



**STRATEGI PENGEMBANGAN PRODUK
PEMBIAYAAN MULTIGUNA PROHAJJ
DALAM MENINGKATKAN MINAT NASABAH
(Studi Kasus pada PT. Bank Muamalat
Indonesia KCU Padangsidempuan Tbk)**

SKRIPSI

*Diajukan untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-Syarat
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
dalam Bidang Perbankan Syariah*

Oleh

**ALIFIA DINANTI GINTING
NIM 18 401 00091**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN
2023**



**STRATEGI PENGEMBANGAN PRODUK
PEMBIAYAAN MULTIGUNA PROHAJJ
DALAM MENINGKATKAN MINAT NASABAH
(Studi Kasus pada PT. Bank Muamalat
Indonesia KCU Padangsidempuan Tbk)**


SKRIPSI

*Diajukan untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-Syarat
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
dalam Bidang Perbankan Syariah*

Oleh

**ALIFIA DINANTI GINTING
NIM 18 401 00091**

PEMBIMBING I


**Dr. Rukiah, SE., M.Si.
NIP. 197603242006042002**

PEMBIMBING II


**M. Warham, M.H.
NIP. 199210092020121003**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN
2023**



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang Padangsidimpuan 22733
Telepon. (0634) 22080 Faximile. (0634) 24022
Website : uinsyahada.ac.id

Hal : Lampiran Skripsi
a.n. **ALIFIA DINANTI GINTING**
Lampiran : 6 (Enam Eksemplar)

Padangsidimpuan, 12 Mei 2023
Kepada Yth:
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Islam UIN Syahada Padangsidimpuan
Di-
Padangsidimpuan

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah membaca, menelaah dan memberikan saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi a.n. **ALIFIA DINANTI GINTING** yang berjudul "**Strategi Pengembangan Produk Pembiayaan Multiguna Prohaji dalam Meningkatkan Minat Nasabah (Studi Kasus pada PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidimpuan Tbk)**". Maka kami berpendapat bahwa skripsi ini telah dapat diterima untuk melengkapi tugas dan syarat-syarat mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam bidang Perbankan Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Syahada Padangsidimpuan.

Untuk itu, dalam waktu yang tidak berapa lama kami harapkan saudara tersebut dapat dipanggil untuk mempertanggungjawabkan skripsinya dalam sidang munaqosyah.

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

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

PEMBIMBING I

Dr. Rukiah, SE., M.Si.
NIP. 197203132003121002

PEMBIMBING II

M. Yarham, M.H.
NIP. 199210092020121003

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

Sebagai civitas akademika Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpuan, saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : ALIFIA DINANTI GINTING

NIM : 18 401 00091

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 Padangsidimpuan. Hak Bebas Royalti Noneklusif (*Non-Exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul berjudul "**Strategi Pengembangan Produk Pembiayaan Multiguna Prohaji dalam Meningkatkan Minat Nasabah (Studi Kasus pada PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidimpuan Tbk)**". Dengan Hak Bebas Royalti Noneklusif ini Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpuan 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 : Padangsidimpuan

Pada tanggal : 15 Mei 2023

Yang menyatakan,



ALIFIA DINANTI GINTING
NIM. 18 401 00091

SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

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

Nama : **ALIFIA DINANTI GINTING**

NIM : 18 401 00091

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Program Studi: Perbankan Syariah

Judul Skripsi : **STRATEGI PENGEMBANGAN PRODUK PEMBIAYAAN MULTIGUNA PROHAJJ DALAM MENINGKATKAN MINAT NASABAH (STUDI KASUS PADA PT. BANK MUAMALAT INDONESIA KCU PADANGSIDIMPUAN TBK)**

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 ketidak benaran 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, 16 Mei 2023

Saya yang Menyatakan,



ALIFIA DINANTI GINTING
NIM. 18 401 00091



**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, Padangsidimpuan 22733
Telepon.(0634) 22080 Faximile (0634) 24022
Website:uinsyahada.ac.id

**DEWAN PENGUJI
SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI**

NAMA : ALIFIA DINANTI GINTING
NIM : 18 401 00091
FAKULTAS/PROGRAM STUDI : Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Syariah
JUDUL SKRIPSI : Strategi Pengembangan Produk
Pembiayaan Multiguna Prohadj dalam
Meningkatkan Minat Nasabah (Studi Kasus
pada PT. Bank Muamalat Indonesia KCU
Padangsidimpuan Tbk).

Ketua

Dr. Rukiah, SE., M.Si
NIP. 197603242006042002

Sekretaris

Sry Lestari, M.E.I
NIP. 198905052019032008

Dr. Rukiah, SE., M.Si
NIP. 197603242006042002

Anggota

Sry Lestari, M.E.I
NIP. 198905052019032008

Rosnani Siregar, M.Ag
NIDN. 2026067402

Ananda Anugrah Nasution, S.E., M.Si
NIP. 199110172020121008

Pelaksanaan Sidang Munaqasyah

Di : Padangsidimpuan
Hari/Tanggal : Selasa / 30 Mei 2023
Pukul : 09.00 WIB – Selesai
Hasil/Nilai : Lulus / 75 (B)



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang Padangsidimpuan 22733
Telepon. (0634) 22080 Faximile. (0634) 24022
Website : uinsyahada.ac.id

PENGESAHAN

**JUDUL SKRIPSI : STRATEGI PENGEMBANGAN PRODUK PEMBIAYAAN
MULTIGUNA PROHAJJ DALAM MENINGKATKAN MINAT
NASABAH (STUDI KASUS PADA PT. BANK MUAMALAT
INDONESIA KCU PADANGSIDIMPUAN TBK)**

NAMA : ALIFIA DINANTI GINTING
NIM : 18 401 00091

Telah Dapat Diterima untuk Memenuhi Salah Satu Tugas
dan Syarat-Syarat dalam Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi (S.E)
dalam Bidang Perbankan Syariah

Padangsidimpuan, Agustus 2023



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

ABSTRAK

Nama : ALIFIA DINANTI GINTING
NIM : 18 401 00091
Judul : Strategi Pengembangan Produk Pembiayaan Multiguna Prohajj dalam Meningkatkan Minat Nasabah (Studi Kasus pada PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan Tbk)

Terlihat bahwa pemasaran produk pembiayaan haji yang masih rendah dikarenakan masyarakat lebih banyak memilih produk tabungan haji. Namun beberapa lembaga Keuangan Syariah kini sudah memiliki produk yang bisa memudahkan masyarakat dalam menjalankan ibadah haji melalui produk pembiayaan haji. Kenyataannya strategi pemasaran yang digunakan masih ada yang kurang efektif sehingga tingkat nasabah yang menggunakan pembiayaan tersebut masih relatif kecil.

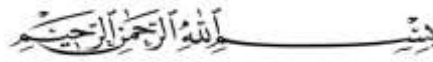
Tujuan penelitian yaitu untuk mengetahui apa yang menjadi kelemahan, kekuatan, ancaman, dan tantangan produk pembiayaan multiguna prohajj. Dan untuk mengetahui bagaimana strategi pengembangan produk pembiayaan multiguna prohajj di PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan Tbk dimasa yang akan datang.

Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif dan menggunakan analisis SWOT. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara, dan dokumentasi.

Hasil penelitian yang peneliti peroleh bahwa kekuatan (Strengths) yaitu, meningkatnya profit bank, kemudahan melaksanakan ibadah haji, memberikan kemudahan nasabah, dan pembayaran angsuran yang simpel serta terjangkau. Kelemahan (Weakness) yaitu, persyaratan administrasi sulit dipenuhi, masa tunggu pemberangkatan yang lama, jarak tempuh cukup jauh. Ancaman (Threats) yaitu adanya penolakan produk pembiayaan prohajj oleh pemerintah, terdapatnya produk sejenis di bank lain, minat masyarakat lebih memilih umrah daripada haji, dan produk kompetitor lebih canggih. Sedangkan, peluang (Opportunitys) yaitu, masyarakat mayoritas agama Islam. Selain itu, strategi pengembangan produk pembiayaan multiguna prohajj di PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan Tbk dimasa yang akan datang yaitu dilakukannya target pasar baru yaitu sosialisasi dikalangan masyarakat secara langsung dan media sosial. Melakukan pembaharuan produk dengan menambahkan fitur yang sesuai dengan kebutuhan nasabah.

Kata Kunci: Strategi Pengembangan, Pembiayaan Prohajj, Bank Syariah

KATA PENGANTAR



Assalaamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Syukur Alhamdulillah peneliti ucapkan ke hadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat, nikmat dan hidayah-Nya yang tiada henti sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul penelitian **“STRATEGI PENGEMBANGAN PRODUK PEMBIAYAAN MULTIGUNA PROHAJJ DALAM MENINGKATKAN MINAT NASABAH (STUDI KASUS PADA PT. BANK MUAMALAT INDONESIA KCU PADANGSIDIMPUAN TBK)”**. Serta tidak lupa juga shalawat dan salam senantiasa dicurahkan kepada Nabi Besar Muhammad SAW, seorang pemimpin umat yang patut dicontoh dan diteladani kepribadiaannya dan yang senantiasa dinantikan syafaatnya di hari akhir.

Skripsi ini disusun dengan bekal ilmu pengetahuan yang sangat terbatas dan amat jauh dari kesempurnaan, sehingga tanpa bantuan, bimbingan dan petunjuk dari berbagai pihak, maka sulit bagi peneliti untuk menyelesaikannya. Karena itu, dengan penuh rasa syukur dan kerendahan hati, peneliti mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang telah membantu peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini, yaitu:

1. Bapak Dr. H. Muhammad Darwis Dasopang, M.Ag., Rektor Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan (UIN SYAHADA) serta Bapak Dr. Erawadi, M.Ag., selaku Wakil Rektor Bidang Akademik dan

Pengembangan Lembaga, 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 Dr. Darwis Harahap, S.H.I., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan (UIN SYAHADA), Bapak Dr. Abdul Nasser Hasibuan, S.E., M.Si., selaku wakil Dekan Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga, Ibu Dr. Rukiah, SE., MSi., selaku Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan dan Ibu Dra. Hj. Replita, M.Si., selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
3. Ibu Nofinawati, M.A sebagai Ketua Prodi Perbankan Syariah, Ibu Hamni Fadlilah Nasution, M.Pd. sebagai Sekretaris Prodi Perbankan Syariah. serta seluruh civitas akademika Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan (UIN SYAHADA)
4. Ibu Dr. Rukiah, SE., MSi selaku Pembimbing I peneliti ucapkan banyak terima kasih, yang telah menyediakan waktunya untuk memberikan pengarahan, bimbingan, dan petunjuk yang sangat berharga bagi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini. Semoga Allah SWT membalas setiap kebaikan yang telah Bapak berikan.
5. M. Yarham, M.H. selaku Pembimbing II peneliti ucapkan banyak terima kasih, yang telah menyediakan waktunya untuk memberikan pengarahan, bimbingan, dan petunjuk yang sangat berharga bagi peneliti dalam

menyelesaikan skripsi ini. Semoga Allah SWT membalas setiap kebaikan yang telah Bapak berikan.

6. Bapak Yusri Fahmi, M.Hum., selaku Kepala Perpustakaan serta pegawai perpustakaan Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan (UIN SYAHADA) yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas bagi peneliti untuk memperoleh buku-buku dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Bapak serta Ibu dosen Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan (UIN SYAHADA) yang dengan ikhlas telah memberikan ilmu pengetahuan dan dorongan yang sangat bermanfaat bagi peneliti dalam proses perkuliahan.
8. Terima kasih kepada pimpinan Bank oleh Ibu Efrida Yanti yang telah memberikan izin peneliti untuk melakukan penelitian di PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan TBK dan seluruh pegawai yang ikut serta mendukung dan terlibat dalam penelitian ini.
9. Teristimewa kepada keluarga tercinta Ayahanda Alm. Hendri Ginting, dan Ibunda tercinta Hendri Ginting yang telah membimbing dan selalu berdoa tiada henti-hentinya, serta berjuang demi kami anak-anaknya hingga bisa menjadi apa yang di harapkan. Beliau adalah salah satu semangat peneliti agar menjadi anak yang berguna bagi diri sendiri, keluarga dan bagi nusa dan bangsa sekaligus mendorong peneliti menjadi anak yang selalu mempunyai akhlakul karimah dan yang telah banyak melimpahkan pengorbanan dan doa yang senantiasa mengiringi langkah peneliti. Doa dan usahanya yang tidak

mengenal lelah memberikan dukungan dan harapan dalam menyelesaikan skripsi ini. Semoga Allah senantiasa dapat membalas perjuangan mereka dengan surga firdaus-Nya.

10. Terima kasih juga peneliti ucapkan kepada Indah Hopipah Harahap, Dinda Kurnia Sari Ritonga, Dwi Diah, dan Adelina Maharni yang turut menyemangati peneliti dalam mengerjakan skripsi ini, dan kepada saudara-saudari serta keluarga lainnya yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang turut mendoakan selama proses perkuliahan dan penulisan skripsi ini.

Akhirnya peneliti mengucapkan rasa syukur 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.

Padangsidempuan, Mei 2023
Peneliti

ALIFIA DINANTI GINTING
NIM. 18 401 00091

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 | Fia | Fi | 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 | ḍad | ḍ | de (dengan titik di bawah) |
| ط | ṭa | ṭ | te (dengan titik di bawah) |
| ظ | za | z | 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 vocal bahasa Indonesia, terdiri dari vocal tunggal atau monoftong dan vocal rangkap atau diftong.

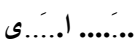


1. Vokal Tunggal adalah vocal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat transliterasinya sebagai berikut:

| Tanda | Nama | Huruf Latin | Nama |
|---|--------|-------------|------|
|  | fathah | A | A |
|  | Kasrah | I | I |
|  | ḍommah | U | U |

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

| Tanda dan Huruf | Nama | Gabungan | Nama |
|---|----------------|----------|---------|
|  | fathah dan ya | Ai | a dan i |
|  | fathah dan wau | Au | a dan u |

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

| Harkat dan Huruf | Nama | Huruf dan Tanda | Nama |
|---|-------------------------|-----------------|----------------------|
|  | fathah dan alif atau ya | ā | a dan garis atas |
|  | Kasrah dan ya | ī | I dan garis di bawah |
|  | ḍommah dan wau | ū | u dan garis di atas |

C. Ta Marbutah

Transliterasi untuk Ta Marbutah 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 sistem 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 diberitanda *syaddah* itu.

E. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu : ﻻ . 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 didepan dan sesuai dengan bunyinya.

F. Hamzah

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

G. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik *fi'il*, *isim*, mau pun *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 kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital sepertiapa yang berlaku dalam EYD, diantaranya huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal, nama diri dan permulaan kalimat. Bila nama diri itu dilalui oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harkat 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 |
|---|----------------|
| HALAMAN JUDUL | |
| HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING | |
| SURAT PERNYATAAN PEMBIMBING | |
| SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI | |
| SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI | |
| DEWAN PENGUJI SIDANG | |
| PENGESAHAN DEKAN | |
| ABSTRAK | i |
| KATA PENGANTAR..... | ii |
| PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN | vi |
| DAFTAR ISI..... | xi |
| DAFTAR TABEL..... | xiii |
| DAFTAR GAMBAR | xiv |
| DAFTAR LAMPIRAN..... | xv |
| | |
| BAB I PENDAHULUAN..... | 1 |
| A. Latar Belakang Masalah | 1 |
| B. Indetifikasi Masalah | 8 |
| C. Batasan Masalah..... | 8 |
| D. Batasan Istilah | 8 |
| E. Rumusan Masalah | 10 |
| F. Tujuan Penelitian..... | 10 |
| G. Kegunaan Penelitian..... | 11 |
| H. Sistematika Pembahasan | 12 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA..... | 13 |
| A. Landasan Teori | 13 |
| 1. Manajemen Strategi..... | 13 |
| 2. Diversifikasi | 14 |
| 3. Marketing Mix..... | 15 |
| 4. Strategi Pengembangan Produk | 17 |
| a. Pengertian Strategi | 17 |
| b. Fungsi Strategi | 18 |
| c. Strategi Pengembangan dalam Perspektif Islam | 20 |
| d. Pengertian Strategi Pengembangan Produk | 20 |
| e. Tujuan Strategi Pengembangan Produk | 23 |
| f. Tahap-Tahap Strategi Pengembangan Produk | 24 |
| g. Analisis SWOT | 27 |
| 5. Pembiayaan | 30 |
| a. Pengertian Pembiayaan | 30 |
| b. Tujuan Pembiayaan | 32 |
| c. Unsur-Unsur Pembiayaan | 32 |

| | |
|---|-----------|
| 6. Pembiayaan Program Haji (Prohajj)..... | 34 |
| a. Pengertian Pembiayaan Program Haji (Prohajj) | 34 |
| b. Fatwa Pembiayaan Program Haji (Prohaj)..... | 35 |
| 7. Minat Nasabah..... | 38 |
| B. Penelitian Terdahulu..... | 39 |
| BAB III METODE PENELITIAN | 44 |
| A. Lokasi dan Waktu Penelitian | 44 |
| B. Jenis Penelitian..... | 44 |
| C. Subjek Penelitian..... | 44 |
| D. Sumber Data..... | 45 |
| 1. Data Primer..... | 45 |
| 2. Data Sekunder..... | 45 |
| E. Instrumen Pengumpulan Data | 46 |
| 1. Observasi | 46 |
| 2. Wawancara | 46 |
| 3. Dokumentasi..... | 46 |
| F. Teknik Pengolahan dan Analisis Data | 47 |
| G. Teknik Pengecekan Keabsahan Data | 49 |
| BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN..... | 51 |
| A. Gambaran Umum Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidimpuan | 51 |
| 1. Sejarah Berdirinya PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidimpuan Tbk..... | 51 |
| 2. Visi dan Misi Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidimpuan | 52 |
| a. Visi Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidimpuan | 52 |
| b. Misi Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidimpuan | 52 |
| 3. Stuktur Organisasi Bank Muamalat Indonesia Padangsidimpuan | 53 |
| 4. Produk-Produk Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidimpuan ... | 54 |
| 5. Syarat-Syarat Pengajuan Pembiayaan Multiguna Prohajj..... | 57 |
| B. Hasil dan Pembahasan Hasil Penelitian | 58 |
| C. Keterbatasan Peneliti | 75 |
| BAB V PENUTUP | 77 |
| A. Kesimpulan..... | 77 |
| B. Saran..... | 78 |
| DAFTAR PUSTAKA | |
| DAFTAR RIWAYAT HIDUP | |
| LAMPIRAN | |

DAFTAR TABEL

| | |
|--|-----------|
| TABEL I.1 Perkembangan Jumlah Nasabah Prohajj Tahun 2021-20221..... | 5 |
| TABEL II.1 Penelitian Terdahulu..... | 39 |
| TABEL III.1 Subjek Penelitian | 45 |
| TABEL IV.1 Matriks Analisis SWOT | 72 |

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR IV.1 Struktur Organisasi Bank Muamalat Padangsisimpulan50

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran I : Daftar Riwayat Hidup
- Lampiran II : Pengesahan Judul Skripsi
- Lampiran III : Keterangan Izin Riset
- Lampiran IV : Selesai Riset
- Lampiran VI : Pedoman Wawancara
- Lampiran VII : Dokumentasi Peneliti

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pembiayaan program haji (Prohajj) yaitu pembiayaan dengan menggunakan akad *Qard Wal Ijarah* yang di berikan kepada calon nasabah haji dalam rangka memperoleh porsi atau pelunasan BPIH (Biaya Penyelenggaraan Ibadah Haji). Untuk membantu masyarakat yang ingin menunaikan ibadah haji tetapi tidak mempunyai dana yang cukup untuk pengambilan porsi, PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk KCU Padangsidimpuan mempunyai solusi untuk membantu masyarakat yang ingin menunaikannya.¹

Salah satu sektor perkembangan teknologi dibidang talangan Haji ini dapat memberikan informasi yang relevan, andil dalam mendistribusikan khususnya dalam teknologi internet, dan berkembang sesuai dengan kebutuhan masyarakat tentang talangan haji. Hal ini menjadi penyebab utama masyarakat Indonesia yang mayoritas beragama Islam, selalu berbondong-bondong dan saling berebut porsi keberangkatan ke tanah suci, dikarenakan terbatasnya porsi keberangkatan haji setiap tahunnya. Sehingga semakin lama mendaftar maka semakin lama pula pelaksanaannya. Di sinilah letak keresahan para calon jama'ah haji yang merasa kesulitan dalam mendapatkan nomor porsi keberangkatan haji tersebut. Begitu juga pada PT. Bank Muamalat Syariah dalam pembiayaan dana talangan haji dalam pengelolaan

¹Hasil Wawancara dengan Efrida Yanti Siregar selaku Pimpinan PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidimpuan Tbk pada 28 November 2022 pukul 10:00.

data nasabah pihak bank kesulitan dalam melakukan pencarian data nasabah dikarenakan belum terkomputerisasi. Akan tetapi, aplikasi yang telah ada masih mempunyai banyak kekurangan hal dalam pembuatan surat-surat pernyataan, misalnya harus disetujui oleh nasabah tersebut diproses dengan cara menginput data-data nasabah ke dalam *Microsoft Office Excel* sebagai database penyimpanan datanya kemudian dihubungkan dengan *Microsoft Office Word* untuk mengeluarkan surat-surat pernyataan tersebut sesuai dengan yang diinginkan.²

Kebutuhan masyarakat akan hadirnya institusi-institusi keuangan yang sesuai syariah. Untuk menjawab kebutuhan masyarakat bagi terwujudnya system perbankan yang sesuai syariah, pemerintah telah memasukan sistem tersebut dalam Peraturan Pemerintah No.72 Tahun 1992 tentang bank berdasarkan prinsip bagi hasil. Dan dilanjutkan dengan UU No. 10 Tahun 1998, yang mengakui adanya (*Dual Banking Sistem*) sebagai dasar hukum perbankan syariah di Indonesia yang menandai dimulainya era system perbankan ganda.³

Setelah dikeluarkannya landasan hukum formal diatas, perbankan syariah semakin berkembang di Indonesia, dan mulai menawarkan berbagai macam produk, yang dapat dibagi tiga bagian besar, yaitu: produk penghimpun dana (*Funding*), produk penyaluran dana (*Financing*), dan produk jasa (*Service*). Perbankan syariah selalu mengembangkan produknya

²Ricky Ramadhan Harahap, "Analisis Perancangan Sistem Informasi Prosedur Administrasi Pembiayaan Talangan Haji Pada Pt. Bank Muamalat", *Jurnal Seminar Nasional Royal (SENAR)*, Vol.1 No.1, 2018, hlm. 1.

³*Ibid.*, hlm. 751.

dalam rangka memperoleh keuntungan dan memberi kepuasan kepada nasabah, salah satu produknya yaitu Pembiayaan Program Haji (Prohajj). Pembiayaan program haji (Prohajj) tersebut merupakan produk penyaluran dana yang dikembangkan oleh PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan Tbk.

Salah satu sektor perkembangan teknologi dibidang talangan Haji ini dapat memberikan informasi yang relevan, andil dalam mendistribusikan khususnya dalam teknologi internet, dan berkembang sesuai dengan kebutuhan masyarakat tentang talangan haji. Hal ini menjadi penyebab utama masyarakat Indonesia yang mayoritas beragama Islam, selalu berbondong-bondong dan saling berebut porsi keberangkatan ke tanah suci, dikarenakan terbatasnya porsi keberangkatan haji setiap tahunnya. Sehingga semakin lama mendaftar maka semakin lama pula pelaksanaannya. Di sinilah letak keresahan para calon jama'ah haji yang merasa kesulitan dalam mendapatkan nomor porsi keberangkatan haji tersebut. Begitu juga pada PT. Bank Muamalat Syariah dalam pembiayaan dana talangan haji dalam pengelolaan data nasabah pihak bank kesulitan dalam melakukan pencarian data nasabah dikarenakan belum terkomputerisasi. Akan tetapi, aplikasi yang telah ada masih mempunyai banyak kekurangan hal dalam pembuatan surat-surat pernyataan, misalnya harus disetujui oleh nasabah tersebut diproses dengan cara menginput data-data nasabah ke dalam *Microsoft Office Excel* sebagai database penyimpanan datanya kemudian dihubungkan dengan *Microsoft*

Office Word untuk mengeluarkan surat-surat pernyataan tersebut sesuai dengan yang diinginkan.⁴

Produk pembiayaan program haji (Prohajj) telah dilakukan strategi pemasaran dengan strategi yang dilakukan tidak juga jauh beda dengan teknik atau cara yang dilakukan oleh bank lainnya, seperti memperkenalkan produknya dengan mengiklan brosur di social media (Instagram, Facebook dan Twitter) dengan tujuan menarik perhatian nasabah. PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan Tbk memiliki produk baru (Prohajj) untuk memudahkan masyarakat dalam memunaikan ibadah haji.

Munculnya produk pembiayaan program haji (Prohajj) pada PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan Tbk belum banyak diminati oleh masyarakat Padangsidempuan. Hal tersebut dapat diketahui dari data perkembangan jumlah nasabah pembiayaan program haji di PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan Tbk pada tahun 2021-2022 sebagai berikut:

Tabel I. 1
Perkembangan Jumlah Nasabah Pembiayaan Multiguna
Prohajj di PT. Bank Muamalat Indonesia KCU
Padangsidempuan Tbk pada Tahun 2021-2022

| No | Tahun | Jumlah Nasabah | Jumlah Porsi |
|----|-------|----------------|--------------|
| 1. | 2021 | 57 Orang | 59 Porsi |
| 2. | 2022 | 77 Orang | 198 Porsi |

Sumber: PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan Tbk

⁴Ricky Ramadhan Harahap, "Analisis Perancangan Sistem Informasi Prosedur Administrasi Pembiayaan Talangan Haji Pada Pt. Bank Muamalat", *Jurnal Seminar Nasional Royal (SENAR)*, Vol.1 No.1, 2018, hlm. 1.

Berdasarkan tabel I. 1 di atas, dapat disimpulkan bahwa pada tahun 2021 jumlah nasabah pembiayaan multiguna prohaji sebanyak 57 orang dengan 59 porsi. Adapun maksud 57 orang dengan 59 porsi prohaji yaitu 57 orang sebagai nasabah yang mendapatkan pembiayaan multiguna prohaji yang mana diantara jumlah 57 orang tersebut terdapat lebih dari satu orang yang akan didaftar untuk berangkat haji. Misalnya seorang nasabah yang ingin mengajukan pembiayaan multiguna prohaji untuk jumlah 3 orang sehingga porsi berjumlah 3 porsi yaitu suami, istri dan anaknya yang akan didaftarkan berangkat haji. Sementara pada tahun 2022, jumlah nasabah pembiayaan multiguna prohaji sebanyak 77 orang dengan 198 porsi. Oleh sebab itu, perkembangan jumlah nasabah pembiayaan multiguna prohaji di PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan Tbk masih belum baik dan tepat karena masa antri keberangkatan haji yang semakin lambat serta pengaruh penyebaran virus covid-19 dan cicilan yang masih dimiliki masyarakat.⁵

Sementara, perhitungan bahwa jumlah haji yang menabung pada Bank Syariah Indonesia (BSI) melebihi 4.3 juta nasabah sampai September 2021. Unit kerja kantor pusat PT. Bank CIMB Niaga Tbk (CIMB Niaga Syariah) contohnya mencatat tata kelola pendanaan haji senilai 6.3 triliun rupiah/September 2021. Berdasarkan data tersebut, terlihat bahwa pemasaran produk pembiayaan haji yang masih rendah dikarenakan masyarakat lebih banyak memilih produk tabungan haji. Namun beberapa lembaga Keuangan

⁵Hasil Wawancara dengan Ayu Lina selaku *Marketing Prohaji* di PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan Tbk pada 28 November 2022 pukul 10:00.

Syariah kini sudah memiliki produk yang bisa memudahkan masyarakat dalam menjalankan ibadah haji melalui produk pembiayaan haji. Dengan adanya produk tersebut, harapannya masyarakat dapat lebih mudah melaksanakan ibadah haji. Kenyataannya strategi pemasaran yang digunakann masih ada yang kurang efektif sehingga tingkat nasabah yang menggunakan pembiayaan tersebut masih relatif kecil.⁶

Hal tersebut, dapat disebut sebagai masalah yang mana produk pembiayaan multiguna prohaji sangat perlu dilakukan suatu pengembangan produk. Pengembangan produk yaitu melakukan perbaikan atau menghasilkan produk baru yang berbeda dengan produk yang telah ada. Pengembangan produk pada dasarnya adalah usaha yang dilakukan untuk memperbaiki produk yang sedang berjalan atau menambah jenis produk yang belum ada. PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan Tbk harus mampu meningkatkan dan memberikan inovasi yang baru pada produk jasa dan layanannya sebagai usaha manajemen operasional dalam menghadapi perubahan selera, teknologi dan persaingan yang semakin meningkat sehingga dapat mempertemukan keinginan pasar melalui produk bank syariah yang tidak ketinggalan dari produk bank konvensional maupun bank syariah lainnya.⁷

Menurut penelitian Stevanie Devinta Berliana, PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk. Kantor Cabang Syariah Solo sebagai perbankan

⁶M.Ziqhri Anhar Nasution dan Andri Soemitra, "Strategi Pemasaran Pada Pembiayaan Haji di Indonesia: Studi Literatur Persepsi Mahasiswa Pasca Sarjana Bidang Perbankan Syariah", *Jurnal Ekonomi Syariah dan Bisnis*, Vol. 5, No. 2, 2022, hlm. 194.

⁷Sondang P. Siagian, *Manajemen Strategik*, cet ke-7, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2014), hlm. 147.

syariah yang memberikan kemudahan bagi nasabahnya untuk memperoleh porsi haji di Departemen Agama setempat, dengan menghadirkan produk pembiayaan berupa “Pembiayaan Talangan Haji BTN iB”.⁸ Sementara menurut penelitian Oktavia Fajrin dan Afif Muammar, bahwa Produk Pembiayaan Arrum Haji merupakan solusi bagi umat muslim yang ingin menunaikan ibadah haji ke tanah suci namun tidak memiliki dana yang cukup untuk mendaftar haji dengan cara menggadaikan sejumlah logam mulia maupun emas perhiasan.⁹ Maka untuk menghadapi persaingan tersebut, perusahaan harus membuat strategi pengembangan bisnis untuk mengembangkan produknya. Strategi pengembangan produk dapat dilakukan melalui analisis lingkungan internal dan eksternal perusahaan menggunakan analisis SWOT. Adapun lingkungan internal terdiri dari kekuatan dan kelemahan perusahaan dan lingkungan eksternal terdiri dari peluang dan ancaman.

Berdasarkan penjelasan yang diuraikan dalam latar belakang di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang **“STRATEGI PENGEMBANGAN PRODUK PEMBIAYAAN MULTIGUNA PROHAJJ DALAM MENINGKATKAN MINAT NASABAH (Studi Kasus pada PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidimpuan Tbk)”**.

⁸Stevanie Devinta Berliana, “Strategi Pemasaran Pembiayaan Talangan Haji BTN iB pada PT. Bank Tabungan Negara (PERSERO) Tbk.Kantor Cabang Syariah Solo”, Skripsi Universitas Negeri Surakarta, 2018. hlm. 1.

⁹Oktavia Fajrin dan Afif Muammar, “Strategi Pemasaran Pembiayaan Arrum Haji Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah di Unit Pegadaian Syariah (UPS) Cirebon Bisnis Center”, *Jurnal Tawazun: Journal of Sharia Economic Law*, Vol. 2 No.2, 2019, hlm. 164.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka identifikasi masalah pada penelitian ini sebagai berikut:

1. Perkembangan jumlah nasabah pembiayaan multiguna prohajj di PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan Tbk masih belum menunjukkan perkembangan signifikan.
2. Produk pembiayaan multiguna prohajj di PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan Tbk sangat perlu dilakukan suatu pengembangan produk.
3. Pemasaran produk pembiayaan multiguna prohajj yang masih rendah dikarenakan masyarakat lebih banyak memilih produk tabungan haji.

C. Batasan Masalah

Mengingat keterbatasan yang dimiliki oleh peneliti baik dari segi waktu, biaya, kemampuan, serta keterbatasan referensi maka peneliti melakukan pembatasan masalah yang akan diteliti. Peneliti membatasi masalah yang akan disajikan dalam penelitian ini hanya memfokuskan pada “Strategi Pengembangan Produk Pembiayaan Multiguna Prohajj dalam Meningkatkan Minat Nasabah (Studi Kasus pada PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan Tbk)”.

D. Batasan Istilah

Untuk menghindari terjadinya multitafsir atau pemahaman yang berbeda terhadap istilah yang digunakan dalam pembahasan ini, maka diperlukan

penjabaran maksud istilah yang digunakan dalam pembahasan ini, maka diperlukan penjabaran maksud dalam istilah judul sebagai berikut:

1. Strategi

Menurut Kamus Lengkap Bahasa Indonesia, strategi merupakan suatu ilmu yang mempelajari mengenai siasat dalam berperang atau akal dalam menggapai tujuan dan maksud yang tersusun.¹⁰ Strategi yang dimaksud dalam penelitian ini yaitu cara atau siasat untuk mengembangkan produk pembiayaan multiguna prohajj di PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan Tbk.

2. Pengembangan Produk

Pengembangan produk adalah perbaikan dan penyempurnaan produk dan layanan agar dapat memberikan pelayanan terbaik kepada nasabah serta terus melakukan berbagai persiapan untuk meraih pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan.¹¹

3. Pembiayaan Multiguna Prohajj

Pembiayaan program haji (Prohajj) yaitu pembiayaan dengan menggunakan akad *Qard Wal Ijarah* yang di berikan kepada calon nasabah haji dalam rangka memperoleh porsi atau pelunasan BPIH (Biaya Penyelenggaraan Ibadah Haji).

4. Minat Nasabah

Minat merupakan kecenderungan untuk memperhatikan orang lain dan bertindak terhadap situasi, aktivitas, dan orang yang menjadi objek

¹⁰Muhammad Ali, *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia Modern*, (Jakarta: Pustaka Amani, 2012), hlm. 462.

¹¹www.muamalat.com, diakses pada 26 Oktober 2022 pukul: 14:07.

minat tersebut disertai dengan perasaan senang.¹² Maksud minat, dalam penelitian ini kecenderungan atau perasaan senang nasabah terhadap produk dan jasa di PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan Tbk.

E. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Apa yang menjadi kelemahan, kekuatan, ancaman, dan peluang produk pembiayaan multiguna prohajj di PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan Tbk?
2. Bagaimana strategi pengembangan produk pembiayaan multiguna prohajj di PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan Tbk dimasa yang akan datang?

F. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah yang telah diuraikan di atas, maka tujuan dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui apa yang menjadi kelemahan, kekuatan, ancaman, dan peluang produk pembiayaan multiguna prohajj di PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan Tbk.
2. Untuk mengetahui bagaimana strategi pengembangan produk pembiayaan multiguna prohajj di PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan Tbk dimasa yang akan datang.

¹²Ahmad Susanto, *Teori Belajar dan Pembelajaran di Sekolah Dasar*, (Jakarta: Kencana, 2013), hlm. 58.

G. Kegunaan Penelitian

Penelitian yang dilakukan bermanfaat sebagai pedoman bagi pihak yang menerapkannya. Berikut kegunaan penelitian bagi pihak-pihak tertentu yaitu:

1. Bagi Peneliti

Penelitian bermanfaat bagi pihak peneliti yang mana dapat menambah wawasan, ilmu pengetahuan, dan pengalaman peneliti. Penelitian ini juga bermanfaat bagi peneliti lainnya sehingga dapat dijadikan bahan referensi untuk pembaharuan penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan judul penelitian yaitu, “Strategi Pengembangan Produk Pembiayaan Multiguna Prohaji dalam Meningkatkan Minat Nasabah (Studi Kasus pada PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan Tbk)”.

2. Bagi Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah literatur di perpustakaan Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan serta dapat disajikan bahan bacaan atau literature penelitian-penelitian selanjutnya bilamana perlu.

3. Bagi PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan Tbk

Penelitian ini dapat dijadikan suatu pedoman atau bahan evaluasi bagi pihak perusahaan dalam mengelola bidang keuangan dan pengembangan produk serta jasa guna mencapai kemajuan serta kesuksesan perusahaan.

H. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan disusun agar mempermudah pembaca dalam memahami isi penelitian yang tersusun secara sistematika. Berikut sistematika dalam penelitian ini yaitu:

Bab I Pendahuluan, terdiri dari latar belakang masalah, batasan masalah, batasan istilah, rumusan masalah, tujuan penelitian, dan kegunaan penelitian.

Bab II Landasan Teori, menjabarkan bagaimana penelitian tersebut secara teori. Bab ini juga terdiri dari kerangka teori, penelitian terdahulu, dan kerangka pikir.

Bab III Metodologi Penelitian, menjabarkan secara sistematika bagaimana penelitian tersebut dilakukan sesuai dengan tahap-tahap yang tersusun. Bab ini terdiri dari lokasi dan waktu penelitian, jenis penelitian, subjek penelitian, sumber data, instrumen pengumpulan data, analisis data, dan pengecekan pengabsahan data.

Bab IV Hasil Penelitian, terdiri dari gambaran umum dan hasil dari penelitian yang dijabarkan secara jelas sesuai dengan data yang diperoleh.

Bab V Penutup, didalamnya memuat tentang kesimpulan dan saran yang dijabarkan sesuai dengan gagasan peneliti.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Manajemen Strategi

Manajemen strategi pada prinsipnya yaitu menggabungkan perencanaan, penerapan, dan pengawasan. Robert S. Kaplan dan David P. Norton yang mengibaratkan fungsi *balanced Scorecard* bagi sebuah perusahaan layaknya fungsi berbagai tombol dan indikator. Kaplan dan Norton menyatakan dalam buku Dian Syariati, Dkk. :

“Think of the Balanced Scorecard as the dials and indicators in an airplane cockpit. For the complex of navigating and flying an airplane, pilots need detailed information about many aspects of the flight. They need information on fuel, air speed, altitude, bearing, destination, and other indicators that summarize the current and predicted environment. Reliance on one instrument can be fatal. Similarly, the complexity of managing an organization today requires that managers be able to view performance in several areas simultaneously”.

Dalam *balanced scorecard*, Robert P. Kaplan mempertajam konsep pengukuran kinerja dengan menentukan suatu pendekatan efektif yang seimbang (*balanced*) dalam mengukur kinerja strategi perusahaan. Pendekatan yang diambil didasarkan pada 4 perspektif yaitu, misalnya finansial, pelanggan, proses bisnis internal, serta pembelajaran dan pertumbuhan. Keempat perspektif ini menawarkan keseimbangan antara tujuan jangka pendek dan tujuan jangka panjang, hasil yang diinginkan

(*outcome*) dan pemicu kinerja (*performance drivers*) dari hasil tersebut, serta tolak ukur yang digunakan.¹

2. Diversifikasi

Strategi diversifikasi terdiri dari tiga bagian yaitu diversifikasi konsentrik atau berhubungan, diversifikasi konglomerat atau tak berhubungan dan diversifikasi horizontal. Beberapa perusahaan besar memiliki kecenderungan lebih ke arah diversifikasi berhubungan. Diversifikasi berhubungan dapat meningkat secara signifikan dari tahun ke tahun jika dibandingkan dari perusahaan bisnis tunggal mengalami penurunan dari segi jumlahnya.

Diversifikasi konsentrik atau berhubungan merupakan strategi yang dilakukan perusahaan dengan menambah usaha baru atau produk/jasa baru yang masih berhubungan dengan produk atau jasa yang dimiliki oleh perusahaan saat ini. Ada beberapa hal atau alasan yang mendorong perusahaan untuk melakukan strategi diversifikasi konsentrik antara lain adalah:

- a. Pengendalian atas bisnis yang di hulu maupun di hilir, dalam hal ini adalah pengendalian atas pasokan baik dalam hal kualitas, kuantitas maupun harga, serta pengendalian atas pasar.
- b. Akses terhadap informasi yang berhubungan dengan perusahaan.
- c. Mengurangi risiko yang terjadi dalam bisnis.

¹Dian Syariati, Dkk., *Balance Scorecard Pedoman Pratis pada Industri Manufaktur*, (Malang:UB Press, 2013), hal.7.

- d. Pengembangan perusahaan dengan cara membangun kompetensi inti maupun teknologi.
- e. Meningkatkan utilisasi sumber daya perusahaan, dengan cara perluasan usaha sehingga sumber daya dapat dimanfaatkan
- f. Menghemat biaya dengan mengendalikan biaya-biaya yang berada di dalam perusahaan dan di luar perusahaan yang masih berhubungan.²

3. Marketing Mix

Bauran pemasaran (*Marketing Mix*) adalah kumpulan alat pemasaran taktis, yang terkendali (produk, harga, tempat, dan promosi) yang dipadukan perusahaan untuk menghasilkan respons yang diinginkan di pasar sasaran. Pengertian lain bauran pemasaran yaitu strategi kombinasi yang dilakukan oleh berbagai perusahaan dalam bidang pemasaran. Hampir semua perusahaan melakukan strategi ini untuk mencapai tujuan pemasarannya, apalagi dalam kondisi persaingan yang sangat ketat.

Dalam dunia perbankan, bauran pemasaran menggunakan konsep-konsep yang sesuai dengan kebutuhan bank. Konsep bauran pemasaran terdiri dari 4P, yakni Produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*), dan promosi (*promotion*). Adapun kegiatan yang dimaksud dalam *marketing mix*, 7P yaitu:

- a. Produk (*product*)

²Jemsly Hutabarat dan Martani Huseini, *Proses, Formasi dan Implementasi Manajemen Strategik Kontemporer Operasionalisasi Strategi*, (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 20016), hal. 8-9.

Produk adalah sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk memuaskan kebutuhan atau keinginan konsumen, yang melibatkan aspek fisik, layanan, dan simbolik yang membuat produk memberikan kepuasan dan nilai bagi pelanggan. Bauran pemasaran yang berfokus pada produk dan strategi untuk memasarkan produk ke pasar.

b. Harga (*price*)

Harga merupakan jumlah uang yang harus dibayar oleh konsumen untuk memperoleh produk yang ia inginkan. Sebuah perusahaan menegosiasikan harga dengan masing-masing pelanggan, dengan menawarkan diskon, menghitung biaya produksi.

c. Promosi (*promotion*)

Promosi merupakan salah satu faktor penentu mengenai keberhasilan program pemasaran. Promosi adalah salah satu komponen dalam *mix* pemasaran yang berfokus pada mempengaruhi perilaku pembelian pelanggan dan membangun *awareness* (pengetahuan) dan minat terhadap produk atau jasa .

d. Tempat (*Place*)

Tempat dalam *marketing mix* pada dasarnya adalah suatu bentuk saluran distribusi yang mengacu pada lokasi di mana produk tersedia dan dapat dijual dan dibeli.

e. Proses (*Process*)

Proses merupakan gabungan dari keseluruhan aktivitas. Seluruh aktivitas tersebut berhubungan dengan produk yang dihasilkan serta disampaikan kepada konsumen.

f. Orang (*people*)

Orang yaitu aspek konsumen dan Sumber Daya Manusia (SDM) yang terlibat termasuk pekerja hingga tim bisnis. Aspek ini sangat penting untuk diperhatikan.

g. Bukti Fisik (*physical evidence*)

Bukti fisik yaitu semua perangkat yang digunakan sebagai pendukung berjalannya sebuah bisnis.³

4. Strategi Pengembangan Produk

a. Pengertian Strategi

Kata strategi berasal dari bahasa Yunani "*strategia*" yang diartikan sebagai "*The Art Of The General*" atau seni seorang panglima yang biasanya digunakan dalam peperangan.⁴ Dalam pengertian umum, strategi adalah cara untuk mendapatkan kemenangan atau mencapai tujuan. Strategi pada dasarnya merupakan seni dan ilmu yang menggunakan dan mengembangkan kekuatan (*ideology*, politik, ekonomi, sosial-budaya) untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya.

³Mujito, Dkk., *Manajemen Pemasaran Sebuah Pengantar untuk Pemula*, (Tasikmalaya, Edu Publisher, 2020), hal. 75.

⁴Onny dan Novelia, *Strategi Promosi Pemasaran* (Jakarta: FKIP, 2017), hal. 4.

Strategi adalah pendekatan secara keseluruhan yang berkaitan dengan pelaksanaan gagasan perencanaan dan eksekusi sebuah aktivitas dalam kurun waktu tertentu. Didalam strategi yang baik terdapat terdapat koordinasi tim kerja, memiliki tema, mengidentifikasi faktor pendukung yang sesuai dengan prinsip-prinsip pelaksanaan gagasan secara rasional, efisien dalam pendanaan dan memiliki taktik untuk mencapai tujuan secara efektif.⁵

Porter dalam buku Eddy Yunus, mengatakan bahwa strategi adalah sekumpulan tindakan atau aktivitas yang berbeda untuk menghantarkan nilai yang unik, sedangkan Arthur A. J, dalam buku Eddy Yunus, mengatakan strategi terdiri dari aktivitas-aktivitas yang penuh daya saing serta pendekatan-pendekatan bisnis untuk mencapai kinerja yang memuaskan (sesuai target).⁶

b. Fungsi Strategi

Fungsi strategi pada dasarnya adalah berupaya agar strategi yang disusun dapat diimplementasikan secara efektif. Berikut ini fungsi dari strategi diantaranya:

- 1) Mengkomunikasikan suatu maksud atau visi yang ingin dicapai kepada orang lain. Strategi dirumuskan sebagai tujuan yang diinginkan dan mengkomunikasikan tentang apa yang akan dikerjakan, untuk siapa dan mengapa hasil kerjanya dapat bernilai. Untuk mengetahui, mengembangkan dan menilai

⁵Lantip Diat, *Manajemen Strategi* (Yogyakarta: UNY Press, 2018), hlm. 11.

⁶Eddy Yunus, *Manajemen Strategis* (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2016), hlm. 11-12.

alternatif-alternatif, maka perlu dilihat sandingan yang cocok atau sesuai antara kapasitas organisasi dengan faktor lingkungan, dimana kapabilitas tersebut akan digunakan.

- 2) Menghubungkan atau mengaitkan kekuatan atau keunggulan organisasi dengan peluang lingkungannya.
- 3) Memanfaatkan atau mengeksploitasi keberhasilan dan kesuksesan yang didapat sekarang sekaligus menyelidiki adanya peluang-peluang baru.
- 4) Menghasilkan dan membandingkan sumber-sumber daya yang lebih banyak dari yang digunakan sekarang, khususnya sumber dana dan sumber-sumber lainnya yang diolah atau digunakan dengan dihasilkannya sumber-sumber daya yang nyata, tidak hanya pendapatan, tetapi juga reputasi, komitmen karyawan, identitas merek dan sumber daya yang tidak berwujud lainnya.
- 5) Mengkoordinasikan dan mengarahkan kegiatan atau aktivitas organisasi kedepan. Strategi harus menyiapkan keputusan yang sesuai dan sangat penting bagi upaya untuk pencapaian maksud dan tujuan organisasi.
- 6) Menanggapi serta bereaksi atas keadaan yang baru dihadapi sepanjang waktu. Proses yang terus menerus berjalan bagi

penemuan maksud dan tujuan untuk menciptakan aktivitas pendukungnya.⁷

c. Strategi Pengembangan dalam Perspektif Islam

Strategi pengembangan dalam perspektif Islam, terdapat pada firman Allah SWT dalam Surah Al-Jumuah ayat 10 sebagai berikut:

فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِنْ فَضْلِ اللَّهِ وَاذْكُرُوا اللَّهَ كَثِيرًا لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

Artinya: “Apabila telah ditunaikan shalat, Maka bertebaranlah kamu di muka bumi dan carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak supaya kamu beruntung.”

Makna dari ayat di atas, apabila telah ditunaikan sholat, maka bertebaranlah kamu di muka bumi untuk tujuan apapun yang dibenarkan Allah SWT dan carilah dengan bersungguh-sungguh sebagian dari karunia Allah sangat banyak dan tidak mungkin kamu mengambil seluruhnya, dan ingatlah Allah sebanyak-banyaknya jangan sampai kesungguhan kamu mencari karunia-Nya itu melengahkan kamu. Berzikirlah dari saat ke saat di setiap tempat dengan hati atau bersama lidah kamu supaya kamu beruntung memperoleh apa yang kamu dambakan.⁸

d. Pengertian Strategi Pengembangan Produk

Pengembangan produk dapat diartikan sebagai suatu usaha yang dilakukan perusahaan untuk menambah manfaat, ciri, desain, dan layanan pada barang dan jasa. Proses pengembangan produk

⁷Sofjan Assauri, *Strategic Management: Sustainable Competitive Advantages* (Jakarta: Rajawali Pers, 2013), hlm. 5-6 .

⁸M. Quraish Shihab, *Tafsir Al-Misbah* (Jakarta: Lentera Hati, Jakarta), hlm. 59.

memiliki peran signifikan bagi kesuksesan perusahaan. Pengembangan produk menjadi kriteria penting bagi pertumbuhan dan kesuksesan perusahaan⁹. Pengembangan produk merupakan upaya perusahaan untuk senantiasa menciptakan, memperbaiki, memodifikasi produk agar selalu memenuhi tuntutan pasar dan konsumen¹⁰.

Strategi pengembangan produk termasuk kedalam strategi korporasi (*Corporate Strategy*) dimana, dalam strategi pengembangan produk terdapat potensi keuntungan maupun resiko dari aktivitas pengembangan produk dan banyak faktor yang menyebabkan suatu organisasi mempertimbangkan melakukan pengembangan produk baru. Strategi pengembangan produk adalah suatu usaha yang dilakukan oleh perusahaan melalui perbaikan bentuk, penyederhanaan, penyempurnaan bentuk kembali, menambah desain atau model dengan tujuan untuk meningkatkan kepuasan konsumen atau pelanggan¹¹.

Dari beberapa pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa pengembangan produk merupakan usaha yang dilakukan perusahaan

⁹Broto Widya, "Kerangka kerja pengembangan produk sebagai peningkatan daya saing inndustri kecil menengah," (*Jurnal Tekno Sains Universitas gajah mada*, Volume 8 No.1, 22 Desember 2018), hlm. 26-28.

¹⁰Deyorizky, dkk " Pengembangan Produk Tempat Sampah Penghancur Plastic Berbasis Green Technology", (*Jurnal Al Azhar Indonesia Seri Sains Dan Teknologi*, Vol.4, No.4 September 2018), hlm. 167-168.

¹¹Kiki Riki Amelia, Dkk, "Implementasi Strategi Pengembangan produk dalam meningkatkan jumlah nasabah Tabungan Haji", (*Jurnal Jiagabi*, Vol.9 No.2 Agustus 2020), hlm. 167-168.

untuk terus mengupgrade produk yang dimiliki agar mampu bersaing dipasaran.

Berikut merupakan strategi dalam pengembangan produk yaitu:¹²

1) Penelitian dan Pengembangan (*Research and Development*)

Strategi ini menempatkan perusahaan untuk terus berusaha mengembangkan produknya secara teknis.

2) Pemasaran (*Marketing*)

Strategi ini menempatkan konsumen sebagai pertimbangan pertama dalam membuat produk yang sesuai dengan kebutuhan konsumen. Dalam ilmu *marketing*, konsep klasik *Marketing Mix* dilakukan untuk melakukan penetrasi pasar, yaitu untuk menembus pasar diperlukan beberapa strategi terhadap masing-masing komponen yang terdiri dari *Product* (Produk), *Price* (Harga), *Place* (Tempat), dan *Promotion* (Promosi), yang dalam perkembangannya mengalami penambahan menjadi *People* (Orang), *Physical Evidence* (Bukti Fisik), dan *Process* (Proses).

3) Pengusaha (*Entrepreneurial*)

Strategi ini memberi kesempatan pada seorang pengusaha (*Entrepreneur*) untuk mewujudkan idenya dengan membuat divisi tersendiri dan mengumpulkan sumbernya. Strategi ini dilaksanakan pada perusahaan yang sudah besar dan mapan.

¹⁸Andrianto dan Anang, *Manajemen Bank Syariah Implementasi dan Praktek* (Surabaya:Qlara Media Partner, 2019), hlm.140-146.

4) Akuisisi (*Acquisition*)

Strategi ini melibatkan perusahaan untuk mengambil alih atau membeli perusahaan lain yang menghasilkan suatu produk yang sama sekali baru bagi perusahaan atau bahkan bagi pasar.

5) Strategi *Defensive* (*Defensive Strategy*)

Strategi ini dilakukan dengan menciptakan suatu aksi untuk melindungi perusahaan terhadap produk baru yang dikeluarkan pesaing yang meraih sukses pasar.

6) Strategi *Imitative* (*Imitative Strategy*)

Strategi ini dilakukan dengan meniru produk baru dengan cepat sebelum produk tersebut mendapatkan pasaran yang kuat.

7) Strategi *Second-But-Better*

Strategi ini dilakukan dengan sebelumnya menunggu hasil pemasaran produk baru dari pesaingnya, lalu tidak hanya meniru produk pesaing, tetapi juga memperbaikinya dan memperkuat posisinya dipasaran.

e. Tujuan Strategi Pengembangan Produk

Adapun tujuan strategi pengembangan produk dapat dijabarkan sebagai berikut:¹³

- 1) Memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah yang terus berubah seiring dengan perkembangan zaman.

¹³Kiki Rizki Amelia dan Rini Rahayu, Ratna Nikin, "Implementasi Strategi Pengembangan Produk Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Tabungan Haji Pada Bank Muamalat KC Malang", (*Jurnal JIAGABI*, Vol.9, No.2, Agustus 2020), hlm, 167-174.

- 2) Menghidupkan kembali pertumbuhan dari simpanan yang sudah lesu.
- 3) Menanding penawaran baru dari perusahaan pesaing yang menawarkan produk baru terhadap nasabah.

f. Tahap-Tahap Pengembangan Produk

Agar pelaksanaan pengembangan produk dapat berjalan dengan baik dan sesuai dengan yang diharapkan, perlu diperhatikan tahap-tahap dalam melaksanakan pengembangan produk. Tahap-tahap pengembangan produk terbagi menjadi delapan tahap, yaitu:¹⁴

1) Pemunculan Gagasan

Pengembangan produk berawal dari pencairan gagasan. Gagasan produk biasanya berasal dari berbagai sumber, diantaranya yaitu manajer pengembangan dan penelitian, pelanggan, ilmuwan, pesaing, pegawai, saluran pemasaran dan manajemen puncak.

2) Penyaringan Gagasan

Gagasan yang disampaikan oleh pihak-pihak di atas disortir menjadi tiga kelompok yaitu gagasan yang menjanjikan, gagasan yang pas-pasan, dan gagasan yang ditolak. Dalam menyaring gagasan, perusahaan harus memperhatikan dan menghindari dua kesalahan, yaitu kesalahan membuang dan kesalahan jalan terus. Kesalahan membuang yaitu kesalahan yang terjadi jika perusahaan

¹⁴Philipp Kotler, Dkk., *Manajemen Pemasaran* edisi 13 (Jakarta : Erlangga, 2012), hlm.27-30.

membuang ide yang sebenarnya baik untuk dikembangkan. Karena kurangnya gambaran perusahaan terhadap potensi ide tersebut maka perusahaan membuangnya.

Sementara, kesalahan jalan terus yaitu kesalahan yang terjadi apabila perusahaan mengembangkan ide yang sebenarnya merugikan, hal ini akan mengakibatkan produk yang dikembangkan mengalami kegagalan pasar.

3) Pengembangan dan Penyajian Konsep

Gagasan yang menarik harus disempurnakan menjadi konsep yang dapat diuji. Gagasan produk adalah yang mungkin dapat ditawarkan oleh perusahaan ke pasar. Konsep produk adalah versi terinci dari suatu gagasan yang dinyatakan dalam istilah-istilah yang berarti bagi konsumen.

4) Pengembangan Strategi Pemasaran

Perusahaan yang mengembangkan produk dengan melalui strategi pemasarannya perlu memperkenalkan produknya kepada pasar yang mencakup tiga bagian pokok, yaitu:

Bagian Pertama: menjelaskan ukuran, struktur dan perilaku pasar sasaran dan rencana penentuan posisi produk, penjualan, pangsa pasar dan laba yang diinginkan dalam beberapa tahun yang akan datang. Bagian kedua: mengiktisarkan rencana harga produk itu, strategi distribusi, dan anggaran pemasaran untuk tahun pertama. Bagian ketiga: menjelaskan penjualan jangka panjang,

menjelaskan sasaran laba, dan menjelaskan strategi bauran pemasaran selama jangka waktu itu.

5) Analisis Bisnis

Setelah manajemen mengembangkan konsep produk dan strategi pemasaran manajemen dapat mengevaluasi daya tarik bisnis. Manajemen perlu melakukan persiapan proyeksi penjualan, biaya, dan laba untuk menentukan apakah semua itu memenuhi tujuan perusahaan. Jika memenuhi, konsep itu dapat dilanjutkan ketahap pengembangan produk.

6) Pengembangan Produk

Jika konsep produk dapat melewati bisnis, konsep itu akan berlanjut ke bagian rekayasa untuk dikembangkan menjadi produk fisik.

7) Pengujian Pasar

Tahap dimana produk diberi merk, kemasan dan program atas tanggapan konsumen dan penyaluran terhadap masalah-masalah perlakuan, penggunaan, dan pembelian barang ulang produk senyatanya serta pengkajian atas seberapa luas pasar sesungguhnya. Luasnya pengujian pasar yang harus diadakan akan bergantung pada dua segi yaitu biaya dan resiko penanaman modal disatu pihak, dan lainnya adalah keterbatasan waktu dan biaya penelitian.

8) Tahap Komersialisasi

Tahap ini merupakan tahap peluncuran produk ke pasar dimana perusahaan yang berkapasitas sebagai produsen suatu produk akan memutuskan mengenai peluncuran produk ke pasar. Dalam tahap ini, kewajiban manajemen adalah menentukan kapan (*when*), siapa (*who*), dan bagaimana (*how*) produk-produk itu dipasarkan. Dalam setiap tahapan proses tersebut, manajemen akan mereview dan mengambil keputusan apakah lanjut atau menghentikan proses pengembangan produk tersebut.

Agar strategi pengembangan produk dapat lebih efektif dalam rangka mempengaruhi nasabah untuk tertarik menggunakan dan membuat mereka menjadi puas maka kita perlu mempelajari beberapa hal tentang strategi ini yaitu konsep produk, siklus kehidupan produk, dan jenis-jenis produk.

g. Pengertian Analisis SWOT

Gambaran berupa kajian dalam manajemen perusahaan yang dimana dapat mendukung upaya penyusunan strategi untuk memperoleh tujuan perusahaan baik masa yang singkat ataupun masa yang berkepanjangan adalah pengertian dari analisis SWOT. Biasanya analisis SWOT selalu membuat perbandingan antara sisi bagian dalam perusahaan dan bagian luar perusahaan.¹⁵

¹⁵Philip Kotler Dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran* (Yogyakarta: PT. Indeks, 2014), hlm. 63.

Analisis SWOT adalah penjabaran dari banyaknya faktor yang dibuat untuk menyebutkan strategi perusahaan. Analisis tersebut terdiri dari kekuatan (*strengths*) dan peluang (*opportunities*), namun beriringan juga harus memperkecil kelemahan atau (*weakness*) dan ancaman (*threats*). Teknik dalam memutuskan strategi berkaitan dengan pembangunan misi, tujuan, strategi dan kebijakan perusahaan. Untuk itu, perencana strategis wajib menelaah aspek-aspek strategis perusahaan (kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman) dalam situasi sekarang. Aktivitas itu disebut analisis situasi. Model yang umum dari analisis situasi ialah analisis SWOT. Ada lima langkah dalam menyusun analisis SWOT diantaranya:¹⁶

- 1) Menyediakan sesi SWOT
- 2) Menjabarkan kekuatan dan kelemahan
- 3) Menelaah kesempatan dan ancaman
- 4) Membuat tingkatan atas kekuatan dan kelemahan
- 5) Menguraikan kekuatan dan kelemahan Analisis situasi adalah permulaan pembuatan perumusan strategi.

Disamping itu, analisis situasi mewajibkan adanya kekuatan dan kelemahan. Matriks SWOT dapat menghasilkan empat sel perkiraan perubahan strategi. Strategi S-O menekan perusahaan mampu mengambil peluang dari kekuatan internal perusahaan. Strategi W-O menekan perusahaan untuk meminimalisir kelemahan

¹⁶Freddy Rangkuti, *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis* (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2014), hlm. 15-16.

dalam menggunakan peluang. Strategi S-T adalah memaksimalkan kekuatan dalam menjauhi ancaman dan W-T merupakan meminimalisir kelemahan dan menjauhi ancaman.

Konsep strategi tersebut akan diuraikan kepada konsep-konsep yang tercatat adanya sasaran yang wajib diperoleh perusahaan. Kemudian konsep operasional diuraikan lagi ke dalam satu satuan uang yang merupakan perkiraan budget operasional. Konsep dasar analisis SWOT nampaknya simpel dan tidak rumit, misalnya jika kita memahami kekuatan (*strength*) dan kelemahan (*weakness*) juga melihat peluang (*opportunity*) dari luar perusahaan yang menguntungkan beserta mengurangi terjadinya ancaman (*treath*) di dalam perusahaan yang membuat menderita perusahaan itu sendiri. Menambah ilmu dan keahlian dalam organisasi merupakan kegunaan dari analisis SWOT.

Analisis SWOT adalah penjabaran dari banyaknya faktor yang dibuat untuk menyebutkan strategi perusahaan. Analisis tersebut terdiri dari kekuatan (*strengths*) dan peluang (*opportunities*), namun beriringan juga harus memperkecil kelemahan atau (*weakness*) dan ancaman (*threats*). Mengoperasikan kinerja merupakan kewajiban bagi perusahaan, dikarenakan perusahaan dapat memanfaatkan semua komoditi yang

tersedia secara optimal untuk memperbanyak kekayaan pemilik perusahaan dan menambah nilai untuk *stakeholder*.¹⁷

Jadi, analisis SWOT adalah strategi yang efektif yang menambah kekuatan dan peluang dan memperkecil kelemahan dan ancaman. Jika diaplikasikan secara cermat dan teliti, maka penafsiran tersebut memiliki pengaruh yang luar biasa atas rancangan suatu strategi yang tercapai dan analisis lingkungan industri menyediakan informasi yang diperlukan untuk melihat peluang dan ancaman dalam perusahaan. Matriks SWOT memerlukan beberapa strategi yaitu:

- 1) Strategi S.O, adalah strategi yang mengambil peluang yang ada dengan keunggulan perusahaan (*Adventage Comparative*).
- 2) Strategi S.T, adalah dengan memfokuskan beberapa kelebihan untuk memperoleh target (*mobilization*).
- 3) Strategi W.O, adalah memilih unsur mana yang lebih didulukan dan unsur mana yang dibelakangkan (*investmen/divesmen*).
- 4) Strategi W.T, adalah wajib berhati-hati atau waspada dalam memperoleh target (*damage control*).¹⁸

5. Pembiayaan

a. Pengertian Pembiayaan

Dalam arti sempit, pembiayaan dipakai untuk mendefenisikan pendanaan yang dilakukan oleh lembaga pembiayaan seperti bank

¹⁷Freddy Rangkuti, *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis* (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2014), hlm. 18-19.

¹⁸Kotler And Keller, hlm. 64.

syariah kepada nasabah. Pembiayaan secara luas berarti *financing* atau pembelanjaan yaitu pendanaan yang dikeluarkan untuk mendukung investasi yang telah direncanakan, baik dilakukan sendiri maupun dikerjakan oleh orang lain. Menurut M. Syafi’I Antonio menjelaskan bahwa pembiayaan merupakan salah satu tugas pokok bank yaitu pemberian fasilitas dana untuk memenuhi kebutuhan pihak-pihak yang merupakan *deficit* unit.

Sedangkan menurut UU No. 10 Tahun 1998 tentang Perbankan menyatakan: Pembiayaan berdasarkan prinsip syariah adalah penyediaan uang atau tagihan yang dipersamakan dengan itu berdasarkan persetujuan atau kesepakatan antara bank dengan pihak lain yang mewajibkan pihak yang dibiayai untuk mengembalikan uang atau tagihan tersebut setelah jangka waktu tertentu dengan imbalan atau bagi hasil (*Profit And Loss Sharing*).¹⁹

Pembiayaan berdasarkan kebijakan peraturan Bank Indonesia No. 9/19/PBI/2007, pembiayaan merupakan penyediaan dana atau piutang yang dipersamakan dengan itu. Sementara Pasal 1 Angka 12 Undang-Undang No.7 Tahun 1992, pembiayaan merupakan penyediaan uang atau tagihan yang dipersamakan dengan itu berdasarkan persetujuan atau kesepakatan antara bank dengan pihak lain yang mewajibkan pihak yang beri dana tersebut mengembalikan

¹⁹Siddik Bonar Pane dan Mustapa K. Rokan, “Strategi Pemasaran Pembiayaan Program Haji (PROHAJJ) dengan Akad Wakalah Bil Ujrah Wal Qard pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Rantauprapat”, (*Jurnal Ekonomi Manajemen Akuntansi dan Keuangan*, Vol. 3 No. 3 Juli 2022), hlm.751.

uang tersebut sesuai dengan jangka waktu, imbalan atau bagi hasil yang telah disepakati. Pembiayaan merupakan salah satu jenis kegiatan usaha yang dilakukan pihak lembaga keuangan syariah dalam rangka menyediakan dana kepada masyarakat atau nasabah dengan persyaratan mengembalikan dana tersebut kembali setelah jangka waktu, imbalan dan bagi hasil yang disepakati.²⁰

b. Fungsi Pembiayaan

Ada beberapa fungsi pembiayaan yang ditawarkan oleh lembaga keuangan syariah yaitu sebagai berikut:

- 1) Pembiayaan mampu menaikkan peredaran tukar-menukar barang dan jasa.
- 2) Pembiayaan adalah alat yang dapat digunakan untuk menggunakan *idle fund*.
- 3) Pembiayaan menjadi alat pengatur harga.
- 4) Pembiayaan dapat menghidupkan dan menaikkan fungsi ekonomi yang ada.²¹

c. Unsur-Unsur Pembiayaan

Adapun unsur-unsur yang terkandung dalam pemberian suatu pembiayaan adalah:²²

- 1) Kepercayaan

²⁰Dadan Muttaqien, *Aspek Legal Lembaga Keuangan Syariah*, (Yogyakarta: Safitria Insania Press, 2014), hal. 85.

²¹Ismail, *Perbankan Syariah*, (Jakarta: Kencana, 2014), hlm.108.

²²Abdullah dan Tantri, *Bank dan Lembaga Keuangan* (Jakarta:Rajawali Pers, 2017), hlm.165-166.

Kepercayaan adalah keyakinan dalam pemberian pembiayaan bahwa pembiayaan yang diberikan (dalam bentuk uang, barang atau jasa) benar-benar akan diterima kembali di masa depan.

2) Kesepakatan

Kesepakatan ini berisi kesepakatan antara si pemberi pembiayaan dan si penerima pembiayaan. Perjanjian ini dituangkan dalam suatu perjanjian dimana masing-masing pihak menandatangani hak dan kewajibannya.

3) Jangka waktu

Jangka waktu setiap pembiayaan yang ditawarkan memiliki jangka waktu khusus, jangka waktu ini mencakup masa pengembalian pembiayaan yang telah disepakati. Jangka waktu tersebut dapat berbentuk dalam bentuk jangka pendek, jangka menengah atau jangka panjang.

4) Risiko

Adanya masa tenggang untuk pengembalian menimbulkan risiko tidak tertagihnya/macet pemberian pembiayaan. Semakin lama pembiayaan semakin besar risikonya dan sebaliknya.

5) Balas Jasa

Balas jasa adalah keuntungan atas pemberian suatu pembiayaan atau yang biasa dikenal sebagai bagi hasil. Balas jasa

dalam bentuk bagi hasil dan administrasi pembiayaan ini merupakan keuntungan bank dan lembaga keuangan lainnya.

6. Pembiayaan Program Haji (Multiguna Prohajj)

a. Pengertian Pembiayaan Program Haji (Multiguna Prohajj)

Pembiayaan program haji (Multiguna Prohajj) ini merupakan salah produk unggulan yang ada di PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidimpuan Tbk dibuat untuk membantu masyarakat tentunya melancarkan dalam melaksanakan ibadah haji (Rukun Islam Ke-5). Sebelumnya produk ini bernama Dana Talangan Haji dan kemudian berganti nama menjadi Pembiayaan Program Haji (Multiguna Prohajj). Pembiayaan Program Haji (Multiguna Prohajj) ini juga mempunyai premi yang terjangkau berdasarkan pembiayaan yang diambil dan saldo dalam pembukaan tabungan sebesar Rp. 0,-. Dan ketika nasabah mengambil pembiayaan program ini hanya membayar upah (jasa) kepada bank sebesar Rp. 1000.000 dibayar diawal akad. Lalu dalam pemasaran produk ini melalui teknik yang biasa dilakukan dari mulut ke mulut yang sering terjadi dilingkungan masyarakat. Serta diharapkan sesama karyawan untuk menyampaikan informasi ini ke kalangan keluarga, kerabat,teman dekat, dan juga kepada nasabah yang datang langsung ke bank.

b. Fatwa Pembiayaan Program Haji (Multiguna Prohajj)

Berdasarkan keputusan fatwa yang dikeluarkan oleh Dewan Syariah Nasional No.29/DSN-MUI/VI/2002 tentang Pembiayaan Pengurusan Haji Lembaga Keuangan Syariah adalah sebagai berikut :

- 1) Dalam pengurusan haji bagi nasabah, Lembaga Keuangan Syariah (LKS) dapat memperoleh imbalan jasa (*ujroh*) dengan menggunakan prinsip akad *al-Ijarah* sesuai Fatwa DSN MUI No.9/DSN-MUI/IV/2000.
- 2) Besar imbalan jasa *al-Ijarah* tidak boleh didasarkan pada jumlah talangan *Al-Qardh* yang diberikan Lembaga Keuangan Syariah (LKS) pada nasabah.
- 3) Apabila diperlukan, Lembaga Keuangan Syariah (LKS) dapat membantu menalangi pembayaran BPIH nasabah dengan menggunakan prinsip akad *Al-Qardh* sesuai dengan fatwa DSN-MUI No.19/DSN-MUI/IV/2001.
- 4) Opini Dewan Pengawas Syariah No.9/021/DPS tanggal 24 Juli 2007 tentang Penerimaan Fee dari Biro Perjalanan Haji (BPIH) & Umrah.

Berdasarkan pertimbangan di atas itulah, Dewan Syariah Nasional memberikan ketetapan hukum boleh melakukan ibadah haji dengan bantuan talangan dari pihak Lembaga Keuangan Syariah

(LKS), dengan syarat ia harus mampu melunasinya dalam waktu yang telah disepakati.²³

Akad yang digunakan pada Produk Pembiayaan Program Haji (Prohajj) di PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidimpuan Tbk yaitu *wakalah bil ujarah wal qardh*. Adapun fatwa dari akad *wakalah bil ujarah wal qardh* yaitu fatwa DSN MUI No. 31 Tahun 2002 yang mana akad-akadnya tidak bercampur dan tidak melahirkan nama akad baru. Tetapi nama akad dasarnya tetap ada dan eksis serta praktikkan dalam suatu transaksi. Contohnya kontrak akad pembiayaan *take over* pada alternatif satu dan empat akad, *kafalah wal ijarah* serta *qardh* dan *ijarah* pada kartu kredit, *wakalah bil ujarah* pada L/C, RTGS, *kafalah wal ijarah* pada pembiayaan multi jasa/multi guna dan akad lainnya.²⁴

Keuntungan, pembiayaan program haji (Prohajj) Pada PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidimpuan Tbk, yaitu : Setoran awal Rp. 0, sudah online dengan Siskohat Depag, Diprioritaskan terdaftar sebagai jamaah. Sementara, fasilitas pembiayaan prohajj berupa Upah (ujrah) yang diberikan diawal akad dan mendapatkan kartu debit BMI, serta bebas administrasi. Adapun persyaratan pembiayaan prohajj sebagai berikut :

²³Arindah Dwi Cahyani, “Prinsip Dan Penerapan Produk Pembiayaan Dana Talangan Haji Serta Implikasinya Terhadap Aspek Keuangan Lembaga Keuangan Syariah (Studi pada PT. Bank Tabungan Negara Syariah Malang)”, Skripsi Universitas Brawijaya Malang, 2019, hlm. 6.

²⁴Mansur Chadi Mursid, Dkk., *Menanamkan Nilai Inovasi Berbasis Syariah Untuk Meningkatkan Kinerja Pemasaran Produk Baru di Industri Keuangan Mikro Syariah*, (Tegal: Khoirunnisa, 2019), hal.47

- 1) Usia minimum pada saat pengajuan adalah 21 tahun.
- 2) Usia maksimum pada saat pembiayaan jatuh tempo adalah 55 tahun atau belum pension.
- 3) Hasil bank *checking* nasabah di BMI dan bank lain menunjukkan status Lancar.
- 4) Nasabah boleh mengikutsertakan : Orang tua, anak, mertua, saudara kandung dan menantu.
- 5) Maksimum pelatfond adalah 100 juta.
- 6) Maksimum angka per porsi 25 juta.
- 7) Dokumen yang dibutuhkan : KTP Nasabah, Kartu Keluarga, Bukti penghasilan)
- 8) Copy NPWP diwajibkan bagi pengajuan >50 juta.
- 9) Bukti penghasilan fix income : Slip gaji minimal 1 bulan terakhir.
- 10) Bukti penghasilan *non fix income* : Mutasi rekening 3 bulan terakhir dengan mutasi kredit aktif.
- 11) Minimum gaji/penghasilan setara UMR provinsi daerah pengajuan.
- 12) Tidak berlaku joint income (gabungan penghasilan).
- 13) *Cash Ratio* (perbandingan total angsuran/pendapatan) tidak lebih dari 60%.²⁵

²⁵Siddik Bonar Pane dan Mustapa Kamal Rokan, hal. 7.

7. Minat Nasabah

Minat dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) yaitu kesukaan, keinginan, ataupun kecenderungan hati kepada semua.²⁶ Minat merupakan kecenderungan untuk memperhatikan orang lain dan bertindak terhadap situasi, aktivitas, dan orang yang menjadi objek minat tersebut disertai dengan perasaan senang.²⁷ Menurut Andi Mappiare, minat merupakan suatu perangkat mental yang terdiri dari perasaan, keyakinan, prasangka, harapan, ketakutan, dan kecenderungan lain yang mengarahkan individu pada suatu pilihan tertentu. Menurut Penitasari, minat merupakan suatu perilaku kecenderungan merasa tertarik atau terdorong untuk melakukan suatu aktivitas untuk mendapatkan dan memiliki barang dan jasa. Sementara menurut Barry dan Evans, minat merupakan suatu perilaku manusia yang tumbuh melalui tahapan rangsangan, kesadaran, dan pencarian informasi mengenai produk yang ingin dibeli. Menurut Kotler dan Keller menyatakan bahwa minat adalah respon terhadap objek yang menunjukkan keinginan seseorang untuk membeli yang muncul secara eksternal.²⁸

Jadi dapat disimpulkan bahwa minat nasabah merupakan suatu perilaku nasabah yang mengarah untuk melakukan transaksi ulang atau rutin terhadap produk dan jasa yang telah ditawarkan.

²⁶KBBI, Edisi V, dipublikasikan 28 Oktober 2016.

²⁷Ahmad Susanto, *Teori Belajar dan Pembelajaran di Sekolah Dasar*, (Jakarta: Kencana, 2013), hal. 58.

²⁸Bobby Hartono, dan Leni Indriyani, *Minat Beli di Marketplace Shopee*, (Padangsidempuan: PT Inovasi Pratama Internasional, 2022), hal. 9.

B. Penelitian Terdahulu

Sebagai bahan pertimbangan dan acuan perbandingan dalam landasan penelitian yang berjudul “Strategi Pengembangan Produk Pembiayaan Multiguna Prohaji dalam Meningkatkan Minat Nasabah (Studi Kasus pada PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan Tbk)”. Penelitian terdahulu adalah kajian terhadap hasil-hasil penelitian. Adapun penelitian terdahulu yaitu terdapat hubungan atau kaitan dengan permasalahan penelitian peneliti. Penelitian terdahulu pada penelitian ini sebagai berikut:

Tabel II. 1
Penelitian Terdahulu

| No | Nama Peneliti | Judul Penelitian | Hasil Penelitian |
|----|--|--|---|
| 1 | Nur Islamiati, Skripsi IAIN Ponorogo Tahun 2021. | Analisis Strategi Bank dalam Meningkatkan Minat Nasabah terhadap Produk Tabungan iB Hijarah Haji di Bank Muamalat Indonesia KCP Madiun pada Masa Pandemi Covid-19. | Berdasarkan hasil penelitian bahwa strategi untuk meningkatkan minat menjadi nasabah produk tabungan iB hijarah haji yaitu dengan cara sosialisasi dan melakukan perbandingan dengan bank lain. Dengan begitu bank akan mengetahui kekurangan dan kelebihan sehingga dapat menjadi masukan dan memperbaiki kekurangan dan kelebihan sehingga dapat menjadi masukan dan memperbaiki apa yang perlu diperbaiki. ²⁹ |
| 2 | Fania Rizka Putri Meidiana, Skripsi UIN Satu Tulungagung | Implementasi Strategi Marketing Syariah dalam Meningkatkan Nasabah Produk | Berdasarkan hasil penelitian bahwa Bank Panin Dubai Syariah KCU Malang dalam implementasi strategi |

²⁹Nur Islamiati, “Analisis Strategi Bank dalam Meningkatkan Minat Nasabah terhadap Produk Tabungan iB Hijarah Haji di Bank Muamalat Indonesia KCP Madiun pada Masa Pandemi Covid-19”, (Skripsi IAIN Ponorogo, 2021), hal. 38.

| | | | |
|---|---|--|--|
| | Tahun 2021. | Pembiayaan Dana Haji (Studi Kasus PT Bank Panin Dubai Syariah Kantor Cabang Unit Malang) | marketing syariah untuk meningkatkan nasabah produk pembiayaan dana haji yaitu menerapkan bauran pemasaran Mix 4P (<i>Product, Price, Place, dan Promotion</i>). ³⁰ |
| 3 | Hanifah Siregar, Skripsi IAIN Padangsidimpuan Tahun 2021. | Strategi Pengembangan Produk Tabungan IB Muamalat Haji dan Umrah PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk KCP Panyabungan. | Berdasarkan hasil penelitian bahwa strategi pengembangan produk tabungan iB muamalat haji dan umrah PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk KCP Panyabungan dengan menggunakan strategi pemasaran, penelitian dan pengembangan, dan strategi defensif ³¹ . |
| 4 | Siddik Bonar Pane dan Mustapa K. Rokan, Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi dan Keuangan Vol. 3 No. 3 Juli 2022. | Strategi Pemasaran Pembiayaan Program Haji (PROHAJJ) dengan Akad Wakalah Bil Ujrah Wal Qard pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Rantauprapat. | Hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran yang dilakukan Bank Muamalat Indonesia Tbk Cabang Rantauprapat dalam mempromosikan produk dengan bantuan anak magang dengan mengiklan brosur di social media. ³² |
| 5 | Muhammad Romli Muar Dkk., Jurnal Ekonomi Syariah dan Bisnis Vol. 5 No. 1 2022. | Analisis Persepsi Masyarakat terhadap Minat Produk Prohajj dalam Hukum Islam. | Berdasarkan hasil penelitian bahwa minat produk tabungan IB Muamalat Prohajj akan terus mendekati diri kepada nasabah meskipun ditengah pandemi. ³³ |

³⁰Fania Rizka Putri Meidiana, "Implementasi Strategi Marketing Syariah dalam Meningkatkan Nasabah Produk Pembiayaan Dana Haji (Studi Kasus PT Bank Panin Dubai Syariah Kantor Cabang Unit Malang)", (Skripsi UIN Satu Tulungagung, 2021), hal. 25.

³¹Hanifah Siregar, "Strategi Pengembangan Produk Tabungan IB Muamalat Haji dan Umrah PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk KCP Panyabungan", (Skripsi IAIN Padangsidimpuan, 2021), hlm. 8.

³²Siddik Bonar Pane dan Mustapa K. Rokan, "Strategi Pemasaran Pembiayaan Program Haji (PROHAJJ) dengan Akad Wakalah Bil Ujrah Wal Qard pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Rantauprapat", (*Jurnal Ekonomi Manajemen Akuntansi dan Keuangan*, Vol. 3 No. 3 Juli 2022), hlm.755.

³³Muhammad Romli Muar Dkk., "Analisis Persepsi Masyarakat terhadap Minat Produk Prohajj dalam Hukum Islam ", (*Jurnal Ekonomi Syariah dan Bisnis*, Vol. 5 No. 1 2022), hlm.84.

| | | | |
|----|--|--|--|
| 6. | Zaim Fida, Skripsi IAIN Kudus Tahun 2022. | Analisis Strategi Pengembangan Produk Ar-Rum Haji dengan Pendekatan Bisnis Model Canvas di Pegadaian (Unit Pelayanan Syariah Pasar Bintoro Demak). | Berdasarkan hasil penelitian bahwa Pegadaian Syariah berada pada fase “ <i>strong</i> ” dengan demikian kondisi tersebut sangat terbilang cukup baik dan dapat terus berkembang kedepannya dan perlu adanya perluasan seperti <i>customer relationship</i> dengan menambah jaringan agen atau mitra pegadaian. ³⁴ |
| 7. | M. Ziqhri Anhar dan Andri Soemitra, Jurnal Ekonomi Syariah dan Bisnis Vol. 05 No. 02 Tahun 2022. | Strategi Pemasaran pada Pembiayaan Haji di Indonesia: Studi Literatur Persepsi Mahasiswa PascaSarjana Bidang Perbankan Syariah. | Hasil penelitian bahwa: terdapat beberapa strategi pemasaran dalam memasarkan produk pembiayaan haji di Indonesia melalui lembaga keuangan syariah seperti pegadaian syariah dan perbankan syariah. ³⁵ |

Berikut persamaan dan perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti yaitu:

- a. Menurut penelitian Nur Islamiati, terdapat persamaan dan perbedaan pada penelitian ini. Persamaannya yaitu sama-sama mengkaji mengenai strategi untuk meningkatkan nasabah terhadap produk haji. Sementara, perbedaan penelitian Nur Islamiati dengan penelitian peneliti yaitu penelitian tersebut lebih dominan mengkaji pada produk tabungan sementara produk peneliti yaitu produk pembiayaan serta strategi pengembangannya.

³⁴Zaim Fida, “Analisis Strategi Pengembangan Produk Ar-Rum Haji dengan Pendekatan Bisnis Model Canvas di Pegadaian (Unit Pelayanan Syariah Pasar Bintoro Demak)”, (Skripsi IAIN Kudus, 2022), hlm. 98.

³⁵M. Ziqhri Anhar dan Andri Soemitra, Strategi Pemasaran pada Pembiayaan Haji di Indonesia: Studi Literatur Persepsi Mahasiswa PascaSarjana Bidang Perbankan Syariah”, (*Jurnal Ekonomi Syariah dan Bisnis*, Vol. 05 No. 02, 2022). hlm. 193.

- b. Menurut penelitian Fania Rizka Putri Meidiana, terdapat persamaan dan perbedaan pada penelitian ini. Persamaannya yaitu sama-sama mengkaji strategi produk pembiayaan haji. Sementara, perbedaan penelitian peneliti dengan penelitian Fania Rizka yaitu penelitian tersebut lebih mengkaji pada implementasi strateginya tidak terfokus pada strategi pengembangannya.
- c. Menurut penelitian Hanifah Siregar, terdapat persamaan dan perbedaan pada penelitian ini. Persamaannya yaitu sama-sama mengkaji tentang strategi pengembangan terhadap produk haji. Sementara, perbedaan penelitian Hanifah Siregar dengan penelitian yang dilakukan peneliti yaitu terletak pada produknya yang mana pada penelitian Hanifah Siregar terfokus pada produk tabungan melainkan peneliti pada produk pembiayaan prohajj.
- d. Menurut penelitian Siddik Bonar Pane dan Mustapa K. Rokan, terdapat persamaan dan perbedaan pada penelitian ini. Persamaannya yaitu sama-sama mengkaji strategi pada produk pembiayaan program haji (Prohajj). Sementara, perbedaan penelitian Siddik Bonar Pane dan Mustapa K. Rokan dengan penelitian yang dilakukan peneliti yaitu terletak pada strateginya yang mana pada penelitian Siddik Bonar Pane dan Mustapa K. Rokan terfokus pada strategi pemasaran melainkan peneliti strategi pembiayaan prohajj.
- e. Menurut penelitian Muhammad Romli Muar Dkk., terdapat persamaan dan perbedaan pada penelitian ini. Persamaannya yaitu sama-sama

mengkaji produk Prohaji. Sementara, perbedaan penelitian Muhammad Romli Muar Dkk., dengan penelitian yang dilakukan peneliti yaitu pada penelitian Muhammad Romli Muar Dkk lebih memfokuskan pada analisis persepsi masyarakat melainkan peneliti pada strategi pengembangan produknya.

- f. Menurut penelitian Zaim Fida, terdapat persamaan dan perbedaan pada penelitian ini. Persamaannya yaitu sama-sama mengkaji tentang strategi pengembangan pada produk haji. Sedangkan, perbedaan penelitian Zaim Fida dengan penelitian yang dilakukan peneliti yaitu pada penelitian Zaim Fida terfokus pada pendekatan bisnis model canvas serta penelitiannya dilakukan di perusahaan pegadaian melainkan peneliti di bank syariah.
- g. Menurut penelitian M. Ziqhri Anhar dan Andri Soemitra, terdapat persamaan dan perbedaan pada penelitian ini. Persamaannya yaitu sama-sama mengkaji tentang strategi pengembangan dan pemasarannya. Sedangkan, perbedaan penelitian M. Ziqhri Anhar dan Andri Soemitra yaitu lebih memfokuskan penelitiannya pada studi kasus literatur persepsi Mahasiswa PascaSarjana Bidang Perbankan Syariah.

BAB III METODE PENELITIAN

A. Waktu dan Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan Tbk tepatnya di Jl. Gatot Subroto No. 08, Kelurahan We II, Kecamatan Padangsidempuan Utara, Kota Padang Sidempuan, Provinsi Sumatera Utara Kode Pos: 22718. Penelitian ini dilaksanakan pada 01 Agustus 2022 sampai dengan bulan 01 Mei 2023.

B. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif adalah suatu pendekatan penelitian yang mengungkap situasi *social* tertentu dengan mendeskripsikan kenyataan secara benar, dibentuk oleh kata-kata berdasarkan teknik pengumpulan data dan analisis data yang relevan yang diperoleh dari situasi yang alamiah¹.

C. Subjek Penelitian

Unit analisis dalam penelitian ini adalah sesuatu yang menunjuk pada subjek penelitian. Unit analisis suatu penelitian berupa individu, kelompok, organisasi, benda, wilayah dan waktu tertentu yang sesuai dengan *focus* permasalahannya. Subjek penelitian yang sangat diperlukan oleh peneliti adalah pihak pimpinan, karyawan, dan nasabah di PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan Tbk. Berikut jabaran subjek penelitian pada tabel di bawah ini yaitu :

¹Sandi dan Ali, *Dasar Metodologi Penelitian* (Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015), hlm.27-30.

Tabel III. 1
Subjek Penelitian

| No. | Nama | Jabatan |
|-----|----------------------|---------------------------------------|
| 1 | Efrida Yanti Siregar | Pimpinan Bank |
| 2 | Amelia Suri Ani Lase | <i>Relationship Manager Financing</i> |
| 3 | Ayu Lina | <i>Staff Marketing Prohajj</i> |
| 4 | Syukron Rizki | nasabah prohajj |
| 5 | Nurdahniar Ritonga | nasabah prohajj |
| 6 | Novi | nasabah prohajj |

D. Sumber Data Penelitian

Sumber data pada penelitian ini terdiri dari dua yaitu data primer dan data sekunder. Berikut penjabaran tentang data primer dan data sekunder yaitu:

1. Data Primer

Data primer merupakan data yang paling pokok dalam penelitian ini dimana peneliti harus langsung terjun ke lokasi penelitian untuk memperoleh data penelitian yang dibutuhkan. Data primer yang dibutuhkan oleh peneliti dalam penelitian ini yaitu kegiatan observasi dan hasil wawancara terhadap pihak pimpinan bank, *staff marketing* prohajj, *relationship manager financing*, dan nasabah prohajj pada PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan Tbk.

2. Data Sekunder

Data sekunder meliputi yaitu, dokumentasi dan publikasi.² Data sekunder yang dibutuhkan oleh peneliti adalah dokumentasi, buku, jurnal serta artikel.

² Rianto, *Metodologi Penelitian Sosial dan Hukum*, (Jakarta: Plaju, 2014), hlm. 57

E. Instrumen Pengumpulan Data

Adapun instrumen pengumpulan data yang terdapat pada penelitian ini terdiri dari³:

1. Observasi (Pengamatan)

Observasi merupakan suatu proses kegiatan penelitian dengan mengamati, melihat, meninjau dengan seksama terhadap objek penelitian yang dilakukan. Observasi pada penelitian ini yaitu mengamati dan meninjau suatu masalah pada PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan Tbk terkait strategi pengembangan produk pembiayaan multiguna prohaji.

2. Wawancara

Wawancara merupakan suatu proses kegiatan penelitian dengan cara memperoleh informasi atau data terkait penelitian yang dilakukan dengan cara tanya-jawab dengan narasumber secara langsung di lokasi penelitian. Kegiatan wawancara yang dimaksud pada penelitian ini yaitu melakukan tanya-jawab terhadap informan yaitu pimpinan bank, karyawan, serta nasabah sesuai dengan pedoman wawancara.

3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan suatu catatan kejadian dari diperoleh dari lokasi penelitian dapat berbentuk lisan dan tulisan. Dokumentasi diperoleh sebagai data pelengkap dalam data penelitian. Dokumentasi pada penelitian ini dapat berupa file atau dokumen penting yang terkait dengan

³Albi Anggito, dan Johan Setiawan, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bojong: CV Jejak, 2018), hlm. 145

produk pembiayaan multiguna prohajj di PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan Tbk.

F. Teknik Pengolahan dan Analisis Data

Adapun teknik-teknik atau langkah-langkah yang dilakukan dalam analisis data kualitatif adalah sebagai berikut:⁴

1. Reduksi data, mengidentifikasi bagian terkecil yang ditentukan dalam data yang memiliki makna bila dikaitkan dengan fokus dan masalah penelitian. Reduksi data sebagai proses pemilihan, pemusatan, perhatian pada penyederhanaan, keabstrakan dan transformasi data awal yang muncul dari catatan lapangan. Peneliti mengedit data dengan cara memilih bagian data untuk dikode, dipakai dan yang diringkas serta dimasukkan dalam kategori yang diteliti. Reduksi data dilakukan secara terus menerus selama penelitian dilakukan.
2. Penyajian data (*Display*), sekumpulan data yang diorganisir sehingga dapat memberi deskripsi menuju penarikan kesimpulan. Penyajian data harus mempunyai relevansi yang kuat dengan perumusan masalah secara keseluruhan dan disajikan secara sistematis.
3. Penarikan kesimpulan, proses penarikan kesimpulan merupakan bagian penting dari kegiatan penelitian karena merupakan kesimpulan dari penelitian. Proses penarikan kesimpulan ini bermaksud untuk menganalisis, mencari makna dari data yang ada sehingga dapat ditemukan dalam penelitian yang telah dilakukan.

⁴Salim dan Syahrudin, *Metode Penelitian* (Bandung:Cita Pustaka Media, 2012), hlm. 165-170.

Dalam melaksanakan langkah-langkah dalam pengolahan data, maka analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis SWOT. Analisis SWOT tentang strategi pengembangan produk pembiayaan multiguna prohajj pada PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidimpuan Tbk. Analisis SWOT terdiri dari empat faktor yaitu :⁵

1. *Strengths* (kekuatan) Analisis terhadap unsur kekuatan yang dimiliki oleh perusahaan. Misalnya saja menganalisis tentang kelebihan apa saja yang dimiliki oleh perusahaan seperti dari segi teknologi, kualitas hasil produksi, lokasi strategis atau unsur kekuatan lainnya yang lebih menekankan pada keunggulan perusahaan.
2. *Weakness* (kelemahan) Selain melihat unsur kekuatan perusahaan sangat penting untuk megatahui apa kelemahan yang dimiliki perusahaan. Untuk mengetahui kelamahan perusahaan bisa dengan melakukan perbandingan dengan pesaing seperti apa yang dimiliki perusahaan lain namun tidak dimiliki perusahaan anda.
3. *Oppurtunities* (peluang) Unsur peluang termasuk daftar apa saja yang memungkinkan bisnis mampu bertahan dan diterima di masyarakat, baik dalam janhka pendek maupun jangka panjang.
4. *Threats* (ancaman) Analisis terhadap unsur ancaman sangat penting karena menentukan apakah bisnis dapat bertahan atau tidak di masa depan. Beberapa hal yang termasuk unsur ancaman misalnya banyaknya

⁵Fajar Nur'aini Dwi Fatimah, *Teknik Analisis SWOT*, Jakarta: Anak Hebat Indonesia, 2016, hlm. 20-22.

pesaing, ketersediaan sumber daya, jangka waktu minat konsumen, dan lain sebagainya.

G. Teknik Pengecekan Keabsahan Data

Untuk menjamin keabsahan data dalam penelitian ini, peneliti berpedoman kepada pendapat Lexy Moeleong, yang dilaksanakan dalam beberapa tahapan yaitu⁶:

1. Perpanjangan Keikutsertaan

Peneliti bertujuan untuk meningkatkan kepercayaan data yang ditampilkan. Dalam hal ini, peneliti akan langsung terjun ke lokasi peneliti akan mendeteksi dan memperhitungkan distorsi yang mungkin mempengaruhi hasil data penelitian.

2. Ketekunan Pengamatan

Bertujuan untuk menemukan ciri dan *unsure* dalam situasi yang sangat relevan dengan persoalan atau isu yang sedang dicari, kemudian memutuskan diri padahal hal tersebut secara rinci.

3. Triangulasi

Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan suatu sesuatu yang lain diluar data untuk keperluan pengecekan atau pembanding data tersebut. Teknik triangulasi yang digunakan peneliti sebagai berikut :

- a. Triangulasi sumber (data) adalah menimbang kembali dan menguji derajat keyakinan informasi yang didapatkan dari berbagai pihak

⁶*Ibid*, hal. 170-175.

informasi yang diterima. Contohnya, membandingkan hasil pengamatan seperti wawancara dari pihak umum atau secara pribadi dengan apa yang kita lihat.

- b. Triangulasi metode adalah tindakan mengamati keabsahan data, seperti keabsahan data dari beberapa teknik penelitian data, yaitu observasi, wawancara, dan dokumentasi dan pastinya menerapkan bahan referensi sebagai bahan pendukung untuk bukti data yang di hasilkan peneliti dalam penelitian tersebut.

Peneliti mewawancarai informan terkait dengan informasi yang ingin digali secara mendalam pada penelitian ini seperti strategi apa yang dilakukan oleh perusahaan untuk meningkatkan jumlah nasabah produk pembiayaan multiguna prohajj di PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk KCP Padangsidempuan, apa saja fasilitas atau keuntungan yang akan didapat jika menggunakan produk pembiayaan multiguna prohajj, apa saja syarat dalam mendaftarkan atau membuka produk pembiayaan multiguna prohajj, apa saja tantangan atau kelemahan dalam strategi pengembangan produk tabungan pembiayaan multiguna prohajj, apa saja hal yang perlu dikembangkan agar nasabah merasa puas dengan produk pembiayaan multiguna prohajj PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan Tbk.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan Tbk

1. Sejarah Berdirinya PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan Tbk

Sejarah berdirinya PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan beroperasi pada tanggal 03 Juli 2003, untuk peresmian dibuka pada saat itu juga yang dibuka secara resmi oleh Dewan Komisaris dari kantor pusat Jakarta beserta rombongan bersama bapak Andi Bukhari kepala cabang Medan dan di saksikan oleh Muspida, MUI, Kementerian Agama, pejabat setempat serta seluruh karyawan, yang pada saat itu berjumlah 16 orang.

Pimpinan 1 di PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan pada periode tahun 2003-2004 yaitu bapak Hasmal Sunandi. Setelah itu pada periode 2004-2008 pimpinan II oleh bapak Dedi Muliya, pada periode tahun 2008-2011 pimpinan III oleh bapak Armansyah Mirja. Kemudian period ke-IV tahun 2012-2015 dipimpin oleh bapak Ir. Fauzi, kemudian periode 2015-2018 dipimpin oleh bapak Muhammad Helmi, kemudia periode V tahun 2018 sampai sekarang dipimpin oleh ibu Efrida Yanti Siregar. Jumlah karyawan pada cabang Padangsidempuan sebanyak 23 orang karyawan, sedangkan jumlah ATM sebanyak 2 buah yang terletak di cabang Padangsidempuan.

PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidimpun yang terletak di Jl. Gatot Subroto No. 8 Kota Padangsidimpun. Pada awalnya gedung ini digunakan untuk tempat bioskop, tetapi kemudian dikontrakkan untuk kantor PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidimpun. 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 Padangsidimpun, serta Plaza Anugrah pusat pasar.¹

2. Visi dan Misi PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidimpun Tbk

a. Visi PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidimpun Tbk

Menjadi Bank Syariah terbaik dan termasuk dalam 10 besar Bank di Indonesia dengan eksistensi yang diikuti tingkat Regional.

b. Misi PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidimpun Tbk

Membangun lembaga keuangan syariah yang unggul dan berkesinambungan penekanan pada semangat kewirausahaan berdasarkan prinsip kehati-hatian, keunggulan sumber daya manusia yang Islami dan profesional serta orientasi investasi yang inovatif untuk memaksimalkan nilai kepada seluruh pemangku kepentingan.²

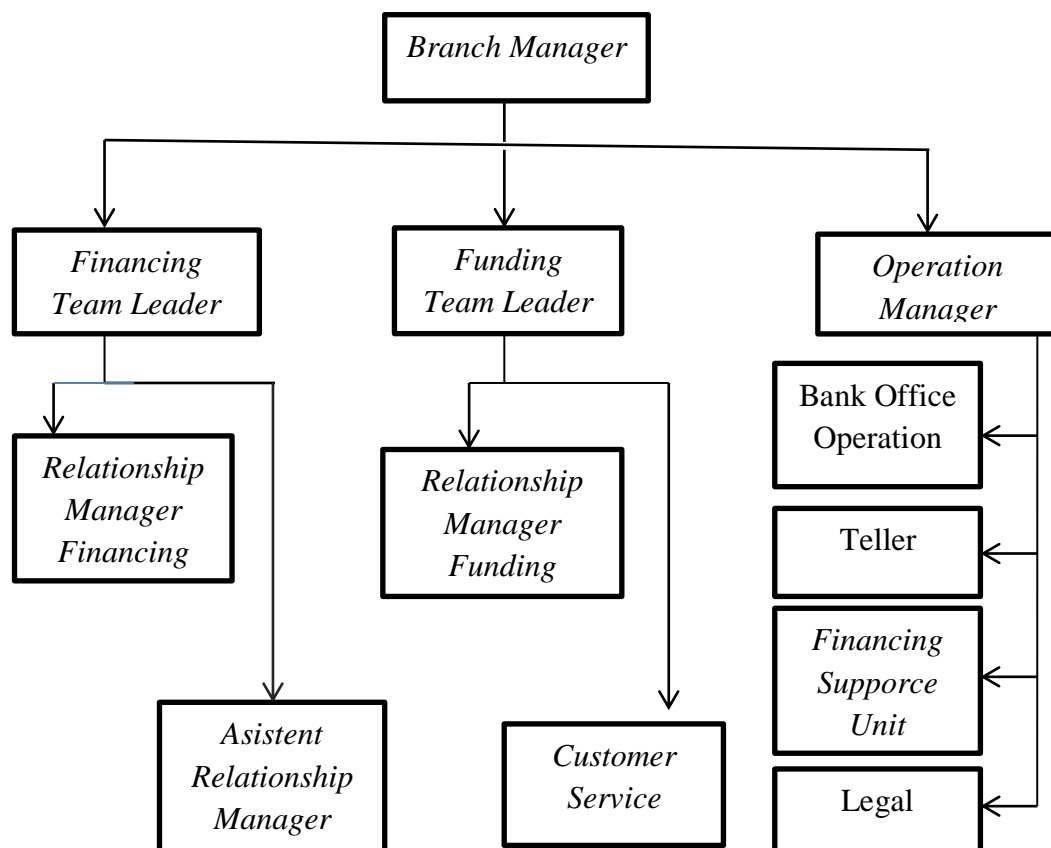
¹[Http://www.bankmuamalat.co.id/profil-bank-muamalat](http://www.bankmuamalat.co.id/profil-bank-muamalat) diakses pada 28 Februari 2023 pukul 20:12.

²[Http://www.bankmuamalat.co.id/profil-bank-muamalat](http://www.bankmuamalat.co.id/profil-bank-muamalat) diakses pada 28 Februari 2023 pukul 20:12.

3. Struktur Organisasi PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan Tbk

Struktur organisasi lahir sesuai dengan tujuan organisasi, disusun atas dasar kesepakatan para individu yang bergabung dalam organisasi. Karena dengan struktur tersebut mereka menempatkan diri, memerankan diri serta mengembangkan diri untuk beraktivitas dalam organisasi dalam hal mencapai tujuan organisasi. Adapun struktur organisasi pada PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan Tbk terdiri dari:

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



Sumber: PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan Tbk³

4. Produk-Produk pada PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan Tbk

a. Tabungan

Detail produk Tabungan iB Hijrah adalah tabungan nyaman untuk digunakan kebutuhan transaksi dan berbelanja dengan kartu *Shar-E Debit* yang berlogo Visa plus dengan manfaat berbagai macam program subsidi belanja di *Merchant local* dan luar negeri. Akad yang di gunakan dalam produk ini adalah akad Wadiah dan untuk bagi hasil tanpa Nisbah. Dan setoran awal sebesar Rp. 25.000.

b. Muamalat Prioritas

Detail produk Layanan Personal dan Kenyamanan Akses seperti:

- 1) Kartu *Shart-E Debit Prioritas*
- 2) *E-Bangking* Muamalat
- 3) *Dedicated Relationship Manager (RM)*
- 4) *Call Center Dedicated Line*
- 5) *Priority Center*

c. Giro

Detail produk Giro IB Hijrah adalah Rekening giro yang dapat digunakan untuk mendukung kebutuhan transaksi bisnis maupun transaksi sehari-hari. Akad yang digunakan dalam produk ini adalah akad *Wadi'ah Yad Dhamanah*.

³Hasil Wawancara dengan Syukron Rizki selaku *Back Office* pada tanggal 18 Februari 2023 pukul 14:59 WIB.

d. Deposito

Detail produk Deposito iB Hijrah adalah deposito syariah dalam mata uang Rupiah dan US *Dollar* yang fleksibel dan memberikan hasil investasi yang optimal bagi anda. Aka yang digunakan dalam produk ini adalah akad *Mudharabah Mutlaqqah*.

e. Kartu *Shart-E Debit*

Kartu Shart-E Debit 1HRM adalah kartu ATM/Debit yang dapat digunakan untuk bertransaksi di dalam dan di luar negeri dengan program khusus untuk transaksi di Arab Saudi.

f. Pembiayaan

Detail produk KPR iB Hijrah adalah 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 akad Murabahha (jual beli) atau *Musyarakah Mutahaqishah* (kerjasama sewa).

g. *Bancassurance*

Takaful Keluarga Hijrah Cendekia detail produk Asuransi Hijrah Cendekia merupakan produk asuransi yang menyediakan pola penarikan dana yang disesuaikan dengan kebutuhan biaya pendidikan anak (penerima hibah) serta memberikan manfaat berupa pembayaran santunan asuransi kepada ahli waris apabila orang tua mengalami musibah meninggal dunia atau cacat tetap total dalam masa asuransi.

Produk ini merupakan produk asuransi dari PT Asuransi Takaful Keluarga dan bukan merupakan produk dari PT Bank Muamalat Indonesia Tbk. Bank Muamalat hanya bertindak sebagai tenaga pemasar yang menawarkan produk asuransi dari Takaful Keluarga kepada nasabah.

h. *Smart Account Opening*

Detail produk *Smart Account Opening* (SAO) MDIN merupakan fitur layanan pembukaan rekening online yang dapat dilakukan secara mandiri melalui layanan Muamalat DIN. Proses pemilihan produk tabungan, pengisian kelengkapan pembukaan rekening, verifikasi data diri dilakukan secara online. Akad yang digunakan dalam produk ini adalah akad *Wadi'ah*.

i. Program Perencanaan Haji (Prohajj)

Program Perencanaan Haji merupakan salah satu produk pembiayaan yang dibayarkan 1x setelah akad pembiayaan pendaftaran porsi haji. Bagi anggota dikenakan tambahan ujroh di awal sebesar Rp 1000.000/porsi. Plafond maksimum Rp 100.000.000 atau 4 porsi haji.

j. Investasi

Sukuk detail produk Surat Berharga Syariah Negara (SBSN) adalah surat berharga Negara yang diterbitkan berdasarkan prinsip syariah, sebagai bukti atas bagian penyertaan terhadap asset SBSN, baik dalam mata uang rupiah maupun valuta asing (UU No. 19 Tahun 2008). SBSN merupakan instrument investasi yang dapat memberikan

potensi imbal hasil tetap dengan tingkat risiko yang relative rendah. Saat ini Bank Muamalat hanya memasarkan SBSN yang diterbitkan oleh Pemerintah Republik Indonesia yang terdiri atas:

- 1) SBSN Ritel (Sukuk Ritel dan Sukuk Tabungan)
- 2) SBSN Berbasis Pembiayaan Proyek (*Project Based Sukuk*)
- 3) SBSN dalam Mata Uang Asing (USD INDOIS).⁴

5. Syarat-Syarat Pengajuan Pembiayaan Multiguna Prohajj

Program Perencanaan Haji (Prohajj) merupakan salah satu produk pembiayaan yang dibayarkan 1x setelah akad pembiayaan pendaftaran porsi haji. Bagi anggota dikenakan tambahan ujroh di awal sebesar Rp 1000.000/porsi. Plafond maksimum Rp 100.000.000 atau 4 porsi haji. Adapun pengajuan prohajj dapat dilakukan oleh profesional karyawan dan wiraswasta. Nasabah dianjurkan membawa 7 buah materai per porsi ketika pendaftaran porsi haji ke bank Muamalat. Adapun syarat-syarat dokumen pengajuan Multiguna Prohajj sebagai berikut:⁵

- a. Fotocopy Kartu Tanda Penduduk (KTP)
- b. Fotocopy Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP) (Pengajuan>50jt)
- c. Slip gaji terakhir/Surat Keterangan Penghasilan berlaku bagi nasabah yang memiliki profesi karyawan.
- d. Mutasi Rekening 3 bulan terakhir berlaku bagi nasabah yang memiliki profesi wiraswasta.

⁴Hasil Wawancara dengan Syukron Rizki selaku *Back Office* pada tanggal 18 Februari 2023 pukul 14:59 WIB.

⁵Brosur Pembiayaan Multiguna Program Perencanaan Haji (Prohajj)

B. Hasil dan Pembahasan Penelitian

1. Kelemahan, Kekuatan, Ancaman, dan Tantangan Produk Pembiayaan Multiguna Prohajj di PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan Tbk.

Produk Pembiayaan Program Haji (Prohajj) yaitu suatu produk pembiayaan yang dikembangkan khusus oleh pihak bank guna mempermudah kalangan masyarakat dalam melaksanakan ibadah haji. PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan Tbk diketahui memiliki produk Pembiayaan Program Haji (Prohajj). Pembiayaan Prohajj di luncurkan pada Agustus 2021 sampai dengan sekarang. Produk Pembiayaan Program Haji (Prohajj) sangat banyak diminati nasabah pada PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan Tbk akan tetapi masih sedikit nasabah berkeinginan untuk bergabung. Konsep pemasaran produk Pembiayaan Program Haji (Prohajj) yaitu memperkenalkan produk Prohajj kepada nasabah-nasabah yang datang transaksi ke bank dan sosialisai terhadap instansi-instansi yang menjadi sasaran pada Prohajj seperti pondok pesantren, instusi pendidikan, kesehatan dan lain-lain.

PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan Tbk diketahui memiliki kendala dalam memasarkan produk Pembiayaan Program Haji (Prohajj) pada PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan Tbk salah satunya yaitu administrasi dan lokasi. Pada administrasi tidak semua nasabah memiliki slip gaji, gaji minimum nasabah tidak sampai dua juta lebih, dan nasabah memiliki pembiayaan di

bank lain dengan status pembiayaan tidak lancar. Sementara lokasi, jarak tempuh nasabah di Pedesaan memakan waktu yang cukup lama untuk ke bank. PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan Tbk diketahui bahwa produk sejenis yang menjadi saingan produk Pembiayaan Program Haji (Prohajj) yaitu seperti produk Talangan Haji dan Tabungan Haji di Sinarmas dan di Pegadaian.⁶

Akad yang digunakan pada Produk Pembiayaan Program Haji (Prohajj) di PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan Tbk yaitu *wakalah bil ujah wal qardh* yang mana akad tersebut nasabah memberikan ujah kepada pihak bank. Sistem pembiayaan Prohajj adalah tunai jika nasabah mengajukan pembiayaan Prohajj. Apabila sudah disetujui pembiayaannya maka pihak bank membuka rekening pembiayaan Prohajj atau RTJU. Setoran uang yang setara dengan satu porsi haji akan masuk ke rekening RTJU nasabah. Kemudian pihak bank, akan membuka porsi jika pengurusannya menggunakan akad *wakalah*. Sehingga, nasabah tidak menerima uang tunai melainkan atas jasa pengurusan porsi pembiayaan Prohajj.⁷

Adapun jumlah minimal pembiayaan prohajj untuk satu porsi dengan jumlah plafond sebesar Sepuluh Juta dan maksimal pembiayaan prohajj sampai Seratus Juta per Empat orang atau untuk Empat porsi pada PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan Tbk. Pihak PT.

⁶Hasil Wawancara dengan Efrida Yanti Siregar selaku Pimpinan Bank pada tanggal 15 Februari 2023 pukul 14:26 WIB.

⁷Hasil Wawancara dengan Amelia Suri Ani Lase selaku *Relationship Manager Financing* pada tanggal 17 Februari 2023 pukul 14:26 WIB.

Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan Tbk memberikan pelayanan sangat baik dan *full servis* dengan cara memberikan kemudahan atas penggunaan produk dan jasa serta mau menjemput setoran/angsuran tunai nasabah.⁸

Adapun proses pengajuan Produk Pembiayaan Program Haji (Prohajj) pada PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan Tbk dengan cara nasabah harus mempersiapkan dokumen/berkas penting sebagai persyaratan untuk pembiayaan Prohajj. Kemudian nasabah mengisi *form* pendaftaran pembiayaan Prohajj. Setelah itu, pihak bank melakukan verifikasi data/dokumen yang telah dilampirkan nasabah apakah sesuai atau tidak. Kemudian nasabah akan diperintahkan untuk membayar ujarah dan menghubungi pihak nasabah untuk melakukan akad serta pencairan untuk porsi haji.⁹

Fasilitas yang diberikan oleh PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan Tbk kepada nasabah yaitu buku tabungan yang akan di jaminkan dan *auto debt* untuk angsuran. Selain itu, satu orang bisa mendapatkan empat porsi haji dan per porsi sampai dua lima juta dengan jangka waktu fasilitas hingga enam puluh bulan. Fasilitasnya tentu sesuai syariah, terpercaya, mudah, dan cepat. penetapan harga yang dilakukan oleh PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan Tbk yaitu menggunakan ketentuan ketetapan setoran awal berdasarkan jangka waktu

⁸Hasil Wawancara dengan Ayu Lina selaku *Staff Marketing Prohajj* pada tanggal 16 Februari 2023 pukul 14:26 WIB

⁹Hasil Wawancara dengan Amelia Suri Ani Lase selaku *Relationship Manager Financing* pada tanggal 17 Februari 2023 pukul 14:26 WIB.

pembiayaan yang di ambil seperti *Plafond Qardh* yaitu 12bulan/1tahun sebesar Rp. 2.297.792/bulan, 24bulan/2tahun sebesar Rp.1.254.188/bulan, 36bulan/3tahun sebesar Rp.910.486, 48bulan/4tahun sebesar Rp.754.010/bulan dan 60bulan/5tahun sebanyak Rp.655.658. Adapun biaya *ujrah* di awal akad sebesar Rp. 1.000.000.¹⁰

Sementara, sanksi yang diberikan kepada nasabah yang terlambat dalam membayar angsurannya maka akan ada denda dan apabila nasabah tidak mau lagi bayar maka akan dilakukan pelunasan percepatan serta selalu menghubungi nasabah secara langsung dan tidak langsung. Analisis strategi pengembangan produk seperti apa yang diterapkan oleh PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan Tbk yaitu segmentasi pasar, tareget pasar, *positioning* dan unsur-unsur *Marketing Mix* (4P) atau bauran pemasaran serta masukan para nasabah.¹¹

Strategi pemasaran (*Marketing*) yang digunakan oleh PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan Tbk dalam mempromosikan dan menjual Produk Pembiayaan Program Haji (Prohaji) yaitu *Marketing Mix* (4P) atau bauran pemasaran yaitu produk harus menarik minat masyarakat, harga yang dapat dijangkau oleh kalangan masyarakat, tempat yang strategis, dan promosi produk dikalangan masyarakat dengan cara langsung dan tidak langsung. Strategi penelitian dan pengembangan (*Research and Development*) yang dilakukan oleh oleh PT. Bank

¹⁰Hasil Wawancara dengan Amelia Suri Ani Lase selaku *Relationship Manager Financing* pada tanggal 17 Februari 2023 pukul 14:26 WIB.

¹¹Hasil Wawancara dengan Ayu Lina selaku *Staff Marketing Prohaji* pada tanggal 16 Februari 2023 pukul 14:26 WIB

Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan Tbk dalam mengembangkan Produk Pembiayaan Program Haji (Prohajj) yaitu riset/penelitian ke luar lapangan terhadap produk kompetitor yang sejenis dan melihat kelemahan dari produk Prohajj di lingkungan masyarakat agar dilakukan inovasi guna diminati oleh kalangan masyarakat.¹²

Sementara menurut tanggapan nasabah tentang produk Pembiayaan Program Haji (Prohajj) pada PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan Tbk cukup baik dan sangat membantu para nasabah untuk melaksanakan ibadah haji. Apabila mendaftar hari ini maka akan dapat berangkat sampai dua puluh tahun kemudian.¹³ Pelayanan karyawan pada PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan Tbk yaitu sangat bagus, karyawan ramah sehingga memudahkan para nasabah dalam menemukan informasi yang diinginkan dan membantu mulai dari proses pendaftaran sampai ketahap-tahap selanjutnya.¹⁴ Saran nasabah yang akan diberikan kepada pada PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan Tbk kedepannya yaitu cukup bagus dan semoga lebih baik lagi serta prosesnya lebih di *update* lagi serta meningkatkan kualitas pelayanannya.¹⁵

¹²Hasil Wawancara dengan Ayu Lina selaku *Staff Marketing Prohajj* pada tanggal 16 Februari 2023 pukul 14:26 WIB

¹³Hasil Wawancara dengan Nurdahniar Ritonga selaku Nasabah pada tanggal 20 Februari 2023 pukul 20:30 WIB.

¹⁴Hasil Wawancara dengan Novi selaku Nasabah pada tanggal 04 Maret 2023 pukul 10:57WIB.

¹⁵Hasil Wawancara dengan Syukron Rizki selaku Nasabah pada tanggal 18 Februari 2023 pukul 12:03WIB.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian M. Ziqhri Anhar dan Andri Soemitra, “Strategi Pemasaran pada Pembiayaan Haji di Indonesia: Studi Literatur Persepsi Mahasiswa PascaSarjana Bidang Perbankan Syariah”. Penelitian tersebut, terdapat keunggulan pembiayaan haji di perbankan syariah diantaranya ibadah haji lebih cepa, kepastian nomor posrsi haji, biaya angsuran disesuaikan dengan kemampuan nasabah dan lain-lain.¹⁶

Berikut paparan hasil dari wawancara yang peneliti lakukan terhadap pihak PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidimpuan Tbk mengenai kelemahan, kekuatan, ancaman, dan peluang produk pembiayaan multiguna prohajj di PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidimpuan Tbk yaitu:

“Untuk kelemahannya yaitu butuh waktu yang cukup lama untuk mengenalkan atau membangun *image* produk Prohajj dikalangan masyarakat. Untuk kekuatannya yaitu untuk meningkatkan *fibex indeks income* atau *profit* kita sangat terbantu. Kalau ancamannya dengan tidak dibukanya Prohajj ini di bank lain menjadi suatu ancaman seperti penolakan-penolakan pemerintah/pusat. Setelah talangan haji tidak diperbolehkan lagi pada tahun 2012 secara besar-besaran terdapat Undang-Undang no 24 tahun 2016 tentang tidak diperbolehkannya dana talangan haji. Untuk memperkenalkan Prohajj adalah hal yang berbeda dari talangan haji. Sementara, peluang Prohajj yaitu rata-rata masyarakat Kota Padangsidimpuan mayoritas agama Islam”.¹⁷

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan dengan Efrida Yanti Siregar selaku pimpinan di PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidimpuan Tbk diketahui bahwa Produk pembiayaan multiguna

¹⁶M. Ziqhri Anhar dan Andri Soemitra, Strategi Pemasaran pada Pembiayaan Haji di Indonesia: Studi Literatur Persepsi Mahasiswa PascaSarjana Bidang Perbankan Syariah”, (*Jurnal Ekonomi Syariah dan Bisnis*, Vol. 05 No. 02, 2022). hlm. 193.

¹⁷Hasil Wawancara dengan Efrida Yanti Siregar selaku Pimpinan Bank pada tanggal 15 Februari 2023 pukul 14:26 WIB.

prohaji di PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidimpuan Tbk terdapat kelemahan, kekuatan, ancaman, dan tantangan. Untuk kelemahannya yaitu butuh waktu yang cukup lama pihak bank untuk mengenalkan atau membangun *image* produk Prohaji dikalangan masyarakat. Untuk kekuatannya yaitu dapat meningkatkan *fibex indeks income* atau *profit* pihak bank sehingga sangat terbantu. Sementara ancamannya dengan tidak dibukanya Prohaji ini di bank lain menjadi suatu ancaman seperti penolakan-penolakan pemerintah/pusat. Setelah talangan haji tidak diperbolehkan lagi pada tahun 2012 secara besar-besaran terdapat Undang-Undang mengatur tidak diperbolehkan lagi talangan haji. Untuk memperkenalkan Prohaji adalah hal yang berbeda dari talangan haji. Sementara, peluang Prohaji yaitu rata-rata masyarakat Kota Padangsidimpuan mayoritas agama Islam.

Sementara, menurut Ayu Lina selaku *Staff Marketing* Prohaji

Amelia Suri Ani Lase selaku *Relationship Manager Financing* bahwa:

“Kelemahannya produk pembiayaan Prohaji belum maksimal mendapat respon atau tanggapan yang baik di kalangan masyarakat sehingga kami harus membuat ide yang dapat menarik minat masyarakat. Dalam administrasi produk Prohaji belum semua masyarakat dapat memenuhi kategori persyaratan Prohaji. Kekuatan produk Prohaji tentu mempermudah nasabah untuk menjalankan ibadah haji tanpa harus lunas atau mempunyai uang yang cukup. Ancamannya semakin gencarnya promosi bank lain serta semakin lengkap dan inovatif fitur produk yang sejenis dengan produk dari bank lain. Sementara peluang produk pembiayaan Prohaji terdapat rata-rata masyarakat Kota Padangsidimpuan mayoritas agama Islam”.¹⁸

¹⁸Hasil Wawancara dengan Amelia Suri Ani Lase selaku *Relationship Manager Financing* pada tanggal 17 Februari 2023 pukul 14:26 WIB

Dari paparan hasil wawancara dengan Ayu Lina dan Amelia Suri Ani Lase di atas diketahui bahwa yang menjadi kelemahan, kekuatan, ancaman, dan tantangan produk pembiayaan multiguna prohajj di PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan Tbk yaitu Kelemahannya produk pembiayaan Prohajj belum maksimal mendapat respon atau tanggapan yang baik di kalangan masyarakat sehingga kami harus membuat ide yang dapat menarik minat masyarakat. Dalam administrasi produk Prohajj belum semua masyarakat dapat memenuhi kategori persyaratan Prohajj. Kekuatan produk Prohajj tentu mempermudah nasabah untuk menjalankan ibadah haji tanpa harus lunas atau mempunyai uang yang cukup. Ancamannya semakin gencarnya promosi bank lain serta semakin lengkap dan inovatif fitur produk yang sejenis dengan produk dari bank lain. Sementara peluang produk pembiayaan Prohajj terdapat rata-rata masyarakat Kota Padangsidempuan mayoritas agama Islam.

2. Bagaimana Strategi Pengembangan Produk Pembiayaan Multiguna Prohajj di PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan Tbk dimasa yang akan datang

Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan analisa SWOT, maka temuan yang peneliti dapatkan setelah adanya wawancara dengan pimpinan bank, staff marketing Prohajj, dan *relationship manager financing* di PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan Tbk diantaranya:

Menurut Efrida Yanti Siregar selaku pimpinan di PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan Tbk:

“Pada saat ini untuk kedepannya dengan adanya Prohaji sehingga untuk strateginya yaitu dilakukannya sosialisasi-sosialisasi lagi baik secara individual maupun instansi. Selain itu, kami juga meningkatkan kualitas produk Prohaji sesuai kebutuhan kalangan masyarakat seperti menambahkan fitur/pembaruan yang nantinya akan berpengaruh pada minat nasabah. Kami juga akan melakukan target pasar baru yang mana kami tidak melakukan sosialisasi di instansi saja melainkan di lingkungan masyarakat dan media sosial.”¹⁹

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan dengan Efrida Yanti Siregar selaku pimpinan di PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan Tbk diketahui bahwa pada saat ini untuk kedepannya dengan adanya Prohaji sehingga untuk strateginya yaitu dilakukannya target pasar baru yaitu sosialisasi dikalangan masyarakat secara langsung dan media sosial. Melakukan pembaharuan produk dengan menambahkan fitur yang sesuai dengan kebutuhan nasabah.

Sementara, menurut Ayu Lina selaku *Staff Marketing Prohaji* Amelia Suri Ani Lase selaku *Relationship Manager Financing* bahwa:

“Strategi kami untuk mengembangkan produk Pembiayaan Prohaji di masa akan datang yaitu melakukan langkah atau *action* seperti mengenalkan produk ini di kalangan masyarakat dengan cara sosialisasi. Dan juga kami menelusuri/riset pasar bagaimana tanggapan nasabah setelah bergabung dengan produk Prohaji agar menjadi bahan evaluasi kami untuk meningkatkan kepuasan nasabah. Kami akan modifikasi produk seperti menambahkan kegunaan atau fitur pada produk Prohaji kami”.²⁰

¹⁹Hasil Wawancara dengan Efrida Yanti Siregar selaku Pimpinan Bank pada tanggal 15 Februari 2023 pukul 14:26 WIB.

²⁰Hasil Wawancara dengan Ayu Lina selaku *Staff Marketing Prohaji* pada tanggal 16 Februari 2023 pukul 14:26 WIB

Berdasarkan argumen Ayu Lina dan Amelia Suri Ani, bahwa strategi pengembangan produk Pembiayaan Program Haji (Prohajj) di masa yang akan datang dalam meningkatkan jumlah nasabah pada PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan Tbk yaitu melakukan sosialisasi, melakukan riset pasar bagaimana tanggapan nasabah setelah bergabung dengan produk Prohajj tentu menjadi bahan evaluasi pihak bank untuk meningkatkan kepuasan nasabah. Pihak bank akan modifikasi produk seperti menambahkan kegunaan atau fitur pada produk Prohajj.

Adapun fitur yang akan dikembangkan yaitu dengan menambahkan fitur produk Prohajj dalam *mobile banking* di PT. Bank Muamalat Indonesia KCU sehingga memudahkan nasabah dalam mendaftar/bergabung secara *online*, membayar angsuran tiap bulannya, memperoleh informasi detail terkait Prohajj dan lain-lain. Sehingga menarik minat calon nasabah/masyarakat Muslim untuk bergabung baik di Kota maupun di pemukiman Desa.

Analisis SWOT Produk Pembiayaan Prohajj Menurut PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan Tbk:

- a. Identifikasi kekuatan dan kelemahan Prohajj pada PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan Tbk. Setelah dilakukan analisis maka diperoleh beberapa faktor yang menjadi kekuatan dan kelemahan Internal Prohajj yang berpengaruh terhadap PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan Tbk dalam menjalankan usahanya.

1) Kekuatan Produk Pembiayaan Prohajj

a) Meningkatnya Profit Bank

Setiap bank akan berusaha meningkatkan profitabilitasnya agar bank dapat berlangsung hidup dalam jangka panjang maupun pendek. Dengan adanya produk Pembiayaan Prohajj sehingga dapat meningkatkan profit pada PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan Tbk.

b) Kemudahan Melaksanakan Ibadah Haji

Kemudahan melaksanakan ibadah haji dengan masa tunggu dua puluh tahun. Produk Pembiayaan Prohajj sudah terjamin untuk nasabah. Pihak bank juga akan menghantarkan para nasabah dalam pengurusan haji di kantor Kemenag. Adapun ujarah yang dibayarkan ketika pengajuan Prohajj senilai satu juta. Dan satu orang diperbolehkan memperoleh empat porsi atau empat orang yang ingin berangkat naik haji.

c) Memberikan Kemudahan Nasabah

Transaksi Prohajj dapat mempermudah masyarakat yang berkeinginan melaksanakan haji ke Mekah. Biasanya jika ingin melaksanakan ibadah haji harus memiliki dana yang cukup sehingga dengan adanya Prohajj dapat membantu masyarakat dengan cara mencicilnya sesuai jangka waktu yang dipilih.

d) Pembayaran Angsuran yang Sempel dan Terjangkau

Produk Pembiayaan Prohaji dapat dicicil setiap bulannya sesuai dengan jangka waktu yang dipilih. Jika kita memilih bayaran angsurannya besar maka jangka waktu cicilannya pun tidak lama. Sementara jika kita memilih bayaran angsurannya kecil maka jangka waktunya angsurannya pun lama.

2) Kelemahan Produk Pembiayaan Prohaji

a) Persyaratan Administrasi Sulit Dipenuhi

Nasabah banyak ingin melakukan pengajuan produk pembiayaan Prohaji akan tetapi setelah melihat persyaratannya banyak nasabah enggan untuk bergabung. Persyaratan yang sangat sulit untuk dipenuhi nasabah berupa slip gaji. Kebanyakan nasabah yang bekerja tidak memiliki slip gaji. Selain itu, nasabah sangat sulit untuk mendaftar karena gaji nasabah belum mencukupi melakukan pembiayaan sementara persyaratannya harus memiliki gaji maksimal dua juta lebih. Dan kebanyakan nasabah berminat ingin bergabung akan tetapi nasabah memiliki pembiayaan di bank lain yang mana status pembiayaan tersebut tidak lancar.

b) Masa Tunggu Pemberangkatan yang Lama

Masyarakat selalu berpikir dua kali ingin melakukan pengajuan Prohaji karena masa tunggu pemberangkatan haji

yaitu dua puluh tahun. Dua puluh tahun menurut beberapa pendapat sangat lama bagi masyarakat yang sudah menginjak usia tua.

c) Jarak Tempuh Cukup Jauh

Masyarakat yang bermukim dipedesaan/perkampungan enggan untuk pengajuan Pembiayaan Prohajj yang mana jarak tempuh cukup jauh sehingga masyarakat berpikir dua kali. Adapun jarak tempuh masyarakat yang bermukim diperkampungan memakan waktu yang cukup lama untuk melakukan transaksi.

b. Identifikasi Ancaman dan Tantangan Eksternal Prohajj di PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan Tbk.

1) Ancaman Pembiayaan Prohajj

a) Adanya Penolakan Produk Pembiayaan Prohajj oleh Pemerintah

Produk pembiayaan Prohajj hampir serupa dengan produk talangan haji. Sementara pada tahun 2012 terjadinya penolakan besar-besaran terhadap talangan haji oleh menteri agama. Serta disahkannya peraturan Menteri Agama no 24 tahun 2016 tentang dana talangan haji. Dana talangan haji sudah tidak ada atau tidak diperbolehkan lagi.

b) Terdapatnya Produk Sejenis di Bank lain

Terdapatnya produk sejenis di bank lain seperti produk tabungan haji di bank dan dipegadaian lain. Sehingga menjadi ancaman bagi pihak bank untuk mengeluarkan produk pembiayaan Prohaji lebih menarik mungkin daripada produk tabungan haji.

c) Minat Masyarakat Lebih Memilih Umrah daripada Haji

Semakin tinggi nya biaya haji menyebabkan banyak nasabah mengundurkan diri dari pengajuan pembiayaan Prohaji. Nasabah lebih memilih untuk melaksanakan program umrah dibandingkan pelaksanaan program haji.

d) Produk Kompetitor Lebih Canggih

Terdapatnya produk kompetitor yang lebih lama berkembang dan banyak peminatnya dengan alasan terdapat fasilitas produk yang canggih contohnya gratis perlindungan asuransi jiwa dan kecelakaan diri, penyeteroran dapat dilakukan melalui menu transfer di *e-banking* bank tersebut, bebas biaya administrasi, terkoneksi secara *online* dengan Siskohat Depag, jaringan/cabang yang luas, dan lain-lain sehingga menjadi acuan pihak bank untuk melakukan pengembangan/pembaruan fitur produk Prohaji.

2) Peluang Pembiayaan Prohaji

Adapun peluang pembiayaan Prohaji yaitu, masyarakat mayoritas agama Islam. Rata-rata masyarakat di Kota

Padangsidimpunan mayoritas beragama Islam. Beribadah haji salah satu rukun Islam yang ke-lima sehingga masyarakat berusaha agar ingin melaksanakan haji. Hal tersebut menjadi peluang bagi pihak bank untuk mempermudah dalam pelaksanaan haji.

Berikut merupakan matriks analisis SWOT yang dibuat membandingkan faktor internal yang meliputi strength dan weakness dengan faktor eksternal yang meliputi *threat* dan *opportunity*. Matriks analisa SWOT menghasilkan strategi alternatif untuk melakukan perbaikan dan improvisasi bagi perusahaan khususnya pada PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidimpunan Tbk.

Tabel IV. 1
Matriks Analisis SWOT

| | | |
|---|--|---|
| <p>Faktor Internal</p> <p>Faktor Eksternal</p> | <p>Kekuatan (S)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatnya <i>profit</i> bank 2. Kemudahan melaksanakan ibadah haji 3. Memberikan kemudahan nasabah 4. Pembayaran angsuran yang simpel dan terjangkau | <p>Kelemahan (W)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Persyaratan administrasi sulit dipenuhi 2. Masa tunggu pemberangkatan yang lama 3. Jarak tempuh cukup jauh |
| <p>Peluang (O)</p> <p>Masyarakat Mayoritas Agama Islam</p> | <p>Strategi (S-O)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Memperbanyak sosialisasi secara langsung pemukiman masyarakat dan instansi religi serta menyebarkan | <p>Strategi (W-O)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Mempertahankan dan meningkatkan fitur produk dengan penerapan teknologi-teknologi terbaru. 2. Meningkatkan |

| | | |
|--|---|--|
| | <p>iklan melalui media sosial agar masyarakat mengenali produk pembiayaan Prohajj di PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidimpuan Tbk.</p> <p>2. Peningkatan sosialisasi produk pembiayaan Prohajj kepada nasabah.</p> | <p>kualitas dan kuantitas Sumber Daya Manusia (SDM) yang Berkompeten IT Perbankan Syariah.</p> |
| <p>Ancaman (T)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Adanya penolakan produk pembiayaan prohajj oleh pemerintah 2. Terdapatnya produk sejenis di bank lain 3. Minat masyarakat lebih memilih umrah daripada haji 4. Produk kompetitor lebih canggih | <p>Strategi (S-T)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Pengembangan fungsi dan <i>performance</i> layanan produk pembiayaan Prohajj 2. Pemanfaatan dengan tepat yang digunakan untuk pengembangan teknologi fitur Prohajj. 3. Mempertahankan ciri khas produk Prohajj dengan berbasis perbankan syariah. | <p>Strategi (W-T)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Melakukan pembaharuan sistem dan layanan Prohajj lebih simpel. 2. Melakukan strategi promosi yang lebih gencar disemua media untuk meningkatkan pangsa pasar diantara kompetitor. 3. Mempertahankan dan meningkatkan performansi keuangan dan kualitas pelayanan nasabah untuk mendukung pertumbuhan bank di masa yang akan datang. 4. Meningkatkan dan menjamin kualitas produk Prohajj PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidimpuan Tbk. |

Berdasarkan hasil analisis dari matriks SWOT, maka diperoleh empat alternatif strategi yang dapat digunakan PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan Tbk. yaitu:

a. Strategi SO

- 1) Memperbanyak sosialisasi secara langsung pemukiman masyarakat dan instansi religi serta menyebarkan iklan melalui media sosial agar masyarakat mengenali produk pembiayaan Prohaji di PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan Tbk.
- 2) Peningkatan sosialisasi produk pembiayaan Prohaji kepada nasabah.

b. Strategi WO

- 1) Mempertahankan dan meningkatkan fitur produk dengan penerapan teknologi-teknologi terbaru.
- 2) Meningkatkan kualitas dan kuantitas Sumber Daya Manusia (SDM) yang Berkompeten dibidang IT Perbankan Syariah.

c. Strategi ST

- 1) Pengembangan fungsi dan performance layanan produk pembiayaan Prohaji
- 2) Pemanfaatan dengan tepat yang digunakan untuk pengembangan teknologi fitur Prohaji.
- 3) Mempertahankan ciri khas produk Prohaji dengan berbasis perbankan syariah.

d. Strategi WT

- 1) Melakukan pembaharuan sistem dan layanan Prohajj lebih simpel.
- 2) Melakukan strategi promosi yang lebih gencar disemua media untuk meningkatkan pangsa pasar diantara kompetitor.
- 3) Mempertahankan dan meningkatkan performasi keuangan dan kualitas pelayanan nasabah untuk mendukung pertumbuhan bank di masa yang akan datang.
- 4) Meningkatkan dan menjamin kualitas produk Prohajj PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidimpuan Tbk.

C. Keterbatasan Penelitian

Dalam pelaksanaan Penelitian ini, peneliti menggunakan langkah-langkah yang sesuai dengan panduan yang diberikan UIN Syahada Padangsidimpuan agar memperoleh hasil yang sebaik mungkin. Namun dalam Penelitian yang sempurna sangatlah sulit. Terdapat beberapa keterbatasan peneliti dalam penelitian ini, yaitu:

1. 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.
2. Dalam melakukan wawancara peneliti tidak mengetahui tentang kejujuran informan dalam memberikan jawaban setiap pertanyaan yang diberikan sehingga mempengaruhi data.

3. Keterbatasan narasumber kadang tidak berada pada lokasi penelitian yang mana narasumber terkadang berada dilapangan melakukan prospek kerja.

Meskipun demikian peneliti tetap berusaha dan selalu sabar dalam melakukan penelitian agar penelitian ini maksimal. Akhirnya dengan segala kerja keras serta usaha dan bantuan dari semua pihak skripsi ini dapat terselesaikan. Semoga penelitian selanjutnya lebih sempurna lagi.

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Penelitian peneliti yang berjudul “Strategi Pengembangan Produk Pembiayaan Multiguna Prohaji dalam Meningkatkan Minat Nasabah (Studi Kasus pada PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidimpuan Tbk)”. Dari pembahasan-pembahasan yang telah peneliti uraikan pada bab sebelumnya maka kesimpulannya sebagai berikut:

1. Adapun kekuatan (*Strengths*) yaitu, meningkatnya profit bank, kemudahan melaksanakan ibadah haji, memberikan kemudahan nasabah, dan pembayaran angsuran yang simpel serta terjangkau. Kelemahan (*Weakness*) yaitu, persyaratan administrasi sulit dipenuhi, masa tunggu pemberangkatan yang lama, jarak tempuh cukup jauh. Ancaman (*Threats*) yaitu adanya penolakan produk pembiayaan prohaji oleh pemerintah, terdapatnya produk sejenis di bank lain, minat masyarakat lebih memilih umrah daripada haji dan produk kompetitor lebih canggih. Sedangkan, peluang (*Opportunities*) yaitu, masyarakat mayoritas agama Islam.
2. Strategi pengembangan produk pembiayaan multiguna prohaji di PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidimpuan Tbk dimasa yang akan datang yaitu dilakukannya target pasar baru yaitu sosialisasi dikalangan masyarakat secara langsung dan media sosial. Melakukan pembaharuan produk dengan menambahkan fitur yang sesuai dengan kebutuhan nasabah.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas maka saran yang dapat diberikan penelitian sebagai berikut:

1. Bagi PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan Tbk

Penelitian ini diharapkan berguna bagi Bank Muamalat lainnya sebagai bahan masukan dan evaluasi tentang “Strategi Pengembangan Produk Pembiayaan Multiguna Prohaji dalam Meningkatkan Minat Nasabah (Studi Kasus pada PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan Tbk)”, serta lebih kreatif dan inovatif dalam membangun kerja sama.

2. Bagi Masyarakat

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan motivasi dan bahan pertimbangan oleh kalangan masyarakat dalam memilih atau memutuskan untuk bertransaksi ibadah haji.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan untuk melakukan penelitian selanjutnya terutama berkaitan dengan “Strategi Pengembangan Produk Pembiayaan Multiguna Prohaji dalam Meningkatkan Minat Nasabah (Studi Kasus pada PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan Tbk)”. Penelitian selanjutnya juga dapat menambah informan dan studi kasus yang berbeda penelitian sehingga informasi lebih mewakili apa yang terjadi di lapangan.

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku :

- Abdullah dan Tantri. 2017. *Bank dan Lembaga Keuangan*. Jakarta:Rajawali Pers.
- Ali, Muhammad. 2012. *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia Moderen*. Jakarta: Pustaka Amani.
- Anggito, Albi dan Johan Setiawan. 2018. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bojong: CV Jejak.
- Andrianto dan Anang. 2019. *Manajemen Bank Syariah Implementasi dan Praktek*. Surabaya:Qiara Media Partner.
- Assauri, Sofjan. 2013. *Strategic Management: Sustainable Competitivie Advantages*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Hartono, Bobby dan Leni Indriyani. 2022. *Minat Beli di Marketplace Shopee*, Padangsidempuan: PT Inovasi Pratama Internasional.
- Ismail. 2014. *Perbankan Syariah*. Jakarta: Kencana.
- Kotler, Philip Dan Kevin Lane Keller. 2014. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: PT. Indeks.
- Lantip, Diat. 2018. *Manajemen Strategi*. Yogyakarta:UNY Press.
- M. Quraish Shihab. 2012. *Tafsir Al-Misbah*. Jakarta: Lentera Hati.
- Muttaqien, Dadan. 2014. *Aspek Legal Lembaga Keuangan Syariah*. Yogyakarta: Safitria Insania Press.
- Nur'aini Dwi Fatimah, Fajar. 2016. *Teknik Analisis SWOT*. Jakarta: Anak Hebat Indonesia.
- Onny dan Novelia. 2017. *Strategi Promosi Pemasaran*. Jakarta: FKIP.
- P. Siagian, Sondang. 2014. *Manajemen Strategik*, Cet ke-7. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Rangkuti, Freddy. 2014. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Rianto. 2014. *Metodologi Penelitian Sosial dan Hukum*. Jakarta: Plaju.
- Salim dan Syahrums. 2012. *Metode Penelitian*. Bandung:Cita Pustaka Media.
- Sandi dan Ali. 2015. *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.

Susanto, Ahmad. 2013. *Teori Belajar dan Pembelajaran di Sekolah Dasar*. Jakarta: Kencana.

Yunus, Eddy. 2016. *Manajemen Strategis*. Yogyakarta: CV Andi Offset.

Sumber Jurnal :

Bonar Pane, Siddik dan Mustapa Kemal Rohan. 2022. "Strategi Pemasaran Pembiayaan Program Haji (PROHAJJ) dengan Akad Wakalah Bil Ujah Wal Qard pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Rantauprapat". *Jurnal Ekonomi Manajemen Akuntansi dan Keuangan*, Vol.3 No. 3.

Diana, Saputri . 2022. "Analisis Swot Terhadap Merger Bank Bri Syariah, Bank Syariah Mandiri Dan Bank Bni Syariah Menjadi Bank Syariah Indonesia Kc Banjarmasin", Skripsi UIN Antasari Banjarmasin.

Devinta Berliana, Stevanie. 2018. "Strategi Pemasaran Pembiayaan Talangan Haji BTN iB pada PT. Bank Tabungan Negara (PERSERO) Tbk.Kantor Cabang Syariah Solo". Skripsi Universitas Negeri Surakarta

Deyorizky, dkk. 2018. "Pengembangan Produk Tempat Sampah Penghancur Plastic Berbasis Green Technology". *Jurnal Al Azhar Indonesia Seri Sains Dan Teknologi*, Vol.4, No.4.

Dwi Cahyani, Arindah. 2019. "Prinsip Dan Penerapan Produk Pembiayaan Dana Talangan Haji Serta Implikasinya Terhadap Aspek Keuangan Lembaga Keuangan Syariah (Studi pada PT. Bank Tabungan Negara Syariah Malang)". Skripsi Universitas Brawijaya Malang.

Fajrin, Oktavia dan Afif Muammar. 2019. "Strategi Pemasaran Pembiayaan Arrum Haji Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah di Unit Pegadaian Syariah (UPS) Cirebon Bisnis Center". *Jurnal Tawazun: Journal of Sharia Economic Law*. Vol. 2 No.2.

Islamiati, Nur. 2021. "Analisis Strategi Bank dalam Meningkatkan Minat Nasabah terhadap Produk Tabungan iB Hijarah Haji di Bank Muamalat Indonesia KCP Madiun pada Masa Pandemi Covid-19". Skripsi IAIN Ponorogo.

Marpaung, Muslim. Isnaini Harahap, dan Usnandar Afriansyah. 2022. "Analisis SWOT Pada Pengembangan Perbankan Syariah di Indonesia", *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, Vol.08 No.02.

Harahap, Ricky Ramadhan. 2018. "Analisis Perancangan Sistem Informasi Prosedur Administrasi Pembiayaan Talangan Haji Pada Pt. Bank Muamalat". *Jurnal Seminar Nasional Royal (SENAR)*. Vol.1 No.1.

- Riki Amelia, Kiki Dkk. 2020. "Implementasi Strategi Pengembangan produk dalam meningkatkan jumlah nasabah Tabungan Haji". *Jurnal Jiagabi*, Vol.9 No.2.
- Rizka Putri Meidiana, Fania. 2021. "Implementasi Strategi Marketing Syariah dalam Meningkatkan Nasabah Produk Pembiayaan Dana Haji (Studi Kasus PT Bank Panin Dubai Syariah Kantor Cabang Unit Malang)". Skripsi UIN Satu Tulungagung.
- Romli Muar, Muhammad Dkk. 2022. "Analisis Persepsi Masyarakat terhadap Minat Produk Prohajj dalam Hukum Islam ". *Jurnal Ekonomi Syariah dan Bisnis*, Vol. 5 No. 1.
- Shandy Utama, Andrew. 2018. "Sejarah dan Perkembangan Regulasi Mengenai Perbankan Syariah Dalam Sistem Hukum Nasional Di Indonesia". (*Jurnal Yayasan Yudirikal*, Vol.2 No.2.
- Siregar, Hanifah. 2021. "Strategi Pengembangan Produk Tabungan IB Muamalat Haji dan Umrah PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk KCP Panyabungan". Skripsi IAIN Padangsidempuan.
- Ziqhri Anhar Nasution, Muhammad. dan Andri Soemitra. 2022. "Strategi Pemasaran Pada Pembiayaan Haji di Indonesia:Studi Literatur Persepsi Mahasiswa Pasca Sarjana Bidang Perbankan Syariah". *Jurnal Ekonomi Syariah dan Bisnis*, Vol. 5,No. 2.
- Widya, Broto. 2018. "Kerangka kerja pengembangan produk sebagai peningkatan daya saing inndustri kecil menengah". *Jurnal Tekno Sains Universitas gajah mada*. Volume 8 No.1.
- Zaim Fida. 2022. "Analisis Strategi Pengembangan Produk Ar-Rum Haji dengan Pendekatan Bisnis Model Canvas di Pegadaian (Unit Pelayanan Syariah Pasar Bintoro Demak)". Skripsi IAIN Kudus.

Sumber Lainnya:

- Hasil Wawancara dengan Efrida Yanti Siregar selaku Pimpinan PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan Tbk pada 28 November 2022 pukul 10:00.
- Hasil Wawancara dengan Ayu Lina selaku *Staff Marketing Prohajj* pada tanggal 16 Februari 2023 pukul 14:26 WIB.
- Hasil Wawancara dengan Amelia Suri Ani Lase selaku *Relationship Manager Financing* pada tanggal 17 Februari 2023 pukul 14:26 WIB.
- Hasil Wawancara dengan Syukron Rizki selaku *Back Office* pada tanggal 18 Februari 2023 pukul 14:59 WIB.

Hasil Wawancara dengan Novi selaku Nasabah pada tanggal 04 Maret 2023 pukul 10:57WIB.

Hasil Wawancara dengan Nurdahniar Ritonga selaku Nasabah pada tanggal 20 Februari 2023 pukul 20:30 WIB.

KBBI, Edisi V, dipublikasikan 28 Oktober 2016.

www.muamalat.com, diakses pada 26 Oktober 2022 pukul: 14:07.

www.bankmuamalat.co.id/profil-bank-muamalat diakses pada 28 Februari 2023 pukul 20:12.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

I. IDENTITAS PRIBADI

Nama Lengkap : Alifia Dinanti Ginting
Nim : 1840100091
Tempat/Tanggal Lahir :, 2000
Jenis Kelamin : Perempuan
Anak ke- : .. dari .. bersaudara
Agama : Islam
Email :
Alamat :

II. IDENTITAS ORANG TUA

Nama Ayah :
Pekerjaan :
Nama Ibu :
Pekerjaan :

III. PENDIDIKAN

Tahun 2006-2012 :
Tahun 2013-2015 :
Tahun 2016-2018 :
Tahun 2018-2023 : Program Sarjana (S.1) Perbankan Syariah UIN

Syahada Padangsidimpuan

IV. MOTTO HIDUP

“.....”

PEDOMAN WAWANCARA

A. Tujuan penelitian :

Tujuan penelitian ini untuk melengkapi tugas akhir penelitian skripsi yang berjudul **“Strategi Pengembangan Produk Pembiayaan Multiguna Prohajj dalam Peningkatan Minat Nasabah (Studi Kasus pada PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan Tbk)”**.

B. Identitas Informan dan Daftar Pertanyaan Wawancara:

Nama : Efrida Yanti Siregar
Jenis kelamin : Perempuan
Jabatan : Pimpinan Bank

1. Pertanyaan yang diajukan kepada pihak pimpinan :
 - a. Sejak kapan produk Pembiayaan Program Haji (Prohajj) di luncurkan pada PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan Tbk?
 - b. Bagaimana konsep pemasaran produk Pembiayaan Program Haji (Prohajj) dalam meningkatkan jumlah nasabah pada PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan Tbk?
 - c. Apa kendala dalam memasarkan produk Pembiayaan Program Haji (Prohajj) pada PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan Tbk)?
 - d. Produk sejenis yang menjadi saingan produk Pembiayaan Program Haji (Prohajj) ini apa, di bank mana?
 - e. Apa yang menjadi kelemahan, kekuatan, ancaman, dan tantangan produk pembiayaan multiguna prohajj di PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan Tbk?
 - f. Bagaimana strategi pengembangan Produk Pembiayaan Program Haji (Prohajj) di masa yang akan datang dalam meningkatkan jumlah nasabah pada PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan Tbk?

- g. Adakah strategi khusus dalam pengembangan Produk Pembiayaan Program Haji (Prohajj) pada PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan Tbk?

Nama : Amelia Suri Ani Lase
Jenis kelamin : Perempuan
Jabatan : *Relationship Manager Financing*
Nama : Ayu Lina
Jenis kelamin : Perempuan
Jabatan : *Staff Marketing Prohajj*

2. Pertanyaan yang diajukan kepada pihak karyawan/*staff marketing* prohajj :
- a. Apa yang dimaksud dengan Produk Pembiayaan Program Haji (Prohajj) pada PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan Tbk?
 - b. Apakah Produk Pembiayaan Program Haji (Prohajj) banyak diminati nasabah pada PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan Tbk?
 - c. Berapa jumlah nasabah yang menggunakan Produk Pembiayaan Program Haji (Prohajj) pada PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan Tbk?
 - d. Akad apa yang digunakan pada Produk Pembiayaan Program Haji (Prohajj) di PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan Tbk?
 - e. Bagaimana sistem pembiayaan Produk Program Haji (Prohajj) pada PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan Tbk?
 - f. Bagaimana pelayanan yang diberikan pihak karyawan PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan Tbk kepada nasabah?
 - g. Berapa jumlah minimal dan maksimal nasabah dalam mengajukan Pembiayaan Program Haji (Prohajj) pada PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan Tbk?
 - h. Bagaimana proses pengajuan Produk Pembiayaan Program Haji (Prohajj) pada PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan Tbk?

- i. Apa saja syarat-syarat dalam pengajuan Pembiayaan Produk Program Haji (Prohajj) pada PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan Tbk?
- j. Fasilitas apa yang diberikan oleh PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan Tbk kepada nasabah?
- k. Bagaimana penetapan harga yang dilakukan oleh PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan Tbk?
- l. Apa sanksi yang diberikan kepada nasabah yang terlambat dalam membayar angsurannya?
- m. Apa yang menjadi kelemahan, kekuatan, ancaman, dan tantangan produk pembiayaan multiguna prohajj di PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan Tbk?
- n. Bagaimana strategi pengembangan Produk Pembiayaan Program Haji (Prohajj) di masa yang akan datang dalam meningkatkan jumlah nasabah pada PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan Tbk?
- o. Adakah strategi khusus dalam pengembangan Produk Pembiayaan Program Haji (Prohajj) pada PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan Tbk?
- p. Analisis strategi pengembangan produk seperti apa yang diterapkan oleh PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan Tbk?
- q. Bagaimana strategi pemasaran (*Marketing*) yang digunakan oleh PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan Tbk dalam mempromosikan dan menjual Produk Pembiayaan Program Haji (Prohajj)?
- r. Bagaimana strategi penelitian dan pengembangan (*Research and Development*) yang dilakukan oleh PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan Tbk dalam mengembangkan Produk Pembiayaan Program Haji (Prohajj)?

Nama : Syukron Rizki
Jenis kelamin : Laki-Laki
Alamat : Sadabuan Psp
No. HP :0812-6496-3816
Nama : Nurdahniar Ritonga
Jenis kelamin : Perempuan
Alamat : Sigambal, Kab. Labuhan Batu
No. HP : 0813-6227-9952
Nama : Novi
Jenis kelamin : Perempuan
Alamat :PadangMatingi Psp
No. HP :-

3. Pertanyaan yang diajukan kepada pihak nasabah prohajj :
- a. Bagaimana tanggapan saudara/Bapak/Ibu tentang Produk Pembiayaan Program Haji (Prohajj) pada PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan Tbk?
 - b. Apa alasan saudara/Bapak/Ibu memilih Produk Pembiayaan Program Haji (Prohajj) pada PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan Tbk?
 - c. Bagaimana pelayanan karyawan pada PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan Tbk?
 - d. Apakah anda puas dengan Produk Pembiayaan Program Haji (Prohajj) pada PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan Tbk?
 - e. Apakah proses pendaftaran Produk Pembiayaan Program Haji (Prohajj) pada PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan Tbk mudah dilakukan?
 - f. Apakah manfaat yang saudara/Bapak/Ibu dapatkan setelah menggunakan Produk Pembiayaan Program Haji (Prohajj) pada PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan Tbk?
 - g. Apa saran saudara/Bapak/Ibu yang akan diberikan kepada pada PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan Tbk kedepannya?

PEDOMAN DOKUMENTASI

1. Kapan berdirinya PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan Tbk?
2. Bagaimana sejarah singkat berdirinya PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan Tbk?
3. Visi-misi dan tujuan PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan Tbk?
4. Struktur organisasi PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan Tbk?
5. Produk pembiayaan program haji (Prohajj) di PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan Tbk?
6. Perbandingan jumlah nasabah setiap tahunnya di PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan Tbk?

Lampiran Dokumentasi Peneliti di PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan Tbk

1. Wawancara pertama bersama Efrida Yanti Siregar selaku Pimpinan Bank pada tanggal 15 Februari 2023 pukul 14:26 WIB.



2. Wawancara bersama Ayu Lina selaku *Staff Marketing Prohajj* pada tanggal 16 Februari 2023 pukul 14:26 WIB.



3. Wawancara bersama Amelia Suri Ani Lase selaku *Relationship Manager Financing* pada tanggal 17 Februari 2023 pukul 14:26 WIB.





4. Wawancara dengan Nurdahniar Ritonga selaku Nasabah pada tanggal 20 Februari 2023 pukul 20:30 WIB.



5. Wawancara bersama Novi selaku Nasabah pada tanggal 04 Maret 2023 pukul 10:57WIB



6. Hasil Wawancara dengan Syukron Rizki selaku Nasabah pada tanggal 18 Februari 2023 pukul 14:59 WIB.



**BROSUR PRODUK PEMBIAYAAN MULTIGUNA PROGRAM HAJI
(PROHAJJ)**



Bank Muamalat



Yuk #HajiMuda bersama Keluarga



Khusus Nasabah Terpilih

- Fasilitas hingga 4 Porsi Haji
- Fasilitas sampai dengan Rp 25 Juta / porsi
- Jangka waktu fasilitas hingga 60 bulan

Program perencanaan haji dari Bank Muamalat yang bekerja sama dengan Badan Pengelola Keuangan Haji (BPKH)

Bank Muamalat Indonesia terdaftar dan diawasi oleh Otoritas Jasa Keuangan dan



Sesuai Syariah



Terpercaya



Mudah



Cepat

#AyoHijrah

Hijrah Multiguna

4 Langkah Mudah Berangkat ke Tanah Suci Cukup dari Genggaman

Pengajuan Lebih Mudah Melalui Muamalat e-form

01

Scan QR Code atau akses *link* e-Form

02

Pilih Fasilitas Pembiayaan yang diinginkan dan isi lengkap e-Form

03

Upload dokumen yang diperlukan

04

Dapatkan M-Pass Code di *e-mail* anda dan *submit* aplikasi

05

Selamat, proses pengajuan Anda telah diterima

Ekonomi Syariah Bank Muamalat Indonesia terdaftar dan diawasi oleh Otoritas Jasa Keuangan dan

#AyoHijrah

TABEL ANGSURAN PRODUK PEMBIAYAAN PROGRAM HAJI (PROHAJJ)

Simulasi Multiguna Program Perencanaan Haji (ProHajj)

| | | | | | |
|--------------------------------|---------------|---------------|-------------|-------------|-------------|
| Ujroh Wakalah dibayar di awal* | Rp1.000.000 | | | | |
| Plafond Qardh** | Rp25.000.000 | | | | |
| Jangka Waktu Wakalah & Qardh | 12 Bulan | 24 Bulan | 36 Bulan | 48 Bulan | 60 Bulan |
| Angsuran Perbulan | Rp. 2.297.792 | Rp. 1.254.188 | Rp. 910.486 | Rp. 754.010 | Rp. 655.658 |

(Sisa Ujroh Wakalah & Qardh)

Nominal Ujroh dan Angsuran ini dapat berubah sewaktu-waktu

- * Dibayarkan 1x setelah akad pembiayaan Pendaftaran Porsi Haji, bagi anggota keluarga dikenakan tambahan ujroh di awal sebesar Rp1000.000/porsi
- ** Plafond maksimum Rp100.000.000 atau 4 porsi Haji
- Nasabah dianjurkan membawa 7 buah meterai per porsi ketika pendaftaran porsi haji ke Bank Muamalat

| Dokumen | Karyawan* | Wiraswasta** |
|--|-----------|--------------|
| Fotokopi KTP | ✓ | ✓ |
| Fotokopi NPWP (pengajuan >50jt) | ✓ | ✓ |
| Slip Gaji Terakhir /Surat Keterangan Penghasilan | ✓ | - |
| Mutasi Rekening 3 Bulan Terakhir | - | ✓ |

* Berlaku untuk profesional karyawan

** Berlaku untuk profesional wiraswasta

Ruang lingkup ujroh terdiri atas:

- Pengurusan pendaftaran porsi haji
- Penyimpanan dokumen porsi haji
- Jasa Bank selama periode angsuran

* AL-HAJJ adalah Produk PT. Al Ijarah Indonesia Finance (ALIF). ALIF adalah anak perusahaan dari PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Program perencanaan haji bekerja sama dengan Badan Pengelola Keuangan Haji (BPKH)

Simulasi Multiguna Program Perencanaan Haji (ProHajj)

| | | | | | |
|--------------------------------|---------------|---------------|-------------|-------------|-------------|
| Ujroh Wakalah dibayar di awal* | Rp1.000.000 | | | | |
| Plafond Qardh** | Rp25.000.000 | | | | |
| Jangka Waktu Wakalah & Qardh | 12 Bulan | 24 Bulan | 36 Bulan | 48 Bulan | 60 Bulan |
| Angsuran Perbulan | Rp. 2.297.792 | Rp. 1.254.188 | Rp. 910.486 | Rp. 754.010 | Rp. 655.658 |

(Sisa Ujroh Wakalah & Qardh)

Nominal Ujroh dan Angsuran ini dapat berubah sewaktu-waktu

- * Dibayarkan 1x setelah akad pembiayaan Pendaftaran Porsi Haji, bagi anggota keluarga dikenakan tambahan ujroh di awal sebesar Rp1000.000/porsi
- ** Plafond maksimum Rp100.000.000 atau 4 porsi Haji
- Nasabah dianjurkan membawa 7 buah meterai per porsi ketika pendaftaran porsi haji ke Bank Muamalat

| Dokumen | Karyawan* | Wiraswasta** |
|--|-----------|--------------|
| Fotokopi KTP | ✓ | ✓ |
| Fotokopi NPWP (pengajuan >50jt) | ✓ | ✓ |
| Slip Gaji Terakhir /Surat Keterangan Penghasilan | ✓ | - |
| Mutasi Rekening 3 Bulan Terakhir | - | ✓ |

* Berlaku untuk profesional karyawan

** Berlaku untuk profesional wiraswasta

Ruang lingkup ujroh terdiri atas:

- Pengurusan pendaftaran porsi haji
- Penyimpanan dokumen porsi haji
- Jasa Bank selama periode angsuran

* AL-HAJJ adalah Produk PT. Al Ijarah Indonesia Finance (ALIF). ALIF adalah anak perusahaan dari PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Program perencanaan haji bekerja sama dengan Badan Pengelola Keuangan Haji (BPKH)



Simulasi Multiguna Program Perencanaan Haji (ProHajj)

| | | | | | |
|--------------------------------|---------------|---------------|-------------|-------------|-------------|
| Ujroh Wakalah dibayar di awal* | Rp1.000.000 | | | | |
| Plafond Qardh** | Rp25.000.000 | | | | |
| Jangka Waktu Wakalah & Qardh | 12 Bulan | 24 Bulan | 36 Bulan | 48 Bulan | 60 Bulan |
| Angsuran Perbulan | Rp. 2.297.792 | Rp. 1.254.188 | Rp. 910.486 | Rp. 754.010 | Rp. 655.658 |

(Sisa Ujroh Wakalah & Qardh)

Nominal Ujroh dan Angsuran ini dapat berubah sewaktu-waktu

- * Dibayarkan 1x setelah akad pembiayaan Pendaftaran Porsi Haji, bagi anggota keluarga dikenakan tambahan ujroh di awal sebesar Rp1000.000/porsi
- ** Plafond maksimum Rp100.000.000 atau 4 porsi Haji
- Nasabah dianjurkan membawa 7 buah meterai per porsi ketika pendaftaran porsi haji ke Bank Muamalat

| Dokumen | Karyawan* | Wiraswasta** |
|--|-----------|--------------|
| Fotokopi KTP | ✓ | ✓ |
| Fotokopi NPWP (pengajuan >50jt) | ✓ | ✓ |
| Slip Gaji Terakhir /Surat Keterangan Penghasilan | ✓ | - |
| Mutasi Rekening 3 Bulan Terakhir | - | ✓ |

* Berlaku untuk profesional karyawan

** Berlaku untuk profesional wiraswasta

Ruang lingkup ujroh terdiri atas:

- Pengurusan pendaftaran porsi haji
- Penyimpanan dokumen porsi haji
- Jasa Bank selama periode angsuran

* AL-HAJJ adalah Produk PT. Al Ijarah Indonesia Finance (ALIF). ALIF adalah anak perusahaan dari PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Program perencanaan haji bekerja sama dengan Badan Pengelola Keuangan Haji (BPKH)

Bank Muamalat Indonesia dan PT. Al Ijarah Indonesia Finance (ALIF) terdaftar dan diawasi oleh Otoritas Jasa Keuangan dan

 **Bank Muamalat**
Pertama Murni Syariah

Simulasi Multiguna Program Perencanaan Haji (ProHajj)

| | | | | | |
|--------------------------------|---------------|---------------|-------------|-------------|-------------|
| Ujroh Wakalah dibayar di awal* | Rp1.000.000 | | | | |
| Plafond Qardh** | Rp25.000.000 | | | | |
| Jangka Waktu Wakalah & Qardh | 12 Bulan | 24 Bulan | 36 Bulan | 48 Bulan | 60 Bulan |
| Angsuran Perbulan | Rp. 2.297.792 | Rp. 1.254.188 | Rp. 910.486 | Rp. 754.010 | Rp. 655.658 |

(Sisa Ujroh Wakalah & Qardh)

Nominal Ujroh dan Angsuran ini dapat berubah sewaktu-waktu

- * Dibayarkan 1x setelah akad pembiayaan Pendaftaran Porsi Haji, bagi anggota keluarga dikenakan tambahan ujroh di awal sebesar Rp1000.000/porsi
- ** Plafond maksimum Rp100.000.000 atau 4 porsi Haji
- Nasabah dianjurkan membawa 7 buah meterai per porsi ketika pendaftaran porsi haji ke Bank Muamalat

| Dokumen | Karyawan* | Wiraswasta** |
|--|-----------|--------------|
| Fotokopi KTP | ✓ | ✓ |
| Fotokopi NPWP (pengajuan >50jt) | ✓ | ✓ |
| Slip Gaji Terakhir /Surat Keterangan Penghasilan | ✓ | - |
| Mutasi Rekening 3 Bulan Terakhir | - | ✓ |

* Berlaku untuk profesional karyawan

** Berlaku untuk profesional wiraswasta

Ruang lingkup ujroh terdiri atas:

- Pengurusan pendaftaran porsi haji
- Penyimpanan dokumen porsi haji
- Jasa Bank selama periode angsuran

* AL-HAJJ adalah Produk PT. Al Ijarah Indonesia Finance (ALIF). ALIF adalah anak perusahaan dari PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Program perencanaan haji bekerja sama dengan Badan Pengelola Keuangan Haji (BPKH)