkat orientasi pada rasa tanggung jawab sosial dan kemanusiaan didasarkan atas banyaknya kritik dan sorotan dari luar perusahaan, baik yang datang dari pemerintah maupun dari masyarakat melalui lembaga konsumen, atau LSM maka perusahaan harus memiliki

²⁸Nur Ika Effendi, *Strategi Pemasaran* (Padang: PT Global Eksekutif Teknologi, 2022), hlm. 3-5.

rasa tanggung jawab moral untuk melayani masyarakat dengan sebaik-baiknya.²⁹

e. Pengertian Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran adalah upaya memasarkan suatu produk, baik itu barang atau jasa, dengan menggunakan pola rencana dan taktik tertentu sehingga jumlah penjualan menjadi lebih tinggi. Pengertian strategi pemasaran dapat juga diartikan sebagai rangkaian upaya yang dilakukan oleh perusahaan dalam rangka mencapai tujuan tertentu, karena potensi untuk menjual proposisi terbatas pada jumlah orang yang mengetahui hal tersebut.

Strategi pemasaran menurut para ahli:

- 1) Kotler dan Amstrong, pengertian strategi pemasaran adalah logika pemasaran dimana unit bisnis berharap untuk menciptakan nilai dan memperoleh keuntungan dari hubungannya dengan konsumen.
- 2) Kurtz, pengertian strategi pemasaran adalah keseluruhan program perusahaan dalam menentukan target dan memuaskan konsumen dengan membangun kombinasi elemen dari *marketing mix*; produk, distribusi, promosi, dan harga.
- 3) Stanton, strategi pemasaran adalah sesuatu yang melingkupi semua sistem yang memiliki hubungan dengan tujuan untuk merencanakan dan menentukan harga hingga mempromosikan dan menyalurkan produk (barang atau jasa) yang dapat memuaskan konsumen.

²⁹Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa* (Bandung: Alfabeta, 2018), hlm. 15.

f. Strategi Pemasaran dalam Islam

Selain diperlukan sifat yang sesuai dengan tuntutan Islam, persiapan konsep pemasaran yang baik juga perlu diperhatikan. Konsep ini disebut dengan strategi pemasaran Islam (*Islamic marketing strategy*) merupakan suatu proses bisnis yang menyeluruh prosesnya atau suatu cara dalam memasarkan suatu bisnis yang mengedepankan nilai-nilai yang mengagungkan keadilan dan kejujuran. Dengan pemasaran Islami, seluruh proses tidak boleh ada yang bertentangan dengan prinsip-prinsip Islam. Hal tersebut telah dicontohkan oleh Rasulullah SAW, tentang kegiatan perdagangan yang berpegang teguh pada kebenaran, kejujuran, dan sikap amanah, serta dapat tetap memperoleh keuntungan.

Dengan dilandasi pada keadilan ekonomi, setiap individu akan mendapatkan haknya sesuai dengan kontribusinya kepada masyarakat. Jadi, setiap individu harus terbebas dari eksploitasi individu lain karena Islam melarang dengan tegas seorang muslim menzalimi atau merugikan orang lain.³⁰

Sebagaimana tercantum dalam Al-Qur'an surat An-Nisā ayat 29 berikut:

³⁰Tati Handayani, dkk. *Buku Ajar Manajemen Pemasaran Islam*, (Yogyakarta: CV. Budi Utama, 2019), hlm. 15.

يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالِكُمْ بَيْنَكُمْ
بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا
تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya : “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang Berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.” (Q.S. An-nisa: 29)

Adapun tafsir dari ayat diatas dengan tegas melarang orang memakan harta orang lain atau harta sendiri dengan jalan batil, artinya tidak ada haknya memakan harta sendiri dengan jalan batil ialah membelanjakan hartanya dengan jalan maksiat. Memakan harta orang lain dengan jalan batil ada berbagai cara, seperti mendapatkan suddi, memakannya dengan jalan riba, judi, menipu dan menganiaya. Termasuk juga dalam jalan yang batal ini segala jual beli yang dilarang syara' yang tidak termasuk ialah, jalan perniagaan saling “berkeridhoan”, yakni dari kedua pihak. Sudah tentu perniagaan diperbolehkan oleh *syarah*'.³¹

g. Karakteristik Pemasaran dalam Islam

1) Ketuhanan (*Rābbāniyah*)

Rabbaniyah merupakan satu keyakinan yang bulat, bahwa semua gerak gerik manusia selalu berada di bawah pengawasan Allah SWT.

Salah satu ciri pemasaran syariah adalah sifatnya yang religius. Jiwa

³¹Abdul Halim Hasan, *Tafsir Al-Ahkam*, (Jakarta: Prenada Media Grup, 2006), hlm. 258.

seorang syariah marketer meyakini bahwa hukum-hukum syariat yang bersifat ketuhanan merupakan hukum yang paling adil, sehingga akan mematuhi dalam setiap aktivitas pemasaran yang dilakukan. Dalam setiap langkah, aktivitas, dan kegiatan yang dilakukan harus selalu menginduk kepada syariat Islam.

2) Etis (*Akhlāqaniyyah*)

Etis atau *akhlaqaniyyah* artinya semua perilaku berjalan di atas norma etika yang berlaku umum. Etika adalah kata hati, dan kata hati ini adalah kata yang sebenarnya, tidak bisa dibohongi.

3) Realistis (*Al-Wāqi'iyah*)

Realistis atau *Al-waqi'iyah* artinya sesuai dengan kenyataan, tidak mengada-ada apalagi yang menjurus kepada kebohongan. Syariah marketing bukanlah konsep yang eksklusif fanatik, anti modernitas dan kaku, melainkan konsep pemasaran yang fleksibel.

4) Humanistis (*Insāniyah*)

Humanistis atau *insāniyah* berarti berprikemanusiaan, hormat menghormati sesama. Pemasaran berusaha membuat kehidupan menjadi lebih baik. Jangan sampai kegiatan pemasaran malah sebaliknya merusak tatanan hidup di masyarakat menjadi kehidupan bermasyarakat terganggu. Dan juga dari segi pemasaran sendiri, jangan sampai menjadi

manusia serakah, mau menguasai segalanya, menindas dan merugikan orang lain.³²

h. Tujuan Strategi Pemasaran

Secara umum, ada 4 tujuan strategi pemasaran, diantaranya adalah:

- 1) Untuk meningkatkan kualitas koordinasi antar individu dalam tim pemasaran.
- 2) Sebagai alat ukur hasil pemasaran berdasarkan standar prestasi yang telah ditentukan.
- 3) Sebagai dasar logis dalam mengambil keputusan pemasaran
- 4) Untuk meningkatkan kemampuan dalam beradaptasi bila terjadi perubahan dalam pemasaran.

Banyak ahli marketing mengatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah kunci utama dari konsep pemasaran dan marketing strategi. Dengan kata lain, setiap perusahaan memiliki cara tersendiri dalam melakukan proses marketing, sesuai karakteristik dan kesanggupan masing-masing.³³

i. Perumusan Strategi Pemasaran

1) Strategi Pasar yang Dituju

Pasar untuk produk jasa perbankan sangatlah luas, sehingga perusahaan atau bank tidak mudah untuk memasuki pasar yang sedemikian luas dan walaupun bisa kemungkinan berhasil sangatlah kecil. Strategi pasar yang dituju ini meliputi 3 unsur yaitu:

³²Titin Sumarni, *Strategi Peningkatan Ekonomi dengan Memanfaatkan Market Place Melalui Media Internet*, (Riau: Dotplus, 2021), hlm. 30-32.

³³Marissa Grace Haque-Fawzi, Dkk, *Strategi Pemasaran Konsep, Teori, Dan Implementasi*, hlm. 9-12.

- a) Segmenting (segmentasi) adalah kegiatan mengelompokkan konsumen yang memiliki kebutuhan dan keinginan yang sama akan suatu produk.
 - b) Target dilakukan setelah perusahaan mengidentifikasi peluang segmen pasar dengan mengevaluasi beragam segmen untuk memutuskan segmen pasar yang menjadi target. Jika segmen tersebut dianggap menarik dan perusahaan memiliki kapasitas yang memadai dari sisi sumber daya material, SDM, modal serta terjamin kehalalannya.
 - c) Positioning (penetapan posisi produk)
- 2) Bauran Pemasaran (Marketing Mix)

Merupakan strategi kombinasi yang dilakukan oleh setiap perusahaan dalam bidang pemasaran. Bauran pemasara ini meliputi beberapa unsur yaitu:

- a) Produk yaitu barang atau jasa yang dirancang dan ditawarkan oleh bank kepada nasabah untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabahnya. Adapun indikator yang menjadi dasar pengukuran dari suatu produk yaitu fitur, variasi produk, jaminan produk, halal, kepemilikan yang sah dan kuantitas dan kualitasnya.
- b) *Price* (harga) adalah sejumlah uang di mana konsumen membayar untuk memperoleh produk maupun jasa atau sejumlah uang yang ditukarkan konsumen atas nilai suatu produk guna memperoleh manfaat. Adapun indikator harga yaitu harga yang terjangkau, harga

sesuai dengan manfaat dan kualitas produk, tidak riba dan maisir serta kejelasan dalam harga produk.

- c) *Place* (tempat) merupakan hal yang sangat berpengaruh terhadap pemilihan bank dan kepuasan nasabah. Oleh karena itu strategi penempatan lokasi atau kemudahan yang diberikan oleh bank agar nasabah mudah mendapatkan layanan produk dan jasa perbankan harus menjadi perhatian dalam pengelolaan pemasaran. Tersedianya kantor cabang yang mudah dijangkau dan mudah diakses kendaraan umum, dan jaringan anjungan tunai mandiri (ATM) yang tersedia di banyak tempat merupakan strategi penting bagi bank untuk bersaing.
- d) Promosi merupakan cara untuk memberitahukan kepada masyarakat dapat melalui periklanan, sosialisasi, *personal selling*, *public relation*, dan memberikan informasi yang jelas.
- e) Orang adalah pekerja atau karyawan serta sumber daya manusia yang penting memberikan pelayanan langsung kepada nasabah. Beberapa dimensi penting dalam pelayanan seperti keahlian, kompetensi, dan kemampuan dalam melayani perlu menjadi perhatian utama. Bahkan berpenampilan menarik, ramah dan sopan, jujur, dapat dipercaya serta tidak memaksa pelanggan.
- f) Proses pada perbankan syariah mulai dari melakukan penawaran produk hingga proses menangani keluhan pelanggan perlu dilakukan secara efektif dan efisien serta sesuai dengan syariah. Adapun

indikator proses yaitu kemudahan transaksi, kecepatan transaksi dan ketelitian.³⁴

2. Nasabah

a. Pengertian Nasabah

Berdasarkan undang-undang No. 21 tahun 2008 tentang perbankan syariah disebutkan bahwa nasabah adalah pihak yang menggunakan jasa bank syariah atau unit usaha syariah. Saladin menyebutkan bahwa “nasabah adalah orang atau badan yang mempunyai rekening simpanan atau pinjaman pada bank”. Komaruddin mengatakan bahwa “nasabah adalah seseorang atau suatu perusahaan yang mempunyai rekening koran atau deposito atau tabungan serupa lainnya pada sebuah bank”.

Berdasarkan pengertian diatas maka dapat disimpulkan bahwa nasabah adalah seseorang ataupun badan usaha yang mempunyai rekening simpanan dan pinjaman dan melakukan transaksi simpanan dan pinjaman tersebut pada sebuah bank.

Keberadaan nasabah pada lembaga keuangan perbankan sangat urgen, karena nasabah itu ibaratkan nafas yang sangat berpengaruh terhadap keberlanjutan suatu bank. Oleh sebab itu bank harus dapat menarik minat nasabah sebanyak-banyaknya agar dana yang terkumpul dari nasabah tersebut dapat diputar bank yang nantinya disalurkan kembali kepada masyarakat yang membutuhkan bantuan bank.

³⁴Aja Aulia Marzelin, “Strategi Pemasaran Dalam Menarik Minat Nasabah Menggunakan Produk Tabungan Haji Pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Meulaboh Imam Bonjol’ (Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh).” hlm. 41-58.

b. Jenis-jenis Nasabah

- 1) Nasabah penyimpan adalah nasabah yang menempatkan dananya di bank syariah atau unit usaha syariah dan nasabah yang bersangkutan.
- 2) Nasabah investor adalah nasabah yang menempatkan dananya di bank syariah atau unit usaha syariah dalam bentuk investasi berdasarkan akad antara bank syariah atau unit usaha syariah dan nasabah yang bersangkutan.
- 3) Nasabah penerima fasilitas adalah nasabah yang memperoleh fasilitas dana atau yang dipersamakan dengan itu berdasarkan prinsip syariah.

c. Faktor –faktor yang Mempengaruhi Nasabah

1) Faktor Pribadi

Sekumpulan karakteristik perilaku yang dimiliki oleh individu dan bersifat permanen disebut kepribadian. Keputusan seorang pembeli juga dipengaruhi oleh ciri-ciri kepribadiannya, termasuk usia dan daur hidupnya, pekerjaannya, kondisi ekonomi, gaya hidup dan konsep diri.

2) Faktor Sosial

Faktor-faktor sosial itu seperti kelompok referensi, keluarga, status dan peran sosial. Perilaku seorang amat dipengaruhi oleh berbagai kelompok. Kelompok yang memberikan pengaruh langsung kepada seorang disebut kelompok keanggotaan, yakni kelompok dimana seorang menjadi anggotanya dan saling berinteraksi.

3) Faktor Psikologi

Pilihan membeli seseorang juga dipengaruhi oleh empat faktor psikologi utama yaitu: Motivasi, persepsi, belajar, kepercayaan dan sikap.³⁵

Dari definisi diatas dapat disimpulkan bahwa nasabah sangat berpengaruh terhadap suatu perusahaan atau bank untuk meningkatkan eksistensinya.

d. Loyalitas Nasabah

Loyalitas nasabah adalah aset yang tidak ternilai bagi perbankan atau perusahaan karena loyalitas nasabah akan berdampak terhadap kinerja perusahaan dan dapat mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan. Nasabah yang loyal mampu meningkatkan laba melalui peningkatan pendapatan, Karena nasabah yang loyak selalu melakukan pembelian ulang dan memiliki kecendrungan membeli lebih banyak, mau membayar dengan harga yang lebih mahal yang akan berdampak secara langsung terhadap keuntungan yang diperoleh perusahaan.

Secara tertulis defenisi dari kata loyalitas bila kita baca dari beberapa referensi, bahwa kata loyalitas adalah kesetiaan sebagai sebuah perusahaan seorang nasabah yang setia atau memiliki rasa keyakinan terhadap produk tertentu merupakan sebagaian dari loyalitas. Loyalitas

³⁵Budi Gautama Siregar, "Strategi Bersaing Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpuan, Jurnal Kajian Ilmu-Ilmu Keislaman", hlm. 46-48.

nasabah berkrucut pada meningkatkan jumlah nasabah, mempertahankan nasabah dan memberi rasa puas pada nasabah.

e. Peran Penting Loyalitas Nasabah

Manfaat atau keuntungan loyalitas nasabah diantaranya:

- 1) Dapat mengurangi biaya pemasaran (karena biaya untuk menarik nasabah yang baru lebih mahal)
- 2) Dapat mengurangi biaya transaksi
- 3) Dapat mengurangi biaya *turn over* konsumen (karena penggantian konsumen yang lebih sedikit)
- 4) Dapat meningkatkan penjualan silang yang akan memperbesar pangsa pasar perusahaan.
- 5) Mendorong *word of mouth* yang lebih positif, dengan asumsi bahwa nasabah yang loyal juga berarti mereka yang merasa puas.
- 6) Dapat mengurangi biaya kegagalan (seperti biaya penggantian, dan lain-lain)

Konsumen yang puas terhadap jasa pelayanan perusahaan akan berperilaku sebagai berikut:

- 1) Merekomendasikan perusahaan kepada orang lain
- 2) Mendorong teman atau sahabat untuk berbisnis dengan perusahaan
- 3) Mempertimbangkan perusahaan sebagai pilihan pertama jika ingin membeli jasa serupa
- 4) Membeli jasa perusahaan dimasa mendatang

- 5) Menginformasikan hal-hal yang baik dari perusahaan kepada orang lain.³⁶

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa nasabah yang loyal yaitu nasabah yang memiliki rasa keyakinan dan setia terhadap suatu bank jadi untuk itu bank harus mampu menjaga loyalitas nasabah agar dapat meningkatkan kualitas perusahaan atau bank tersebut.

3. Tabungan Haji

a. Pengertian Tabungan Haji

Tabungan merupakan jenis simpanan yang sangat populer dilapisan masyarakat umum, mulai dari masyarakat kota sampai pedesaan. Penarikan tabungan menurut Undang-Undang perbankan No. 10 Tahun 1998 adalah simpanan masyarakat yang penarikannya dapat dilakukan oleh bank penyelenggara. Tetapi penarikannya tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet giro atau alat lainnya yang dipersamakan dengan itu.³⁷ Tabungan haji merupakan salah satu produk alternatif yang bisa dipilih oleh seorang muslim dalam mengumpulkan dana untuk menunaikan salah satu kewajibannya yaitu ibadah haji dan umrah.³⁸ Produk tabungan iB Hijrah Haji merupakan produk yang dimiliki oleh Bank Muamalat Indonesia.³⁹

³⁶Suhartanto, Dwi, *Perilaku Konsumen Tinjauan Aplikasi Di Indonesia* (Bandung: Guardaya Intimarta, 2008), hlm. 44.

³⁷Kasmir, *Dasar-dasar Perbankan, Edisi Revisi* (Jakarta: Pt Grafindo Persida, 2015), hlm. 84.

³⁸Aja Aulia Marzelin, "Strategi Pemasaran Dalam Menarik Minat Nasabah Menggunakan Produk Tabungan Haji Pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Meulaboh Imam Bonjol' (Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh)." hlm. 61.

³⁹Shindy Kusuma Wardani, "Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Minat Menabung Nasabah Produk Tabungan iB Hijrah Haji Di PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk KCP Blitar' (Institute Agama Islam Negeri)," 2020, hlm. 34.

Tabungan haji merupakan tabungan yang bersifat khusus yang diselenggarakan oleh bank. Tabungan haji selain berfungsi sebagai sarana menyimpan uang, juga membantu nasabah dalam hal administrasi pendaftaran haji.

Tabungan ini dimaksudkan untuk membantu nasabah mempersiapkan ongkos naik haji (ONH) dan membantu nasabah untuk melakukan pendaftaran haji langsung ke Departemen Agama secara *On-Line*. Jika waktu pendaftaran haji sudah dibuka, bank akan mendaftarkan nasabahnya sebagai calon jamaah haji hingga mendapatkan kepastian untuk berangkat pada musim haji berikutnya.

Kelebihan berikutnya dari tabungan haji ini adalah, bank juga dapat memberikan dana talangan pada nasabahnya yang ingin naik haji tahun itu tetapi masih memiliki kendala arus kas. Tentu saja dengan memastikan terlebih dahulu bahwa nasabah mampu untuk melunasi biaya ONH-nya sebelum berangkat.⁴⁰

Akad yang digunakan dalam tabungan Haji Arafah adalah dengan akad *wadi'ah yad-Dhaamanah*. Akad *wadi'ah yad-Dhamanah* adalah titipan murni dari suatu pihak ke pihak lain, baik individu maupun badan hukum yang harus dijaga dan dikembalikan kapan saja sipenitip menghendaki. Menurut bank Indonesia *wadi'ah yad-Dhamanah* adalah akad perjanjian barang atau uang antara pihak yang mempunyai barang atau uang dengan

⁴⁰Ahmnad Gojali, Halal, Berkah, Bertambah Menenal dan Memilih Produk Investasi Syariah, (Jakarta : PT. Elex Media Kompotindo, 2004), hlm. 45.

yang berisi kepercayaan dengan tujuan untuk menjaga keselamatan, keamanan, serta keutuhan barang atau uang.⁴¹ Adapun perbedaan Tabungan haji dengan tabungan biasa yaitu tabungan haji berbeda dari tabungan-tabungan yang lain dimana tabungan haji ini terkhusus hanya diperuntukkan bagi umat muslim yang ingin melaksanakan ibadah haji, syarat dan dokumen yang dipersiapkanpun lebih banyak dibandingkan dengan tabungan biasa.

b. Jenis Tabungan Haji

- 1) Tabungan Haji Reguler adalah tabungan yang diperuntukkan kepada calon Jemaah haji yang akan mempersiapkan ibadah haji dengan program penyelenggaraan haji reguler.

Tabel II.1 Fitur Tabungan Haji Reguler

Awal Setoran	Setoran awal dan saldo minimal Rp. 1.00.000,- penyetoran lanjutan bebas atau sesuai kesepakatan.
Besarnya Bunga	0% (tidak diberikan bunga)
Biaya Administrasi	Bebas biaya administrasi bulanan
persyaratan	-Penabung adalah perorangan dan WNI -Mengisi dan menandatangani formulir dan pembukaan rekening -Melampirkan Fotocopy KTP atau identitas diri lainnya.
Manfaat	-Apabila saldo mencapai Rp. 25 Juta atau sesuai ketentuan Dapertemen Agama, akan mendapatkan nomor porsi haji (nomor urut kepastian keberangkatan haji sesuai dengan kuota)

⁴¹Anita Nasution, "Strategi Pemasaran Produk Tabungan Haji Arafah Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada PT. Bank Muamalat Indonesia, tbk Capem Panyabungan Dengan Analisis Swot", *Skripsi*, (IAIN Padangsidempuan, 2017), hlm. 27-28.

	-Pembukaan tabungan dan penyetoran atau penarikan dapat dilakukan di seluruh outlet Bank BTN
--	--

- 2) Tabungan Haji Plus adalah tabungan yang khusus diperuntukkan kepada calon jemaah haji yang akan menjalankan ibadah haji dengan program penyelenggaraan haji khusus yang diselenggarakan oleh Kantor Kementerian Agama.

Tabel II.2 Fitur Tabungan Haji Plus

Awal Setoran	Setoran awal dan saldo minimal Rp. 5.000.000,- penyetoran lanjutan bebas atau sesuai kesepakatan.
Besarnya Bunga	0% (tidak diberikan bunga)
Biaya Administrasi persyaratan	Bebas biaya administrasi bulanan - Penabung adalah perorangan dan WNI. - Melampirkan Fotocopy KTP atau identitas diri lainnya. - Mengisi dan menandatangani formulir dan pembukaan rekening
Manfaat	-Apabila saldo mencapai Rp. 25 Juta atau sesuai ketentuan Dapertemen Agama, akan mendapatkan nomor porsi haji (nomor urut kepastian keberangkatan haji sesuai dengan kuota) -Pembukaan tabungan dan penyetoran atau penarikan dapat dilakukan di seluruh outlet Bank BTN ⁴²

⁴²Akmaluddin Suangkupon Dkk, Direktori Produk Dan Tabungan Perbankan (Kalimantan Tengah: Unit Akses Keuangan dan UMKM KPwBI, 2014). hlm. 89.

c. Akad dalam Tabungan

1) *Wādi'ah*

Wādi'ah bisa diartikan dengan meninggalkan atau titipan. Secara istilah, *wādi'ah* adalah sesuatu yang dititipkan oleh suatu pihak (pemilik) kepada pihak lain dengan tujuan untuk dijaga. Menurut Hanafiyyah, *wādi'ah* adalah memberikan kepuasan kepada orang lain atas barang yang dimiliki dengan tujuan untuk dijaga, baik secara verbal atau dengan isyarat(dilalah).

Pertama, menurut Hanafiyyah, *wādi'ah* (titipan) adalah memberi kekuasaan kepada orang lain atas suatu barang yang dimiliki dengan tujuan untuk dijaga. Kedua, menurut ulama Malikiyyah, dan Syafi'iyyah. *Wādi'ah* adalah pemberian mandate untuk menjaga sebuah barang yang dimiliki atau barang secara khusus dimiliki seseorang dengan cara-cara tertentu.

Dari dua definisi yang dikemukakan oleh ulama fiqih di atas dapat disimpulkan bahwa *wādi'ah* (titipan), adalah perjanjian seseorang untuk menitipkan barangnya kepada orang lain supaya dijaga yang berlaku menurut islam. Bila dikemudian hari ada kerusakan atau cacat pada barang yang di titipkan bukan karena kelalaian, maka tidak harus diganti, adapun sebaliknya harus diganti.

2) Landasan Hukum Pelaksanaan *Wādi'ah*

a) Al-Quran

وَإِذْ أَخَذْنَا مِيثَاقَ بَنِي إِسْرَائِيلَ لَا تَعْبُدُونَ إِلَّا اللَّهَ
وَبِالْوَالِدَيْنِ إِحْسَانًا وَذِي الْقُرْبَىٰ وَالْيَتَامَىٰ وَالْمَسْكِينِ
وَقُولُوا لِلنَّاسِ حُسْنًا وَأَقِيمُوا الصَّلَاةَ وَآتُوا الزَّكَاةَ ثُمَّ
تَوَلَّيْتُمْ إِلَّا قَلِيلًا مِّنْكُمْ وَأَنتُمْ مُّعْرِضُونَ

Artinya: “dan (ingatlah), ketika Kami mengambil janji dari Bani Israil (yaitu): janganlah kamu menyembah selain Allah, dan berbuat kebaikanlah kepada ibu bapa, kaum kerabat, anak-anak yatim, dan orang-orang miskin, serta ucapkanlah kata-kata yang baik kepada manusia, dirikanlah shalat dan tunaikanlah zakat. kemudian kamu tidak memenuhi janji itu, kecuali sebahagian kecil daripada kamu, dan kamu selalu berpaling.” (QS. Al-baqarah : 83)⁴³.

b) Hadits

Artinya: “Tunaikanlah amanah kepada orang yang menyerahkannya kepadamu dan janganlah engkau menghiyanati orang yang menghiyanatimu.”(H.R. Abu Daud dan at-Tirmidzi).

3) Jenis-jenis *Wādi'ah*

Pada zaman modern ini konsep akad *wādi'ah* telah banyak diaplikasikan, dan yang paling jelas dapat kita lihat adalah praktek penyimpanan uang di bank. Adapaun bentuk akad *wādi'ah* yang dipraktekkan di bank adalah penyimpanan uang yang terbagi menjadi 3

⁴³Departemen Agama Republik Indonesia, Al-Quran dan Terjemahannya (Bandung: Cv Fokus Media, 2010), hlm. 56.

jenis yaitu: untuk menjaga waktu tertentu, dengan syarat penarikannya diberitahukan terlebih dahulu, dan dalam peti besi. Terdapat dua jenis *wādi'ah* sebagai berikut:

a) *Wādi'ah Yad Al-Amānah (trustee safe custody)*

Dalam hal ini penerima titipan termasuk di dalamnya lembaga perbankan adalah penerima kepercayaan, artinya ia tidak diharuskan mengganti segala resiko kehilangan, kerusakan yang terjadi pada titipan, banjir, musibah alam lainnya. kecuali bila hal itu terjadi karena akibat kelalaian atau kecerobohan yang bersangkutan atau bila status titipan telah berubah menjadi *wādi'ah yad Adh-Dhamānah*.

b) *Wādi'ah Yad Adh-Dhamānah (guarantee safe custody)*

Dimana penerima titipan (bank) adalah penerima kepercayaan, yang sekaligus penjamin keamanan barang yang ditiptkan. Penerima titipan bertanggungjawab penuh atas segala kehilangan atau kerusakan yang terjadi pada aset titipan tersebut. Mengacu pada pengertian *wādi'ah yad dhamānah*, lembaga keuangan sebagai penerima titipan dapat memanfaatkan *al-wādi'ah* sebagai tujuan untuk giro, dan tabungan berjangka.⁴⁴

Wādi'ah dalam bentuk syariah merujuk pada perjanjian dimana pelanggan menyimpan uang di bank dengan tujuan agar bank

⁴⁴Betti Angraini, dkk, *Akad Tabarruj' Dan Tijarah Dalam Tinjauan Fiqih Muamalah* (Bengkulu: Sinar Jaya Berseri, 2022), hlm. 20-26.

bertanggungjawab menjaga uang tersebut dan menjamin pengembalian uang tersebut bila terjadi tuntutan dari nasabah. Berdasarkan pada aturan perundangan yang diterapkan oleh BI, prinsip ini terapkan dalam kegiatan penggalangan dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan yang meliputi, Giro, Tabungan, dan bentuk lainnya.

4) *Mudhārabah*

Mudhārabah adalah suatu pernyataan yang mengandung pengertian bahwa seseorang memberi modal kepada orang lain, agar modal itu diniagakan dengan perjanjian, sedangkan kerugian ditanggung oleh pemilik modal.

Mudhārabah terbagi menjadi dua jenis yaitu sebagai berikut:

- a) *Mudhārabah Muṭhālaqah* merupakan kerja sama antara pihak pertama dan pihak kedua yang cakupannya lebih luas. Maksudnya, tidak dibatasi oleh waktu, spesifikasi usaha, dan daerah bisnis.
- b) *Mudhārabah muqayyādah* merupakan kebalikan dari mudharabah mutlaqah, yaitu dibatasi oleh waktu spesifikasi usaha dan daerah bisnis. Prinsip *mudhārabah* biasanya diaplikasikan di perbankan syariah pada tabungan biasa, tabungan berjangka (tabungan yang dimaksudkan untuk tujuan tertentu, seperti tabungan haji, tabungan berencana, tabungan kurban, dan sebagainya), serta deposito berjangka. Aplikasi perbankan syariah yang banyak menggunakan model *mudhārabah muṭhālaqah* pada produk penghimpunan yang

dilakukan. Dalam hal ini nasabah sepenuhnya memercayai kepada pihak bank untuk mengelola dananya pada jenis investasi apa saja selama investasi tersebut tidak bertentangan dengan prinsip dan aturan syariat serta memberikan hasil yang cukup baik kepada nasabah dalam bentuk bagi hasil yang kompetitif.⁴⁵

d. Tujuan dan Manfaat Tabungan

1) Bagi Bank

- a) Sumber pendanaan bank baik dalam rupiah maupun valuta asing.
- b) Salah satu sumber pendapatan dalam bentuk jasa (*fee based income*) dari aktivitas lanjutan pemanfaatan rekening tabungan oleh nasabah.

2) Bagi Nasabah


- a) Kemudahan dalam pengelolaan likuiditas baik dalam hal penyetoran, penarikan, transfer, dan pembayaran transaksi yang fleksibel.
- b) Dapat memperoleh bonus atau bagi hasil.⁴⁶

Selanjutnya dalam fatwa DSN-MUI Nomor: 02/DSN-MUI/IV/2000, disebutkan bahwa terdapat dua jenis simpanan, yaitu simpanan yang tidak dibenarkan dalam prinsip syariah dalam bentuk simpanan berdasarkan perhitungan bunga, dan simpanan yang dibenarkan dalam syariah yaitu simpanan berdasarkan prinsip mudharabah dan wadiah. Waktu untuk melakukan haji adalah dari bulan syawal ke 10 hari pertama Dzulhijjah.

⁴⁵M. Nur Rianto Al-Arif, *Lembaga Keuangan Syariah* (Bandung: CV Pustaka Setia, 2012), hlm. 141.

⁴⁶Kasmir, *Dasar-Dasar Perbankan* (Jakarta: Rajawali Pers, 2015), hlm. 35-37.

Persyaratan untuk haji adalah islam, baligh (dewasa), berakal, merdeka dan mampu.⁴⁷ Sebagaimana dalam firman Allah dalam Q.S Ali-Imran Ayat 97 yaitu:

فِيهِ آيَاتٌ بَيِّنَاتٌ مِّمَّا قَامَ إِبْرَاهِيمَ ^ص وَمَنْ دَخَلَهُ كَانَ آمِنًا ^ق وَلِلَّهِ عَلَى النَّاسِ أَلْبَيْتِ حِجُّ مَنْ اسْتَطَاعَ إِلَيْهِ سَبِيلًا ^ج وَمَنْ كَفَرَ فَإِنَّ اللَّهَ غَنِيٌّ عَنِ الْعَالَمِينَ 

Artinya: “Padanya terdapat tanda-tanda yang nyata, (di antaranya) maqam Ibrahim, Barangsiapa memasukinya (Baitullah itu) menjadi amanlah dia; mengerjakan haji adalah kewajiban manusia terhadap Allah, Yaitu (bagi) orang yang sanggup Mengadakan perjalanan ke Baitullah. Barangsiapa mengingkari (kewajiban haji), Maka Sesungguhnya Allah Maha Kaya (tidak memerlukan sesuatu) dari semesta alam”.(Q.S. Ali Imran ayat 97).⁴⁸

Adapun tafsir dari ayat di atas menjelaskan bahwa disana, di Masjidilharam, terdapat tanda-tanda yang jelas tentang keutamaan dan kemuliyaannya diantaranya maqam Ibrahim, yaitu bekas telapak kaki Nabi Ibrahim tempat beliau berdiri waktu membangun kakkah; hajar aswad, hijir ismail dan yang lainnya. Barang siapa memasukinya, menjadi amanlah dia dari gangguan-gangguan. Dan di antara kewajiban manusia terhadap Allah adalah melaksanakan ibadah haji ke Baitullah, yaitu bagi orang-orang islam yang sudah akil balig yang mampu mengadakan perjalanan ke sana,

⁴⁷Rini Wahyuni Pulungan, “Sistem Pengelolaan Dan Pemasaran Tabungan Mabur Pada PT. Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua, *Skripsi*” (UIN Syahada Padangsidempuan, 2023), hlm. 31-32.

⁴⁸Dapartemen Agama Republik Indonesia, *Al-Quran Dan Terjemahannya* (Bandung: CV Fokus Media, 2010), hlm. 59.

mempunyai bekal yang cukup untuk dirinya dan keluarga yang ditinggalkan, kemampuan fisik, ada sarana pengangkutan dan aman dalam perjalanan. Barang siapa mengingkari kewajiban haji, maka dia adalah kafir, karena tidak percaya pada ajaran Islam. Ketahuilah bahwa Allah Mahakaya (tidak memerlukan sesuatu) apapun dari seluruh alam, baik yang taat dan menjalankan ibadah haji, yang durhaka, maupun yang kafir.⁴⁹

Ayat di atas menjelaskan bahwa haji dilaksanakan di Baitullah pada bulan dan hari yang ditentukan. Pada saat itu juga dianjurkan untuk menyembelih hewan kurban, seperti unta, lembu atau kambing.

e. Persyaratan Pembukaan Tabungan Haji

- 1) Syarat untuk orang dewasa yaitu foto kopi KTP/SIM
- 2) Syarat untuk anak-anak yaitu Identitas orang tua (KTP dan NPWP), akte kelahiran atau karu keluarga.

f. Manfaat Tabungan Haji

- 1) Online dengan SSKOHAT (Sistem Komputerisasi Haji Terpadu) Kementrian Agama.
- 2) Aman dan terjamin
- 3) Tahun keberangkatan dan besarnya setoran dapat disesuaikan serta bebas biaya fasilitas autodebat.
- 4) Ketenangan batin karena dana dikelola secara syariah.

⁴⁹<http://www.tokopedia.com/s/quran/ali-imran/ayat-97> (diakses pada tanggal 6 juni 2023, pukul 15:32 WIB)., 2023.

- 5) Setoran mudah, dapat melalui *counter teller*, *e-banking* dan transfer terjadwal (baik harian maupun bulanan).⁵⁰

B. Penelitian Terdahulu

Strategi adalah pendekatan secara keseluruhan yang berkaitan dengan pelaksanaan gagasan, perencanaan, dan eksekusi sebuah aktivitas dalam kurun waktu tertentu.⁵¹ Strategi dalam penelitian ini adalah perencanaan dan metode dalam pengembangan PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidimpuan.

Pemasaran adalah aktivitas dan proses menciptakan, mengkomunikasikan, menyampaikan, dan mempertukarkan tawaran yang bernilai bagi pelanggan, klien, mitra, dan masyarakat umum. Pemasaran dimulai dengan pemenuhan kebutuhan manusia yang kemudian bertumbuh menjadi keinginan manusia. Pemasaran adalah kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan untuk mempromosikan suatu produk atau layanan yang mereka punya. Pemasaran ini mencakup pengiklanan, penjualan, dan pengiriman produk ke konsumen atau perusahaan lain.⁵²

Strategi pemasaran merupakan salah satu cara untuk mencapai tujuan perusahaan. Strategi pemasaran adalah keseluruhan langkah untuk mencapai sasaran tertentu.⁵³ Strategi pemasaran punya peranan penting dalam sebuah perusahaan atau bisnis karena untuk menentukan nilai ekonomi perusahaan, baik

⁵⁰[Http://www.bankmuamalat.co.id/index.php/tabungan/tabungan-ib-hijrah-haji](http://www.bankmuamalat.co.id/index.php/tabungan/tabungan-ib-hijrah-haji) (diakses tanggal 6 juni 2023 pukul 16:00)., 2023.

⁵¹M. Manullang, *Manajemen Strategi*, hlm. 17.

⁵²Veta Lidya Delimah Pasaribu, Dkk, *Pemasaran Kontemporer*, hlm. 1.

⁵³Melinda, Dkk, “Analisis Strategi Pemasaran Pembiayaan Kendaraan Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada PT. Bank Syariah Indonesia KCP Stabat,” *Jurnal Ekonomi Islam*” Volume 3 No. 2 (2022), hlm. 159.

itu harga barang maupun jasa. Pada dasarnya tujuan akhir marketing bermuara pada tercapainya kepuasan pelanggan.

Nasabah adalah pihak yang menggunakan jasa bank syariah dan atau unit usaha syariah.⁵⁴ Nasabah dalam penelitian ini adalah orang atau badan yang mempunyai rekening simpanan pada PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan.

Tabungan haji adalah simpanan investasi yang bertujuan untuk membantu masyarakat yang ingin melaksanakan ibadah haji dan umrah yang ditawarkan Bank Muamalat Indonesia, dalam memasarkan produk tabungan haji Bank Muamalat melakukan berbagai cara untuk menarik minat masyarakat salah satunya adalah dengan cara melalui media sosial dan membagikan brosur.⁵⁵ Tabungan haji dalam penelitian ini bertujuan untuk membantu masyarakat yang ingin menunaikan ibadah haji.

Dalam melakukan pemasaran terhadap produk tabungan haji, target utama adalah masyarakat muslim/kaum muslimin, sedangkan non muslim tidak akan melakukan ibadah haji.

Menurut penelitian Erni Nasution dkk dengan judul: “Strategi Bank Syariah Indonesia Dalam Menarik Masyarakat Untuk Membayar Zakat” menyatakan bahwa:

Strategi pemasaran merupakan langkah awal yang dilakukan untuk memperkenalkan produk-produk yang ada di Bank Syariah Indonesia. Untuk memaksimalkan strategi pemasaran tersebut, perusahaan harus mengoptimalkan kekuatan internal dan eksternal dari perusahaan itu sendiri.

⁵⁴Budi Gautama Siregar, “Strategi Bersaing Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan, *Jurnal Kajian Ilmu-Ilmu Keislaman*,” hlm. 46

⁵⁵Rini Wahyuni Pulungan, “Sistem Pengelolaan Dan Pemasaran Tabungan Mabrur Pada PT. Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua, *Skripsi*”, 2023.

Sehingga dapat memperoleh keuntungan dengan memanfaatkan strategi yang mereka bangun.⁵⁶

Menurut Muhammad Ravi Akbar, Nurul Jannah Dengan Judul Strategi Pemasaran Produk Tabungan Ib Muamalat Haji Pada PT Bank Muamalat Indonesia KCP Rantauparapat, mengatakan bahwa:

Peranan strategi pemasaran sangat penting dalam sebuah perusahaan atau bisnis karena berfungsi untuk menentukan nilai ekonomi perusahaan, baik itu harga barang maupun jasa. Dimana faktor penentu nilai harga barang atau jasa yaitu produksi, pemasaran dan konsumsi.⁵⁷

Menurut Nur Azizah dkk dengan judul Efektivitas Strategi Pemasaran Produk Tabungan Haji Dalam Meningkatkan Keunggulan Kompetitif Di BRI Syariah Kantor Cabang Pembantu Bojonegoro, mengatakan bahwa:

Tabungan haji merupakan salah satu produk pendanaan dari bank BRI Syariah yang berdasarkan prinsip syariah dengan akad *mudharabah mutlaqah* atau dana nasabah yang dipercayakan kepada bank untuk dikelola dalam membantu keperluan pemberangkatan ibadah haji, yang mana akad yang digunakan dalam tabungan haji ini adalah *akad mudharabah mutlaqah*.⁵⁸

Menurut Devi Novitasari, Dedi Suselo Dengan Judul Analisis Strategi Pemasaran Tabungan Hijrah Haji Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada Bank Muamalat KCP Nganjuk, mengatakan bahwa:

Pemasaran merupakan salah satu strategi yang dapat digunakan untuk menarik nasabah. Konsep pemasaran menjelaskan bahwa kunci dalam mencapai sesuatu yang diinginkan oleh perusahaan terletak pada kebutuhan dan keinginan pasar dan pemberian kepuasan yang diinginkan secara efektif

⁵⁶Erni Nasution, Dkk, “Strategi Bank Syariah Indonesia Dalam Menarik Masyarakat Untuk Membayar Zakat,” *Jurnal Of Islamic Social Finance Management*” Volume 3 No. 1 (2022), hlm. 69.

⁵⁷Muhammad Ravi Akbar, Nurul Jannah, “Strategi Pemasaran Produk Tabungan Ib Muamalat Haji Pada PT Bank Muamalat Indonesia KCP Rantauparapat, *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi Dan Manajemen*” Volume 2 No. 1 (2022), hlm. 1192.

⁵⁸Nur Azizah, Dkk, “Efektivitas Strategi Pemasaran Produk Tabungan Haji Dalam Meningkatkan Keunggulan Kompetitif Di BRI Syariah Kantor Cabang Pembantu Bojonegoro, *Jurnal Studi Islam*” Volume 16 No. 01 (2020), hlm. 158–59.

dan efisien dari yang dilakukan oleh pesaingnya. Fungsi dasar pemasaran yaitu perencanaan, pengorganisasian, implementasi, dan pengawasan.⁵⁹

Berdasarkan teori dan penelitian terdahulu dari penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran berperan penting dalam sebuah usaha untuk memperthankan dan meningkatkan daya saing perusahaan untuk diterapkan dalam mewujudkan tujuan perusahaan dan mendapatkan keberhasilan yang berkesinambungan.

Penelitian terdahulu merupakan penelitian yang dilakukan sebelum penelitian ini. Untuk mendukung penelitian ini, maka peneliti terdahulu yang berkaitan atau berhubungan dengan judul peneliti ini sebagai berikut:

Tabel II.1 Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Judul Peneliti	Hasil Peneliti
1	Abdul Rachman, dkk,(Jurnal Madani Syariah 2022). ⁶⁰	Strategi Pemasaran Syariah Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Tabungan Haji Dan Umrah iB Pada BTN KCPS Tangerang.	Strategi Pemasaran Syariah yang dilakukan oleh BTN KCPS Tengerang dapat meningkatkan jumlah nasabah Tabungan Haji dan Ib Umrah yaitu sebesar 27% dari jumlah sebelumnya sebanyak 43 nasabah pada tahun 2019 menjadi 55 nasabah pada tahun 2020.
2	Erni Nasution, dkk,(Jurnal <i>Of Islamic Social Finance Management</i> 2022). ⁶¹	Strategi Bank Syariah Indonesia Dalam Menarik Masyarakat Untuk Membayar Zakat.	Dalam menarik masyarakat untuk membayar zakat di Bank Syariah Indonesia Gunung Tua dengan menjelaskan apa saja keunggulan yang terdapat di dalam Bank Syariah Indonesia Gunung Tua, dan memberikan layanan yang layak bagi

⁵⁹Devi Novitasari, Dedi Suselo, "Analisis Strategi Pemasaran Tabungan Hijrah Haji Dalam Meningkatkan Nasabah Pada Bank Muamalat KCP Nganjuk, *jurnal EMBISS*" Volume 2 No. 4 (2022), hlm. 492.

⁶⁰Abdul Rachman, Dkk, "Strategi Pemasaran Syariah Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Tabungan Haji Dan Ib Umrah Pada BTN KCPS Tangerang," *Jurnal Madani Syariah*."

⁶¹Erni Nasution, Dkk, "Strategi Bank Syariah Indonesia Dalam Menarik Masyarakat Untuk Membayar Zakat," *Jurnal Of Islamic Social Finance Management*", hlm. 69

			nasabah untuk bertransaksi dalam membayar zakat.Strategi yang dilakukan bank syariah Indonesia Gunung Tua adalah dengan menggunakan strategi <i>marketing mix</i> yakni <i>product, promotion, people, dan place</i> .
3	Muhammad Ravi Akbar, Nurul Jannah (Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi dan manajemen 2022). ⁶²	Strategi Pemasaran Produk Tabungan Ib Muamalat Haji Pada PT Bank Muamalat Indonesia KCP Rantauparapat	Strategi khusus yang digunakan adalah menawarkan ke perusahaan-perusahaan, pengajian ibu-ibu, dan bapak-bapak, KBIH (walaupun pegawai sudah haji tetapi tabungan tersebut diperuntukkan untuk keluarganya) serta karyawan yang <i>payroll</i> di Bank Muamalat.
4	Devi Novitasari, Dedi Suselo (jurnal EMBISS 2022). ⁶³	Analisis Strategi Pemasaran Tabungan Hijrah Haji Dalam Meningkatkan Nasabah Pada Bank Muamalat KCP Nganjuk	Hasil riset menyatakan bahwa perencanaan strategi pada masa pandemi yaitu dengan menambah <i>channel</i> pemasaran dan berfokus pada promosi melalui digitalisasi. Pengimplementasian strategi yang paling efektif yaitu <i>personal selling</i> , selain itu bank juamalat juga melakukan promosi melalui <i>direct selling</i> , menyebarkan brosur dan media sosial.
5	Muhammad Suhri,(Jurnal Hukum Dan Ekonomi Islam 2021). ⁶⁴	Strategi Pemasaran Tabungan Haji Terhadap Minat Masyarakat Di Bank Syariah Mandiri Sumbawa Besar	strategi pemasaran yang dilakukan oleh syariah mandiri khususnya pada produk tabungan haji yaitu dengan memasarkan produknya lewat pembagian brosur, mensosialisasikan ke tempat-tempat umum, sekolah, kantor-

⁶²Muhammad Ravi Akbar, Nurul Jannah, ““Strategi Pemasaran Produk Tabungan Ib Muamalat Haji Pada PT Bank Muamalat Indonesia KCP Rantauparapat, *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi Dan Manajemen*”, hlm. 1192

⁶³Devi Novitasari, Dedi Suselo, ““Analisis Strategi Pemasaran Tabungan Hijrah Haji Dalam Meningkatkan Nasabah Pada Bank Muamalat KCP Nganjuk, *jurnal EMBISS*”, hlm. 492

⁶⁴Muhammad Suhri, ““Strategi Pemasaran Tabungan Haji Terhadap Minat Masyarakat Di Bank Syariah Mandiri Sumbawa Besar, *Jurnal Hukum Dan Ekonomi Islam*”, hlm. 47

			kantor, dan lewat sosial media. Saat pemasaran produk, marketing sudah dibekali prndidik/pendidikan, diantaranya adalah tentang strategi pemasaran produk.
6	Mariya Ulpah,(Madani Syariah 2021). ⁶⁵	Strategi Pemasaran Sales Funding Bank BNI Syariah Cabang Tangerang Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah	Strategi pemasaran yang dilakukan oleh sales funding Bank BNI Syariah Cabang Tangerang terbukti efektif, ini terlihat oleh data bahwa jumlah nasabah bank BNI Syariah Cabang Tangerang dalam tiga tahun terakhir mengalami kenaikan yang sangat signifikan.
7	Siti Iminiatul Muflihatin, dkk,(Jurnal Ilmu Manajemen 2021). ⁶⁶	Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Tabungan Simpanan Pelajar (Simpel) Pada PD. BPR Bank Daerah Lamongan	Strategi pemasaran yang tepat yang dapat digunakan strategi S-O diantaranya meningkatkan pengembangan produk kepada konsumen agar merasa puas, meningkatkan pelayanan kepada nasabah dengan memanfaatkan sistem jemput bola untuk meraih pasar potensial, memberikan informasi kepada nasabah mengenai pelayanan yang dibeikan oleh PD. BPR. Bank Daerah Lamongan.
8	Nur Azizah, dkk (Jurnal Studi Islam 2020). ⁶⁷	Efektivitas Strategi Pemasaran Produk Tabungan Haji Dalam Meningkatkan Keunggulan Kompetitif Di	Strategi bank dalam menentukan marketnya berdasarkan pekerjaannya yaitu pekerjaan mikro dan <i>consumer</i> , sedangkan dalam startegi <i>marketing mix</i> pihak bank menciptakan harga, distribusi dan promosi. Kemudian

⁶⁵Mariya Ulpah, “Strategi Pemasaran Sales Funding Bank BNI Syariah Cabang Tangerang Dalam Menambah Jumlah Nasabah,” *Jurnal Madani Syariah*”, hlm. 28

⁶⁶Siti Iminiatul Muflihatin, dkk, “Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Tabungan Simpanan Pelajar (Simpel) Pada PD. BPR Bank Daerah Lamongan,” *Jurnal Ilmu Manajemen*”, hlm. 76

⁶⁷Nur Azizah, Dkk, “Efektivitas Strategi Pemasaran Produk Tabungan Haji Dalam Meningkatkan Keunggulan Kompetitif Di BRI Syariah Kantor Cabang Pembantu Bojonegoro, *Jurnal Studi Islam*”, hlm. 158-159

		BRI Syariah Kantor Cabang Pembantu Bojonegoro	mengadakan kajian-kajian di masjid atau mushallah, menggali profil nasabah (<i>know your customer</i>) dan kemudian menerapkan strategi pelayanan.
9	Ary Prastya, Susianto, (Jurnal FEB 2019). ⁶⁸	Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Produk Pembiayaan Murabahah Pada BPRS Al-Washliyah Medan	BPRS Al-Washliyah dalam melakukan kegiatan pemasaran masih menggunakan strategi <i>marketing mix</i> 4p (<i>place, product, price, dan promotion</i>). Strategi ini dilakukan dengan cara periklanan, promosi penjualan, publisitas, dan penjualan pribadi.
10	Rahma Fitri, Alim Murtani, (Jurnal FEB 2018). ⁶⁹	Analisis Strategi Pemasaran Dan Pelayanan Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Tabungan Mabur Pada PT. Bank Syariah Mandiri KC Setia Budi Medan	Strategi pemasaran yang diterapkan oleh BSM KC Setia Budi mengenai produk tabungan mabrur menggunakan bauran marketing pemasaran (<i>marketing mix</i>), dalam menggunakan pelayanan prima dengan kecakapan dan ketanggapan karyawan dalam memberikan informasi yang rinci kepada nasabah.

Dari penelitian diatas, ada beberapa perbedaan dan juga persamaan sebagai berikut:

- a. Persamaan penelitian Abdul Rachman, dkk, dengan penelitan peneliti adalah sama-sama meneliti tentang tabungan haji dan menggunakan metode kualitatif, sedangkan pembedanya yaitu pada objek yang diteliti.

⁶⁸Ary Prastya, Susianto, “Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Produk Pembiayaan Murabahah Pada BPRS Al-Washliyah Medan,” *Jurnal FEB*” Volume 1 No. 1 (2019): 649.

⁶⁹Rahma Fitri, Alim Murtani, “Analisis Strategi Pemasaran Dan Pelayanan Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Produk Tabungan Mabur Pada PT. Bank Syariah Mandiri KC Setia Budi Medan,” *Jurnal FEB*”, hlm. 91

- b. Persamaan penelitian Erni Nasution, dkk, dengan peneliti adalah sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif, sedangkan pembedanya yaitu Erni Nasution dkk meneliti tentang strategi bank syariah Indonesia dalam menarik masyarakat untuk membayar zakat dan penelitian saya strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah nasabah tabungan haji.
- c. Persamaan penelitian Muhammad Ravi, Nurul Jannah, dengan penelitian peneliti adalah variabel yang sama yaitu strategi pemasaran dan menggunakan metode kualitatif, sedangkan pembedanya yaitu pada objek yang diteliti.
- d. Persamaan penelitian Devi Novitasari, Dedi suselo, dengan penelitian peneliti adalah variabel yang sama yaitu strategi pemasaran dan juga menggunakan metode kualitatif, sedangkan pembedanya pada objek yang diteliti.
- e. Persamaan penelitian Muhammad Suhri, dengan penelitian peneliti adalah variabel yang sama yaitu strategi pemasaran dan menggunakan metode kualitatif deskriptif, sedangkan pembedanya terdapat pada tempat penelitian.
- f. Persamaan penelitian Mariya Ulpah, dengan penelitian peneliti adalah variabel yang sama yaitu strategi pemasaran dan menggunakan metode kualitatif, sedangkan pembedanya terdapat pada objek yang diteliti
- g. Persamaan penelitian Siti Imaniatul, dkk, dengan penelitian peneliti adalah variabel yang sama yaitu strategi pemasaran dan menggunakan metode kualitatif, sedangkan pembedanya yaitu Siti Imaniatul, dkk meneliti tentang tabungan pelajar sedangkan peneliti tentang tabungan haji.

- h. Persamaan penelitian Nur Azizah, dkk, dengan penelitian peneliti adalah sama-sama menggunakan metode kualitatif, sedangkan pembedanya yaitu pada objek yang diteliti.
- i. Persamaan penelitian Ary Prastya, Susianto, dengan penelitian peneliti adalah variabel yang sama dan menggunakan metode kualitatif, sedangkan pembedanya yaitu pada Ary Prastya, Susianto meneliti tentang pemasaran produk pembiayaan murabahah sedangkan penelitian saya tentang pemasaran tabungan haji.
- j. Persamaan penelitian Rahma Fitri, Alim Murtani, dengan penelitian peneliti adalah variabel yang sama yaitu strategi pemasaran dan menggunakan metode kualitatif, sedangkan pembedanya yaitu pada objek yang diteliti.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Lokasi dan Waktu Penelitian

Adapun lokasi yang dijadikan tempat penelitian ini adalah PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidimpuan, Jl. Jend. Gatot Subroto No. 8, Wek II Padangsidimpuan Utara, Sumatera Utara 22718, Indonesia. Waktu penelitian ini dilaksanakan pada bulan Agustus 2023 sampai dengan Januari 2024.

B. Jenis Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif dengan metode deskriptif. Penelitian kualitatif adalah metode baru karena popularitasnya belum lama, metode ini juga dinamakan postpositivistik karena berlandaskan pada filsafat post positisme, serta sebagai metode artistik karena proses penelitian lebih bersifat (kurang terpola), dan disebut metode interpretasi terhadap data yang digunakan di lapangan.⁷⁰ Adapun metode deskriptif adalah suatu metode dalam meneliti status kelompok manusia, suatu objek, suatu set kondisi, suatu sistem pemikiran, ataupun suatu peristiwa pada masa sekarang.⁷¹

C. Subjek Penelitian

Subjek penelitian adalah individu, benda atau organisme yang dijadikan informasi yang dibutuhkan dalam pengumpulan data penelitian. Istilah lain dari subjek penelitian lebih dikenal dengan responden, yaitu orang yang memberi respon atau informasi yang dibutuhkan dalam pengumpulan data penelitian, jadi

⁷⁰Budi Gautama Siregar Dan Ali Hardana, *Metode Penelitian Ekonomi Dan Bisnis Islam* (Medan: CV Merdeka Kreasi Group, 2021), hlm. 60.

⁷¹Moh. Nazir, *Metode Penelitian* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2014), hlm. 43.

sumber yang bersedia memberikan informasi dalam pengumpulan data penelitian berasal dari responden maupun informan.⁷²

Subjek dalam penelitian ini adalah orang yang memberikan informasi tentang masalah atau keadaan yang sebenarnya. Untuk memperoleh data dan informasi maka dibutuhkan adanya subjek penelitian. Adapun yang menjadi subjek penelitian ini adalah 2 karyawan dan 3 nasabah untuk mendeskripsikan permasalahan penelitian mengenai Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Tabungan Haji Pada PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan.

Tabel III.1 Subjek Penelitian

No	Nama	Umur	Jabatan
1	Rusdi	48 Tahun	<i>Branch Recovery</i>
2	Amel	26 Tahun	<i>Rerlationship Manager</i>
3	Basania	55 Tahun	Nasabah Tabungan Haji
4	Misbah Lubis	44 Tahun	Nasabah Tabungan Haji
5	Muhammad Rasyid	58 Tahun	Nasabah Tabungan Haji

D. Sumber Data

sumber data penelitian ini terdiri dari dua sumber, yaitu data primer dan data sekunder:

1. Data primer adalah bukti penulisan yang diperoleh dilapangan yang dilakukan secara langsung oleh penulisnya. Untuk pembuktian suatu kasus penulisan ilmiah, penulis harus mengumpulkan data atau informasi secara cermat dan tuntas. Selain itu juga harus diuji kebenaran dan keabsahannya. Oleh karena itu, sebelum digunakan dalam karangan semua data harus dievaluasi atau diuji

⁷²Sri Wahyuni Hasibuan, Dkk, *Metodologi Penelitian Bidang Muamalah Ekonomi Dan Bisnis* (Bandung: Media Sains Indonesia, 2021), hlm. 137-138.

kebenarannya sehingga diketahui secara pasti, data itu merupakan fakta. Data dapat diuji dengan wawancara, angket, observasi/ penelitian lapangan atau penelitian kepustakaan.⁷³ Sumber data diambil dari wawancara langsung dengan *Relationship Manager, Branch Recovery* dan nasabah tabungan haji pada PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan.

2. Data sekunder adalah bukti teoritik yang diperoleh melalui studi pustaka. Data ini mendasari kajian teoritik yang digunakan sebagai landasan kerangka berpikir. Untuk itu penulis memerlukan kajian teoritik yang mendalam untuk menghasilkan deskriptif teori yang benar-benar yang dapat mendasari kerangka berpikir. Sumber teori dapat berupa buku, jurnal mutakhir, jurnal pada internet dan referensi lainnya.⁷⁴ data sekunder berdasarkan kajian teoritik data sekunder ini berupa literatur-literatur yang berkaitan dengan PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan.

E. Teknik Pengumpulan Data

1. Observasi

Observasi adalah suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis. Dan diantara yang penting adalah proses-proses pengamatan dan ingatan.⁷⁵ Dalam hal ini peneliti terjun langsung dan melakukan observasi di PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan untuk mengetahui strategi pemasarannya.

⁷³Widjono, *Bahasa Indonesia* (Jakarta: PT. Grasindo, 2007), hlm. 248.

⁷⁴Widjono, *Bahasa Indonesia* (Jakarta: PT. Grasindo, 2007), hlm. 248.

⁷⁵Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2016), hlm. 145.

2. Wawancara

Wawancara adalah bentuk komunikasi langsung antara peneliti dan responden sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu. Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam. Wawancara dalam penelitian ini dilakukan secara langsung.

Adapun indikator dalam penelitian ini untuk menjawab yang tercantum dalam rumusan masalah antara lain yaitu:

- a. Strategi pemasaran tabungan haji yang dilakukan PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidimpuan.
- b. Kualitas pelayanan pegawai bank terhadap loyalitas nasabah Tabungan Haji
- c. Kendala dalam memasarkan produk Tabungan Haji di Pt. Bank Muamalat Indonesia KCU

3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan metode pengumpulan data dengan cara mencatat data-data yang sudah ada. Teknik pengumpulan data yang diperoleh dari dokumen-dokumen. Dokumentasi dapat berupa gambar, foto, tulisan, maupun karya-karya monumental dari seseorang.⁷⁶ Hasil penelitian akan lebih dapat dipercaya jika didukung dengan dokumentasi. Dokumentasi yang dilakukan peneliti dengan menggunakan smartphone yaitu dokumentasi seperti rekaman video dan gambar

⁷⁶Hardani, *Metodologi Penelitian Kualitatif & Kuantitatif* (Yogyakarta: CV Pustaka Ilmu, 2020), hlm. 149.

F. Teknik Pengolahan dan Analisa Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun urutan data secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data kedalam kategori, menjabarkan kedalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami.

Adapun proses analisis data dalam penelitian ini adalah:

1. Reduksi Data

Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya serta membuang yang tidak perlu. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data dan selanjutnya mencarinya bila diperlukan. Reduksi data dalam penelitian ini memberikan gambaran yang lebih jelas serta mempermudah bagi peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya mengenai strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah nasabah tabungan haji pada PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan.

2. Penyajian Data

Dalam penelitian kualitatif, penyajian data biasanya dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, *flowchart* dan sejenisnya. Dengan men-*display* kan data maka akan memudahkan untuk memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah

dipahami tersebut.⁷⁷ Pada tahap ini peneliti tentunya berupaya mengklarifikasikan dan menyajikan data yang sesuai dengan pokok permasalahan pada penelitian.

3. Analisis Data Nvivo

Penelitian ini menggunakan analisis Nvivo untuk membantu peneliti kualitatif dengan melakukan koding terhadap data dari berbagai sumber dan sekaligus memisahkan data yang bersumber dari informan, peneliti, serta sumber data sekunder. Teknik-teknik memasukkan berbagai sumber data kualitatif untuk di analisis dalam Nvivo dengan memasukkan dokumen ke dalam Nvivo, PDF ke dalam Nvivo, dokumen ke dalam Nvivo, data dari database ke dalam Nvivo, dan website jejaring sosial media ke Nvivo.⁷⁸

4. Penyimpulan dan Verifikasi

Penarikan kesimpulan data verifikasi. Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pengumpulan data pada tahap pengumpulan data berikutnya. Tetapi apabila kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal, di dukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali ke lapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel.⁷⁹

⁷⁷Zuchri Abdussamad, *Metode Penelitian Kualitatif* (Makassar: CV. Syakir Media Press, 2021), hlm. 161-162.

⁷⁸Agustinus Bandur, *Penelitian Kualitatif Metodologi, Desain, dan Teknik Analisis Data Dengan Nvivo 11 Plus* (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2016), hlm. 111.

⁷⁹Zuchri Abdussamad, *Metode Penelitian Kualitatif* (Makassar: CV. Syakir Media Press, 2021), hlm. 161-162.

Kesimpulan dalam penelitian kualitatif yang diharapkan adalah proses perumusan makna dari hasil penelitian yang diungkapkan dengan kalimat yang jelas dan mudah dipahami, serta dilakukan dengan cara berulang kali melakukan peninjauan mengenai kebenaran dari penyimpulan tersebut, khususnya berkaitan dengan relevansi dan konsistensinya terhadap judul, tujuan dan perumusan masalah yang ada

G. Teknik Pengecekan Keabsahan Data

Untuk menghindari kesalahan atau kekeliruan data yang telah terkumpul, perlu dilakukan pengecekan keabsahan data. Pengecekan keabsahan data didasarkan pada kriteria derajat kepercayaan dengan teknik triangulasi, ketekunan, pengamatan.

Triangulasi merupakan teknik pengumpulan data yang bersifat menggabungkan dari berbagai teknik pengumpulan data dari sumber data yang telah ada. Adapun triangulasi yang digunakan adalah sebagai berikut:

1. Triangulasi Sumber

Triangulasi sumber menguji kredibilitas data yang dilakukan dengan mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber.⁸⁰ Seperti membandingkan data dengan hasil pengamatan melalui wawancara, yakni membandingkan data apa yang dilakukan secara pribadi atau secara umum. Seperti yang peneliti amati dari berbagai sumber yang berbeda-beda bahwa

⁸⁰Dewi Hangraini, *Strategi Bisnis Manajemen Resiko Dalam Pengembangan UMKM Di Indonesia* (Bogor: IPB Press, 2021), hlm. 33-35.

data yang diperoleh tentunya ada yang berbeda sehingga pandanganpun berbeda-beda pula mengenai fenomena yang diteliti.

2. Triangulasi Metode

Triangulasi metode berarti peneliti menggunakan teknik pengumpulan data yang berbeda-beda untuk mendapatkan data dari sumber yang sama. Misalnya data yang diperoleh dengan wawancara, lalu di cek dengan observasi, dokumentasi.⁸¹ Peneliti melakukan pengecekan ulang terhadap data yang diperoleh dari sumber yang sama dengan observasi dan dokumentasi yang dilakukan peneliti terhadap informan yang bersangkutan bahwa data yang di berikan benar adanya.

⁸¹ABD. Rahman Rahim, *Cara Praktis Penulisan Karya Ilmiah* (Yogyakarta: Zahir Publishing, 2020), hlm. 100.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan

1. Sejarah Berdirinya PT. Bank Muamalat Indonesia

PT. Bank muamalat Indonesia merupakan bank syariah pertama di Indonesia yang menggunakan konsep perbankan secara syariah pada tahun 1992. Sebagai bank pertama murni syariah, PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk berkomitmen untuk menghadirkan layanan perbankan yang tidak hanya *comply* terhadap syariah, namun juga kompetitif dan aksesibel bagi masyarakat hingga pelosok nusantara. Bank Muamalat Indonesia didirikan atas gagasan dari Majelis Ulama Indonesia (MUI), Ikatan Cendekiawan Muslim Indonesia (ICMI) dan pengusaha muslim yang kemudian mendapat dukungan dari Pemerintah Republik Indonesia.⁸²

PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan resmi di buka pada tanggal 03 Juli 2003 oleh Dewan Komisaris dari kantor pusat Jakarta beserta rombongan bersama Bapak Andi Bukhari kepala cabang Medan dan disaksikan oleh Muspida, MUI, Kementrian Agama, Pejabat setempat serta seluruh karyawan yang pada saat itu berjumlah 16 orang. Pimpinan I PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan pada periode 2003-2004 yaitu Bapak Hasmal Sunandi. Pimpinan II PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan pada periode 2004-2008 yaitu Bapak Dedi Muliya. Pimpinan

⁸²<http://www.bankmuamalat.co.id/profil-bank-muamalat>, Diakses pada 16 Oktober 2023, pukul 11:23 WIB., 2023.

III PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidimpuan pada periode tahun 2008-2011 yaitu Bapak Armansyah Mirja. Pimpinan IV PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidimpuan pada periode tahun 2012-2015 yaitu Bapak Ir. Fauzi. Pimpinan V PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidimpuan pada periode tahun 2015-2018 Bapak Muhammad Helmi. Pimpinan VI PT. Bank Muamalat Indonesia periode tahun 2018 sampai dengan sekarang yaitu Ibu Efrida Yanti Siregar.

PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidimpuan terletak di Jl. Gatot Subroto No. 8 Kota Padangsidimpuan, yang awalnya gedung ini digunakan untuk tempat bioskop, tetapi kemudian dikontrakkan untuk kantor PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidimpuan. lokasi ini mudah dijangkau, karena lokasinya berada di pusat kota, yang gedungnya berdampingan dengan Horas Bakery dan dekat dengan lokasi perkantoran Polres, Pengadilan Negeri Kota Padangsidimpuan serta Plaza Anugrah pusat pasar.⁸³

2. Visi dan Misi PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidimpuan

Adapun visi dan misi PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidimpuan, yaitu:

a. Visi PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidimpuan

Menjadi bank syariah terbaik dan termasuk dalam 10 besar di Indonesia dengan eksistensi yang diakui ditingkat Regional.

⁸³<http://www.bankmuamalat.co.id/profil-bank-muamalat.>, Diakses pada 17 Oktober 2023, Pukul 14:15 WIB, 2023.

b. Misi PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan

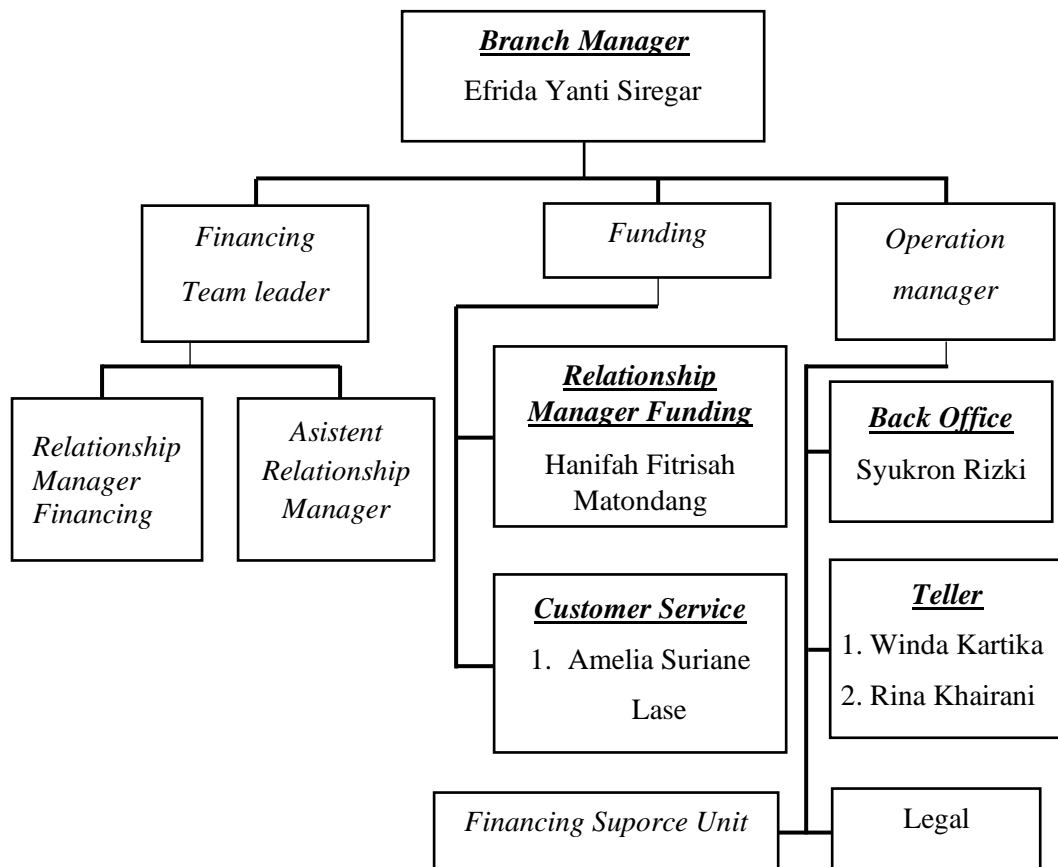
Membangun Lembaga Keuangan Syariah yang unggul dan berkesinambungan, penekanan pada semangat kewirausahaan berdasarkan prinsip kehati-hatian, keunggulan sumber daya manusia yang islami dan professional serta orientasi investasi yang inovatif untuk memaksimalkan nilai kepada seluruh pemangku kepentingan.

3. Struktur Organisasi

Struktur organisasi merupakan gambaran suatu perusahaan secara sederhana memperlihatkan wewenang dan tanggung jawab, serta memberikan gambaran tentang satuan-satuan kerja dalam suatu organisasi dan menjelaskan hubungan-hubungan yang ada untuk membentuk pemimpin atau ketua umum dalam mengidentifikasi, mengkoordinir tingkatan dan seluruh fungsi yang ada dalam suatu organisasi.

Struktur organisasi PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan senantiasa menyesuaikan diri dengan perkembangan bisnis, seklaigus juga mengantisipasi dinamika perubahan lingkungan bisnis. Adapun struktur organisasi PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan terdiri dari:

Gambar IV.1 Struktur Organisasi PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan



Sumber PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan

4. Uraian Pekerjaan PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan

Demi kelancaran tugas dan tanggung jawab masing-masing bagian, maka diperlukan peran struktur organisasi. Berikut ini adalah penjelasan uraian pekerjaan berdasarkan struktur organisasi PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan:

- a. *Branc Manager* tugasnya mengawasi dan memotivasi agar marketing bekerja dengan semaksimal mungkin.

- b. *Back Office* tugasnya melaksanakan pembukuan pembiayaan yang meliputi dropping angsuran dan pelunasan pembiayaan nasabah untuk memastikan hak dan kewajiban nasabah dijalankan tepat waktu dan tepat jumlah.
- c. *Relationship Manager*, tugasnya melakukan marketing produk Bank Muamalat Indonesia dengan berorientasi kepada *cross selling*, baik itu kepada nasabah perorangan, yayasan, perusahaan dan sebagainya.
- d. *Branch collection*, tugasnya melakukan proses penagihan angsuran terhadap nasabah pembiayaan *retail* bermasalah dengan pendekatan kepada nasabah dan membuat laporan atas *progress* pengihan tersebut serta melakukan koordinasi dalam penganganannya dengan pihak terkait.
- e. *Customer service*, tugasnya menawarkan, memberikan, layanan dan mengupayakan *cross selling* terhadap produk dan jasa Bank Muamalat Inonesia kepada nasabah dan calon nasabah, baik yang datang secara langsung ataupun tidak langsung untuk memastikan nasabah merasa puas, cepat dan aman terhadap pelayanan yang diberikan oleh pemangku jabatan.
- f. *Teller*, tugasnya memproses / melaksanakan transaksi tunai dan non tunai, termasuk juga warkat-warkat sesuai dengan batas wewenangnya.⁸⁴ *Teller* juga berfungsi dalam memberikan pelayanan kepada nasabah ketika kegiatan penyetoran dan penarikan uang tunai, pemindahan bukuan atau penyetoran non tunai (rupiah dan valuta asing).

⁸⁴Ikatan Banker Indonesia, *Mengelola Kualitas Layanan Perbankan* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2014), hlm. 5.

5. Produk dan Layanan Pada PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan

a. Tabungan

- 1) Tabungan iB Hijrah, yaitu tabungan nyaman untuk digunakan kebutuhan transaksi dan berbelanja dengan kartu Shar-E Debit. Produk Tabungan iB Hijrah ini menggunakan akad *wadiah* yaitu titipan.
- 2) Program Tabungan Prima Berhadiah (TPB), yaitu tabungan berbasis akad *mudhārabah* dengan memberukan hadiah dimuka sesuai keinginan nasabah tanpa diundi, dimana nasabah bersedia menabung dalam jangka waktu dan ketentuan tertentu.
- 3) Tabungan iB Hijrah Valas, yaitu tabungan dengan akad *wādi'ah* yang dapat digunakan untuk mendukung kebutuhan transaksi dalam demonisasi valuta asing *Unites State Dollar* (USD) DAN *Singapore Dollar*(SGD).
- 4) Tabunganku, yaitu tabungan dalam mata uang rupiah (IDR) dengan menggunakan akad *wādi'ah yad dhāmanah*, dengan persyaratan mudah untuk mendorong budaya menabung sejak dini.
- 5) Tabungan iB Hijrah Simpel, yaitu tabungan dalam mata uang rupiah (IDR) dengan akad *mudhārabah muṭhlāqah* yang diperuntukkan bagi siswa atau pelajar dengan syarat yang mudah dan sederhana, serta fitur yang sama dengan tabunganku yaitu menarik untuk mendorong budaya menabung sejak dini.

- 6) Tabungan iB Hijrah Prima, yaitu tabungan dengan akad *mudhārabah* yang dapat digunakan untuk mendukung kebutuhan *financial* dengan bagi hasil yang kompetitif.
- 7) Tabungan iB Hijrah *Payroll*, yaitu tabungan dengan akad *wādi'ah* untuk nasabah perorangan yang merupakan karyawan dari suatu perusahaan atau institusi tertentu.
- 8) Tabungan iB Hijrah Rencana, yaitu dalam mata uang rupiah (IDR) dengan menggunakan akad *mudhārabah muṭhālaqah*, dengan setoran rutin setiap bulan yang tidak dapat diambil sewaktu-waktu. Tabungan ini membantu nasabah untuk mencapai tujuan tertentu dan dilengkapi dengan benefit asuransi jiwa.
- 9) Tabungan iB Hijrah Haji, yaitu tabungan yang menawarkan solusi lengkap untuk proses pelaksanaan ibadah haji.

Tabel IV.1 Fitur Produk

Akad	<i>Wadi'ah</i>
Setoran Awal	Rp.25.000.000,00,- /100.000,00,-
Setoran Minimal	Rp. 50,000,-
Saldo Minimal	Rp. 100,000,-

Sumber PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan

b. Deposito

- 1) Deposito iB Hijrah, yaitu deposito syariah dalam mata uang rupiah dan USD *Dollar* yang fleksibel dan memberikan hasil investasi yang optimal bagi nasabah. Akad yang digunakan dalam produk ini adalah akad *mudhārabah mutlaqah*.

- 2) Deposito Online iB Hijrah Muamalat, yaitu deposito berbasis akad *mudharabah* yang dapat dibuka secara praktik kapanpun dan dimanapun melalui Muamalat DIN dengan bagi hasil yang optimal dalam mata uang rupiah.

c. Giro

- 1) Giro iB Hijrah, yaitu suatu rekening giro yang dapat digunakan untuk mendukung transaksi bisnis maupun transaksi sehari-hari.⁸⁵ Produk ini menggunakan akad *wādi'ah yad dhāmanah*.
- 2) Giro iB Hijrah Ultima, yaitu produk giro berbasis akad *mudhārabah* yang memberikan kemudahan dan kenyamanan dalam bertransaksi bisnis dengan dua mata uang asing (IDR, USD) yang dapat digunakan untuk mendukung kebutuhan transaksi bisnis maupun transaksi sehari-hari. Pada produk ini nasabah sebagai pemilik modal dana dan bank akan bertindak sebagai pengelola dana.

d. Pembiayaan

- 1) KPR iB Hijrah, yaitu produk pembiayaan yang akan membantu anda untuk memiliki rumah tinggal, rumah susun, apartemen dan condotel termasuk renovasi dan pembangunan serta pengalihan (*take over*) KPR dari bank lain dengan dua pilihan akad yaitu *murabahah* (Jual Beli) atau *musyarakah mutahaqisah* (kerjasama sewa).

⁸⁵Lin Putri Utari, “Strategi Pemasaran Dana Talangan Haji Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada PT. Bank Muamalat Indonesia TBK Cabang Padangsidempuan” (*Skripsi*, Padangsidempuan, UIN SYAHADA, 2022), hlm. 46.

- 2) *Prohajj* atau Talangan Haji. Yaitu produk terbaru pada PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidimpua. Produk ini diluncurkan sejak bulan November 2021 dengan menggunakan akad *wākalah bil ujroh* dan *qardh*. Produk ini memberikan kemudahan kepada nasabah yang ingin melaksanakan ibadah haji. Namun, semenjak awal tahun 2023 produk ini sudah dihapuskan.

e. *Brancassurance*

Brancassurance adalah takaful keluarga Hijrah Cendikia yang merupakan produk asuransi yang memberikan manfaat berupa pembayaran santunan asuransi kepada ahli waris apabila orang tua mengalami musibah meninggal dunia atau cacat tetap total dalam masa asuransi.⁸⁶ Dengan membayar kontribusi secara berkala, maka akan mendapat dana yang bisa diklaim pada setiap jenjang pendidikan.

B. Hasil Penelitian Wawancara dengan Karyawan dan Nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidimpuan

1. Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Tabungan Haji Pada PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidimpuan

a. Strategi Pemasaran, Promosi, Kualitas Pelayanan dan Kendala Pada PT. Bank Muamalat Indoensia KCU Padangsidimpuan

Produk tabungan haji pada PT. Bank Muamalat Indoensia KCU Padangsidimpuan sudah ada sejak dulu. PT. Bank Muamalat Indoensia KCU

⁸⁶<http://www.bankmuamalat.co.id/index.php/bancassurance/takaful-keluarga-hijrah-cendikia>, Diakses pada 22 Desember 2023, Pukul 11.58 WIB., 2023.

Padangsidimpuan memiliki strategi-strategi untuk menarik minat nasabah dalam meningkatkan jumlah nasabahnya dimana produk ini sangat diminati oleh masyarakat yang mayoritas beragama islam. Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Amel selaku *Relationship Manager* PT. Bank Muamalat Indoensia KCU Padangsidimpuan mengatakan bahwa:

Tabungan Haji merupakan salah satu produk yang ada di Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidimpuan yang diperuntukkan bagi nasabah yang melaksanakan ibadah haji. Untuk mendapatkan porsi haji nasabah harus memiliki dana 25 juta untuk di ajukan ke DEPAG. Kemudian untuk nasabah yang belum memiliki dana 25 juta bisa menabung dulu dengan setoran awal Rp100.000 sampai dananya cukup untuk mendapatkan porsi haji. Kemudian sejauh ini tidak ada nasabah yang komplek terhadap pelayanan kita namun yang jadi permasalahannya bagi nasabah itu dananya yang gak bisa di ambil meskipun itu keadaan mendesak, nasabah juga kadang yang di luar cabang mengeluh mengenai lokasi yang jauh dari tempat tinggal mereka serta kurangnya jangkauan kita ke daerah-daerah tertentu karena kurangnya SDM kita yang kompeten. Dengan itu Pihak BMI melakukan pemasaran melalui pengajian ibu-ibu, guru-guru madrasah, pondok pesantren, dosen-dosen dan lain-lain. selanjutnya untuk promosi pihak bank muamalat melakukan pemasaran dengan cara media sosial, tatap muka secara langsung serta info yang didapat dari mulut kemulut atau di saat ada nasabah yang *work-in ke customer* disitu difokuskan juga. Bank Muamalat telah berusaha memberikan pelayanan yang terbaik kepada nasabah dengan baik dalam segi sikap, maupun dalam segi berinteraksi dengan nasabah.⁸⁷

Berdasarkan hasil wawancara yang peneliti lakukan dengan Bapak Rusdi selaku *Branch Recovery* PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidimpuan mengatakan bahwa:

Tabungan haji merupakan suatu produk yang bertujuan untuk mempermudah umat muslim yang ingin melaksanakan ibadah haji. Dengan setoran di awal minimal Rp.100.000,00. Bagi nasabah yang sudah memiliki uang *cash* 25 juta bisa langsung mendapatkan porsi

⁸⁷Amel, Relationship Manager Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidimpuan, *Wawancara* (20 November 2023, Pukul 14.:35 WIB), 2023.

haji dan sebaliknya nasabah yang tidak memiliki dana 25 juta bisa menabung dulu sesuai kemampuan nasabah sampai uangnya cukup. Kita menggunakan strategi khusus dimana pihak funding bekerja sama dengan kemenag dengan meminta kemudahan layanan-layanan haji itu kepada nasabah biar masa prosesnya cepat apalagi nasabah kita ini kebanyakan yang jauh, misalnya kalo bisa satu hari selesai dan disaat nasabah datang untuk mendaftar porsi haji kita berusaha memberikan pelayanan yang ramah, menyenangkan, bagus, cepat dan tidak bertele-tele terutama di KEMENAG nya ketika nasabah ini datang langsung dilayani. Kita juga melakukan pemasaran dengan cara sosialisasi yaitu mendatangi instansi-instansi pemerintahan terutama basisnya dibagian pondok pesantren, kemudian guru-guru, serta PNS yang di padangsidimpuan dan tpsel kita datangi kantornya. Kita juga memberikan pembiayaan bagi nasabah yang tidak memiliki uang *cash* dengan menawarkan pembiayaan dengan AMITRA. Untuk layanan kita sejauh ini tidak ada nasabah yang komplek tapi kendala kita yaitu karena memang masih banyak nasabah yang tidak mengetahui letak lokasi bank muamalat padangsidimpuan ini apalagi nasabah yang jauh dari kantor bank muamalat, dan juga kurangnya jangkauan kita ke daerah yang diluar cabang untuk memasarkan produk kita jadi kita hanya berfokus ke nasabah-nasabah loyal serta kurangnya fasilitas kita yaitu mesin ATM. kemudian kita terkendala saat melakukan pemasaran secara online terkadang terkendala pada kualitas jaringan, dan juga tidak semua nasabah bisa menggunakan jejaring sosial sehingga kita terbatas untuk melakukan pemasaran. namun pihak bank akan terus berusaha melakukan pemasaran dan promosi yang terbaik serta berusaha memberikan pelayanan yang baik kepada nasabah agar jumlah nasabah kita terus meningkat.⁸⁸

2. Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Tabungan Haji Pada

PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidimpuan

a. Pandangan Nasabah Terhadap Pemasaran, Promosi dan Kualitas Pelayanan

PT. Bank Muamalat Indoensia KCU Padangsidimpuan.

Produk tabungan haji yaitu produk yang di luncurkan bank muamalat untuk membantu nasabah yang ingin melaksanakan ibadah haji. Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Basania mengatakan bahwa:

⁸⁸Rusdi, Branch Recovery Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidimpuan, *Wawancara*, (28 November 2023 Pukul 11:53 WIB), 2023.

Pendapat saya mengenai pemasaran tabungan hajinya cukup bagus, karena mereka bisa menjadi pendorong bagi masyarakat untuk melakukan haji dan mereka juga memberikan penjelasan yang baik sehingga saya mudah memahaminya. alasan saya membuka tabungan haji karena BMI sudah ternasuk syariah dan syarat untuk pembukaan rekeningnya mudah yaitu uang setoran awal, pasfoto, kk, ktp dan NPWP jika ada. Kemudian pelayanan yang mereka berikanpun juga bagus, cepat serta ramah, hanya saja tabungan haji ini tidak bisa diambil saat keperluan mendesak kemudian saya mengetahui produk tabungan haji ini dari karyawan langsung karena saya sudah lama menjadi nasabah di bank muamalat. Saya juga sudah mengajak saudara saya untuk menabung tabungan haji disana.⁸⁹

Hasil wawancara yang saya lakukan dengan Ibu Misbah Lubis selaku salah satu nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidimpuan mengatakan bahwa:

Pemasaran tabungan hajinya cukup bagus, yang mendorong saya membuka tabungan haji karena memang udah ada niat dari dulu dan menurut saya bank muamalat sudah syariah selain itu juga saya mendapatkan AMITRA sehingga saya bisa mendapatkan nomor porsi haji dengan cepat karena saya tidak memiliki uang *cash*. kemudian menurut saya di bank muamalat untuk membuka tabungan hajinya mudah, cuman KTP, KK, Paspoto, dan uang setoran awal 25 juta pelayanan mereka juga bagus, ramah, mereka juga menemani nasabahnya saat proses pengambilan porsi haji ke KEMENAG, menemani nasabahnya ber pasfoto bahkan mereka bersedia menemani nasabahnya sampai selesai dan saya mengetahui produk tabungan haji ini dari saudara saya yang menabung disana.⁹⁰

Hasil wawancara yang saya lakukan dengan Bapak Muhammad rasyid selaku salah satu nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidimpuan mengatakan bahwa:

Saya mengetahui produk tabungan haji dari karyawan bank itu sendiri, alasan saya membuka tabungan di BMI, karena memang saya mendapatkan pembiayaan AMITRA, sehingga saya bisa langsung

⁸⁹Basania, Nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidimpuan, *Wawancara* (08 Desember 2023 Pukul 11:25 WIB)., 2023.

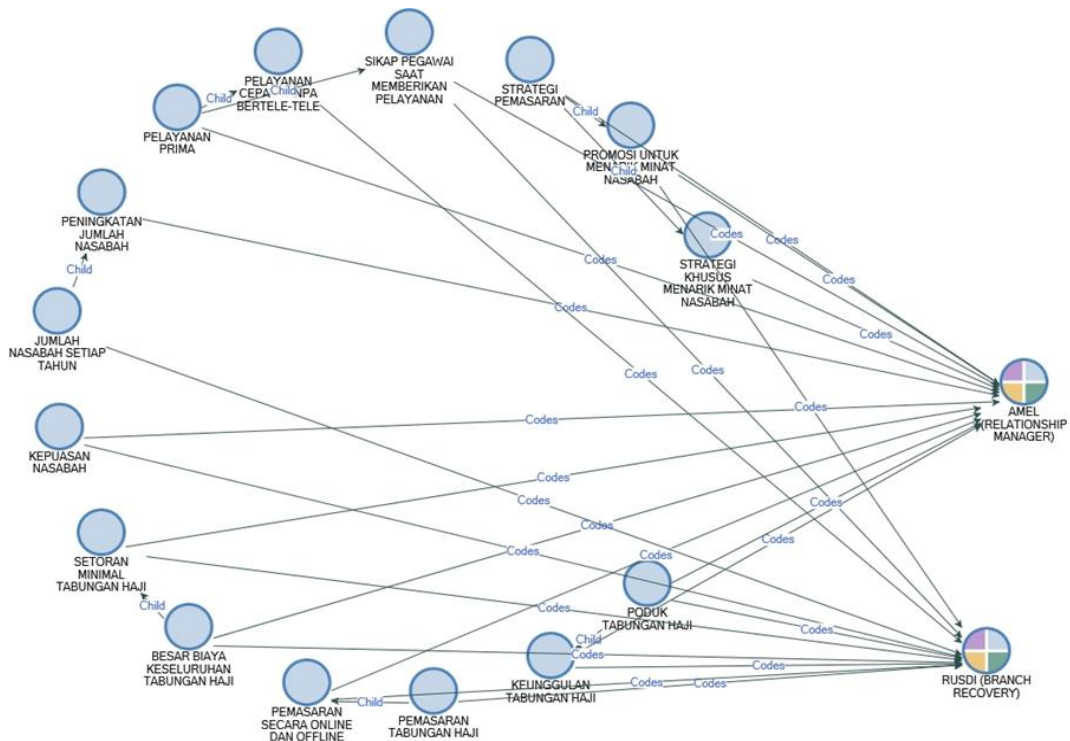
⁹⁰Misbah Lubis, Nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidimpuan, *Wawancara* (08 Desember 2023 Pukul 13:55 WIB)., 2023.

mendapatkan porsi haji sambil mencicil dan juga saya ingin tabungan saya berbasis syariah islam yang tidak mengutamakan keuntungan sendiri tetapi keuntungan bersama, serta Pelayanan mereka bagus menurut saya, pegawainya semua ramah-ramah, mereka juga memberikan pelayanan yang cepat dan tidak bertele-tele. maka dari itu saya menabung tabungan haji di situ, kemudian untuk syarat pembukaan rekening saja mudah yaitu dengan setoran awal, kk, ktp, pas foto dan ijazah namun saya merasa kecewa karena keberangkatan ataupun *waiting listnya* cukup lama dan terkadang sudah diperkirakan jadwal keberangkatan di undur tidak sesuai dengan perjanjian sebelumnya maka dari itu saya menabung tabungan haji di situ namun yang menjadi masalah masa tunggu yang begitu lama mencapai 20 tahun.⁹¹

C. Hasil Pengelolaan dengan Nvivo

1. Hasil Dari Pegawai PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidimpuan

Gambar IV.2 Hasil Uji Wawancara Pegawai BMI



Sumber : Hasil Uji Data Nvivo 12 Pro

⁹¹Muhammad Rasyid, Nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidimpuan, Wawancara (08 Desember 2023 Pukul 11:50 WIB)., 2023.

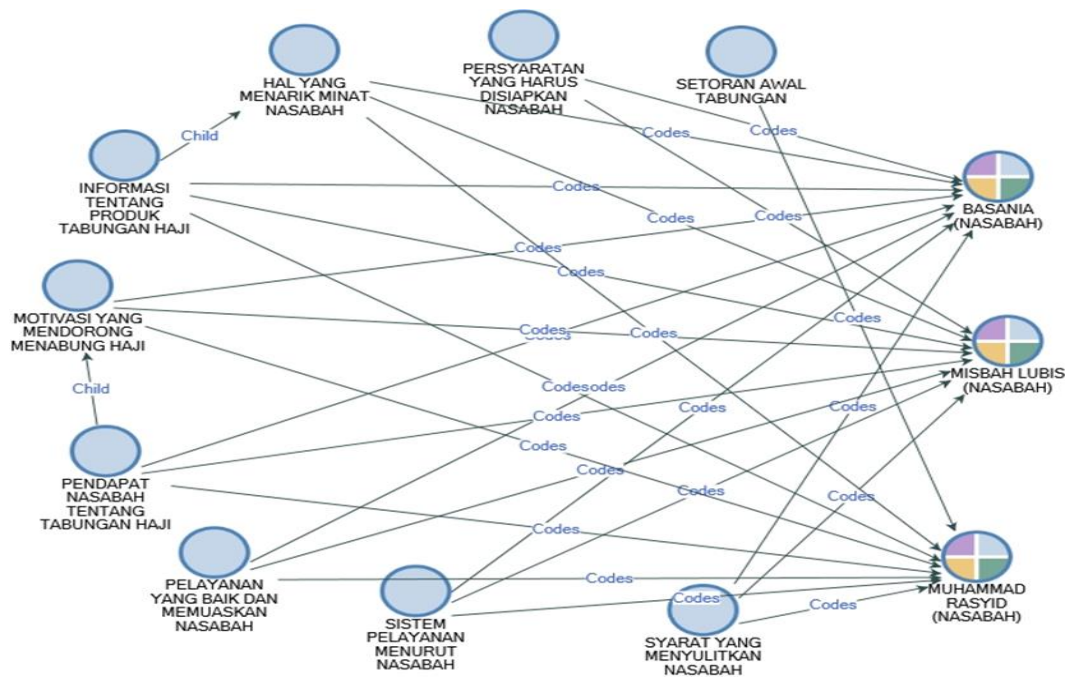
Keterangan gambar IV.2

Tabel IV.2 Hasil Uji Wawancara Pegawai Bank Muamalat Indonesia

Hasil Wawancara	Informan
Strategi khusus menarik minat nasabah	<i>Relationship Manager</i> dan <i>Branch Recovery</i>
Promosi untuk menarik minat nasabah	<i>Relationship Manager</i> dan <i>Branch Recovery</i>
Strategi pemasaran	<i>Relationship Manager</i> dan <i>Branch Recovery</i>
Sikap pegawai saat memberikan pelayanan	<i>Relationship Manager</i> dan <i>Branch Recovery</i>
Pelayanan cepat tanpa bertele-tele	<i>Branch Recovery</i>
Pelayanan prima	<i>Relationship Manager</i>
Peningkatan jumlah nasabah	<i>Relationship Manager</i>
Jumlah nasabah setiap tahun	<i>Branch Recovery</i>
Kepuasan nasabah	<i>Relationship Manager</i> dan <i>Branch Recovery</i>
Setoran minimal Tabungan haji	<i>Relationship Manager</i> dan <i>Branch Recovery</i>
Besar biaya keseluruhan Tabungan haji	<i>Relationship Manager</i> dan <i>Branch Recovery</i>
Pemasaran online dan offline	<i>Relationship Manager</i> dan <i>Branch Recovery</i>
Pemasaran Tabungan haji	<i>Branch Recovery</i>
Keunggulan Tabungan haji setoran awal, minimal 100 ribu. Namun terkendala pada SDM	<i>Relationship Manager</i>
Produk Tabungan haji	<i>Relationship Manager</i> dan <i>Branch Recovery</i>

Berdasarkan hasil uji wawancara dari tabel IV.2 dapat dilihat bahwa strategi pemasaran yang diterapkan oleh PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan sudah baik. Banyak upaya yang dilakukan oleh PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan untuk menarik minat masyarakat dengan melakukan sosialisasi dan memberikan pelayanan yang terbaik, cepat dan tidak bertele-tele. Namun yang menjadi kendala bagi BMI yaitu kurangnya SDM bagian pemasaran yang kompeten sehingga hanya berfokus kepada nasabah loyal.

Gambar IV.3 Hasil Uji Wawancara Nasabah Bank Muamalat Indonesia



Sumber : Hasil Uji data Nvivo 12 Pro

Keterangan gambar IV.3

Tabel IV.3 Hasil Uji Wawancara Nasabah Bank Muamalat Indonesia

Hasil Wawancara	Informan
Setoran awal Tabungan	1 Nasabah
Persyaratan yang harus disiapkan nasabah cukup mudah	2 Nasabah
Hal yang menarik minat nasabah	3 Nasabah
Informasi tentang produk Tabungan haji	3 Nasabah
Motivasi yang mendorong nasabah menabung haji	3 Nasabah
Pendapat nasabah tentang Tabungan haji baik	3 Nasabah
Pelayanan yang baik dan memuaskan nasabah	3 Nasabah
Sistem pelayanan menurut nasabah bagus	3 Nasabah
Syarat yang menyulitkan nasabah tidak ada	3 Nasabah

Berdasarkan hasil uji wawancara dengan nasabah BMI pada tabel IV.3 dapat disimpulkan pelayanan yang mereka terima sudah cukup baik dan strategi pemasaran BMI cukup bagus karena perusahaan dapat mempermudah nasabah yang ingin melaksanakan ibadah haji dan bisa menjadi pendorong bagi nasabah dan juga mereka dapat memahami penjelasan dari pihak BMI dengan mudah.

D. Hasil Pembahasan

Pemasaran merupakan kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk mempromosikan suatu produk yang mereka miliki untuk menarik minat nasabah sehingga Pemasaran berperan penting dalam sebuah perusahaan untuk mencapai tujuan suatu perusahaan tersebut. Strategi pemasaran diperlukan pada sebuah lembaga keuangan syariah seperti Bank Muamalat Indonesia, dimana lembaga ini selain berorientasi pada fungsi profit, lembaga ini juga mempunyai kapasitas sebagai lembaga yang berorientasi pada fungsi sosial.

Pada lembaga keuangan syariah seperti Bank Muamalat Indonesia, disadari perlunya bersaing pada pemasaran produk-produk serta jasa layanan, sehingga peran strategi pemasaran pada produk dan jasa bank. Salah satu produk yang diperkenalkan Bank Muamalat Indonesia adalah produk Tabungan iB Muamalat Haji. Produk ini merupakan produk yang diperuntukkan bagi nasabah yang ingin melaksanakan ibadah haji.⁹² Untuk pendaftaran haji dan pembukaan rekeningnya butuh dana Rp. 25.000.000,00 dan apabila masyarakat ingin melakukan ibadah haji tapi terhalang dana, PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidimpuan

⁹² Muhammad Ravi Akbar, Nurul Jannah, "Strategi Pemasaran Produk Tabungan Ib Muamalat Haji Pada PT. Bank Muamalat Indonesia KCP Rantauparapat", *Jurnal JIKEM*, hlm. 1992.

memiliki yang namanya AMITRA (Sharia Multifinance Astra) yang dimana bisa membantu calon nasabah untuk mendapatkan langsung porsi haji dan pembazarannya bisa di cicil.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Rusdi dan Ibu Amel strategi pemasaran yang diterapkan oleh PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan dengan cara melakukan sosialisasi dengan terjun langsung ke masyarakat atau calon nasabah, mendatangi instansi-instansi pemerintahan, pengajian ibu-ibu, pondok pesantren, kemudian guru-guru, serta PNS yang di padangsidempuan dan tapsel dengan mendatangi kantornya dan promosi secara media sosial. Pihak bank juga melakukan pemasaran melalui *personal selling* yaitu karyawan melakukan sistem mulut ke mulut kepada nasabah yang sudah mendaftar di BMI serta dengan meningkatkan pelayanan kepada nasabah karena pelayanan setiap pegawai sangat di perlukan untuk membuat nasabah merasa puas, aman dan nyaman terhadap layanan sehingga dapat mempertahankan nasabah loyal.

Branch Recovery PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan yaitu pak Rusdi mengatakan bahwa BMI memiliki strategi khusus yaitu dengan melakukan komunikasi dengan pegawai Departemen Agama (KEMENAG) dan melakukan kerja sama dengan AMITRA karena dengan bantuan mereka produk tabungan haji ini banyak diminati oleh masyarakat. Amitra (Sharia Multifinance Astra) merupakan platform syariah yang dikelola FIFGROUP untuk pembiayaan syariah yang sesuai dengan syariah islam dan fatwa Dewan Syariah Nasional MUI. AMITRA melayani pembiayaan perjalanan religi dan umrah plus. Serta pembiayaan sepeda motor baru honda dan sepeda motor bekas berkualitas secara

syariah. Namun, pihak BMI yang kurang jangkauan untuk melakukan pemasaran kepada masyarakat atau calon nasabah yang di luar cabang karena kurangnya SDM bagian pemasaran yang kompeten sehingga hanya berfokus kepada nasabah loyal. Dan tidak semua nasabah bisa menggunakan media sosial sehingga pihak BMI terbatas untuk melakukan pemasaran serta fasilitas yang kurang memadai seperti mesin ATM.

Nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan mengatakan bahwa strategi pemasaran BMI cukup bagus karena mereka dapat mempermudah nasabah yang ingin melaksanakan ibadah haji dan bisa menjadi pendorong bagi nasabah dan juga mereka dapat memahami penjelasan dari pihak BMI dengan mudah serta mereka juga merasa nyaman dengan pelayanan yang diberikan pihak bank. dapat disimpulkan bahwa nasabah akan lebih loyal jika harapan mereka terwujud.

Kesimpulan dari penelitian ini dapat dilihat bahwa pemasaran yang digunakan PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan adalah sosialisasi dengan terjun langsung ke masyarakat untuk memperkenalkan produk-produknya terutama pada produk tabungan haji dan meningkatkan kualitas pelayanan dengan memberikan kemudahan dalam bertransaksi. Kemudian melakukan komunikasi dengan pegawai Departemen Agama (KEMENAG) dan melakukan kerja sama dengan AMITRA. Selain itu juga PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan mempromosikan produk-produknya secara online, karena zaman sekarang semua serba online, seperti halnya pembukaan rekening juga secara online. Dengan dikenalkannya produk tabungan haji kepada masyarakat diharapkan

masyarakat akan membuka tabungan haji dan memahami betapa pentingnya berhaji bagi yang beragama islam dan bagi yang mampu.

Kemudian dari penelitian yang dilakukan oleh peneliti sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rahma Fitri dan Alim Murtani yang dimana Strategi pemasaran merupakan kunci kesuksesan untuk mempromosikan produk-produk yang ditawarkan dalam persaingan pasar yang positif antar instansi perbankan syariah dan untuk meningkatkan jumlah nasabah tentunya perlu juga dengan pelayanan yang baik agar menjalin hubungan yang baik pula terhadap nasabahnya dan juga menambah loyalitas nasabah, maka pihak bank juga harus mempertahankan silah ukhuwah kepada nasabahnya.⁹³ Dimana dari pihak BMI menawarkan banyak produk terutama produk tabungan haji dengan melakukan pemasaran yang bagus sehingga mampu bersaing dengan bank yang ada di Padangsidempuan.

E. Keterbatasan Penelitian

Berdasarkan pengalaman peneliti dalam proses penelitian ini, ada beberapa keterbatasan yang dialami dan dapat menjadi beberapa faktor agar dapat untuk lebih diperhatikan bagi peniliti-peniliti yang akan datang dalam lebih menyempurnakan penelitiannya karena penelitian ini sendiri tentu memiliki kekurangan yang perlu terus diperhatikan dalam penelitian-penelitian tersebut, antara lain:

⁹³Rahma Fitri, Alim Murtani, “Analisis Strategi Pemasaran Dan Pelayanan Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Produk Tabungan Mabru Pada PT. Bank Syariah Mandiri KC Setia Budi Medan,’ *Jurnal FEB*”, hlm. 96.

1. Adanya keterbatasan penelitian dengan metode yang dilakukan dan terkadang jawaban yang diberikan oleh informan tidak menunjukkan keadaan sesungguhnya.
2. Ada beberapa informan yang tidak bersedia untuk di wawancarai dengan alasan tidak ingin direkam ataupun video.
3. Dalam proses pengumpulan data sulit menemukan buku dan referensi mengenai judul penelitian.
4. Hasil penelitian ini jauh dari kata sempurna karena keterbatasan peneliti dari hal pengetahuan, disamping itu peneliti belum memiliki pengalaman dalam menulis karya ilmiah terutama dalam pengkajian teori, pengamatan, pengolahan data.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan pokok permasalahan yang telah di uraikan pada bab-bab terdahulu, maka dari hasil penelitian ini dapat diambil kesimpulan bahwa Strategi pemasaran sangat berpengaruh dalam meningkatkan jumlah nasabah pada PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan yang dilakukan dengan baik, dimana masyarakat mudah memahami dan jelas serta tidak rumit dalam pendaftaran pembukaan tabungan haji, namun terkadang nasabah mengeluh terhadap letak kantor yang jauh dari tempat tinggalnya.

Adapun strategi pemasaran yang dilakukan oleh PT. Bank Muamalat Indoensia KCU Padangsidempuan yaitu dengan cara sosialisasi dengan terjun langsung ke masyarakat untuk memperkenalkan produk-produknya terutama pada produk tabungan haji dan meningkatkan kualitas pelayanan dengan memberikan kemudahan dalam bertransaksi. Kemudian melakukan komunikasi dengan pegawai Departemen Agama (KEMENAG) serta melakukan kerja sama dengan AMITRA. Selain itu juga PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan mempromosikan produk-produknya secara online, dan menggunakan sistem WOM (Word Of Mouth) yaitu mulut ke mulut dengan harapan nasabah akan mengajak saudara, kerabat, tetangga dan keluarganya untuk membuka tabungan haji di bank muamalat. Hasil uji wawancara dengan Nvivo 12 dilihat dari pegawai sudah berusaha melakukan pemasaran dan layanan yang cepat, aman dan nyaman kepada nasabah.

Kendala dalam memasarkan produk tabungan haji PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan yaitu terdapat beberapa kendala yang sering di temukan oleh pegawai BMI. Hasil uji wawancara dengan pegawai BMI yang menggunakan aplikasi Nvivo 12 bahwa pihak BMI kekurangan SDM bagian pemasaran yang berpengalaman dan tidak semua nasabah bisa menggunakan media sosial sehingga pihak BMI terbatas melakukan pemasaran

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, penulis memberikan saran atas startegi pemasaran dalam meningkatkan jumlah nasabah tabungan haji PT. Bank Muamalat indoensia KCU Padangsidempuan

1. Diharapkan untuk pihak Bank Muamalat indonesia lebih meningkatkan lagi sosialisasi dan promosi baik melauai media elektronik atau media masa lainnya dan meningkatkan kualitas SDM melakukan promosi ke daerah-daerah yang jauh mengenai produk-produk PT. Bank Muamalat indoensia KCU Padangsidempuan kepada masyarakat umum, terutama untuk produk tabungan haji agar lebih diminati oleh masyarakat.
2. Bagi masyarakat Kota Padangsidempuan yang mayoritas islam, baik dari kalangan usia muda ataupun usia tua, sudah seharusnya merencanakan ibadah haji dengan menggunakan produk tabungan haji yang ada pada PT. Bank Muamalat indoensia KCU Padangsidempuan, karena produk ini sangat membantu masyarakat untuk menyelesaikan perjalanan ibadah haji seacra aman dan cepat waktu keberangkatannya.

3. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan lebih fokus terhadap pemasaran tabungan haji yang di lakukan oleh PT. Bank Muamalat indoensia KCU Padangsidimpuan serta menggunakan metode wawancara dengan melibatkan lebih banyak informan. Dan penelitian ini disarankan sebagai bahan rujukan atau referensi utuk penelitian yang sejenis dengan penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdussamad Zuchri. (2021) *Metode Penelitian Kualitatif*. Makassar: CV. Syakir Media Press.
- Alma Buchari. (2018) *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Angraini Betti, dkk. (2022) *Akad Tabarruj' Dan Tijarah Dalam Tinjauan Fiqih Muamalah*. Bengkulu: Sinar Jaya Berseri.
- Amel. Relationship Manager Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan, *Wawancara* (20 November 2023, Pukul 14.:35 WIB)., 2023.
- Aulia Aja Marzelin. (2022) “Strategi Pemasaran Dalam Menarik Minat Nasabah Menggunakan Produk Tabungan Haji Pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Meulaboh Imam Bonjol’ (Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh),”.
- Bandur Agustinus. (2016) *Penelitian Kualitatif Metodologi, Desain, dan Teknik Analisis Data Dengan Nvivo 11 Plus*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Basania. Nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan, *Wawancara* (08 Desember 2023 Pukul 11:25 WIB)., 2023.
- Dapartemen Agama Republik Indonesia. (2010) *Al-Quran Dan Terjemahannya*. Bandung: CV Fokus Media.
- Fitri Rahma, Alim Murtani. (2018), Analisis Strategi Pemasaran Dan Pelayanan Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Produk Tabungan Maburur Pada PT. Bank Syariah Mandiri KC Setia Budi Medan, *dalam Jurnal FEB*” Volume 1 (1) hlm. 91.
- Gautama Budi Siregar. (2017) Strategi Bersaing Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan, *dalam Jurnal Kajian Ilmu-Ilmu Keislaman*” Volume 03 (1) hlm.46–48.
- Gautama Budi Siregar Dan Ali Hardana. (2021) *Metode Penelitian Ekonomi Dan Bisnis Islam*. Medan: CV Merdeka Kreasi Group.
- Grace Marissa Haque-Fawzi, Dkk. (2021) *Strategi Pemasaran Konsep, Teori, Dan Implementasi*. Banten: Pascal Books.
- Hangraini Dewi. (2021) *Strategi Bisnis Manajemen Resiko Dalam Pengembangan UMKM Di Indonesia*. Bogor: IPB Press.

Hardani. (2020) *Metodologi Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Yogyakarta: CV Pustaka Ilmu.

<https://kbbi.web.id/strategi> (diakses tanggal 19 juni 2023 pukul 16:00), 2023

<http://www.bankmuamalat.co.id/index.php/bancassurance/takaful-keluarga-hijrah-cendikia>, Diakses pada 22 Desember 2023, Pukul 11.58 WIB., 2023.

<Http://www.bankmuamalat.co.id/index.php/tabungan/tabungan-ib-hijrah-haji> (diakses tanggal 6 juni 2023 pukul 16:00)., 2023.

<http://www.bankmuamalat.co.id/profil-bank-muamalat>, Diakses pada 16 Oktober 2023, pukul 11:23 WIB., 2023.

<http://www.bankmuamalat.co.id/profil-bank-muamalat.>, Diakses pada 17 Oktober 2023, Pukul 14:15 WIB, 2023.

<http://www.tokopedia.com/s/quran/ali-imran/ayat-97> (diakses pada tanggal 6 juni 2023, pukul 15:32 WIB)., 2023

Ibu Amel. Bagian Relationship Manager di PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan, *Wawancara*, Kamis 11 Mei Pukul 14:17 WIB., 2023.

Ibu Basania. Nasabah di PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan, *Wawancara*, Selasa 16 Mei Pukul 14:21 WIB., 2023.

Ikatan Banker Indonesia. *Mengelola Kualitas Layanan Perbankan*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2014.

Ismail. *Perbankan Syariah*. (2011) Jakarta: Kencana Pramedia Group.

———. *Perbankan Syariah*. (2017) Jakarta: Prenada Media.

Ika Nur Effendi. (2022) *Strategi Pemasaran*. Padang: PT Global Eksekutif Teknologi.

Iminiatul Siti Muflihatin, dkk. (2021) Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Tabungan Simpanan Pelajar (Simpel) Pada PD. BPR Bank Daerah Lamongan, ' *Jurnal Ilmu Manajemen*' Volume 9 (2) hlm.76.

Kartika Winda. Bagian customer service di Bank Mumalat Indonesia KCU Padangsidempuan, *Wawancara*, Kamis 11 Mei Pukul 14:17 WIB, 2023.

Kasmir. (2015) *Dasar-Dasar Perbankan*. Jakarta: Rajawali Pers.

———. (2015) *Dasar-dasar Perbankan, Edisi Revisi*. Jakarta: Pt Grafindo Persida.

- Kusuma Shindy Wardani. "Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Minat Menabung Nasabah Produk Tabungan iB Hijrah Haji Di PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk KCP Blitar' (Institute Agama Islam Negeri)," 2020, 34.
- Lubis Misbah. Nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidimpuan, *Wawancara* (08 Desember 2023 Pukul 13:55 WIB)., 2023.
- Lidya Veta Delimah Pasaribu, Dkk. (2021) *Pemasaran Kontemporer*. Bandung: CV Widina Media Utama.
- Mardia, dkk. *Strategi Pemasaran*. Makassar: Yayasan Kita Menulis, 2021.
- Melinda, Dkk. (2022) Analisis Strategi Pemasaran Pembiayaan Kendaraan Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada PT. Bank Syariah Indonesia KCP Stabat,' *Jurnal Ekonomi Islam*" Volume 3 (2) hlm.159.
- M. Manullang. (2016) *Manajemen Strategi*. Yogyakarta: Perdana Publishing.
- Nasution Anita. "Strategi Pemasaran Produk Tabungan Haji Arafah Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada PT. Bank Muamalat Indonesia, tbk Capem Panyabungan Dengan Analisis Swot." IAIN Padangsidimpuan, 2017.
- Nasution Erni, Dkk. (2022) Strategi Bank Syariah Indonesia Dalam Menarik Masyarakat Untuk Membayar Zakat,' *Jurnal Of Islamic Social Finance Management* Volume 3 (1) hlm.69.
- Nazir Moh. (2014) *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Novitasari Devi, Dedi Suselo. (2022) Analisis Strategi Pemasaran Tabungan Hijrah Haji Dalam Meningkatkan Nasabah Pada Bank Muamalat KCP Nganjuk, *jurnal EMBISS*" Volume 2 (4) hlm. 492.
- Nur M. Rianto Al-Arif. (2012) *Lembaga Keuangan Syariah*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Nofinawati. (2020) *Perbankan Syariah*. Jakarta: Kencana.
- Nur Azizah, Dkk. (2020) Efektivitas Strategi Pemasaran Produk Tabungan Haji Dalam Meningkatkan Keunggulan Kompetitif Di BRI Syariah Kantor Cabang Pembantu Bojonegoro, *Jurnal Studi Islam*" Volume 16 (01) hlm.158–59.

- Prastya Ari, dan Susianto. (2019) Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Produk Pembiayaan Murabahah Pada BPRS AL-WASHLIYAH Medan, *Jurnal FEB*” Volume 1 (1) hlm.655.
- Paramansyah Arman. (2020) *Manajemen Strategis*. Bekasi: PUSTAKA Al-Muqsith.
- Prastya Ary, Susianto. (2019) Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Produk Pembiayaan Murabahah Pada BPRS Al-Washliyah Medan, *Jurnal FEB*” Volume 1 (1) hlm.649.
- Putri Lin Utari. “”Strategi Pemasaran Dana Talangan Haji Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada PT. Bank Muamalat Indonesia TBK Cabang Padangsidempuan.” *Skripsi*, UIN SYAHADA, 2022.
- Rahman ABD Rahim. (2020) *Cara Praktis Penulisan Karya Ilmiah*. Yogyakarta: Zahir Publishing.
- Rachman Abdul, Dkk. (2022) Strategi Pemasaran Syariah Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Tabungan Haji Dan Ib Umrah Pada BTN KCPS Tangerang, *Jurnal Madani Syariah*” Volume 5 (1) hlm.43.
- Rasyid Muhammad. (2023) Nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan, *Wawancara* (08 Desember 2023 Pukul 11:50 WIB)
- Ravi Muhammad Akbar, Nurul Jannah. (2022) Strategi Pemasaran Produk Tabungan Ib Muamalat Haji Pada PT Bank Muamalat Indonesia KCP Rantauparapat, *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi Dan Manajemen*” Volume 2 (1) hlm.1192.
- Rusdi. Branch di PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan, Rabu 01 februari pukul 15:05 WIB., 2023.
- . Branch Recovery Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan, *Wawancara* (28 November 2023 Pukul 11:53 WIB)., 2023.
- Siregar Rasyid. Nasabah di PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan, *Wawancara*, Selasa 16 Mei Pukul 14:21 WIB., 2023.
- Soemitra Andri. (2017) *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*. Jakarta: Kencana.
- Sudirjo Frans. (2023) *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Global Eksekutif Teknologi..

- Suhri Muhammad. “Strategi Pemasaran Tabungan Haji Terhadap Minat Masyarakat Di Bank Syariah Mandiri Sumbawa Besar,’ *Jurnal Hukum Dan Ekonomi Islam*” Volume 1 No. 1 2021
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2016.
- Suhartanto, Dwi. *Perilaku Konsumen Tinjauan Aplikasi Di Indonesia*. Bandung: Guardaya Intimarta, 2008.
- Supribdi. Nasabah di PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan, *Wawancara*, Senin 22 Mei Pukul 19:35 WIB., 2023.
- Sutanto Herry Dan Khaerul Umam. *Manajemen Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: Pustaka Setia, 2013.
- Tahir Hardiyanti, Dkk. “Strategi Marketing Funding Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Di Bank Bni Syariah Parepare’, *Jurnal Banco*” Volume 3 2021
- Ulpah Mariya. “Strategi Pemasaran Sales Funding Bank BNI Syariah Cabang Tangerang Dalam Menambah Jumlah Nasabah,’ *Jurnal Madani Syariah*” Volume 4 No. 1 2021
- Wahyuni Rini Pulungan,. “Sistem Pengelolaan Dan Pemasaran Tabungan Mabror Pada PT. Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua, *Skripsi.*” *Skripsi*, 2023.
- Wahyuni Sri Hasibuan, Dkk. *Metodologi Penelitian Bidang Muamalah Ekonomi Dan Bisnis*. Bandung: Media Sains Indonesia, 2021.
- Widjono. *Bahasa Indonesia*. Jakarta: PT. Grasindo, 2007.
- Yusuf Muhammad Saleh Dan Miah Said. *Konsep Dan Strategi Pemasaran*. Makassar: CV Sah Media, 2019.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

IDENTITAS PRIBADI

Nama : KIKI MARSAULINA
NIM : 18 401 00095
Tempat/Tanggal Lahir : Pijorkoling, 29 Juni 1999
Jenis Kelamin : Perempuan
Anak Ke : 7 dari 7 Bersaudara
Agama : Islam
Alamat Lengkap : Lk. II Kel. Pijorkoling, Kec. Padangsidempuan
Tenggara, Kota. Padangsidempuan

DATA ORANG TUA

Nama Ayah : Alm. Ganti Simorangkir
Nama Ibu : Nurhot Nasution
Alamat : Lk. II Kel. Pijorkoling, Kec. Padangsidempuan
Tenggara, Kota. Padangsidempuan
No. Hp : 082361712080

LATAR BELAKANG PENDIDIKAN

2006-2012 : SDN 200507 Pijorkoling
2012-2015 : SMPN 5 Huta Tonga
2015-2018 : SMAN 8 Padangsidempuan
2018-2024 : Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad
Addary Padangsidempuan

**STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN
JUMLAH NASABAH TABUNGAN HAJI PADA
PT. BANK MUAMALAT INDONESIA KCU
PADANGSIDIMPUAN**

Pedoman Wawancara

Informan : Pegawai BMI, Nasabah

Daftar Pertanyaan Pegawai BMI

Nama :

No. Informan :

JenisKelamin :

Usia :

Jabatan :

1. Pemasaran Tabungan Haji pada PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidimpuan untuk meningkatkan jumlah nasabah
 - a. Produk seperti apakah tabungan haji?
 - b. Bagaimana promosi yang dilakukan dalam upaya menarik minat nasabah?
 - c. Bagaimana pemasaran tabungan haji yang ada di PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidimpuan?
 - d. Apa strategi khusus yang dilakukan pihak *marketing* dalam menghadapi persaingan yang ketat terhadap bank lain?
 - e. Berapa setoran awal untuk membuka tabungan haji di PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidimpuan?
 - f. Berapa besaran biaya keseluruhan untuk keberangkatan haji di PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidimpuan?

2. Kualitas pelayanan pegawai Bank terhadap loyalitas nasabah Tabungan Haji
 - a. Pelayanan seperti apa saja yang diberikan pihak Bank ketika nasabah melakukan pembukaan rekening tabungan haji di PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan?
 - b. Bagaima sikap BMI dalam memberikan pelayanan kepada nasabah?
 - c. Apakah nasabah merasa puas terhadap layanan yang diberikan oleh PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan?
 - d. Apakah setiap tahunnya nasabah tabungan haji meningkat/menurun? Jelaskan? Apakah telah sesuai dengan target yang ditetapkan?
3. Kendala dalam memasarkan produk Tabungan Haji pada PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan
 - a. Apa keunggulan dan kelemahan pada tabungan haji di PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan?
 - b. Apakah pemasaran produk tabungan haji dilaksanakan secara online/offline? Dan apa saja kendala dalam memasarkan produk tabungan haji?
 - c. Bagaimana cara paling mudah untuk menjelaskan kepada calon nasabah yang tidak mengetahui letak kantor PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan?
 - d. Dimana saja pihak PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan melaksanakan promosi?

Daftar Pertanyaan Pihak Nasabah

Nama :

No. Informan :

JenisKelamin :

Usia :

1. Pemasaran Tabungan Haji pada PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan untuk meningkatkan jumlah nasabah
 - a. Bagaimana pendapat Bapak/Ibu tentang pemasaran tabungan haji pada PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan?
 - b. Apa yang mendorong Bapak/Ibu membuka tabungan haji pada PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan?
 - c. Darimana Bapak/Ibu mengetahui produk tabungan haji yang ada di PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan?
 - d. Menurut Bapak/Ibu bagaimana sistem pelayanan pada tabungan haji yang ada di PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan?
2. Kualitas pelayanan pegawai Bank terhadap loyalitas nasabah Tabungan Haji
 - a. Apakah pelayanan yang diberikan pihak PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan baik?
 - b. Hal apa yang membuat Bapak/Ibu tertarik untuk melakukan pembukaan tabungan haji di PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan, sementara masih banyak bank syariah lainnya yang bisa untuk dinikmati?
3. Kendala dalam memasarkan produk Tabungan Haji pada PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan

- a. Apa saja persyaratan yang harus disiapkan untuk melakukan pembukaan rekening tabungan haji pada PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan?
- b. Menurut Bapak/Ibu apakah ada persyaratan dokumen yang membuat nasabah terkendala untuk membuka tabungan haji?

Pembimbing Wawancara

Pembimbing Wawancara

Dr. Budi Gautama Siregar, S.Pd.,M.M.
NIP.19790720 201101 1 005

Adanan Murroh Nasution, M.A
NIDN. 21041183301

INSTRUMEN WAWANCARA

**STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN
JUMLAH NASABAH TABUNGAN HAJI PADA
PT. BANK MUAMALAT INDONESIA KCU
PADANGSIDIMPUAN**

Daftar pertanyaan pihak BMI

Nama : Rusdi
No. Informan : 01
JenisKelamin : Laki-laki
Usia : 48 Tahun
Jabatan : Branch Recovery

1. Pemasaran Tabungan Haji pada PT. Bank Muamalat Indonesia KCU

Padangsidimpuan untuk meningkatkan jumlah nasabah

a. Produk seperti apakah tabungan haji?

➔ **Tabungan haji merupakan salah satu produk yang ada di BMI. Dimana tabungan ini diperuntukkan bagi saudara-saudara kita yang muslim yang ingin melaknaskan ibadah haji. Untuk mendapatkan porsi haji nasabah harus memiliki uang *cash* 25 juta, sedangkan yang tidak memiliki uang *cash* maka bisa menabung dulu sesuai kemampuan nasabah sampai dananya cukup 25 juta untuk pengambilan porsi haji**

b. Bagaimana promosi yang dilakukan dalam upaya menarik minat nasabah?

➔ **Untuk promosi kita gunakan melalui media sosial, seperti facebook, Instagram dll. Kita juga membagikan brosur kepada masyarakat dan nasabah serta melakukan promosi pada saat manasik haji akbar kita melakukan dokumentasi untuk dimasukkan ke media massa sebagai promosi.**

c. Bagaimana pemasaran tabungan haji yang ada di PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidimpuan?

➔ **Kita melakukan pemasaran dengan mendatangi instansi-instansi pemerintahan, guru-guru, terutama basisnya dibagian**

pondok pesantren, PNS juga kita datangi kantornya yang di padangsidempuan dan tapsel juga. bahkan kita mengawani nasabah ke kemenag untuk mendaftarkan porsi haji karena memang nasabah kita kebanyakan yang jauh jadi terkadang nasabah tidak mengetahui wilayah Padangsidempuan.

d. Apa strategi khusus yang dilakukan pihak *marketing* dalam menghadapi persaingan yang ketat terhadap bank lain?

→ BMI bekerja sama dengan AMITRA dengan tujuan untuk membantu nasabah yang tidak memiliki uang *cash* untuk mendaftar nomor porsi haji. Jadi kita tawarkan AMITRA kepada nasabah sehingga nasabah bisa langsung mendapat porsi haji sambil mencicil dan tidak menunggu lama sampai uangnya cukup.

e. Berapa setoran awal untuk membuka tabungan haji di PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan?

→ Setoran tabungan haji minimal 100 ribu sudah bisa untuk awal saja. Untuk setoran selanjutnya tergantung kemampuan nasabah, hanya saja tabungan haji ini tidak bisa diambil.

f. Berapa besaran biaya keseluruhan untuk keberangkatan haji di PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan?

2. Kualitas pelayanan pegawai Bank terhadap loyalitas nasabah Tabungan Haji

a. Pelayanan seperti apa saja yang diberikan pihak Bank ketika nasabah melakukan pembukaan rekening tabungan haji di PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan?

→ Kita berusaha memberikan pelayanan terbaik kepada nasabah dengan cepat, dan tidak bertele-tele.

b. Bagaima sikap BMI dalam memberikan pelayanan kepada nasabah?

→ Ramah, sopan dan menyenangkan apalagi nasabah-nasabah kita tabungan haji sudah tua, maka harus professional

memberikan penjelasan yang baik sehingga nasabah nanti akan mudah memahaminya.

- c. Apakah nasabah merasa puas terhadap layanan yang diberikan oleh PT.

Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan?

Iya, karena sejauh ini tidak ada nasabah yang komplain terhadap layanan yang kita berikan

- d. Apakah setiap tahunnya nasabah tabungan haji meningkat/menurun?

Jelaskan? Apakah telah sesuai dengan target yang ditetapkan?

➔ **Nasabah setiap tahunnya bisa menurun ataupun meningkat, namun nasabah kita belum mencapai target. Jadi kita akan terus berusaha meningkatkan jumlah nasabah kita.**

3. Kendala dalam memasarkan produk Tabungan Haji pada PT. Bank

Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan

- a. Apa keunggulan dan kelemahan pada tabungan haji di PT. Bank

Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan?

➔ **Keunggulannya: buka rekeningnya murah, setorannya sesuai kemampuan nasabah, di berikan asuransi jiwa tanpa membayar premi tiap bulan, nasabah bisa mengikuti manasik haji akbar selama tiga hari secara gratis. Untuk kelemahannya tidak ada, hanya saja tabungan haji ini tidak bisa diambil.**

- b. Apakah pemasaran produk tabungan haji dilaksanakan secara

online/offline? Dan apa saja kendala dalam memasarkan produk

tabungan haji?

➔ **Iya, kita menggunakan keduanya untuk melakukan pemasaran. Online kita gunakan media sosial seperti facebook, Instagram, iklan dll. Offline kita terjun langsung ke masyarakat atau secara personal selling. Jadi untuk kendalanya saat melakukan pemasaran secara online terkadang terkendala pada kualitas jaringan, dan juga tidak semua semua nasabah bisa menggunakan jejaring sosial sehingga kita terbatas untuk melakukan pemasaran. Padaa saat offline kurangnya**

jangkauan kita kepada masyarakat yang jauh dari kantor cabang kita sehingga kita hanya berfokus kepada nasabah lama serta fasilitas yang tidak memadai salah satunya seperti kurangnya atau terbatasnya mesin ATM di suatu daerah.

- c. Bagaimana cara paling mudah untuk menjelaskan kepada calon nasabah yang tidak mengetahui letak kantor PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan?
- d. Dimana saja pihak PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan melaksanakan promosi?

INSTRUMEN WAWANCARA

**STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN
JUMLAH NASABAH TABUNGAN HAJI PADA
PT. BANK MUAMALAT INDONESIA KCU
PADANGSIDIMPUAN**

Nama : Amel
No. Informan : 02
JenisKelamin : Perempuan
Usia : 26 Tahun
Jabatan : Relationship Manager

1. Pemasaran Tabungan Haji pada PT. Bank Muamalat Indonesia KCU

Padangsidimpuan untuk meningkatkan jumlah nasabah

a. Produk seperti apakah tabungan haji?

→ Tabungan haji merupakan salah satu produk yang ada di Bank Muamalat Indonesia, tabungan ini peruntukkan bagi nasabah yang ingin melaksanakan ibadah haji, dimana nasabah harus memiliki uang 25 juta untuk pengambilan porsi sedangkan yang belum ada bisa menabung dulu sampai uangnya cukup.

b. Bagaimana promosi yang dilakukan dalam upaya menarik minat nasabah?

→ Untuk promosinya kita membagikan brosur kepada masyarakat, secara online atau media sosial melalui Instagram, facebook, atau kita menghubungi langsung nasabah kita yang memiliki tabungan untuk kita tawarkan tabungan haji ini.

c. Bagaimana pemasaran tabungan haji yang ada di PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidimpuan?

→ Strategi pemasarannya kita melakukan sosialisasi ke sekolah-sekolah, pondok pesantren, dan pengajian ibu-ibu. Walaupun tatap muka secara langsung serta info yang dapat dari mulut kemulut

atau disaat ada nasabah yang *workin* ke *customer* disitu kita fokuskan juga

d. Apa strategi khusus yang dilakukan pihak *marketing* dalam menghadapi persaingan yang ketat terhadap bank lain?

→ Kita memberikan berupa *service* mengantar nasabah ke kemenag untuk pengambilan porsi agar nasabah merasa aman dan nyaman serta kita juga.

e. Berapa setoran awal untuk membuka tabungan haji di PT. Bank

Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan?

→ Tabungan haji ada dua , tabungan yang menabung dulu dan tabungan yang pengambilan porsi. Kalo yang pengambilan porsi itu 25 juta, dan kalo untuk tabungan haji biasa 100 ribu udah bisa.

g. Berapa besaran biaya keseluruhan untuk keberangkatan haji di PT.

Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan?

4. Kualitas pelayanan pegawai Bank terhadap loyalitas nasabah Tabungan Haji

e. Pelayanan seperti apa saja yang diberikan pihak Bank ketika nasabah melakukan pembukaan rekening tabungan haji di PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan?

→ Kita memberikan pelayanan yang terbaik, seperti misalnya ada nasabah yang kurang paham dengan tabungan haji ini jadi kita akan menjelaskannya dengan tenang, dan jelas sehingga nasabah akan lebih mudah memahaminya.

f. Bagaimaa sikap BMI dalam memberikan pelayanan kepada nasabah?

→ Dengan sikap yang ramah, sopan dan memberikan pelayanan yang nyaman serta pelayanan yang cepat agar nasabah tidak menunggu terlalu lama.

g. Apakah nasabah merasa puas terhadap layanan yang diberikan oleh PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan?

→ Iya

h. Apakah setiap tahunnya nasabah tabungan haji meningkat/menurun? Jelaskan? Apakah telah sesuai dengan target yang ditetapkan?

→ Setiap tahun nasabah bisa dikatakan naik, namun karena sekarang talangan haji dihapus mungkin membuat nasabah kurang tertarik untuk membuka tabungan haji sehingga kita tidak mencapai target, jadi untuk itu kita akan terus berusaha mengembangkan strategi kita untuk meningkatkan nasabah

5. Kendala dalam memasarkan produk Tabungan Haji pada PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan

e. Apa keunggulan dan kelemahan pada tabungan haji di PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan?

→ Kita bekerja sama dengan AMITRA dengan memberikan pembiayaan kepada nasabah yang belum memiliki dana 25 juta, kita memberikan asuransi jiwa, nasabah melakukan manasik haji secara gratis, jadi untuk kelemahannya mungkin daftar tunggunya yang lama mencapai 21 tahun.

e. Apakah pemasaran produk tabungan haji dilaksanakan secara online/offline? Dan apa saja kendala dalam memasarkan produk tabungan haji?

→ iya, kita menggunakan keduanya untuk melakukan pemasaran. Kendala kita dalam melakukan pemasaran mungkin pada SDM kita yang kurang jangkauan kepada calon nasabah atau masyarakat yang berada jauh dari lokasi BMI, dan juga beberapa nasabah protes terhadap fasilitas yang kurang memadai yaitu mesin ATM yang terbatas.

- f. Bagaimana cara paling mudah untuk menjelaskan kepada calon nasabah yang tidak mengetahui letak kantor PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan?
- g. Dimana saja pihak PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan melaksanakan promosi?

INSTRUMEN WAWANCARA

**STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN
JUMLAH NASABAH TABUNGAN HAJI PADA
PT. BANK MUAMALAT INDONESIA KCU
PADANGSIDIMPUAN**

Daftar Pertanyaan Pihak Nasabah

Nama : **Basania**

No. Informan : **03**

JenisKelamin : **Perempuan**

Usia : **55 Tahun**

Nasabah

1. Pemasaran Tabungan Haji pada PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidimpuan untuk meningkatkan jumlah nasabah
 - a. Bagaimana pendapat Bapak/Ibu tentang pemasaran tabungan haji pada PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidimpuan?

→ Menurut saya pemasarannya cukup bagus, karena mereka bisa menjadi pendorong bagi masyarakat untuk melakukan haji
 - b. Apa yang mendorong Bapak/Ibu membuka tabungan haji pada PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidimpuan?

→ Yang mendorong saya untuk membuka tabungan haji karena bank muamalat sudah termasuk syariah, jadi saya ingin tabungan saya syariah.
 - c. Darimana Bapak/Ibu mengetahui produk tabungan haji yang ada di PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidimpuan?

→ Dari karyawannya langsung, karena memang saya sudah menjadi nasabah sebelum saya mendaftar tabungan haji saya juga sudah mengajak keluarga saya untuk membuka tabungan haji disana

d. Menurut Bapak/Ibu bagaimana sistem pelayanan pada tabungan haji yang ada di PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan?

→ **Pelayanannya bagus**

2. Kualitas pelayanan pegawai Bank terhadap loyalitas nasabah Tabungan Haji

a. Apakah pelayanan yang diberikan pihak PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan baik?

→ **Baik, karena mereka selalu memberikan dorongan kepada nasabah**

b. Hal apa yang membuat Bapak/Ibu tertarik untuk melakukan pembukaan tabungan haji di PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan, sementara masih banyak bank syariah lainnya yang bisa untuk dinikmati?

→ **Karena di BMI saya banyak mendapatkan kemudahan mulai dari pembukaan rekening, sampai saya mendaftar porsi haji.**

3. Kendala dalam memasarkan produk Tabungan Haji pada PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan

a. Apa saja persyaratan yang harus disiapkan untuk melakukan pembukaan rekening tabungan haji pada PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan?

→ **Uang prosesi haji 25 juta, KTP, KK dan pasfoto**

b. Menurut Bapak/Ibu apakah ada persyaratan dokumen yang membuat nasabah terkendala untuk membuka tabungan haji?

→ **Tidak ada**

INSTRUMEN WAWANCARA

**STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN
JUMLAH NASABAH TABUNGAN HAJI PADA
PT. BANK MUAMALAT INDONESIA KCU
PADANGSIDIMPUAN**

Daftar Pertanyaan Pihak Nasabah

Nama : Misbah Lubis

No. Informan : 04

JenisKelamin : Perempuan

Usia : 44 Tahun

Nasabah

1. Pemasaran Tabungan Haji pada PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidimpuan untuk meningkatkan jumlah nasabah
 - a. Bagaimana pendapat Bapak/Ibu tentang pemasaran tabungan haji pada PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidimpuan?

→ **Pemasarannya cukup bagus, karena mereka dapat membantu masyarakat yang ingin melaksanakan ibadah haji**
 - b. Apa yang mendorong Bapak/Ibu membuka tabungan haji pada PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidimpuan?

→ **Yang mendorong saya membuka tabungan haji karena memang udah ada niat dari dulu dan menurut saya bank muamalat sudah syariah selain itu juga saya mendapatkan AMITRA sehingga saya bisa mendapatkan nomor porsi haji dengan cepat karena saya tidak memiliki uang *cash*.**
 - c. Darimana Bapak/Ibu mengetahui produk tabungan haji yang ada di PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidimpuan?

→ **Dari saudara saya yang menabung disana**

d. Menurut Bapak/Ibu bagaimana sistem pelayanan pada tabungan haji yang ada di PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan?

→ **Pelayanannya bagus, mereka ramah dan penjelasan mereka bagus sehingga saya mudah memahaminya**

2. Kualitas pelayanan pegawai Bank terhadap loyalitas nasabah Tabungan Haji

a. Apakah pelayanan yang diberikan pihak PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan baik?

→ **Baik, mereka memberikan pelayanan yang nyaman**

b. Hal apa yang membuat Bapak/Ibu tertarik untuk melakukan pembukaan tabungan haji di PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan, sementara masih banyak bank syariah lainnya yang bisa untuk dinikmati?

→ **Karena menurut saya di bank muamalat untuk membuka tabungan haji mudah, mereka juga menemani nasabah saat proses pengambilan porsi ke kemanag, berpasfoto bahkan mereka menemani sampai selesai.**

3. Kendala dalam memasarkan produk Tabungan Haji pada PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan

a. Apa saja persyaratan yang harus disiapkan untuk melakukan pembukaan rekening tabungan haji pada PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan?

→ **KTP, KK, pasfoto, uang setoran awal**

b. Menurut Bapak/Ibu apakah ada persyaratan dokumen yang membuat nasabah terkendala untuk membuka tabungan haji? **Tidak ada**

INSTRUMEN WAWANCARA

**STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN
JUMLAH NASABAH TABUNGAN HAJI PADA
PT. BANK MUAMALAT INDONESIA KCU
PADANGSIDIMPUAN**

Nama : Muhammad rasyid

No. Informan : 05

Jenis Kelamin : Laki-laki

Usia : 58

4. Pemasaran Tabungan Haji pada PT. Bank Muamalat Indonesia KCU

Padangsidimpuan untuk meningkatkan jumlah nasabah

e. Bagaimana pendapat Bapak/Ibu tentang pemasaran tabungan haji pada

PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidimpuan?

→ **Pemasarannya cukup bagus**

f. Apa yang mendorong Bapak/Ibu membuka tabungan haji pada PT.

Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidimpuan?

→ **Alasan saya membuka tabungan di BMI, karena memang saya mendapatkan pembiayaan AMITRA, sehingga saya bisa langsung mendapatkan porsi haji sambil mencicil dan juga saya ingin tabungan saya berbasis syariah islam yang tidak mengutamakan keuntungan sendiri tetapi keuntungan bersama**

g. Darimana Bapak/Ibu mengetahui produk tabungan haji yang ada di PT.

Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidimpuan?

→ **Dari karyawannya langsung, karena kebetulan saya sudah lama menjadi nasabah disana jadi mereka menawarkan tabungan haji disaat saya mau menabung.**

h. Menurut Bapak/Ibu bagaimana sistem pelayanan pada tabungan haji

yang ada di PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidimpuan?

→ Bagus, karena pegawainya semua ramah-ramah, mereka juga memberikan penjelasan yang baik sehingga saya mudah memahaminya

5. Kualitas pelayanan pegawai Bank terhadap loyalitas nasabah Tabungan Haji

c. Apakah pelayanan yang diberikan pihak PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan baik?

→ Baik , mereka melayani nasabah dengan cepat

d. Hal apa yang membuat Bapak/Ibu tertarik untuk melakukan pembukaan tabungan haji di PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan, sementara masih banyak bank syariah lainnya yang bisa untuk dinikmati?

→ Saya tertarik membuka tabungan haji di bank muamalat karena saya mendapatkan pembiayaan AMITRA sehingga saya bisa lebih mudah untuk mendaftar porsi haji

6. Kendala dalam memasarkan produk Tabungan Haji pada PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan

c. Apa saja persyaratan yang harus disiapkan untuk melakukan pembukaan rekening tabungan haji pada PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan?

→ Setoran awal, kartu keluarga, KTP, pasfoto dan ijazah untuk menyesuaikan nama

d. Menurut Bapak/Ibu apakah ada persyaratan dokumen yang membuat nasabah terkendala untuk membuka tabungan haji?

→ Tidak ada dokumen yang susah, hanya saja saya merasa kecewa karena keberangkatannya cukup lama



Gambar 1. Wawancara dengan Bapak Rusdi selaku staff atau Branch Recovery PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan, Selasa 28 November 2023. Pukul 11.53 WIB.



Gambar 2. Wawancara dengan Ibu Amel selaku Relationship Manager PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan, 20 November 2023. Pukul 14:35 WIB.



Gambar 3. Wawancara dengan Ibu Basania selaku nasabah tabungan haji PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidimpuan, Jumat 08 Desember 2023. Pukul 11:23 WIB



Gambar 4. Wawancara dengan Ibu Misbah Lubis selaku nasabah tabungan haji PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidimpuan, Senin 11 Desember 2023. Pukul 13:55 WIB.



Gambar 5. Wawancara dengan Bapak Muhammad Rasyid selaku nasabah tabungan haji PT. Bank Syariah Indonesia KC Padangsidmpuan, Jumat 08 Desember 2023. Pukul 11:50WIB.



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan T. Rizal Nurdin Km 4,5 Sihitang Kota Padang Sidempuan 22733
Telepon (0634) 22080 Faximili (0634) 24022
Website: uinsyahada.ac.id

Nomor : 2708 /In.14/G.1/G.4c/PP.00.9/11/2022 07 Nopember 2022
Lampiran : -
Hal : Penunjukan Pembimbing Skripsi

Yth. Bapak;

1. Budi Gautama Siregar : Pembimbing I
2. Adanan Murroh Nasution : Pembimbing II

Dengan hormat, bersama ini disampaikan kepada Bapak bahwa, berdasarkan hasil sidang tim pengkajian kelayakan judul skripsi, telah ditetapkan judul skripsi mahasiswa tersebut di bawah ini :

Nama : Kiki Marsaulina
NIM : 1840100095
Program Studi : Perbankan Syariah
Judul Skripsi : Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Tabungan Haji pada PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan.

Untuk itu, diharapkan kepada Bapak bersedia sebagai pembimbing mahasiswa tersebut dalam penyelesaian skripsi dan sekaligus penyempurnaan judul bila diperlukan.

Demikian disampaikan, atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

an. Dekan,
Wakil Dekan Bidang Akademik

Abdul Nasser Hasibuan

Tembusan :
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan T. Rizal Nurdin Km 4,5 Sihitang Kota Padang Sidempuan 22733
Telepon (0634) 22080 Faximili (0634) 24022
Website: uinsyahada.ac.id

Nomor : 3020/Un.28/G.1/G.4c/TL.00/12/2022 05 Desember 2022
Hal : Mohon Izin Pra Riset

Yth. Pimpinan Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidimpuan

Dengan hormat, Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan menerangkan bahwa:

Nama : Kiki Marsaulina
NIM : 1840100095
Semester : IX (Sembilan)
Program Studi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

adalah benar Mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan yang sedang menyelesaikan Skripsi dengan Judul: "Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Tabungan Haji pada PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidimpuan".

Sehubungan dengan itu, kami mohon bantuan Bapak/Ibu dalam memberikan izin pra riset dan data sesuai dengan maksud judul di atas.

Demikian surat ini kami sampaikan, atas kerjasama yang baik diucapkan terima kasih.



a.n Dekan
Wakil Dekan Bidang Akademik

Abdul Nasser Hasibuan

Tembusan:
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.



Bank Muamalat



No. : 041/B/KC PSP-SRT/XII/2022

Padangsidimpuan, 10 November 2023
4 Jumadil Awal 1445

Kepada Yth:
Dekan FEBI UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan
Di Tempat

Perihal : Keterangan izin Riset

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh,
Semoga ALLAH SWT senantiasa melimpahkan rahmat dan karunia-NYA kepada kita semua dalam menjalankan aktivitas sehari-hari, Aamiin YRA.

Sehubungan dengan judul riset yang sebelumnya sudah dirilis melalui izin riset nomor 3020/In.14/G.1/G.4c/TL.0010/11/2023 tanggal 10 November 2023 perihal izin Riset yang menerangkan :

Nama : Kiki Marsaulina
NIM : 1840100095
Semester : XI (Sebelas)
Jurusan : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Dengan judul skripsi "Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Tabungan Haji pada PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidimpuan" dengan ini kami sampaikan telah kami terima dan berikan izin untuk melakukan riset serta pengambilan data pendukung yang diperlukan untuk selesainya judul skripsi tersebut diatas dengan ketentuan tidak melanggar kode etik dan kerahasiaan nasabah dan Bank.

Demikianlah surat ini dikeluarkan untuk dapat dipergunakan seperlunya oleh yang bersangkutan. Atas perhatian dan kerjasamanya diucapkan terima kasih.
Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

a.n Branch Manager


Bank Muamalat
KAMPUS BARANG PADANG

MUHAMMAD ANDI KURNIAWAN
Branch office Service Manajer



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan T. Rizal Nurdin Km 4,5 Sihitang Kota Padang Sidempuan 22733
Telepon (0634) 22080 Faximili (0634) 24022

Website: uinsyahada.ac.id

Nomor : 5723 /Un.28/G.1/G.4c/TL.00/10/2023 20 Oktober 2023
Sifat : Biasa
Lamp : 1 berkas
Hal : Mohon Izin Riset

Yth; Pimpinan PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidimpuan

Dengan hormat, bersama ini kami sampaikan kepada Bapak/Ibu bahwa nama yang tersebut dibawah ini:

Nama : Kiki Marsaulina
NIM : 1840100095
Semester : XI (Sebelas)
Program Studi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

adalah benar Mahasiswa UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan yang sedang menyelesaikan Skripsi dengan Judul "**Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Tabungan Haji pada PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidimpuan**". Dengan ini kami mohon kepada Bapak/Ibu untuk memberikan izin riset dan data pendukung sesuai dengan judul di atas.

Demikian disampaikan, atas kerjasamanya diucapkan terima kasih.

an. Dekan



Makki Dekan Bidang Akademik
dan Kelembagaan

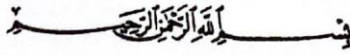
Nasser Hasibuan, M.Si
NIP.19790525200604 1 004

Tembusan:

1. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.



Bank Muamalat



No: 041/B/KC PSP-SRT/XII/2022

Padangsidempuan, 10 November 2023

4 Jumadil Awal 1445

Kepada Yth:
Dekan FEBI UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan
Di Tempat

Perihal : Keterangan izin Riset

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh,
Semoga ALLAH SWT senantiasa melimpahkan rahmat dan karunia-NYA kepada kita semua dalam menjalankan aktivitas sehari-hari, Aamiin YRA.

Sehubungan dengan judul riset yang sebelumnya sudah dirilis melalui izin riset nomor 3020/In.14/G.1/G.4c/TL.00/10/11/2023 tanggal 10 November 2023 perihal izin Riset yang menerangkan :

Nama : Kiki Marsaulina
NIM : 1840100095
Semester : XI (Sebelas)
Jurusan : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Dengan judul skripsi "Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Tabungan Haji pada PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan" dengan ini kami sampaikan telah kami terima dan berikan izin untuk melakukan riset serta pengambilan data pendukung yang diperlukan untuk selesainya judul skripsi tersebut diatas dengan ketentuan tidak melanggar kode etik dan kerahasiaan nasabah dan Bank.

Demikianlah surat ini dikeluarkan untuk dapat dipergunakan seperlunya oleh yang bersangkutan. Atas perhatian dan kerjasamanya diucapkan terima kasih.
Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

a.n Branch Manager



MUHAMMAD ANDI KURNIAWAN
Branch office Service Manajer

PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk
Kantor Cabang Padang Sidempuan
Jl. Baginda Oloan / Gelut Subroto No. 05
Padang Sidempuan 27718

T 0634 - 22699
F 0634 - 27837
www.bankmuamalat.co.id

www.muamalatbank.com