

**SKRIPSI**

**ANALISIS SWOT TERHADAP STRATEGI PEMASARAN PRODUK  
PEMBIAYAAN PENGURUSAN PENDAFTARAN HAJI  
(Studi Kasus BPRS Metro Madani KC Tulang Bawang Barat)**

**Oleh:**

**EKO PRASETIO  
NPM. 1903020015**



**Jurusan S1 Perbankan Syariah  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam**

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO  
1446 H / 2024 M**

**ANALISIS SWOT TERHADAP STRATEGI PEMASARAN PRODUK  
PEMBIAYAAN PENGURUSAN PENDAFTARAN HAJI  
(Studi Kasus BPRS Metro Madani KC Tulang Bawang Barat)**

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh  
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

Oleh :

**EKO PRASETIO  
NPM. 1903020015**

Dosen Pembimbing : Enny Puji Lestari, M.E.Sy

Jurusan S1 Perbankan Syariah  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

**INSITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO  
1446 H / 2024 M**



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Lampung 34111  
Telp. (0725) 41507, Fax.(0725) 47296 Website: [www.syariah.metrouniv.ac.id](http://www.syariah.metrouniv.ac.id);  
e-mail: febi.iain@metrouniv.ac.id

---

**NOTA DINAS**

Nomor :-  
Lampiran : 1 (satu) berkas  
Perihal : **Pengajuan Permohonan untuk dimunaqosyah**

Kepada Yth,  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
IAIN Metro  
Di-  
Tempat

***Assalamu'alaikum Wr. Wb***

Setelah kami adakan pemeriksaan dan bimbingan seperlunya maka Skripsi yang disusun oleh:

Nama : Eko Prasetyo  
NPM : 1903020015  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jurusan : S1 Perbankan Syariah  
Judul : ANALISIS SWOT TERHADAP PRODUK PEMBIAYAAN  
PENGURUSAN PENDAFTARAN HAJI (Studi Kasus BPRS Metro  
Madani KC Tulang Bawang Barat)

Sudah disetujui dan dapat diajukan ke Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam untuk dimunaqosyah. Demikian harapan kami dan atau penerimaannya, kami ucapkan terima kasih.

***Wassalamu'alaikum Wr.Wb***

Metro, 27 Desember 2023  
Dosen Pembimbing

Enny Puji Lestari, M.E.Sy  
NIDN. 20133068103

## HALAMAN PERSETUJUAN

Judul : ANALISIS SWOT TERHADAP PRODUK PEMBIAYAAN  
PENGURUSAN PENDAFTARAN HAJI (Studi Kasus BPRS Metro  
Madani KC Tulang Bawang Barat)

Nama : Eko Prasetio

NPM : 1903020015

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Jurusan : S1 Perbankan Syariah

## MENYETUJUI

Sudah dapat kami setujui untuk disidangkan dalam sidang munaqosyah Fakultas  
Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Metro.

Metro, 27 Desember 2023  
Dosen Pembimbing



Emy Puji Lestari, M.E.Sy  
NIDN. 20133068103



**KEMENTERIAN AGAMA REPULIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki.Hajar Dewantara Kampus15Alringmulyo Kota Metro Lampung 34111  
Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296 Website:www.metrouniv.ac.id E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

**PENGESAHAN SKRIPSI**

No. B-2936/ln-28.3/D/PP.00.0/11/2024

Skripsi dengan Judul: ANALISIS SWOT TERHADAP STRATEGI PEMASARAN PRODUK PEMBIAYAAN PENGURUSAN PENDAFTARAN HAJI (Studi Kasus BPRS Metro Madani KC Tulang Bawang Barat), disusun oleh: EKO PRASETIO, NPM: 1903020015, Jurusan: S1 Perbankan Syariah, telah diujikan dalam Sidang Munaqosyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada hari/tanggal: Jumat/25 Oktober 2024.

**TIM PENGUJI:**

Ketua/Moderator : Enny Puji Lestari, M.E.Sy

Penguji I : Suci Hayati, M.S.I

Penguji II : Atika Riasari, M.BA

Sekretaris : Hana Hayati Aulia, MSi



Mengetahui,  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



**Dr. Mat Jafil, M.Hum**

NIP. 19620812 199803 1 001

## **ABSTRAK**

### **ANALISIS SWOT TERHADAP STRATEGI PEMASARAN PRODUK PEMBIAYAAN PENGURUSAN PENDAFTARAN HAJI (Studi Kasus BPRS Metro Madani KC Tulang Bawang Barat)**

**Oleh:**

**EKO PRASETIO  
NPM. 1903020015**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pemasaran produk pembiayaan pengurusan pendaftaran haji di Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Metro Madani dengan menggunakan metode analisis SWOT. Pembiayaan haji merupakan salah satu produk keuangan syariah yang yang di hapkan dapat diminati oleh masyarakat, terutama di Indonesia sebagai negara dengan populasi Muslim terbesar di dunia. BPRS Metro Madani melihat peluang besar dalam menawarkan produk pembiayaan haji ini, namun perlu pengembangan strategi pemasaran yang efektif guna menghadapi persaingan di industri keuangan syariah.

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif, dengan data yang diperoleh melalui wawancara mendalam, observasi, dan analisis dokumen. Analisis SWOT (*Strengths* , *Weaknesses*, *Opportunities*, *Threats* ) digunakan untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi oleh BPRS Metro Madani dalam memasarkan produk pembiayaan pendaftaran haji. Hasil penelitian menunjukkan bahwa BPRS Metro Madani memiliki beberapa keunggulan, seperti jaringan nasabah yang luas dan pelayanan berbasis syariah yang terpercaya. Namun, terdapat pula kelemahan berupa keterbatasan sumber daya manusia dan keterbatasan promosi. Peluang yang diidentifikasi meliputi peningkatan kesadaran masyarakat akan keuangan syariah dan permintaan yang terus meningkat untuk layanan haji. Sementara itu, ancaman datang dari persaingan dengan lembaga keuangan syariah lain dan perubahan regulasi pemerintah.

Berdasarkan hasil analisis, disarankan agar BPRS Metro Madani meningkatkan strategi promosi dan diversifikasi produk untuk memperluas pangsa pasar, serta memperkuat kolaborasi dengan instansi terkait untuk mengoptimalkan peluang yang ada. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan strategi pemasaran di sektor keuangan syariah, khususnya dalam produk pembiayaan haji.

**Kata Kunci:** analisis SWOT, strategi pemasaran, pembiayaan haji, BPRS

## ORISINALITAS PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : EKO PRASETIO

NPM : 1903020015

Jurusan : S1 Perbankan Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa skripsi ini secara keseluruhan adalah asli hasil penelitian saya kecuali bagian-bagian tertentu yang dirujuk dari sumbernya dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Metro, Oktober 2024  
Yang menyatakan



Eko Prasetio  
NPM. 1903020015

## **MOTTO**

“Memanfaatkan Kelebihan Untuk Meraih Peluang, Mengatasi Kelemahan dengan Iman, dan Menghadapi Ancaman dengan Sabar”

## PERSEMBAHAN

Puji syukur kepada Allah SWT, atas segala rahmat dan hidayahnya yang telah memberikan kekuatan, kesehatan, dan kesabarn untuk saya dalam menyelesaikan skripsi ini. Saya persembahkan tugas akhir ini kepada:

1. Kedua Orang Tua Tercinta Ayahanda Junaidi dan Ibu Selvia Tarmiati yang sangat peneliti sayangi, yang selalu mendoakan, memberikan kasih sayang begitu luar biasa serta dukungan dalam keberhasilan menyelesaikan studi di IAIN Metro.
2. Adik perempuan ku Wahyuning Tias Umi Baroroh yang selalu memberikan motivasi dan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Kepada pembimbing saya Ibu Enny Puji Lestari M.E,Sy yang telah membimbing dan mengarahkan peneliti dalam penulisan skripsi ini dengan penuh rasa sabar.
4. Teman-teman terbaikku, yang selalu menyemangati dan membantu untuk menyelesaikan skripsi ini.
5. Serta Almameter peneliti Institut Agama Islam Negeri Metro Lampung yang selalu peneliti banggakan.

Terimakasih peneliti ucapkan atas keikhlasan dan ketulusannya dalam memberikan dukungan dan semangat, terimakasih untuk pengorbanan kalian semua. Semoga kita termasuk kedalam golongan orang-orang yang beruntung.

## KATA PENGANTAR

Puji Syukur Peneliti ini panjatkan kehadirat Allah SWT atas Taufik Hidayah dan Inayah-nya. Sehingga peneliti dapat menyelesaikan penelitian skripsi ini. Penulisan skripsi ini merupakan salah satu bagian persyaratan untuk menyelesaikan pendidikan program Strata Satu (S1) jurusan Perbankan Syariah dari Fakultas Ekonomi Bisnis dan Islam (FEBI) IAIN Metro dan guna mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi (SE).

Dengan penuh rasa syukur kepada Allah SWT yang selalu melimpahkan karunia dan hidayah-Nya, maka akan saya persembahkan karya ini kepada :

1. Ibu Prof. Dr. Siti Nurjanah, M.Ag, PIA selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung;
2. Bapak Dr. Mat Jalil, M.Hum selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam;
3. Bapak M. Ryan Fahlevi, S.E, M.M Selaku Ketua Jurusan S1 Perbankan Syariah;
4. Ibu Enny Puji Lestari, M.E.Sy Selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan yang sangat berharga dalam mengarahkan dan memberi motivasi dalam penyelesaian skripsi ini;
5. Bapak dan Ibu Dosen/Karyawan IAIN Metro yang telah memberikan ilmu pengetahuan;
6. Kedua orang tuaku tercinta, Ibunda Selvia Tarmiati dan Ayahanda Junaidi, yang selalu memberikan doa restu untuk kesuksesan dunia akhirat semua anak-anaknya, serta cinta dan kasih sayang tanpa batas;

7. Adik wahyuning Tias Umi Baroroh dan Muhammad Farhan Hamzah,  
Terimakasih doa serta kasih sayang yang diberikan demi mengharap  
keberhasilan peneliti.
8. Almamater IAIN.

Metro, 06 Juni 2023  
Peneliti,



**Eko Prasetio**  
NPM. 1903020015

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>ii</b>
<b>NOTA DINAS</b> .....	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>v</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>vi</b>
<b>ORISINALITAS PENELITIAN</b> .....	<b>vii</b>
<b>MOTTO</b> .....	<b>viii</b>
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	<b>ix</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang .....	1
B. Pertanyaan Penelitian .....	7
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	8
D. Penelitian Relevan .....	9
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b>	
A. Analisis SWOT .....	12
1. Pengertian Analisis SWOT .....	12
2. Faktor-Faktor Analisis SWOT.....	13
3. Matrik Swot.....	14
4. Fungsi dan Tujuan Analisis Swot .....	16
B. Strategi Pemasaran .....	18
1. Pengertian Strategi Bauran Pemasaran .....	18
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b>	
A. Jenis dan Sifat Penelitian .....	28

B. Sumber Data .....	29
C. Teknik Pengumpulan Data .....	30
D. Teknik Analisis Data .....	32

#### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

A. Hasil Penelitian .....	34
1. Gambaran Umum BPRS Metro Madani KC Tulang Bawang Barat.....	34
2. Produk-Produk BPRS Metro Madani KC Tulang Bawang Barat.....	35
3. Deskripsi Hasil Penelitian .....	38
B. Analisis SWOT Terhadap strategi pemasaran Produk Pengurusan Pendaftaran Haji BPRS Metro Madani KC Tulang Bawang Barat	45

#### **BAB V PENUTUP**

A. Kesimpulan.....	56
B. Saran .....	57

#### **DAFTAR PUSTAKA**

#### **LAMPIRAN-LAMPIRAN**

#### **DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

## **DAFTAR LAMPIRAN**

1. Surat Keterangan Pembimbing Skripsi (SK)
2. Outline
3. Alat Pengumpulan Data
4. Surat Balasan Izin Research
5. Surat Keterangan Bebas Pustaka
6. Surat Keterangan Lulus Uji Plagiasi Turnitin
7. Formulir Konsultasi Bimbingan Skripsi
8. Foto-foto Penelitian
9. Riwayat Hidup

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Ibadah haji menurut istilah adalah menuju ke Ka'bah untuk melakukan perbuatan tertentu, yakni mengunjungi suatu tempat tertentu dengan melakukan suatu pekerjaan tertentu. Dengan kata lain, haji menurut istilah syara adalah sengaja mengunjungi Makkah (Ka'bah) untuk mengerjakan ibadah yang terdiri atas tawaf, sa'i, wukuf, dan ibadah lain untuk memenuhi perintah Allah serta mengharapkan keridhoan-Nya.<sup>1</sup>

Ibadah haji adalah ziarah Islam tahunan ke Makkah, kota suci umat islam dan kewajiban wajib bagi umat islam yang seharusnya dilakukan setidaknya sekali seumur hidup mereka oleh semua orang muslim dewasa yang secara fisik dan financial mampu melakukan perjalanan, dan dapat mendukung keluarga mereka selama ketidakhadiran mereka. Haji adalah pertemuan tahunan terbesar orang-orang didunia. Keadaan secara fisik dan finansial mampu melakukan ibadah haji.<sup>2</sup>

Menuaikan ibadah haji merupakan kewajiban bagi seluruh umat Islam yang mempunyai kesadaran akan tanggung jawabnya sebagai seorang muslim.

Hal ini sudah tertera dalam Al-Quran surat Ali imran ayat: 97

---

<sup>1</sup> Alfarobi, Ahmad, Rahmat Tullah, and Sutarman Sutarman. "Sistem Informasi Pelayanan Jamaah Haji Berbasis Web pada KBIH Nurul Hikmah Cipondoh Kota Tangerang." *JURNAL TOPIK GLOBAL* 1.1 (2022).

<sup>2</sup> Saefullah, Muhammad, and Robingun Suyud El Syam. "Pedidikan Islam Pada Alumni Haji Di Majelis Taklim Dan Dzikir Asy Syahidiyah Wonosobo." *Al Yazidiy: Jurnal Sosial Humaniora dan Pendidikan* 4.2 (2022): 66-76.

فِيهِ آيَاتٌ بَيِّنَاتٌ مَّقَامُ إِبْرَاهِيمَ وَمَنْ دَخَلَهُ كَانَ ءَامِنًا وَلِلَّهِ عَلَى النَّاسِ حِجُّ الْبَيْتِ مَنِ  
 اسْتَطَاعَ إِلَيْهِ سَبِيلًا وَمَنْ كَفَرَ فَإِنَّ اللَّهَ غَنِيٌّ عَنِ الْعَالَمِينَ ٩٧

Artinya: “Di sana terdapat tanda-tanda yang jelas, (di antaranya) maqam Ibrahim. Barangsiapa memasukinya (Baitullah) amanlah dia. Dan (di antara) kewajiban manusia terhadap Allah adalah melaksanakan ibadah haji ke Baitullah, yaitu bagi orang-orang yang mampu mengadakan perjalanan ke sana. Barangsiapa mengingkari (kewajiban) haji, maka ketahuilah bahwa Allah Mahakaya (tidak memerlukan sesuatu) dari seluruh alam.”

Oleh karena itu seorang muslim yang menyadari keagungan ibadah haji akan berupaya semaksimal mungkin untuk menyiapkan kemampuan finansial dan kemampuan lainya sebagai bekal untuk menjalankan ibadah haji.

Pelaksanaan ibadah haji tidak sekedar hanya membutuhkan kekuatan fisik, kesanggupan fisik, materi dan rohani pun merupakan syarat yang harus dipenuhi bagi seorang muslim yang hendak melaksanakan ibadah haji. Bila syarat tersebut belum terpenuhi maka gugurlah kewajiban untuk menuaikanya. Dari ketiga syarat ini kesiapan fisik dan rohani bisa dengan mudah dipenuhi oleh seorang muslim, tetapi untuk syarat materi tidak mudah. Pada saat ini seorang jamaah calon haji baru bisa terdaftar sebagai calon jamaah haji bila sudah membayar (memberi uang muka) surat pendaftaran pergi haji (SPPH) yang terbilang mahal sesuai dengan ketentuan Kementerian Agama Republik Indonesia sebesar Rp. 25.000.000,- (dua puluh lima juta rupiah).<sup>3</sup>

Dalam perkembangan zaman yang semakin maju dan modern oleh teknologi dan inovasi yang terus berkembang, manusia dimudahkan dalam segala hal termasuk dalam bertransaksi. Pada awalnya hanya sebatas tukar menukar uang, dengan perkembangan saat ini kegiatan keuangan selalu

---

<sup>3</sup> Sadiyah, Dewi. "Implementasi fungsi manajemen dalam meningkatkan pelayanan kepada calon jamaah haji." *MABRUR: Academic Journal of Hajj and Umra* 1.2 (2022).

membutuhkan jasa perbankan dengan adanya tabungan, penitipan, dan juga pembiayaan. Baik perorangan ataupun suatu perusahaan pasti memerlukan jasa perbankan untuk memudahkan segala aktivitas mereka.<sup>4</sup>

Pengurusan pendaftaran haji adalah salah satu produk pembiayaan yang dimiliki oleh BPRS Metro Madani dalam rangka menjawab kebutuhan masyarakat yang ingin melaksanakan Ibadah Haji. Hal ini didasarkan pada fatwa DSN-MUI Nomor 29 tahun 2002 tentang Pembiayaan Haji Lembaga Keuangan Syariah (LKS). dalam fatwa ini mengatur kebolehan LKS yang bebas dari praktek riba untuk membantu menalangi dana atau pembiayaan BPIH nasabah.<sup>5</sup>

BPRS Metro Madani menjalankan misi yang mulia untuk memberikan kemudahan kepada calon jamaah haji dalam merealisasikan impian mereka untuk menunaikan ibadah haji. Salah satu produk unggulan yang mereka tawarkan adalah pembiayaan pengurusan pendaftaran haji, yang hadir dengan sejumlah fitur yang sangat menguntungkan. Pertama, BPRS Metro Madani memastikan bahwa pembiayaan ini sesuai dengan prinsip-prinsip syariah, sehingga calon jamaah haji dapat menghindari unsur-unsur riba dan memastikan bahwa transaksi mereka berada dalam kerangka keuangan yang halal. Selain itu, lembaga ini memberikan *fleksibilitas* dalam pembiayaan, memungkinkan individu untuk memilih opsi pembiayaan yang sesuai dengan situasi keuangan mereka, sehingga mereka dapat merencanakan perjalanan

---

<sup>4</sup> Patta Rapanna, S. E., and M. M. Zulfikry Sukarno SE. *Ekonomi pembangunan*. Vol. 1. Sah Media, 2017.

<sup>5</sup> Tianing, Hasna Wukuf. "Implementasi Ijarah Multijasa Pada Pembiayaan Talangan Haji Dalam Tinjauan Fatwa Dsn-Mui No. 29/DSN-MUI/VI/2002 (Studi Kasus Di Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah Baitul Izza Serut Tulungagung)." (2018).

ibadah mereka dengan lebih mudah. Selain itu, BPRS Metro Madani memiliki tim yang sangat berpengalaman dalam membantu calon jamaah haji dalam proses pendaftaran yang sering kali kompleks. Mereka memberikan bantuan dalam pengurusan berbagai dokumen dan persyaratan yang diperlukan untuk pendaftaran haji, menghilangkan beban administratif dari pundak calon jamaah haji. Dengan pembiayaan untuk pembayaran awal dan selama perjalanan, serta opsi pembayaran yang sesuai dengan prinsip syariah, BPRS Metro Madani membuat perjalanan ibadah haji menjadi lebih mudah diakses dan terjangkau bagi mereka yang bermimpi untuk menginjakkan kaki di tanah suci.

Adapun data Produk pembiayaan pengurusan pendaftaran haji pada BPRS Metro Madani KC Tulang Bawang Barat sebagai berikut:

**Tabel 1.1**  
**Data Jumlah Nasabah Pada Jasa Pengurusan Pendaftaran Haji Pada BPRS Metro Madani Kantor Cabang Tulang Bawang Barat**

<b>Tahun</b>	<b>Jumlah Nasabh</b>
2019	11 Nasabah
2020	4 Nasabah
2021	6 Nasabah
2022	14 Nasabah

*Data wawancara: Diolah pada 19 september 2023*

Data mengenai jumlah nasabah dari 2019 hingga 2022 menunjukkan fluktuasi yang signifikan, dengan penurunan di tahun 2020 dan peningkatan yang tajam di tahun 2022. Hal ini jika dilihat dari strateg pemasaran (*Product, Price, Place, Promotion*) dapat di tarik Kesimpulan awal bahwa, perusahaan mungkin perlu meninjau kembali *Product* yang ditawarkan, apakah sesuai

dengan kebutuhan nasabah yang terus berubah. Penurunan di tahun 2020 mungkin disebabkan oleh *Price* yang kurang kompetitif atau *Promotion* yang tidak efektif. Strategi distribusi juga harus dievaluasi, terutama untuk menjangkau nasabah potensial. Kekuatan dari strategi bauran pemasaran bisa digambarkan pada peningkatan layanan atau inovasi produk di tahun 2022, tetapi kelemahannya pada tahun 2020 mungkin terkait dengan rendahnya promosi atau harga yang kurang terjangkau. Selain itu ancaman bisa berasal dari persaingan atau kondisi ekonomi yang tidak stabil, sementara peluang pada tahun 2022 dapat dimanfaatkan dengan memperkuat promosi digital dan menjangkau pasar baru.

Kinerja sektor perbankan dalam mencapai sasarannya sangat bergantung pada efektivitas strategi pemasaran yang diterapkan oleh lembaga keuangan tersebut. Selain itu, pertumbuhan jumlah nasabah juga berkaitan erat dengan kemampuan bank dalam memasarkan produk-produk yang dimiliki, hal ini bergantung pada sejauh mana bank tersebut dapat dengan tepat memahami kebutuhan nasabahnya dan kemampuan mereka dalam mengelola dana serta menawarkan beragam produk dan jasa perbankan yang beragam, serta memberikan kemudahan bagi nasabahnya.

Strategi pemasaran merupakan suatu strategi bisnis yang diharapkan memberikan suatu arahan untuk kedepannya. Strategi pemasaran sendiri merupakan suatu hal yang sangat penting bagi sebuah perusahaan maupun instansi, strategi pemasaran terdiri dari dua kata yaitu strategi dan pemasaran, strategi sendiri akan mempengaruhi kinerja suatu perusahaan maupun instansi

dimasa yang akan datang, sedangkan pemasaran sendiri merupakan suatu proses kegiatan untuk memastikan sebuah permintaan pelanggan maupun pengguna baik dalam produk maupun ataupun jasa. Pemasaran juga dapat diartikan memenuhi kebutuhan secara menguntungkan.<sup>6</sup>

Wawancara bersama bapak Ari Hadyan Arsyad selaku Kepala Cabang BPRS Metro Madani KC Tulang Bawang Barat dan Muhammad Faqih Abdulaziz selaku Custmor Service BPRS Metro Madani KC Tulang Bawang Barat, menjelaskan bahwa Produk Pengurusan Pendaftaran Haji yang disediakan oleh BPRS Metro Madani sangatlah mudah, dimana nasabah hanya perlu menyetorkan uang muka sebesar 1.750.000 (satu juta tujuh ratus lima puluh ribu) nasabah sudah dapat mendapatkan porsi haji dengan tenor pembayaran dengan jangka waktu 6 (Enam) Tahun sebesar 600.000 (enam ratus ribu) perbulan.<sup>7</sup>

Wawancara bersama bapak dwiyanto selaku pihak marketing BPRS Metro Madani KC Tulang Bawang Barat, menyatakan bahwa pemasaran produk Talangan haji yang dilakukan oleh BPRS Metro Madani KC Tulang Bawang Barat sudah sangat maksimal dengan bekerjasama dengan pihak pihak terkait seperti BPIH dan Pondok Pesanten di sekitar Kantor Cabang BPRS Metro Madani KC Tulang Bawang Barat guna menarik minat calon nasabah.<sup>8</sup>

---

<sup>6</sup> Ikhsan Bayanuloh, "*Marketing Syariah*". N.P., Deepublish, 2019, hal 58.

<sup>7</sup> Wawancara Dengan Ari Hadyan Arsyad dan M. Muhammad Faqih Abdulaziz, Bagian Kepla Cabang dan CS , PT. BPRS Metro Madani Kantor Cabang Tulang Bawang Barat.

<sup>8</sup> Wawancara dengan Dwiyanto, Bagian Marketing, PT. BPRS Metro Madani Kantor Cabang Tulang Bawang Barat.

Wawancara bersama bapak HS dan ibu ST sebagai suami istri yang sudah menjadi nasabah produk pembiayaan pengurusan pendaftaran haji dari 2021, menyatakan bahwa adanya produk pembiayaan pengurusan pendaftaran haji yang dimiliki oleh BPRS Metro Madani sangat membantu dalam mewujudkan impiannya untuk menunaikan ibadah haji, dengan adanya produk pengurusan pendaftaran haji ini bapak HS dan ibu ST sudah dapat memiliki porsi haji yang dalam proses pengurusannya dibantu oleh pihak BPRS Metro Madani.<sup>9</sup>

Wawancara dengan bapak A yang berprofesi sebagai pedagang menyatakan bahwa ia belum mengetahui tentang produk pengurusan pendaftaran haji yang dimiliki oleh BPRS Metro Madani KC Tulang Bawang barat. Selain itu bapak A juga menambahkan bahwa ia kurang berkeinginan untuk menggunakan produk sejenis dikarenakan ia masih memiliki ketakutan akan penipuan dengan modus produk sejenis yang marak pada beberapa tahun terakhir.

Berdasarkan uraian tersebut, untuk mengetahui cara BPRS Metro Madani dalam memanfaatkan peluang dan kekuatan untuk meminimalisir kelemahan dan ancaman. Kemudian, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul: **“Analisis SWOT Terhadap Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Pengurusan Haji Di BPRS Metro Madani KC Tulang Bawang Barat”**

---

<sup>9</sup> Wawancara Dengan Bapak HS dan Ibu ST, Sebagian Nasabah Produk Pengurusan Pendaftaran haji, PT. BPRS Metro Madani Kantor Cabang Tulang Bawang Barat.

## **B. Pertanyaan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang yang sudah diuraikan diatas, maka pertanyaan penelitian ini adalah bagaimana implementasi analisis SWOT terhadap strategi pemasaran produk talanga haji pada BPRS Metro Madani Kc. Tulang Bawang Barat?

## **C. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

### **1. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian ini ialah untuk mengetahui implementasi analisis SWOT terhadap pengambilan startegi pemasaran produk talangan haji pada BPRS Metro Madani Kc.Tulang Bawang Barat.

### **2. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini:

#### **a) Manfaat Teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan baik kepada peneliti maupun kepada masyarakat luas mengenai implementas pemasaran produk talangan haji yang dilakukan oleh perbankan syariah.

#### **b) Manfaat Prakatis**

Dari hasil penelitian diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai bahan masukan bagi PT. BPRS Metro Madani agar dapat menggunakan hasil penelitian untuk mengetahui strategi marketing

yang mampu dalam meningkatkan jumlah nasabah tabungan haji yang ada di PT. BPRS Metro Madani.

#### **D. Penelitian Relevan**

Penelitian relevan merupakan penelitian yang dilakukan oleh peneliti terdahulu dengan sub tema yang sama, adapun beberapa peneliti sebelumnya dengan tema yang sama dengan peneliti ini, diantaranya sebagai berikut:

1. Cipta kurnia aji 2018 "Pendekatan Analisis Swot Terhadap Produk Tabungan Haji Arafah (Studi Kasus Pada Bank Muamalat Indonesia", penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Strength (kekuatan), Weaknessees (kelemahan), *Opportunities* (peluang), dan *Threats* (ancaman) produk tabungan haji arafah. Metode yang digunakan oleh peneliti adalah kualitatif

Persamaan peneliti ini dengan peneliti yang akan dilakukan adalah sama-sama menggunakan metode kualitatif dan ingin melakukan analisis SWOT Terhadap Suatu Produk . Perbedaanya yaitu peneliti ini ingin melakukan analisis SWOT terhadap produk pembiayaan pengurusan pendaftaran haji di BPRS Metro Madani KC Tulang Bawang Barat.

2. A. Khakim Allahuwty 2017"ANALISIS PRODUK TALANGAN HAJI DI BMT AN-NAWAWI PURWOREJO", penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kesesuaian praktek talangan haji di BMT An-Nawawi

Purworejo dengan Fatwa DSN MUI Nomor: 29/DSNMUI/VI/2002 tentang Pembiayaan Pengurusan Haji Lembaga Keuangan Syariah. . Metode yang digunakan oleh peneliti adalah kualitatif.

Persamaan peneliti ini dengan peneliti yang akan dilakukan adalah sama-sama menggunakan metode kualitatif dan ingin melakukan analisis terhadap produk talangan haji atau pembiayaan pendaftaran haji . Perbedaannya yaitu peneliti ini ingin melakukan analisis SWOT terhadap produk pembiayaan pengurusan pendaftaran haji di BPRS Metro Madani KC Tulang Bawang Barat.

3. Abie Reza Fahryzal (2020), "strategi pemasaran produk dana talangan haji dalam meningkatkan calon jamaah haji di BPRS Kotabumi Kantor Cabang Bandar Lampung ", studi kasus pada bprs kotabumi kantor cabang bandar lampung, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran produk dana talangan haji pasca moratorium oleh menteri agama ri dalam 8 juli zulfazri, kepala funding Officer Haji BPRS Kotabumi Kantor Cabang Bandar Lampung.

Persamaan peneliti ini dengan peneliti yang akan dilakukan yaitu sama-sama ingin mengetahui strategi pemasaran yang dilakukan pada produk talangan haji pada sebuah Bank. Perbedaannya adalah penelitian ini ingin mengetahui apakah BPRS Kotabumi Kantor Cabang Bandar Lampung telah menggunakan strategi pemasaran yang sesuai dengan prinsip syariah sedangkan peneliti yang akan peneliti lakukan bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran yang dilakukan BPRS

Metro Madani untuk menarik dan mempertahankan nasabah khususnya Produk talangan haji.<sup>10</sup>

4. Zuhrotun Nisak "ANALISIS SWOT UNTUK MENENTUKAN STRATEGI KOMPETITIF", jurnal ini bertujuan untuk mengetahui strategi kompetitif melalui analisis SWOT. Metode yang digunakan oleh peneliti adalah kualitatif.

Persamaan penelitian ini adalah menjadikan analisis SWOT sebagai tolak ukur keberhasilan dalam kompetisi pemasaran dengan strategi pesaing. Perbedaan dari penelitian ini adalah bagaimana analisis SWOT dapat mempengaruhi tingkat kepercayaan calon nasabah dalam menggunakan produk Pembiayaan Pengurusan pendaftaran haji di BPRS Metro Madani KC Tulang Bawang Barat.

---

<sup>10</sup> Skripsi, Abie Reza Fahryzal, " *Strategi Pemasaran Produk Dana Talangan Haji Dalam Meningkatkan Calon Jamaah Haji Di BPRS Kotabumi Kantor Cabang Bandar Lampung* ", (Universitas Islam Negeri Metro, 2020).

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### A. Analisis SWOT

##### 1. Pengertian Analisis SWOT

Teknik analisis SWOT pada dasarnya merupakan suatu teknik untuk mengenali berbagai kondisi yang menjadi basis bagi perencanaan strategi. Setelah mengenali isu permasalahan yang dihadapi secara teoritis perlu dibangun kesepakatan antar *stakeholder* mengenai apa yang diinginkan kedepan terhadap isu tersebut. Komponen atau elemen apa yang perlu untuk lebih ditingkatkan, dikurangi atau justru diganti, memerlukan suatu proses analisis yang banyak didasarkan pada peta kondisi SWOT dari isu tersebut.<sup>1</sup>

Proses pengambilan keputusan strategi selalu berkaitan dengan pengembangan misi, tujuan, strategi, dan kebijakan perusahaan. Dengan demikian, perencanaan strategi (*Strategic Planner*) harus menganalisis faktor-faktor strategis perusahaan (Kekuatan, Kelemahan, Peluang, dan Ancaman) dalam kondisi yang ada saat ini. Hal ini disebut dengan analisis situasi, model yang paling populer untuk analisis situasi adalah analisis SWOT. Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai factor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan *Strengths* (Kekuatan),

---

<sup>1</sup> Fasirah, Hera. "Analisis strategi pengembangan ekonomi kreatif kelompok wanita tani (KWT) cahaya pagi Desa Benteng Palioi Kec. Kindang Kab. Bulukumba." *Jurnal Penelitian Multidisiplin Ilmu* 1.2 (2022): 215-230.

*Opportunities* (Peluang), namun secara bersamaan dapat meminimalkan *Weaknesses* (Kelemahan), dan *Treats* (Ancaman).<sup>2</sup>

## 2. Faktor-Faktor Analisis SWOT

- a. *Strengths* (kekuatan) adalah kondisi yang kuat atau dominan dalam perusahaan. Faktor ini menjadi keunggulan dalam perusahaan itu sendiri karena dapat menciptakan nilai tambah atau keunggulan komparatif dari perusahaan. Nilai tambah ini dapat terlihat apabila suatu perusahaan lebih unggul dibandingkan perusahaan lainnya dan dapat memuaskan stakeholders. Hal inilah yang menjadi kekuatan dasar untuk perusahaan dalam menciptakan kualitas tinggi.
- b. *Weaknesses* (kelemahan) adalah kondisi suatu hal yang menjadikan kelemahan atau kekurangan yang ada pada perusahaan. Suatu perusahaan dapat dikatakan bagus apabila perusahaan tersebut dapat meminimalisir suatu kekurangan atau bahkan mampu menghilangkan kelemahan tersebut.
- c. *Opportunities* (peluang) adalah suatu kondisi lingkungan yang berada diluar perusahaan yang bersifat menguntungkan pada perusahaan dan dapat memajukan suatu peluang.
- d. *Threats* (ancaman) adalah kondisi eksternal yang mengganggu kelancaran suatu perusahaan. Ancaman ini biasanya sangat merugikan perusahaan. Ancaman ini apabila tidak ditanggulangi akan berdampak

---

<sup>2</sup>Widowati, Imas, et al. "Analisis swot untuk pengembangan bisnis kuliner (Studi kasus pada UMKM papat sodara food Purwakarta)." *Jurnal Teknologika* 12.1 (2022): 146-156.

berkepanjangan sehingga menghambat tercapainya visi dan misi perusahaan.<sup>3</sup>

### 3. Matrik Swot

Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Matriks SWOT merupakan matching tool yang penting untuk membantu mengembangkan empat tipe strategi yaitu sebagai berikut:<sup>4</sup>

#### a) Strategi SO (*Strength-Opportunity*)

Strategi SO menggunakan kekuatan internal perusahaan untuk meraih peluang-peluang yang ada di luar perusahaan. Dalam rangka meraih peluang-peluang yang ada di luar perusahaan, perlu dirancang dan diimplementasikan strategi yang memanfaatkan kekuatan internal perusahaan sebagai modal utama untuk mengoptimalkan potensi pasar eksternal.

#### b) Strategi WO (*Weakness-Opportunity*)

Strategi WO bertujuan untuk mengurangi dan mengatasi kelemahan internal perusahaan dengan maksimal memanfaatkan peluang-peluang yang ada di lingkungan eksternal perusahaan. WO didesain dengan fokus untuk mengurangi serta mengatasi kelemahan internal perusahaan. Tujuan utamanya adalah memaksimalkan pemanfaatan peluang-peluang yang muncul di lingkungan eksternal

---

<sup>3</sup> Andriani, Nia, and Wahyu Syarvina. "SWOT Analysis on PT. Bank Sumut Syariah Sub-Branch Binjai." *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi dan Keuangan* 3.2 (2022): 681-686.

<sup>4</sup> Ramadhan, Ahmad, and Fivi Rahmatus Sofiyah. "Analisis SWOT sebagai landasan dalam menentukan strategi pemasaran (studi McDonald's Ring Road)." *Jurnal media informasi manajemen* 1.4 (2013): 1-10.

perusahaan. Dengan pendekatan ini, perusahaan dapat memperbaiki kekurangan internal sambil menjadikan peluang eksternal sebagai modal untuk meningkatkan daya saing dan kinerja keseluruhan, menciptakan strategi yang lebih efektif dalam menghadapi tantangan bisnis.

c) Strategi ST (*Strength-Threat*)

Strategi ST merupakan pendekatan strategis yang digunakan oleh perusahaan untuk secara efektif menghadapi serta mengurangi dampak yang mungkin timbul akibat ancaman-ancaman eksternal. Dalam strategi ini, perusahaan fokus pada penguatan dan optimalisasi kekuatan internal yang dimilikinya. Hal ini bertujuan untuk membangun fondasi yang kuat sehingga perusahaan memiliki sumber daya dan daya tahan yang diperlukan untuk mengatasi berbagai ancaman eksternal yang dapat muncul, seperti perubahan pasar, persaingan yang meningkat, atau perubahan regulasi. Dengan demikian, strategi ST membantu perusahaan untuk menghindari atau mengurangi dampak negatif dari ancaman-ancaman tersebut, menjadikannya lebih responsif terhadap perubahan pasar, serta menjaga stabilitas dan keberlanjutan usahanya.

d) Strategi WT (*Weakness-Threat*),

WT adalah pendekatan yang digunakan untuk menjaga keberlanjutan sebuah entitas, baik itu bisnis atau organisasi, dengan cara mengidentifikasi dan mengatasi kelemahan internal serta

menghindari atau mengurangi ancaman yang datang dari lingkungan eksternal. Dengan fokus pada mengurangi kelemahan internal, organisasi dapat memperkuat fondasi mereka, sementara langkah-langkah proaktif untuk menghindari ancaman eksternal memastikan kelangsungan operasional dalam menghadapi berbagai tantangan. Strategi WT ini menjadi instrumen penting dalam memungkinkan pertumbuhan dan adaptasi yang berkelanjutan, dan sangat relevan dalam menjaga daya saing dan ketahanan jangka panjang di dunia bisnis yang terus berubah.

#### **4. Fungsi dan Tujuan Analisis Swot**

##### **a. Fungsi Analisis SWOT**

Secara umum analisis SWOT sudah dikenal oleh sebagian besar tim teknis penyusunan Corporate plan. Sebagian dari pekerjaan perencanaan strategiterfokus kepada apakah perusahaan mempunyai sumber daya dan kapabilitas yang memadai untuk menjalankan misinya dan mewujudkan visinya.pengenalan akan kekuatan yang dimiliki akan membantu perusahaan untuk tetap manaruh perhatian dan melihat peluang-peluang baru, sedangkan penilaian yang jujur terhadap kelemahan-kelemahan yang ada akan memberikan bobot realism pada rencana-rencana yang akan dibuat perusahaan, jadi fungsi analisis SWOT adalah menganalisis mengenai kekuatan dan kelemahan yang dimiliki perusahaan yang dilakukan melalui telaah terhadap kondisi internal perusahaan serta mengenai peluang dan

ancaman yang dihadapi perusahaan yang yang dilakukan melalui telaah terhadap kondisi eksternal perusahaan<sup>5</sup>

b. Tujuan Analisis SWOT

Untuk mengetahui kelemahan perusahaan dan menciptakan kelemahan itu menjadi suatu kekuatan, serta mencoba menghilangkan ancaman untuk dijadikan suatu peluang, maka perlu identifikasi terhadap peluang dan ancaman yang dihadapi serta kekuatan dan kelemahan yang dimiliki perusahaan melalui penelaahan terhadap lingkungan usaha dan potensi sumber daya perusahaan dalam menetapkan sasaran dan merumuskan strategi organisasi yang realistic dalam mewujudkan visi dan misinya, maka tujuan analisis SWOT adalah untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dimiliki dan atau dihadapi perusahaan. Bila pihak perusahaan telah menjalankan analisis SWOT dari perumusan masalah, hal tersebut bias dijadikan dasar dalam membuat keputusan atau jawaban agar permasalahan berjalan dengan baik, untuk itu permasalahan harus bias mengolah dan mempertahankan serta memanfaatkan peluang yang ada secara baik.<sup>6</sup>

---

5 Bintang, Prima Arya, Eni Maryani, and Nuryah Asri. "Aplikasi TEAMS, Digitalisasi Absensi pada Birokrasi Trans TV." *Komunikasi, Adaptasi, dan Peluang Organisasi di Era Kebiasaan Baru* (2021): 12.

<sup>6</sup> Rahma, Annisa Novceria, and Ari Pradhanawati. "strategi bersaing produk ukm lumpia dengan menggunakan analisis five forces porter dan SWOT (kasus pada UKM lumpia kings semarang)." *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis* 7.2 (2018): 171-185.

## B. Strategi Pemasaran

### 1. Pengertian Strategi Bauran Pemasaran

Strategi adalah serangkaian rancangan besar yang menggambarkan bagaimana sebuah perusahaan harus beroperasi untuk mencapai tujuannya, dan sekaligus dapat dibentuk strategi yang terealisasi muncul dalam tanggapan terhadap strategi yang dapat berkembang melalui sebuah proses perumusan (*formulation*) yang diikuti oleh pelaksanaan (*implementation*).<sup>7</sup>

Strategi merupakan hal penting bagi kelangsungan hidup dari suatu perusahaan untuk mencapai sasaran atau tujuan perusahaan yang efektif dan efisien, perusahaan harus bisa menghadapi setiap masalah-masalah atau hambatan yang datang dari dalam perusahaan maupun dari luar perusahaan. Strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan, dalam pengembangannya konsep mengenai strategi harus terus memiliki perkembangan dan setiap orang mempunyai pendapat atau definisi yang berbeda mengenai strategi. Strategi dalam suatu dunia bisnis atau usaha sangatlah di butuhkan untuk pencapaian visi dan misi yang sudah di terapkan oleh perusahaan, maupun untuk pencapaian sasaran atau tujuan, baik tujuan jangka pendek maupun tujuan jangka panjang.<sup>8</sup>

Menurut Urban dan Star, strategi pemasaran berkaitan dengan keputusan tentang di mana akan bersaing, serta bagaimana manfaat dan nilai diciptakan untuk konsumen melalui penawaran produk dan pada

---

<sup>7</sup> Juneda Nurdin, "Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan PT. BNI Syariah KC. Parepare", Jurnal Balance, Volume 1, Nomer 2, (2019), h. 216

<sup>8</sup> Jeni Irnawati, *Strategi Pemasaran Penjualan E-commerce Melalui Brand Community* (Bandung: Widiana Bhakti Persada, 2021), h. 25

dasarnya strategi pemasaran merupakan logika pemasaran dengan mana perusahaan mengharapkan dapat mencapai tujuan pemasarannya.<sup>9</sup>

Kotler dan Keller mendefinisikan bauran pemasaran sebagai seperangkat alat pemasaran perusahaan yang digunakan untuk mengejar tujuan pemasarannya di pasar sasaran. Nembah menyatakan unsur bauran pemasaran untuk mencapai tujuan pemasaran, maka di kelompokkan dalam empat variabel (4P) yang harus saling mendukung satu sama lain atau dengan kata lain, manajemen harus berupaya mengarahkan elemen-elemen bauran pemasaran atau Marketing Mix untuk dapat mencapai tujuan yang telah ditetapkan.<sup>10</sup>

Untuk membangun sebuah pemasaran yang efektif, suatu perusahaan menggunakan bauran pemasaran yang mencakup variabel-variabel bauran pemasaran (*marketing mix*) yang dikendalikan oleh perusahaan yang digunakan untuk mencapai *market share* yang telah ditetapkan dan digunakan untuk memuaskan konsumen. Pada dasarnya bauran pemasaran terdiri dari bauran pemasaran untuk produk barang dan produk jasa. Bauran pemasaran untuk produk barang terdiri dari empat jenis yang biasanya disebut dengan “4P” yaitu produk (*product*), harga (*price*), distribusi (*place*), dan promosi (*promotion*) sedangkan untuk bauran pemasaran produk jasa lebih luas dari pada produk barang, yaitu ditambah tiga elemen lagi yaitu orang. Bauran pemasaran 4P merupakan

---

<sup>9</sup> Zulki Zulkifli Noor, *Buku Referensi Strategi Pemasaran 5.0*, (Yogyakarta: Deepublish, 2021), h. 44

<sup>10</sup> Hidayah, Ida, et al. "Analisis Strategi Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Kasus Pada Pudanis Di Kaliwungu)." *Solusi* 19.1 (2021).

suatu bauran pemasaran yang dilakukan secara umum baik bank konvensional maupun perbankan syariah:

a. Produk (*Product*)

Menurut Tjiptono secara konseptual produk adalah pemahaman subyektif dari produsen atas sesuatu yang bisa ditawarkan sebagai usaha untuk mencapai tujuan organisasi melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen, sesuai dengan kompetensi dan kapasitas organisasi serta daya beli.<sup>11</sup>

Produk secara umum diartikan sebagai suatu yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah. Produk yang diinginkan pelanggan, baik berwujud maupun yang tidak berwujud adalah produk yang berkualitas tinggi. Artinya produk yang ditawarkan oleh bank kepada nasabahnya memiliki nilai yang lebih dibandingkan produk bank pesaing. Produk yang berkualitas tinggi yang berhasil diciptakan oleh bank akan memberikan keuntungan baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang.

Menurut Kotler, ada beberapa indikator yang harus diperhatikan dalam menentukan produk ialah sebagai berikut:

- 1) Variasi Produk
- 2) Kualitas Produk
- 3) Tampilan Produk<sup>12</sup>

---

<sup>11</sup> Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran* (Yogyakarta: Penerbit Andi), h. 95

<sup>12</sup> Christine, Wiwik Budiawan, "Analisis Pengaruh Marketing Mix (7P) terhadap Minat Beli Ulang Konsumen (Studi pada House of Moo, Semarang)", *Industrial Engineering Online Journal*, 6 (1): 1-8, 2017

b. Harga (*Price*)

Harga merupakan jumlah uang yang harus dibayarkan nasabah untuk memperoleh suatu produk. Dalam mengembangkan bauran pemasaran, suatu produk meliputi: daftar harga diskon, potongan harga, periode pembayaran dan persyaratan kredit.

Bagi perbankan terutama bank yang berdasarkan prinsip konvensional, harga adalah bunga, biaya administrasi, biaya provisi dan komisi, biaya kirim, biaya tagih, biaya sewa, biaya iuran, dan biaya-biaya lainnya. Sementara itu, harga bagi bank yang berdasarkan pada prinsip syariah adalah bagi hasil.<sup>13</sup>

Dari pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa harga merupakan nilai yang harus diberikan oleh konsumen untuk memperoleh suatu produk. Nilai yang dimaksud disini adalah dalam bentuk uang. Harga merupakan jumlah nilai yang dapat ditukarkan konsumen dengan manfaat dari menggunakan barang atau jasa yang ada. Harga dalam bank konvensional adalah bunga, biaya administrasi, biaya provisi, biaya iuran, biaya tagih, biaya sewa, sedangkan dalam bank syariah harga adalah bagi hasil. Menurut Chandra harga dapat diukur diantaranya melalui :<sup>14</sup>

1. Harga produk pesaing
2. Diskon (potongan harga)
3. Variasi system pembayaran

---

<sup>13</sup> Kasmir, Manajemen Perbankan, Edisi Revisi, (Jakarta: Rajawali Pers, 2012), h. 228

<sup>14</sup> Nuryadin, Muhammad Birusman. "harga dalam perspektif islam." Jurnal Mazahib, 4(1),

c. Lokasi (*Place*)

Lokasi adalah keputusan yang dibuat perusahaan yang berkaitan dengan operasi dan stafnya akan ditempatkan. Bagi perusahaan non bank penentuan lokasi biasanya digunakan untuk lokasi pabrik atau gudang atau cabang, sedangkan penentuan lokasi bagi industri perbankan lebih ditekankan kepada penentuan lokasi cabang. Penentuan lokasi kantor cabang bank dilakukan untuk cabang utama, cabang pembantu atau kantor kas. Penentuan lokasi kantor beserta sarana dan prasarana pendukung menjadi sangat penting, hal ini disebabkan agar nasabah mudah menjangkau setiap lokasi bank yang ada. Demikian pula sarana dan prasarana harus memberikan rasa yang nyaman dan aman kepada seluruh nasabah yang berhubungan dengan bank.

Menurut Lupiyoadi pemilihan lokasi sangat penting mengingat apabila salah dalam menganalisis akan mengakibatkan meningkatnya biaya yang akan dikeluarkan nantinya, lokasi yang tidak strategis akan mengurangi minat nasabah untuk berhubungan dengan bank, di sini ada beberapa indikator menurut Lupiyoadi yang dapat menentukan nasabah menantekuan pilihan nasabah :

- 1) Lokasi yang terlihat dari tepi jalan
- 2) Kemudahan transportasi
- 3) Kemudahan proses transaksi

4) Kebersihan lingkungan<sup>15</sup>d. Promosi (*Promotion*)

Promosi ialah aktivitas yang menyampaikan manfaat produk dan membujuk pelanggan membelinya. Kegiatan promosi merupakan komponen yang dipahami untuk memberitahukan dan mempengaruhi pasar bagi produk perusahaan, sehingga pasar dapat mengetahui tentang produk yang diproduksi oleh perusahaan tersebut. Tanpa promosi jangan diharapkan nasabah dapat mengenal bank. Oleh karena itu, promosi merupakan sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan nasabahnya. Salah satu tujuan promosi bank adalah menginformasikan segala jenis produk yang ditawarkan dan berusaha menarik calon nasabah yang baru. Adapun kegiatannya adalah: periklanan, personal selling, promosi penjualan dan publisitas.<sup>16</sup>

Menurut Nana, bauran promosi/komunikasi pemasaran ini terdiri atas hal-hal berikut:

- 1) Periklanan (*Advertising*) merupakan presentasi produk yang bertujuan memperkenalkan produk kepada konsumen.
- 2) Promosi penjualan (*Sales Promotion*) yaitu penawaran produk secara intensif guna menekan pembelian dan penjualan.
- 3) Hubungan masyarakat (*Public Relation*), dalam hal ini perusahaan harus mampu membangun hubungan baik dengan masyarakat guna menciptakan citra yang baik agar konsumen tetap mempercayai

---

<sup>15</sup> Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa* (Jakarta: Salemba Empat, 2001), h. 261

<sup>16</sup> Didin Fatihudin dan Anang Firmansyah, *Pemasaran Jasa (Strategi, Mengukur Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan)*, (Yogyakarta: Deepublish, 2019), h. 185

dan menyerahkan ketersediaan produk yang mereka butuhkan kepada perusahaan tersebut.

Penjualan personal (*Personal Selling*), dalam hal ini pemilik perusahaan ikut menawarkan langsung produk yang dijual untuk membangun hubungan dengan pelanggan.<sup>17</sup>

### **C. Produk Pembiayaan Pengurusan Pendaftaran Haji**

#### **1. Definisi Produk Pembiayaan Pengurusan Pendaftaran Haji**

Produk pembiayaan Pengurusan Pendaftaran Haji adalah pembiayaan yang diberikan oleh LKS(Lembaga Keuangan Syariah) kepada calon jamaah haji untuk memenuhi persyaratan minimal setoran awal BPIH sehingga ia bisa mendapatkan porsi haji sesuai dengan ketentuan kementerian agama. Dana ini akan dikembalikan oleh jamaah sesuai dengan perjanjian ( akad) yang sudah disepakati antara LKS dan nasabah calon jamaah haji.<sup>18</sup>

Produk pembiayaan pengurusan pendaftaran haji ini di atur atas Fatwa Majelis Ulama Indonesia (MUI), melalui Dewan Syariah Nasional (DSN) telah mengeluarkan fatwa DSN-MUI No.29/DSN-MUI/VI/2002 tentang Pembiayaan Pengurusan Haji Lembaga Keuangan Syariah. Fatwa tersebut memuat ketentuan yang berhubungan dengan pemberian dana talangan haji oleh LKS. Fatwa DSN-MUI memperbolehkan LKS

---

<sup>17</sup> Maria Nurhayati, "*Strategi Mix Marketing (Produk, Price, Place, Promotion, People, Proccess, Physical Evidence) 7P di PD Rasa Galendo Kabupaten Ciamis*", Jurnal Media Teknologi, Vol. 08 No. 02 (2022). 122

<sup>18</sup>Farid, Rifaat. "Dana Talangan Haji; Problem atau Solusi Jitu?(Studi Evaluasi Kebijakan Penyelenggaraan Ibadah Haji)." *Palita: Journal of Social Religion Research* 4.2 (2019): 107-120.

membantu menalangi pembiayaan BPIH nasabah dengan menggunakan prinsip Al-Qardh dan mendapat ujah atas jasa pengurusan atas jasa haji.<sup>19</sup>

## 2. Prinsip Produk Pembiayaan Pengurusan Pendaftaran Haji

### a. Prinsip Qard

Secara etimologi, kata "Qard" berasal dari bentuk masdar yang berarti "meminjamkan." Muhammad Syafi'i Antonio mendefinisikan "Qard" sebagai tindakan memberikan harta kepada orang lain yang nantinya dapat ditagih atau diminta kembali, tanpa ada harapan untuk mendapatkan imbalan sepeserpun. Menurut perspektif syariah, Qard dianggap sah dan tidak ada perbedaan pendapat di kalangan ulama mengenai hal ini. Hal ini mencerminkan kesadaran dalam Islam akan prinsip tolong-menolong sesama manusia dalam membangun jiwa sosial yang kuat.<sup>20</sup>

### b. Prinsip *Qardh bil Ujrah*

Prinsip *Qardh bil Ujrah* adalah konsep dalam Islam yang menggabungkan dua istilah:

- 1) *Qardh* (قرض): Merujuk pada pinjaman atau pemberian dana kepada seseorang tanpa bunga atau tambahan imbalan. Pemberian ini dilakukan dengan niat membantu peminjam dalam situasi keuangan yang sulit atau untuk memenuhi kebutuhan mendesak.

---

<sup>19</sup> Hadi, Syamsul, and Widyarini Widyarini. "Dana Talangan Haji (Fatwa DSN dan Praktek di LKS)." *Asy-Syir'ah: Jurnal Ilmu Syari'ah dan Hukum* 45.2 (2011).

<sup>20</sup> Ardiana, Zendy Sellyfio. "Akad Wakalah Bil Ujrah Dan Akad Qard Dalam Penerapan Akad Pembelian Barang." " *Dharmasisya* " *Jurnal Program Magister Hukum FHUI* 2.2 (2022): 15.

- 2) *Ujrah* (أجرة): adalah biaya atau kompensasi yang diberikan sebagai imbalan atas suatu jasa atau layanan.

Dalam konteks *Qardh bil Ujrah*, *ujrah* diberikan sebagai imbalan kepada pemberi pinjaman atas pinjaman yang diberikannya, tetapi ini harus diberikan dalam jumlah yang wajar dan bukan dalam bentuk bunga. Jadi, Prinsip *Qardh bil Ujrah* adalah prinsip dalam Islam di mana pemberi pinjaman dapat memberikan pinjaman kepada peminjam, dan sebagai imbalan atas pinjaman tersebut, pemberi pinjaman dapat menerima *ujrah* (kompensasi) dari peminjam. Namun, *ujrah* ini harus diatur secara adil dan wajar, tidak boleh dianggap sebagai bunga atau riba, yang diharamkan dalam hukum Islam. Prinsip ini mencerminkan pendekatan Islam yang lebih moderat terhadap transaksi keuangan, dengan memungkinkan pemberi pinjaman untuk mendapatkan imbalan atas risiko yang mereka ambil tanpa harus terlibat dalam praktik riba yang dilarang.<sup>21</sup>

- 3) Pembiayaan Pengurusan Pendaftaran Haji Bprs Metro Madani

Pembiayaan Pengurusan Ibadah Haji adalah Pembiayaan syariah yang dimiliki oleh BPRS Metro Madani dengan Menggunakan akad Ijarah multi jasa dan/atau *Qordh Bil Ujroh*, di mana semua yang berkaitan dengan pendaftaran ibadah haji calon nasabah, akan di urus oleh pihak Bank Syariah Metro Madani

---

<sup>21</sup> Wahid, Nur. *Multi Akad dalam Lembaga Keuangan Syariah*. Deepublish, 2019.

bersama dengan calon jamaah haji sampai mendapatkan porsi Haji di kementerian agama, kemudian pihak nasabah ( calon jamaah haji ) hanya membayar Ujrah dan ongkos ibadah haji ke pihak Bank di angsur perbulan sesuai dengan peraturan dan persyaratan yang berlaku.

#### Syarat - Syarat Pembiayaan Pengurusan Ibadah Haji

- a. Fc KTP Suami Istri
- b. Fc KK
- c. Fc Buku Nikah
- d. Fc Rek Listrik
- e. Fc Buku Tabungan
- f. Fc Slip gaji ( Pegawai negeri / Swasta )
- g. Fc Surat Keterangan Usaha ( Wiraswasta )
- h. Mengisi Formulir Pengajuan Pembiayaan Ibadah Haji

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **A. Jenis dan Sifat Penelitian**

##### **1. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian ini menggunakan jenis penelitian *field research* (penelitian lapangan). Penelitian lapangan (*field research*) adalah bentuk penelitian yang bertujuan mengungkapkan makna yang diberikan oleh anggota masyarakat pada perilakunya dan kenyataan sekitar. Metode *field research* digunakan ketika metode survei ataupun eksperimen dirasakan tidak praktis, atau ketika lapangan penelitian masih terbentang demikian luasnya. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan di BPRS Metro Madani KC Tulang Bawang Barat sebagai lokasi atau tempat peneliti melakukan pengamatan.<sup>1</sup>

##### **2. Sifat Penelitian**

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan menggunakan pendekatan deskriptif. Penelitian kualitatif adalah pengumpulan data pada suatu latar alamiah dengan maksud menafsirkan fenomena yang terjadi dimana peneliti adalah sebagai instrument kunci, pengambilan sampel sumber data dilakukan secara purposive, teknik pengumpulan dengan triangulasi (gabungan), analisa data bersifat

---

<sup>1</sup> Bagus Eko Dono, *Strategi Kepala Sekolah Dalam Meningkatkan Prestasi Siswa* (Bondowoso, Guepedia, 2021), h.22

induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi.<sup>2</sup>

Penelitian dengan metode deskriptif adalah suatu metode dalam penelitian status sekelompok manusia, suatu objek, suatu set kondisi, suatu sistem pemikiran ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang. Penelitian ini berdasarkan pada objek penelitian melalui wawancara yang dilakukan kepada pihak BPRS Metro Madani KC Tulang Bawang Barat.<sup>3</sup>

## **B. Sumber Data**

Dalam melakukan penelitian, peneliti menggunakan dua jenis sumber data, yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder. Perbedaan antara keduanya sangat jelas dan dapat dilihat dengan jelas dalam proses pengumpulan dan analisis data. Untuk mengetahui lebih detail tentang sumber data tersebut, dapat dilihat dibawah ini

### **1. Sumber Data Primer**

Sumber Data primer adalah data pokok yang diperlukan dalam penelitian, yang didapatkan dari sumbernya langsung ataupun dari lokasi penelitian, atau keseluruhan data dari hasil penelitian yang diperoleh dilapangan. Data primer tidak diperoleh dari pihak kedua dan seterusnya. Pada penelitian ini data primer didapatkan dilapangan melalui wawancara peneliti bersama Bapak Ari Hadyan Arsyat, dan Staf *Marketing* yaitu

---

<sup>2</sup> Albi Anggito dan Johan Setiawan, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Jawa Barat, Cv Jejak, 2018), Cet. Ke-1, h.8.

<sup>3</sup> Ajat Rukajat, *Pendekatan Penelitian Kualitatif Quantitative Research Approach*, (Yogyakarta, Cv Budi Utama, 2018), Cet. Ke-1, h. 1.

Bapak Dwi Yanto dan Bapak Fajar, dan Nasabah BPRS Metro Madani KC  
Tulang Bawang Barat

Pemilihan informan dalam penelitian ini di ambil berdasarkan teknik *sampling accidental*, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sample, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai narasumber.<sup>4</sup>

## 2. Sumber Data Sekunder

Sumber data primer merupakan jenis data yang cara memperoleh dan mencarinya berasal dari sumber kedua atau sekunder. Data sekunder juga dapat diartikan sebagai data pelengkap atau data yang melengkapi dari data primer. Sehingga dapat dikatakan bahwa data sekunder ini adalah suatu data yang didapatkan peneliti dari data yang sudah ada. Untuk mendapatkan data dari sumber data sekunder, peneliti mempelajari berbagai buku dan brosur yang sesuai dengan permasalahan pada penelitian ini.<sup>5</sup>

## C. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dilakukan untuk memperoleh data dari lapangan sehingga data yang diperoleh dapat dipercaya dan dipertanggung jawabkan. Teknik pengumpulan data yang peneliti gunakan adalah:

---

<sup>4</sup> Suriani, Nidia, and M. Syahrani Jailani. "Konsep Populasi dan Sampling Serta Pemilihan Partisipan Ditinjau Dari Penelitian Ilmiah Pendidikan." *Jurnal IHSAN: Jurnal Pendidikan Islam* 1.2 (2023): 24-36.

<sup>5</sup> Jollyta, Deny, William Ramdhan, and Muhammad Zarlis. *Konsep Data Mining Dan Penerapan*. Deepublish, 2020.

a. Wawancara

Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan tersebut dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara (*interviewer*) yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara (*interview*) yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu. Karena tujuan wawancara adalah untuk mendapatkan informasi yang valid (sah, shahih).<sup>6</sup>

Penelitian ini menggunakan teknik wawancara bebas terpimpin/semi terstruktur, supaya dapat mengembangkan pertanyaan saat dibutuhkan dilapangan. Dalam penelitian ini peneliti melakukan wawancara kepada Bapak Ari Hadyan Arsyad selaku pimpinan Kantor cabang BPRS Metro Madani KC Tulang Bawang Barat dan Bapak Dwi Yanto dan bapak Fajar Hidayat sebagai Karyawan Bagian Marketing BPRS Metro Madani KC Tulang Bawang Barat. Teknik ini digunakan untuk memperoleh data yang berkaitan dengan analisis swot terhadap strategi pemasaran produk pembiayaan pendaftaran pengurusan haji di BPRS Metro Madani (Study Pada BPRS Metro Madani KC Tulang Bawang Barat).

b. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan cara yang digunakan untuk mengumpulkan data berupa data-data tertulis yang mengandung keterangan dan penjelasan serta pemikiran tentang fenomena yang masih aktual dan sesuai dengan masalah penelitian. Dokumentasi ini digunakan

---

<sup>6</sup>Edi, Fandi Rosi Sarwo. *teori wawancara Psikodignostik*. Penerbit LeutikaPrio, 2016

untuk mencari data dan sumber yang berkaitan dengan penelitian “Analisis SWOT Terhadap Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Pengurusan Pendaftaran Haji Di BPRS Metro Madani KC Tulang Bawang Barat di BPRS Metro Madani (Study Pada BPRS Metro Madani KC Tulang Bawang Barat).”<sup>7</sup>

#### **D. Teknik Analisis Data**

Analisa data adalah upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, mengorganisasikan data, dan memilah-milahnya menjadi satuan yang dapat dikelola, mensinestasiannya, mencari dan menemukan pola, menemukan apa yang paling penting dan apa yang dipelajari, dan memutuskan apa yang dapat diceritakan kepada orang lain.

Teknik analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, kemudian membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain. Kemudian peneliti menggunakan teori yang ada dengan kenyataan yang terjadi di lapangan guna mengambil sesuatu kesimpulan dari penelitian ini terhadap pelaksanaan teori dan praktik di lapangan. Setelah peneliti memperoleh data yang diperlukan, maka peneliti mengolah data dan

---

<sup>7</sup> Muhammad, *Metode Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kualitatif* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2008). 152.

menganalisis data tersebut dengan menggunakan analisis kualitatif, sehingga menjadi suatu hasil pembahasan berupa penjelasan mengenai Analisis SWOT dan kondisi yang ada di Percetakan Paradise Sekampung, dengan menggunakan cara berfikir induktif. Metode berfikir induktif adalah metode menerangkan dari data kearah teori.

Berdasarkan keterangan di atas, maka dalam menganalisis data, peneliti menggunakan data yang telah diperoleh kemudian data tersebut dianalisis dengan menggunakan cara berfikir induktif yang berangkat dari informasi mengenai hasil wawancara serta dokumentasi terkait dengan produk pembiayaan pengurusan pendaftaran haji.

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Hasil Penelitian**

##### **1. Gambaran Umum BPRS Metro Madani KC Tulang Bawang Barat<sup>1</sup>**

Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Metro Madani merupakan sebuah lembaga keuangan yang mengadopsi prinsip syariah Islam dalam operasionalnya. Pendirian BPRS Metro Madani didasarkan pada undang-undang No.7 Tahun 1992 tentang perbankan, yang kemudian diubah melalui UU No.10 Tahun 1998, dan terakhir diatur oleh UU No.21 Tahun 2008 tentang perbankan syari'ah. PT.BPRS Metro Madani mulai beroperasi pada tanggal 20 September 2005, berdasarkan akta anggaran dasar yang dibuat oleh notaris Hermanita SH di Bandar Lampung No.1 tanggal 03 Maret 2005, yang kemudian disahkan oleh Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia (HAM) dengan Nomor C-16872 HT.01.01.TH.2005. Bank ini juga memperoleh izin usaha dari Bank Indonesia dengan nomor 7/54/KEP.GBI/2005 pada tanggal 08 September 2005.

Saat ini PT. BPRS Metro Madani memiliki 4 (empat) kantor cabang yang pertama yaitu di Unit II Jl. Lintas Timur Unit II Banjar Agung, Tulang Bawang sejak 14 Januari 2008, cabang yang kedua yaitu di Jl. Kalirejo, Lampung Tengah sejak 01 November 2009, yang ketiga 1

Dokumentasi Profil BPRS Metro Madani KC. Tulang Bawang Barat,

---

<sup>1</sup>Dokumentasi BPRS Metro Madani Kc Tulang Bawang Barat, Jl. Lintas Timur Unit II Banjar Agung, Kab.Lampung Tengah

dilakukan pada tanggal 13 November 2023 terletak di Jl. Jendral Sudirman Kec. Tumijajar Kab. Tulang Bawang Barat sejak tanggal 23 Juli 2012, dan kantor cabang yang keempat terletak di Jl. Senopati No. 99 Jati Mulyo Kec. Jati Agung, Lampung Selatan sejak 2013, serta memiliki kantor Layanan Kas di RSUD Muhammadiyah Metro No. 42 Mulyojati, 16c Kota Metro, Lampung sejak 15 Oktober 2012

BPRS Metro Madani kantor cabang Tulang Bawang Barat merupakan kantor cabang dari BPRS Mero Madani yang didirikan untuk memperluas jaringan kantor. BPRS Metro Madani terdiri dari BPRS Metro Madani kantor pusat, BPRS Metro Madani kantor cabang, BPRS Metro Madani kantor kas dan BPRS Metro Madani layanan kas.

Kantor cabang Tulang Bawang Barat beralamat di Jl.Jendral Sudirman, Kecamatan Tumijajar, Kabupaten Tulang Bawang Barat, Lampung. PT BPRS Metro Madani KC. Tulang Bawang Barat mulai beroperasi pada tahun 2012 sampai saat ini.

## **2. Produk-Produk BPRS Metro Madani KC Tulang Bawang Barat<sup>2</sup>**

Produk-Produk yang ada di BPRS Metro Madani KC Tulang Bawang Barat sebagai berikut:

- a. Produk Penghimpunan Dana
  - 1) Deposito Ib
  - 2) Tabungan Pendidikan
  - 3) Tabungan Walimah

---

<sup>2</sup>Dokumentasin BPRS Metro Madani Kc Tulang Bawang Barat, Jl. Lintas Timur Unit II Banjar Agung, Kab.Lampung Tengah

- 4) Tabungan Wadiah
  - 5) Tabungan Qurban
- b. Produk Pembiayaan
- 1) Pembiayaan Investasi
  - 2) Pembiayaan Modal Usaha
  - 3) Oto Madani
  - 4) Pembiayaan Pendidikan Madani
  - 5) Gadai Emas
  - 6) Pemiayaan Sertifikasi Guru
  - 7) Pembiayaan Cicilan Emas
  - 8) Produk Pembiayaan Pengurusan Pendaftaran Haji
- c. Jasa Lainnya
- 1) Tranfer Antar Bank
  - 2) Pembayaran BPJS
  - 3) Pembayaran Tagihan Listrik
  - 4) Dan Lain-Lain

Produk pembiayaan dana talangan haji ini sudah lama dikeluarkan oleh BPRS Metro Madani KC. Tulang Bawang Barat, mulai dikeluarkan sejak berdirinya atau dibukanya BPRS Metro Madani KC. Tulang Bawang Barat pada tahun 2012. Kemudian pada akhir tahun 2013 atau sekitar tahun 2014 kemudian Kementrian Agama RI melarang untuk memasarkan produk dana talangan haji.

Produk dana talangan haji dilarang karena disebabkan oleh beberapa hal yaitu, meluapnya jumlah calon jamaah haji, tidak diperbolehkan menerima tambahan atas pinjaman dana Qardh, sebab ujah seharusnya hanya digunakan untuk layanan penyelenggara ibadah haji, bank mengaitkan biaya ujah layanan pengurusan seat haji dengan berdasarkan pada besarnya dana talangan haji dan waktu jatuh tempo.

Tetapi hal tersebut tidak menyurutkan tekad BPRS Metro Madani KC. Tulang Bawang Barat untuk tetap memasarkan produk pembiayaan dana talangan haji kepada masyarakat, meskipun BPRS Metro Madani KC. Tulang Bawang Barat kembali beroperasi untuk memasarkan produk pembiayaan dana talangan haji pada tahun 2018.

Keunggulan Produk Pembiayaan Dana Talangan Haji PT. BPRS Metro madani antara lain:

1. Membantu nasabah mendapatkan porsi haji.
2. Proses cepat dan mudah sesuai dengan ketentuan prinsip perbankan Syariah.
3. Jangka waktu angsuran 3 (tiga) tahun.
4. Pembayaran angsuran otomatis melalui debet rekening nasabah.

BPRS Metro Madani menyediakan jasa talangan haji yang akan mempermudah pemesanan kursi haji, sehingga memberikan kepastian memperoleh porsi keberangkatan haji, hanya dengan bermodalkan uang sebesar Rp. 1.750.000, dimana biaya tersebut terdiri dari biaya untuk biaya

administrasi terhadap BPRS METRO MADANI KC. Tulang Bawang Barat.

### 3. Deskripsi Hasil Penelitian

Peneliti memperoleh hasil dari wawancara tentang analisis SWOT (Kekuatan, Kelemahan, Peluang, dan Ancaman) terhadap strategi pemasaran Produk Pengurusan Pendaftaran Haji BPRS Metro Madani KC Tulang Bawang Barat , sebagai berikut

Hasil wawancara yang peneliti lakukan kepada pihak BPRS Metro Madani Tulang Bawang Barat, sebagai berikut:

BPRS Metro Madani KC Tulang Bawang Barat memiliki tujuan untuk memberikan kesempatan kepada calon jamaah haji yang sudah memimpikan untuk menuaikan ibadah haji akan tetapi memiliki keterbatasan biaya. Dengan tujuan tersebut BPRS Metro Madani menyediakan Produk Pengurusan Pendaftaran Haji dengan DP (*Down Payment*) sebesar 1.750.000 tempo pelunasan selama 3 tahun. BPRS Metro Madani juga melakukan pendampingan dalam proses pendaftaran nasabah haji di KBIH atau Kementrian Agama. Selain itu pelayanan yang diberikan oleh BPRS Metro Madani KC Tulang Bawang Barat sangat baik dan aman. Pernyataan tersebut merupakan Kekuatan dari Produk Pengurusan Pendaftaran Haji BPRS Metro Madani KC Tulang Bawang Barat. Hal ini sesuai dengan pernyataan dari bapak Ari Hadyan Arsyad yang menyatakan bahwa

*“tujuan dari diadakannya produk pengurusan pendaftaran haji di BPRS Metro Madani adalah untuk membatu nasabah dalam mewujudkan mimpi untuk menunaikan ibadah haji. Berdasarkan tujuan tersebut kekuatan yang dimiliki oleh produk pengurusan pendaftaran haji di BPRS Metro Madani ialah DP (Down Payment) yang relatif rendah sebesar 1.750.000, pendampingan yang dilakukan oleh staf untuk membantu nasabah dalam pendaftaran haji, kemudian dengan memberikan pelayanan yang terbaik dan aman dengan tujuan kenyamanan nasabah”<sup>3</sup>*

Kelemahan (*Weaknesses*) merujuk pada aspek-aspek dalam sebuah organisasi yang tidak berjalan secara optimal atau sumber daya yang diperlukan namun tidak tersedia. Terkadang, kelemahan ini lebih mudah teridentifikasi dibandingkan dengan kekuatan, tetapi seringkali tidak mendapatkan solusi yang sesuai karena kurangnya pemanfaatan kekuatan yang telah ada. Dalam proses pemasaran produk pengurusan pendaftaran haji BPRS Metro Madani KC Tulang Bawang Barat memiliki tentu memiliki kelemahan. Sistem yang diterapkan dalam produk pengurusan pendaftaran haji kerap kali berubah mengikuti peraturan yang di keluarkan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK). Hal ini mengakibatkan menurunnya minat nasabah produk pengurusan pendaftaran haji di BPRS Metro Madani KC Tulang Bawang Barat. Rendahnya keinginan dan pengetahuan masyarakat tentang produk pengurusan pendaftaran haji juga menjadi kelemahan dari produk pengurusan pendaftaran haji BPRS Metro Madani KC Tulang Bawang Barat. Hal ini sesuai dengan pernyataan dari bapak Ari Hadyan Arsyad yang menyatakan bahwa

---

<sup>3</sup> Wawancara dengan Informan pertama, Bapak Ari Hadyan Arsyad, pada November 2023, Di Kantor Cabang BPRS Metro Madani Tulang Bawang Barat

*“ sistem yang diterapkan untuk produk pengurusan pendaftaran haji disini kerap kali berubah dengan didasarkan peraturan yang dikeluarkan oleh pihak otoritas jasa keuangan (OJK).sebagai contoh pada tahun 2017 tempo yang di berikan selama 1 tahun. Yang kemudian pada tahun 2019 tempo pelunasan yang diberikan kepada nasabah adalah 6 tahun dengan angsuran 600.000/ bulan. Dan akhirnya pada tahun 2023 pihak BPRS memutuskan untuk merubah kembali sistem tersebut dengan tempo pelinasan selama 3 tahun dengan angsuran sebesar 900.000/ bulan. Hal ini mengakibatkan turunya minat nasabah terhadap produk pengurusan pendaftaran haji di BPRS Metro Madani. Selain hal tersebut yang menjadi kelemahan dari produk pengurusan pendaftaran haji disini adalah rendahnya keinginan dan pengetahuan calon nasabah terhadap produk pengurusan pendaftaran haji di BPRS Metro Madani KC Tulang Bawang Barat ”<sup>4</sup>*

Kesempatan (*Opportunity*) merupakan faktor positif yang timbul dari lingkungan, memberikan peluang bagi organisasi atau program untuk mengambil manfaat dari situasi tersebut. Kesempatan tidak hanya mencakup kebijakan atau peluang finansial, tetapi juga melibatkan respons dari masyarakat atau isu-isu yang sedang menjadi perhatian. Beradaptasi dengan perubahan regulasi dengan cepat dan efektif merupakan peluang yang sangat terbuka dengan demikian BPRS Metro Madani dapat memenangkan kepercayaan nasabah dan memperkuat basis operasional. kesempatan untuk mengembangkan pasar target dengan lebih spesifik dan mendalam dengan melakukan pemahaman lebih lanjut terkait dengan kebutuhan dan preferensi nasabah calon jemaah haji. Hal ini sesuai dengan pernyataan dari bapak Syarif Husin yang menyatakan bahwa

---

<sup>4</sup> Wawancara dengan Informan pertama, Bapak Ari Hadyan Arsyad, pada November 2023, Di Kantor Cabang BPRS Metro Madani Tulang Bawang Barat.

*“Pertama-tama, kami sepenuhnya menyadari pentingnya beradaptasi dengan perubahan regulasi dengan cepat dan efektif. Untuk itu, kami telah mengimplementasikan strategi yang memungkinkan kami tetap selangkah di depan dalam memahami dan mengikuti perubahan-perubahan tersebut. Ini melibatkan pelibatan aktif dengan lembaga pengawas dan regulatif terkait serta penerapan sistem internal yang memudahkan pembaruan sesuai kebijakan terbaru. Dengan kesiapan ini, kami yakin dapat memenangkan kepercayaan nasabah dan memperkuat basis operasional kami. Kami berkomitmen untuk memberikan pelayanan terbaik kepada nasabah, sejalan dengan regulasi yang berlaku, sehingga menciptakan lingkungan yang transparan dan aman bagi mereka. Selanjutnya, kami melihat peluang untuk mengembangkan pasar target kami dengan lebih spesifik dan mendalam, khususnya dalam memahami kebutuhan dan preferensi nasabah calon jemaah haji. Kami akan melakukan penelitian lebih lanjut untuk memahami secara mendalam kebutuhan unik mereka, termasuk aspek keuangan dan layanan perbankan yang dapat mendukung perjalanan haji mereka. Dalam konteks ini, kami akan bekerja sama dengan pihak terkait, seperti agen perjalanan haji dan pihak-pihak terkait lainnya, untuk memastikan kami dapat memberikan solusi perbankan yang relevan dan bermanfaat bagi nasabah kami yang memiliki kebutuhan khusus terkait perjalanan haji. Komitmen kami adalah terus berinovasi dan beradaptasi, tidak hanya untuk mematuhi regulasi yang ada, tetapi juga untuk memberikan nilai tambah kepada nasabah kami, sehingga BPRS Metro Madani dapat tetap menjadi pilihan utama bagi mereka dalam memenuhi kebutuhan perbankan mereka, terutama dalam konteks perubahan regulasi dan pasar target yang semakin spesifik.”<sup>5</sup>*

Ancaman (*Threat*) adalah faktor negatif dari lingkungan yang menjadi hambatan bagi perkembangan atau kelancaran suatu organisasi atau program. Ancaman ini sering kali terabaikan karena beberapa pihak mungkin mencoba hal-hal kontroversial atau di luar arus utama, namun pada kenyataannya, hal tersebut lebih sering mengakibatkan layu atau stagnasi daripada pertumbuhan yang sebenarnya. Maraknya persaingan dalam pemasaran produk pengurusan pendaftaran haji di Tulang bawang

---

<sup>5</sup> Wawancara dengan Informan kedua, Bapak Syarif Husin, pada November 2023, Di Kantor Cabang BPRS Metro Madani Tulang Bawang Barat.

barat menjadi ancaman yang paling nyata dalam pemasaran produk pengurusan pendaftaran haji. Persaingan yang intensif dengan lembaga keuangan lainnya dapat membatasi pangsa pasar. BPRS Metro Madani perlu mempertimbangkan strategi yang kuat untuk membedakan diri di pasar yang kompetitif. Selain itu Ancaman terhadap perubahan kebijakan pemerintah, termasuk regulasi terkait pembiayaan pendaftaran haji, dapat mempengaruhi struktur bisnis dan mengharuskan penyesuaian operasional. Ancaman dari ketidakpastian geopolitik, terutama terkait dengan kebijakan perjalanan dan akses ke Tanah Suci, juga dapat mempengaruhi nasabah dalam melakukan perencanaan dan pelaksanaan pendaftaran haji. Hal ini sesuai dengan pernyataan dari bapak Syarif Husin yang menyatakan bahwa

*“Dalam pemasaran produk pengurusan pendaftaran haji BPRS Metro madani menggunakan pola pemasaran reveral. Pola pemasaran merupakan kerjasama yang dilakukan pihak BPRS dengan tokoh agama seperti pengurus pondok pesantren, kiyai, dan juga KBIH yang ada disekitar BPRS Metro Madani KC Tulang bawang barat. Kerjasama tersebut menawarkan imbalan sebesar Rp 500.000,.. Dengan berjalanya waktu persaingan intensif dengan lembaga keuangan lain menjadi ancaman paling nyata yang harus dihadapi oleh pihak BPRS Metro Madani KC Tulang bawang barat. Selain itu ancaman juga berasal dari perubahan kebijakan pemerintah tentang produk pengurusan pendaftaran haji. Ancaman dari ketidakpastian geopolitik juga menjadi salah satu ancaman yang dapat mempengaruhi minat nasabah dalam melakukan perencanaan dan pelaksanaan ibadah haji dengan menggunakan produk pembiayaan pengurusan pendaftaran haji yang dimiliki oleh BPRS Metro madani KC Tulang Bawang Barat”<sup>6</sup>*

---

<sup>6</sup> Wawancara dengan Informan kedua, Bapak Syarif Husin, pada November 2023, Di Kantor Cabang BPRS Metro Madani Tulang Bawang Barat.

Hasil wawancara yang peneliti lakukan kepada bapak HS dan ibu ST Nasabah produk pengurusan pendaftarab haji BPRS Metro Madani Tulang Bawang Barat, sebagai berikut:

Bapak HS dan Ibu ST menyatakan bahwa sudah menjadi nasabah produk pengurusan pendaftaran haji di BPRS Metro Madani KC Tulang Bawang Barat sejak tahun 2018, ia mengetahui informasi tentang Produk pengurusan pendaftaran haji yang dimiliki BPRS Metro Madani kC Tulang bawang barat dari salah seorang pengurus BPIH di Tulang Bawang barat yang menawarkan produk pengurusan pendaftaran haji yang dimiliki oleh BPRS Metro madani KC Tulang Bawang Barat. Selain dari pihak yang bekerjasama masyarakat juga memperoleh informasi tentang keutamaan produk pengurusan pendaftaran haji yang dimiliki BPRS Metro madani dari media Facebook dan Instagram. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara dengan bapak HS yang mengatakan bahwa

*“Kami sangat bersyukur atas dukungan yang luar biasa dari pengurus BPIH di Tulang Bawang Barat, yang telah memberikan informasi berharga tentang produk pengurusan pendaftaran haji yang dimiliki oleh BPRS Metro Madani KC Tulang Bawang Barat. Kolaborasi ini memungkinkan kami untuk lebih memahami kebutuhan dan harapan masyarakat terkait dengan layanan ini. Dalam wawancara dengan pengurus BPIH, kami mendapatkan wawasan yang berharga tentang keunggulan produk pengurusan pendaftaran haji kami. Mereka menyoroti kemudahan proses pendaftaran, transparansi informasi, dan dukungan penuh yang diberikan kepada calon jemaah haji. Pemahaman mendalam ini menjadi landasan bagi kami untuk terus meningkatkan kualitas layanan kami dan memberikan pengalaman terbaik bagi nasabah kami yang akan menjalani perjalanan haji. Tidak hanya itu, melalui media sosial seperti Facebook dan Instagram, kami juga menerima masukan positif dari masyarakat terkait keutamaan produk pengurusan pendaftaran haji kami. Respon positif ini memperkuat keyakinan kami bahwa langkah-langkah inovatif yang telah kami*

*terapkan dalam produk ini memenuhi ekspektasi dan kebutuhan masyarakat. Dengan didukung oleh informasi yang kami dapatkan dari berbagai sumber, kami berkomitmen untuk terus meningkatkan produk pengurusan pendaftaran haji kami. Kami percaya bahwa dengan memahami secara mendalam kebutuhan masyarakat dan mendengar langsung dari para pengguna layanan kami, BPRS Metro Madani KC Tulang Bawang Barat dapat terus menjadi pilihan utama bagi calon jemaah haji dalam mengelola pendaftaran mereka, memberikan nilai tambah yang signifikan dalam perjalanan spiritual mereka.”<sup>7</sup>*

Ibu ST menambahkan bahwa faktor yang menjadi pendorong untuk memilih produk pembiayaan haji yang dimiliki oleh BPRS Metro Madani KC Tulang Bawang barat adalah pemberian kebijakan uang muka yang terjangkau dan juga angsuran yang relatif rendah dan panjang. Selain itu pelayanan dan pendampingan yang diberikan oleh BPRS Metro Madani KC Tulang Bawang Barat sangatlah baik dan amanah. Hal ini memudahkan proses pendaftaran hingga mendapatkan porsi haji. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara dengan ibu ST yang mengatakan bahwa

*“ada beberapa faktor yang mendorong saya dan suami memutuskan untuk menjadi nasabah Produk Pengurusan Pendaftaran Haji di BPRS Metro Madani KC Tulang Bawang Barat. Pertama, kebijakan uang muka yang terjangkau memberikan kemudahan bagi kami untuk memulai perencanaan perjalanan ibadah haji tanpa beban finansial yang berat. Kedua, tingkat angsuran yang relatif rendah dan jangka waktu pembayaran yang panjang memberikan kenyamanan dalam mengelola pembayaran secara berkala. kami juga mengapresiasi pelayanan dan pendampingan yang sangat baik dan amanah dari BPRS Metro Madani KC Tulang Bawang Barat. Faktor ini menjadi poin penting dalam pengambilan keputusan, karena memberikan kepercayaan dan keamanan dalam bertransaksi dengan lembaga tersebut. Dengan kombinasi kebijakan finansial yang bersahabat dan pelayanan yang baik, kami merasa dapat menjalani ibadah haji dengan tenang dan terjamin secara finansial.”<sup>8</sup>*

---

<sup>7</sup> Wawancara dengan nasabah, Bapak HS, pada November 2023, Di rumah bapak HS

<sup>8</sup> Wawancara dengan nasabah, Ibu Hs, pada November 2023, Di rumah bapak HS

Strategi bauran pemasaran yang diterapkan oleh BPRS Metro Madani KC Tulang Bawang Barat untuk produk pembiayaan pengurusan pendaftaran haji mencakup *Product, Price, Place, dan Promotion*. Dari sisi product (*produk*), BPRS Metro Madani menawarkan layanan pembiayaan yang dirancang khusus untuk membantu nasabah dalam proses pendaftaran haji secara syariah, dengan skema pembiayaan yang memudahkan, termasuk fleksibilitas cicilan.. Dalam hal price (harga), produk ini ditawarkan dengan margin atau imbal hasil yang kompetitif serta tenor pembiayaan selama 3 tahun yang sesuai dengan kemampuan nasabah, sehingga terjangkau oleh berbagai kalangan. Dari aspek place (tempat), BPRS Metro Madani menyediakan akses mudah melalui kantor cabang di Tulang Bawang Barat berada di dekat pemukiman dan pasr. Untuk promotion (promosi), strategi pemasaran dilakukan melalui berbagai bekerjasama dengan BPIH dan Pondok Pesantren di sekitar kantor BPRS Metro madani, selain itu di gunakan juga media sosial, brosur, dan kegiatan edukasi di komunitas lokal, guna meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya perencanaan haji dan keunggulan produk pembiayaan haji yang ditawarkan.

#### **B. Analisis SWOT Terhadap strategi pemasaran Produk Pengurusan Pendaftaran Haji BPRS Metro Madani KC Tulang Bawang Barat**

Berdasarkan hasil penelitian diatas, peneliti memperoleh hasil yang sesuai dengan kriteria penelitian yaitu Analisis SWOT terhadap strategi

pemasaran produk pengurusan pendaftaran haji di BPRS Metro Madani Kc Tulang barat. Maka peneliti memperoleh hasil sebagai berikut:

### **1. *Product (Produk)***

Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan maka peneliti mendapatkan hasil bahwa produk Pembiayaan pengurusan pendaftaran haji di BPRS Metro Madani KC Tulang bawang barat merupakan produk yang memiliki prospek yang baik dengan penetapan DP yang rendah dan juga pelayanan serta pendamoingan yang maksimal sudah seyogyanya menjadikan produk ini mudah untuk menarik nasabah

### **2. *Price (Penetapan Harga)***

Harga merupakan salah satu aspek penting dalam kegiatan marketing mix. Harga berkaitan dengan tingkat margin yang ditentukan oleh BPRS Metro Madani KC Tulang Bawang Barat Semakin kecil resiko maka margin semakin murah begitu sebaliknya. Harga yang di berikan untuk mendapatkan porsi haji melalui produk ini ialah nasabah hanya perlu melakukan pembayaran dp sebesar 1.750.000 dengan angsuran 600.000/bulan selama 3 tahun. Hal ini merupakan modal yang baik bagi pemasaran produk sehingga dapat di terima dengan mudah oleh masyarakat secara umum.

### **3. *Place (Pemilihan Saluran Distribusi)***

BPRS Metro Madani Kc. Tulang Bawang Barat merupakan salah satu kantor cabang BPRS Metro Madani yang beralamatkan di Jl. Jend. Sudirman, Desa Daya Murni, Kec. Tumijajar, Kab. *Tulang Bawang*

*Barat*, Lampung. Target pasar BPRS Metro Madani Kc. Tulang Bawang Barat adalah seluruh lapisan masyarakat mulai dari pedagang, pengusaha, karyawan kantor dan seluruh elemen masyarakat lainnya, sehingga dibutuhkan strategi tempat yang berada diseluruh elemen masyarakat tersebut. Oleh karena itu, BPRS Metro Madani memilih lokasi di Jl. Jend. Sudirman, Desa Daya Murni, Kec. Tumijajar, Kab. *Tulang Bawang Barat*, Lampung yang merupakan lokasi strategis mudah dijangkau oleh masyarakat baik melalui kendaraan umum maupun kendaraan pribadi. Lokasi BPRS Metro Madani Kc Tulang Bawang Barat dapat dilalui oleh angkutan kota .

#### **4. *Promotion* (Promosi)**

Salah satu tujuan promosi bank adalah menginformasikan segala jenis produk yang ditawarkan dan berusaha menarik calon nasabah yang baru dan mempertahankan nasabah lama. Divisi marketing BPRS Metro Madani Kc Tulang bawang Barat menggunakan beberapa strategi promosi meliputi periklanan, penjualan pribadi (*personal selling*) dan juga melakukan kerjasama dengan KBIH dan juga Pengurus pondok Pesantren di sekitar Kantor BPRS Metro Madani.

Setelah mengetahui Strategi Pemasaran produk pengurusan pendaftaran haji BPRS Metro Madani KC Tulang Bawang Barat, peneliti menggunakan Matrik Infas dan Efas dengan menggunakan diagram swot tersebut, maka akan diapatkana gambaran akhir kedudukan produk

pembiayaan pengurusan pendaftaran haji BPRS Metro Madani KC Tulang  
Bawang Barat dengan produk sejenis di tempat lain.

Tabel 4.1 Matrik Swot

INFAS	STRENGTH (S)	WEAKNESSES (W)
EFAS	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Produk yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat</li> <li>• DP (Down Payment) sebesar 1.750.000</li> <li>• pendampingan dalam proses pendaftaran nasabah haji</li> <li>• pelayanan yang diberikan sangat baik dan aman</li> <li>• proses pembiayaan mudah</li> <li>• tidak ada jaminan</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• cakupan pasar terbatas</li> <li>• strategi pemasaran yang monoton</li> <li>• keterbatasan teknologi</li> <li>• promosi kurang maksimal</li> <li>• ketergantungan pada haji</li> </ul>
<p>OPPORTUNITIES (O)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• meningkatnya kesadaran ibadah haji</li> <li>• ekspansi digital</li> <li>• kemitraan</li> <li>• pertumbuhan ekonomi syariah</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• memanfaatkan pertumbuhan kesadaran ibadah haji dan produk yang dibutuhkan untuk menarik lebih banyak nasabah dengan kampanye yang sesuai dengan prinsip syariah</li> <li>• memperluas jangkauan melalui platform digital</li> <li>• memanfaatkan kemitraan dengan kbi atau lainnya guna meningkatkan kepercayaan dan mempermudah pendaftaran</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• melakukan ekspansi pasar digital dengan lebih aktif</li> <li>• memanfaatkan pertumbuhan ekonomi untuk menarik sebanyak mungkin nasabah pada saat msim haji</li> </ul>
<p>THREATS (T)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Persaingan dengan Lembaga keuangan lain</li> <li>• Perubahan regulasi</li> <li>• Kondisi ekonomi</li> <li>• Krisis global</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pelayanan yang baik dan aman dapat menjadi strategi untuk menghadapi maraknya persaingan.</li> <li>• Memanfaatkan keunggulan produk dan kemudahan proses untuk bersaing dengan lembaga keuangan lain</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lebih berkembang dalam strategi pemasaran untuk menjawab Persaingan dengan lembaga keuangan lain</li> <li>• Melakukan langkah adaptif terhadap regulasi</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Membangun kepercayaan nasabah dengan kemitraan KBIH untuk mengatasi ancaman dari ketidakstabilan ekonomi dan perubahan regulasi</li> </ul>	
--	---	--

Setelah dilakukan pengelompokan terhadap faktor internal dan eksternal yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman pada produk pengurusan pendaftaran haji BPRS Metro Madani kc Tulang bawang Barat. Berdasarkan identifikasi dengan menggunakan tabel Matrik SWOT yang menggambarkan kekuatann dan kelemahan yang dimiliki produk pengurusan pendaftaran haji serta peluang dan ancaman yang dihadapi produk pembiayaan pengurusan pendaftaran haji maka diperoleh alterlatif strategi dengan mengkombinasikan faktor-faktor internal dan eksternal produk pembiayaan pengurusan pendaftaran haji menghasilkan 4 (Empat) tipe sebagai berikut:

a. Strategi ST (*Strengths-Threats*)

Strategi ST bertujuan untuk memanfaatkan kekuatan internal untuk mengatasi atau mengurangi dampak ancaman eksternal.

5. Maksimalkan Kepercayaan dengan Produk Syariah untuk Menghadapi Persaingan

Menghadapi persaingan dari lembaga keuangan lain yang menawarkan produk pembiayaan haji, BPRS Metro Madani dapat memaksimalkan kekuatan sebagai lembaga keuangan berbasis

syariah. Kepercayaan masyarakat terhadap sistem syariah yang sesuai dengan prinsip agama Islam bisa dijadikan strategi utama untuk menarik nasabah. Ini termasuk memperkuat kampanye bahwa produk mereka patuh syariah, transparan, dan bebas dari unsur riba, yang bisa menjadi nilai jual yang lebih baik dibandingkan produk pembiayaan haji dari bank konvensional.

#### 6. Jaringan Kuat dengan Komunitas Lokal untuk Mengurangi Pengaruh Ekonomi yang Tidak Stabil

Ketidakstabilan ekonomi dapat memengaruhi kemampuan masyarakat dalam membayar cicilan pembiayaan haji. Untuk menghadapi ancaman ini, BPRS bisa memanfaatkan kekuatannya berupa jaringan komunitas lokal yang kuat. Dengan memberikan perhatian khusus pada edukasi finansial berbasis syariah kepada komunitas dan mengadakan kemitraan dengan kelompok bimbingan ibadah haji (KBIH) setempat, BPRS dapat membangun loyalitas nasabah. Keterlibatan dengan komunitas lokal juga dapat membantu mengurangi dampak dari krisis ekonomi melalui pendekatan yang lebih personal dan fleksibel.

#### 7. Perkuat Layanan Pembiayaan Syariah untuk Mengantisipasi Perubahan Regulasi

Untuk menghadapi ancaman perubahan regulasi terkait pembiayaan haji atau kuota haji, BPRS Metro Madani dapat menggunakan kekuatan produk syariah yang terpercaya untuk

memberikan rasa aman kepada nasabah. Dengan selalu menyesuaikan produk pembiayaan mereka terhadap regulasi terbaru dan berkolaborasi dengan otoritas haji lokal, mereka dapat memitigasi risiko perubahan kebijakan. BPRS juga bisa terus memperbarui pengetahuan stafnya mengenai peraturan baru agar dapat memberi layanan terbaik kepada nasabah sesuai aturan pemerintah.

b. Strategi WT (*Weaknesses-Threats*)

Strategi WT berfokus pada cara mengurangi kelemahan internal agar terhindar dari ancaman eksternal yang ada.

1. Diversifikasi Produk untuk Mengatasi Ketergantungan pada Musim Haji dan Persaingan Ketat

Menghadapi persaingan ketat dengan lembaga keuangan lain serta ketergantungan produk pada musim haji, BPRS Metro Madani perlu mengembangkan diversifikasi produk pembiayaan berbasis syariah lainnya. Mereka bisa memperluas layanan ke produk pembiayaan umrah, wisata religi, atau produk lain yang berhubungan dengan ibadah selain haji, sehingga permintaan tidak hanya terkonsentrasi di musim haji saja. Ini juga dapat menjadi strategi untuk menghadapi ancaman dari bank besar yang menawarkan produk serupa.

2. Perbaiki Proses dan Layanan untuk Menghadapi Perubahan Regulasi

Untuk mengantisipasi perubahan regulasi yang mungkin mengancam produk pembiayaan haji, BPRS Metro Madani perlu

menyederhanakan dan memperbaiki proses pembiayaan haji. Dengan menawarkan proses yang lebih efisien, mereka bisa tetap kompetitif dan tidak kehilangan nasabah yang beralih ke bank lain. Selain itu, BPRS perlu memastikan bahwa seluruh operasional mereka patuh pada regulasi terbaru dan secara berkala mengevaluasi sistem pembiayaan yang ada.

### 3. Penelitian Pasar Mendalam untuk Menghadapi Ketidakstabilan Ekonomi

Dalam menghadapi ketidakstabilan ekonomi yang dapat mengganggu kemampuan masyarakat membayar cicilan, BPRS Metro Madani perlu melakukan riset pasar yang mendalam. Dengan memahami segmen masyarakat yang lebih potensial, mereka bisa mengembangkan strategi yang lebih fleksibel, misalnya dengan menawarkan skema pembiayaan yang lebih terjangkau dan sesuai dengan kondisi ekonomi lokal. Ini bisa membantu mengurangi risiko kredit macet dan meningkatkan aksesibilitas produk pembiayaan bagi berbagai lapisan masyarakat.

### 4. Peningkatan Teknologi untuk Mengatasi Persaingan dan Ancaman Eksternal Untuk mengurangi ketergantungan pada layanan manual dan meningkatkan daya saing, BPRS Metro Madani perlu berinvestasi dalam teknologi digital. Pengembangan aplikasi mobile banking atau sistem online untuk pendaftaran dan pembayaran pembiayaan haji akan meningkatkan daya tarik produk dan kemudahan akses bagi

nasabah. Ini bisa menjadi langkah penting dalam mengantisipasi ancaman dari bank lain yang sudah lebih maju dalam hal teknologi dan layanan digital.

Dengan strategi-strategi ini, BPRS Metro Madani dapat mengurangi dampak dari ancaman eksternal, sekaligus memperbaiki kelemahan internalnya untuk terus berkembang dalam pasar yang kompetitif.

c. Strategi WO (Memanfaatkan Peluang untuk Mengatasi Kelemahan)

1. Ekspansi Teknologi Digital

Salah satu kelemahan utama yang dihadapi oleh BPRS Metro Madani adalah keterbatasan teknologi, seperti kurangnya fasilitas mobile banking atau layanan online. Untuk mengatasi ini, bank dapat memanfaatkan peluang dalam ekspansi digital dengan mengembangkan aplikasi atau platform online untuk pendaftaran dan pembiayaan haji. Ini akan memungkinkan nasabah untuk mengakses layanan dengan lebih mudah, terutama generasi muda yang lebih terbiasa dengan teknologi.

2. Peningkatan Promosi Digital

Saat ini, strategi promosi BPRS mungkin belum sepenuhnya memanfaatkan platform digital. Dengan meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap ibadah haji dan kehadiran pasar digital yang terus berkembang, BPRS dapat meningkatkan kegiatan promosi melalui media sosial, situs web, dan kampanye pemasaran digital. Ini akan meningkatkan visibilitas produk di pasar yang lebih luas dan menarik lebih banyak nasabah potensial.

### 3. Perluasan Jangkauan Pasar

Cakupan geografis yang terbatas menjadi tantangan bagi BPRS dalam menarik nasabah baru. Namun, meningkatnya kesadaran masyarakat akan pentingnya ibadah haji membuka peluang untuk memperluas jangkauan pasar. BPRS dapat membuka cabang baru di wilayah yang memiliki potensi besar, atau menawarkan layanan perbankan jarak jauh, sehingga masyarakat di daerah yang belum terjangkau dapat memanfaatkan layanan pembiayaan haji.

### 4. Kemitraan dengan Travel Haji dan Umroh

Dengan keterbatasan akses ke pasar yang lebih luas, BPRS dapat bermitra dengan agen travel haji dan umroh untuk memanfaatkan jaringan yang sudah ada. Kerjasama ini tidak hanya memperluas jangkauan produk, tetapi juga meningkatkan kepercayaan nasabah melalui asosiasi dengan mitra yang sudah dikenal dalam industri haji dan umroh. Kemitraan ini bisa membuka jalan bagi pengembangan produk pembiayaan lain, seperti umrah.

#### d. Strategi WT (Mengurangi Kelemahan untuk Menghindari Ancaman)

##### 1. Diversifikasi Produk untuk Mengatasi Musiman

Ketergantungan pada musim haji membuat permintaan terhadap produk pembiayaan ini bersifat musiman, sehingga terjadi fluktuasi jumlah nasabah. Untuk mengurangi risiko ini, BPRS dapat mengembangkan produk-produk baru seperti pembiayaan umrah atau wisata religi yang dapat dipasarkan sepanjang tahun.

Diversifikasi ini akan memberikan kestabilan bagi bank, terutama saat tidak ada pendaftaran haji.

## 2. Optimalisasi Proses Pembiayaan

Ancaman dari perubahan regulasi terkait kuota haji dan pembiayaan syariah bisa mempengaruhi kelangsungan produk pembiayaan haji. Untuk menghadapi hal ini, BPRS perlu menyederhanakan dan mempercepat proses pembiayaan agar tetap kompetitif, sambil tetap mematuhi prinsip-prinsip syariah. Ini bisa mencakup penawaran pembiayaan yang lebih fleksibel, sehingga nasabah dapat beradaptasi dengan kondisi yang berubah.

## 3. Strategi Penetrasi Pasar yang Lebih Mendalam

Dalam menghadapi ketidakstabilan ekonomi, BPRS harus lebih memahami segmen pasar yang rentan dan berpotensi terdampak. Penelitian pasar yang lebih mendalam akan membantu bank menargetkan segmen nasabah yang lebih tepat, seperti masyarakat berpenghasilan menengah ke bawah yang memerlukan pembiayaan dengan skema yang fleksibel. Hal ini akan membantu BPRS menjaga pangsa pasar di tengah kondisi ekonomi yang tidak menentu.

## 4. Peningkatan Layanan Nasabah

Persaingan yang ketat dari lembaga keuangan lain, termasuk bank besar yang juga menawarkan produk pembiayaan haji, menjadi ancaman bagi BPRS. Untuk bersaing, BPRS harus meningkatkan

kualitas layanan nasabah, seperti menyediakan konsultasi keuangan syariah dan layanan customer service yang responsif, termasuk melalui saluran online. Dengan memberikan layanan yang lebih personal dan ramah, BPRS dapat membangun loyalitas nasabah dan membedakan diri dari kompetitor.

Dengan strategi-strategi ini, BPRS Metro Madani dapat lebih baik memanfaatkan peluang di pasar pembiayaan haji, sekaligus mengatasi kelemahan internal dan memitigasi ancaman eksternal. Strategi ini juga akan membantu BPRS bersaing secara efektif dan mengembangkan produk yang lebih inovatif dan relevan bagi masyarakat.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Strategi pemasaran yang dapat diterapkan oleh BPRS Metro Madani KC Tulang bawng barat pada produk pengurusan pendaftaran haji meliputi strategi SO ((*Strenght dan Opportunities*), Strategi WO (*Weaknesses dan Opportunities*), Strategu ST (*Strenght dan Threats*), dan Strategi WT (*Weaknesses dan Threats* ). BPRS Metro Madani KC Tulang bawng barat memiliki strategi SO ((*Strenght dan Opportunities*) yaitu memanfaatkan pertumbuhan kesadaran ibadah haji dan produk yang dibutuhkan untuk menarik lebih banyak nasabah dengan kampanye yang sesuai dengan prinsip syariah, memperluas jangkauan melalui platform digital memanfaatkan kemitraan dengan KBIH atau lainnya guna meningkatkan kepercayaan dan mempermudah pendaftara.

BPRS Metro Madani KC Tulang bawng barat dalam strategi Strategi WO (*Weaknesses dan Opportunities* ) memiliki strategi yang melakukan ekspansi pasar digitalk dengan lebih aktif, memanfaatkan pertumbuhan ekonomi utuk menarik sebanyak mungkin nasabah pada saat msim haji.

BPRS Metro Madani KC Tulang bawng barat memiliki strategi ST (*Strenght dan Threats* ) yaitu Pelayanan yang baik dan aman dapat menjadi strategi untuk menghadapi maraknya persaingan,Memfaatkan keunggulan produk dan kemudahan proses untuk bersaing dengan lembaga keuangan lain,

Membangun kepercayaan nasabah dengan kemitraan KBIH untuk mengatasi ancaman dari ketidakstabilan ekonomi dan perubahan regulasi.

BPRS Metro Madani KC Tulang Bawang Barat dalam implementasi strategi WT (*Weaknesses dan Threats*) yaitu. Lebih berkembang dalam strategi pemasaran untuk menjawab Persaingan dengan lembaga keuangan lain, Melakukan langkah adaptif terhadap regulasi

## **B. Saran**

Untuk meningkatkan efisiensi strategi pemasaran BPRS Metro Madani KC Tulang Bawang Barat terkait layanan pendaftaran haji, fokus pada inovasi layanan dengan memanfaatkan teknologi untuk mempercepat pelayanan. Tingkatkan pemanfaatan pendampingan dalam pendaftaran dengan menyediakan informasi jelas dan pendekatan personal kepada nasabah. Intensifkan promosi DP menarik melalui kampanye pemasaran yang agresif. Untuk mengatasi kelemahan dalam perubahan sistem (WO), perkuat edukasi nasabah dan pahami kebutuhan mereka. Peningkatan kualitas layanan dan penonjolan peran pendampingan dapat menghadapi tantangan geopolitik (ST). Fokus pada fleksibilitas sistem, edukasi masyarakat, dan investasi adaptasi cepat terhadap perubahan kebijakan pemerintah dapat menghadapi risiko (WT). Dengan demikian, BPRS Metro Madani dapat memperkuat posisinya dengan memanfaatkan kekuatan internal, peluang eksternal, dan proaktif mengatasi tantangan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ajat Rukajat, *Pendekatan Penelitian Kualitatif Quantitative Research Approach*, (Yogyakarta, Cv Budi Utama, 2018), Cet. Ke-1, h. 1.
- Albi Anggito dan Johan Setiawan, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Jawa Barat, Cv Jejak, 2018), Cet. Ke-1, h.8.
- Alfarobi, Ahmad, Rahmat Tullah, and Sutarman Sutarman. "Sistem Informasi Pelayanan Jamaah Haji Berbasis Web pada KBIH Nurul Hikmah Cipondoh Kota Tangerang." *JURNAL TOPIK GLOBAL* 1.1 (2022).
- Andriani, Nia, and Wahyu Syarvina. "SWOT Analysis on PT. Bank Sumut Syariah Sub-Branch Binjai." *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi dan Keuangan* 3.2 (2022): 681-686.
- Ardiana, Zendy Sellyfio. "Akad Wakalah Bil Ujrah Dan Akad Qard Dalam Penerapan Akad Pembelian Barang." " *Dharmasisya* " *Jurnal Program Magister Hukum FHUI* 2.2 (2022): 15.
- Bagus Eko Dono, *Strategi Kepala Sekolah Dalam Meningkatkan Prestasi Siswa* (Bondowoso, Guepedia, 2021), h.22
- Bintang, Prima Arya, Eni Maryani, and Nuryah Asri. "Aplikasi TEAMS, Digitalisasi Absensi pada Birokrasi Trans TV." *Komunikasi, Adaptasi, dan Peluang Organisasi di Era Kebiasaan Baru* (2021): 12.
- Christine, Wiwik Budiawan, "Analisis Pengaruh Marketing Mix (7P) terhadap Minat Beli Ulang Konsumen (Studi pada House of Moo, Semarang)", *Industrial Engineering Online Journal*, 6 (1): 1-8, 2017
- Didin Fatihudin dan Anang Firmansyah, *Pemasaran Jasa (Strategi, Mengukur Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan)*, (Yogyakarta: Deepublish, 2019), h. 185
- Dokumentasin BPRS Metro Madani Kc Tulang Bawang Barat, Jl. Lintas Timur Unit II Banjar Agung, Kab.Lampung Tengah
- Dokumentasin BPRS Metro Madani Kc Tulang Bawang Barat, Jl. Lintas Timur Unit II Banjar Agung, Kab.Lampung Tengah
- Edi, Fandi Rosi Sarwo. *teori wawancara Psikodignostik*. Penerbit LeutikaPrio, 2016
- Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran* (Yogyakarta: Penerbit Andi), h. 95

- Farid, Rifaat. "Dana Talangan Haji; Problem atau Solusi Jitu?(Studi Evaluasi Kebijakan Penyelenggaraan Ibadah Haji)." *Palita: Journal of Social Religion Research* 4.2 (2019): 107-120.
- Fasirah, Hera. "Analisis strategi pengembangan ekonomi kreatif kelompok wanita tani (KWT) cahaya pagi Desa Benteng Palioi Kec. Kindang Kab. Bulukumba." *Jurnal Penelitian Multidisiplin Ilmu* 1.2 (2022): 215-230.
- Freddi Rangkuti, Analisis Swot: Teknik Membedak Kasus Bisinis(cara perhitungan bobot,rating, dan Ocai) (jakarta: gramedia pustaka utama, 2016, h.84.
- Hadi, Syamsul, and Widyarini Widyarini. "Dana Talangan Haji (Fatwa DSN dan Praktek di LKS)." *Asy-Syir'ah: Jurnal Ilmu Syari'ah dan Hukum* 45.2 (2011).
- Hidayah, Ida, et al. "Analisis Strategi Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Kasus Pada Pudanis Di Kaliwungu)." *Solusi* 19.1 (2021).
- Ikhsan Bayanuloh, "Marketing Syariah". N.P., Deepublish, 2019, hal 58.
- Jeni Irnawati, *Strategi Pemasaran Penjualan E-commerce Melalui Brand Community* (Bandung: Widiana Bhakti Persada, 2021), h. 25
- Jollyta, Deny, William Ramdhan, and Muhammad Zarlis. *Konsep Data Mining Dan Penerapan*. Deepublish, 2020.
- Juneda Nurdin, "Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan PT. BNI Syariah KC. Parepare", *Jurnal Balance*, Volume 1, Nomer 2, (2019), h. 216
- Kasmir, *Manajemen Perbankan*, Edisi Revisi, (Jakarta: Rajawali Pers, 2012), h. 228
- Lupiyoadi, *Manjamen Pemasaran Jasa* (Jakarta: Salemba Empat, 2001), h. 261
- Maria Nurhayati, "Strategi Mix Marketing (Produk, Price, Place, Promotion, People, Proccess, Physical Evidence) 7P di PD Rasa Galendo Kabupaten Ciamis", *Jurnal Media Teknologi*, Vol. 08 No. 02 (2022). 122
- Muhammad, *Metode Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kualitatif* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2008). 152.
- Nuryadin, Muhammad Birusman. "harga dalam perspektif islam." *Jurnal Mazahib*, 4(1), 90.
- Patta Rapanna, S. E., and M. M. Zulfikry Sukarno SE. *Ekonomi pembangunan*. Vol. 1. Sah Media, 2017.

- Rahma, Annisa Novceria, and Ari Pradhanawati. "strategi bersaing produk ukm lunpia dengan menggunakan analisis five forces porter dan SWOT (kasus pada UKM lunpia kings semarang)." *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis* 7.2 (2018): 171-185.
- Ramadhan, Ahmad, and Fivi Rahmatus Sofiyah. "Analisis SWOT sebagai landasan dalam menentukan strategi pemasaran (studi McDonald's Ring Road)." *Jurnal media informasi manajemen* 1.4 (2013): 1-10.
- Sadiyah, Dewi. "Implementasi fungsi manajemen dalam meningkatkan pelayanan kepada calon jamaah haji." *MABRUR: Academic Journal of Hajj and Umra* 1.2 (2022).
- Saefullah, Muhammad, and Robingun Suyud El Syam. "Pedidikan Islam Pada Alumni Haji Di Majelis Taklim Dan Dzikir Asy Syahidiyah Wonosobo." *Al Yazidiy: Jurnal Sosial Humaniora dan Pendidikan* 4.2 (2022): 66-76.
- Skripsi, Abie Reza Fahryzal, " *Strategi Pemasaran Produk Dana Talangan Haji Dalam Meningkatkan Calon Jamaah Haji Di BPRS Kotabumi Kantor Cabang Bandar Lampung* ", (Universitas Islam Negeri Metro, 2020).
- Suriani, Nidia, and M. Syahran Jailani. "Konsep Populasi dan Sampling Serta Pemilihan Partisipan Ditinjau Dari Penelitian Ilmiah Pendidikan." *Jurnal IHSAN: Jurnal Pendidikan Islam* 1.2 (2023): 24-36.
- Tianing, Hasna Wukuf. "Implementasi Ijarah Multijasa Pada Pembiayaan Talangan Haji Dalam Tinjauan Fatwa Dsn-Mui No. 29/DSN-MUI/VI/2002 (Studi Kasus Di Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah Baitul Izza Serut Tulungagung)." (2018).
- Wahid, Nur. *Multi Akad dalam Lembaga Keuangan Syariah*. Deepublish, 2019.
- Widowati, Imas, et al. "Analisis swot untuk pengembangan bisnis kuliner (Studi kasus pada UMKM papat sodara food Purwakarta)." *Jurnal Teknologika* 12.1 (2022): 146-156.
- Zulki Zulkifli Noor, *Buku Referensi Strategi Pemasaran 5.0*, (Yogyakarta: Deepublish, 2021), h. 44

# **LAMPIRAN-LAMPIRAN**



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.febi.metrouniv.ac.id; e-mail: febi.iain@metrouniv.ac.id

Nomor : B-2654/In.28.1/J/TL.00/10/2024  
Lampiran : -  
Perihal : SURAT BIMBINGAN SKRIPSI

Kepada Yth.,  
Enny Puji Lestari(Pembimbing 1)  
di-

Tempat  
Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dalam rangka penyelesaian Studi, mohon kiranya Bapak/Ibu bersedia untuk membimbing mahasiswa :

Nama : **EKO PRASETIO**  
NPM : 1903020015  
Semester : 11 (Sebelas)  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jurusan : S1 Perbankan Syariah  
Judul : ANALISIS SWOT TERHADAP PRODUK PEMBIAYAAN  
PENGURUSAN PENDAFTARAN HAJI (STUDI BPRS METRO  
MADANI KC TULANG BAWANG BARAT)

Dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Dosen Pembimbing membimbing mahasiswa sejak penyusunan proposal s/d penulisan skripsi dengan ketentuan sebagai berikut :
  - a. Dosen Pembimbing 1 bertugas mengarahkan judul, outline, alat pengumpul data (APD) dan memeriksa BAB I s/d IV setelah diperiksa oleh pembimbing 2;
  - b. Dosen Pembimbing 2 bertugas mengarahkan judul, outline, alat pengumpul data (APD) dan memeriksa BAB I s/d IV sebelum diperiksa oleh pembimbing 1;
2. Waktu menyelesaikan skripsi maksimal 2 (semester) semester sejak ditetapkan pembimbing skripsi dengan Keputusan Dekan Fakultas;
3. Mahasiswa wajib menggunakan pedoman penulisan karya ilmiah edisi revisi yang telah ditetapkan dengan Keputusan Dekan Fakultas;

Demikian surat ini disampaikan, atas kesediaan Bapak/Ibu diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Metro, 22 november 2023  
Ketua Jurusan,



**Muhammad Ryan Fahlevi M.**

NIP 19920829 201903 1 007

Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik. Untuk memastikan keasliannya, silahkan scan QRCode dan pastikan diarahkan ke alamat <https://sismik.metrouniv.ac.id/v2/cek-suratbimbingan.php?npm=1903022012>.  
Token = 1903022012

**ANALISIS SWOT TERHADAP PRODUK PEMBIAYAAN PENGURUSAH  
PENDAFTARAN HAJI  
(Study Kasus BPRS Metro Madani KC Tulang Bawang Barat )**

***OUTLINE***

**HALAMAN SAMPUL**

**HALAMAN JUDUL**

**HALAMAN NOTA DINAS**

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**HALAMAN PENGESAHAN**

**HALAMAN ABSTRAK**

**HALAMAN ORISINALITAS**

**HALAMAN MOTTO**

**HALAMAN PERSEMBAHAN**

**KATA PENGANTAR DAFTAR**

**ISI**

**DAFTAR GAMBAR**

**DAFTAR TABEL**

**DAFTAR LAMPIRAN**

**BAB I PENDAHULUAN**

- A. LatarBelakang
- B. RumusanMasalah
- C. TujuanPenelitian
- D. ManfaatPenelitian
- E. PenelitianRelevan

**BAB II LANDASAN TEORI**

- A. Analisis SWOT
  - 1. Pengertian Analisis SWOT
  - 2. Fungsi dan Tujuan Analisis SWOT
  - 3. Faktor-Faktor Analisis SWOT

4. Matrik SWO
- B. Pembiayaan Pengurusan Pendaftaran Haji
  1. Pengertian Produk Pembiayaan Pengurusan Pendaftaran Haji
  2. Prinsip Produk Pembiayaan Pengurusan Pendaftaran Haji
  3. Hubungan Analisis SWOT dan Produk Pembiayaan Pengurusan Pendaftaran Haji

### **BAB III METODE PENELITIAN**

- A. Jenis dan Sifat Penelitian
- B. Sumber Data
- C. Teknik Pengumpulan Data
- D. Teknik Analisis Data

### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

- A. Gambaran umum BPRS Metro Madani KC Tulang bawang Barat
- B. Analisis SWOT Terhadap Produk Pembiayaan Pengurusan Pendaftaran Haji BPRS Metro Madani KC Tulang Barat

### **BAB V PENUTUP**

- A. Kesimpulan
- B. Saran

### **DAFTAR PUSTAKA**

### **LAMPIRAN-LAMPIRAN**

### **DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

Dosen Pembimbing



**Enny Puji Lestari, M.E.Sy**  
NIDN.2013068102

Metro, 01 November 2023  
Peneliti



**Eko Prasetyo**  
NPM. 1903020015

## ALAT PENGUMPUL DATA (APD)

### ANALISIS SWOT TERHADAP PRODUK PEMBIAYAAN PENGURUSAN

#### PENDAFTARAN HAJI

(Study Kasus BPRS Metro Madani KC Tulang Bawang Barat )

#### A. Wawancara

**1. Wawancara di berikan kepada Kepala Cabang BPRS Metro Madani KC Tulang Bawang Barat sebagai berikut:**

- a. Apa keunggulan utama dari produk pembiayaan pengurusan pendaftaran haji di BPRS Metro Madani dibandingkan dengan produk serupa yang ditawarkan oleh lembaga keuangan lain?
- b. Apa yang dianggap sebagai kekuatan (strengths) utama dari produk pembiayaan pengurusan pendaftaran haji BPRS Metro Madani KC Tulang Bawang Barat?
- c. Bagaimana BPRS Metro Madani KC Tulang Bawang Barat berusaha untuk mengatasi atau memperbaiki kelemahan (weaknesses) yang mungkin ada dalam produk pembiayaan pengurusan haji mereka?
- d. Bagaimana BPRS Metro Madani mengantisipasi atau menghadapi ancaman (threats) potensial terhadap produk pembiayaan pengurusan pendaftaran haji di masa depan?

**2. Wawancara di berikan kepada Staf Marketing BPRS Metro Madani KC Tulang Bawang Barat sebagai berikut:**

- a. Apa saja kendala atau tantangan yang dihadapi oleh BPRS Metro Madani KC Tulang Bawang Barat dalam menawarkan produk pembiayaan pengurusan pendaftaran haji, baik dari segi internal maupun eksternal?
- b. Apakah ada rencana pengembangan atau peluang (opportunities) yang sedang dieksplorasi oleh BPRS Metro Madani KC Tulang Bawang Barat untuk meningkatkan produk pembiayaan pengurusan pendaftaran haji?
- c. Bagaimana BPRS Metro Madani KC Tulang Bawang Barat Menghadapi ancaman (threats) dari produk serupa yang dimiliki oleh lembaga keuangan lain?

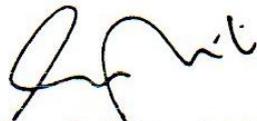
**3. Wawancara kepada nasabah adalah sebagai berikut:**

- a. Bagaimana Anda pertama kali mengetahui tentang produk pembiayaan pengurusan pendaftaran haji yang ditawarkan oleh BPRS Metro Madani?
- b. Apa yang menjadi faktor utama yang mendorong Anda untuk memilih produk pembiayaan pengurusan pendaftaran haji dari BPRS Metro Madani?
- c. Apa yang menurut Anda menjadi kelebihan utama dari produk pembiayaan pengurusan pendaftaran haji BPRS Metro Madani?
- d. Bagaimana Anda menilai pengalaman Anda dalam berurusan dengan BPRS Metro Madani dalam konteks pembiayaan pendaftaran haji, termasuk proses pendaftaran, persetujuan, dan pelaksanaan pembiayaan?
- e. Bagaimana menurut Anda produk pembiayaan pengurusan pendaftaran haji ini telah membantu Anda dalam merencanakan dan mendaftarkan perjalanan haji Anda?
- f. Apakah ada upaya khusus dalam pemasaran produk pembiayaan pengurusan pendaftaran haji yang telah Anda lakukan berdasarkan hasil analisis SWOT di wilayah Tulang Bawang Barat?
- g. Bagaimana Anda melihat perkembangan produk pembiayaan pengurusan pendaftaran haji di masa depan berdasarkan hasil analisis SWOT?

**B. Dokumentasi**

1. Sejarah Berdirinya BPRS Metro Madani
2. Foto wawancara dengan masyarakat.
3. Produk-produk BPRS Metro Madani KC Tulang bawang Barat.

Dosen Pembimbing



**Enny Puji Destari, M.E.Sy**  
NIDN.2013068102

Metro, 01 November 2023  
Peneliti



**Eko Prasetyo**  
NPM. 1903020015



**METRO MADANI**  
Bank Pembiayaan Rakyat Syariah



Tulang Bawang Barat, 02 *Jumadil 'Ula* 1444 H  
16 November 2023 M

Nomor : 132/06/BPRSMM/CAB.TUBA BARAT/XI/2023  
Lamp. :-

Kepada Yth,  
Institut Agama Islam Negeri Metro  
Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo  
Metro Timur Kota Metro Lampung

Perihal : Konfirmasi Izin Research

*Assalamu 'alaikum Wr. Wb.*

Teriring salam dan doa, semoga saudara beserta jajaran dalam menjalankan aktivitas sehari-hari senantiasa dalam lindungan dan bimbingan ALLAH SWT. Shalawat dan salam senantiasa tercurah kepada junjungan Nabi Muhammad SAW, sahabat, keluarga serta umat nya.

Memperhatikan surat saudara dengan nomor B-3233/In.28/D.1/TL.00/11/2023 pada tanggal 06 November 2023 perihal "Izin Research" pada prinsipnya PT. BPRS Metro Madani KC Tulang Bawang Barat tidak berkeberatan dan bersedia memberikan kesempatan untuk dapat melaksanakan riset di PT BPRS Metro Madani KC Tulang Bawang Barat kepada Mahasiswa:

No	Nama	L/P	NPM	Jurusan
I	Eko Prasetyo	L	1903020015	SI Perbankan Syari'ah

Perlu kami sampaikan selama pelaksanaan riset, PT BPRS Metro Madani KC Tulang Bawang Barat tidak menyediakan akomodasi apapun dan mengharapkan agar mahasiswa dapat mematuhi tata tertib/peraturan yang berlaku serta dapat menjaga rahasia perusahaan..

Demikian kami sampaikan, atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

*Wassalamu 'alaikum Wr. Wb.*

PT. BPR Syariah Metro Madani  
Kantor Cabang Tulang Bawang Barat

**Ari Hadyan Arsyad**  
Kepala Cabang



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Lampung 34111  
Telp. (0725) 41507, Fax.(0725) 47296 Website: [www.syariah.metrouniv.ac.id](http://www.syariah.metrouniv.ac.id);  
e-mail: [febi.iain@metrouniv.ac.id](mailto:febi.iain@metrouniv.ac.id)

---

**SURAT KETERANGAN LULUS PLAGIASI**

Yang bertanda tangan di bawah ini menerangkan bahwa:

Nama : Eko Prasetyo

NPM : 1903020015

Jurusan : S1 Perbankan Syariah

Adalah benar-benar yang mengirimkan naskah skripsi berjudul **Analisis Swot Terhadap Produk Pembiayaan Pengurusan Pendaftaran Haji (Studi Kasus BPRS Metro Madani KC Tulang Bawang Barat)** untuk diuji plagiasi. Dan dengan ini dinyatakan **LULUS** menggunakan aplikasi **Turnitin** dengan **score 21%**

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Metro, 22 Oktober 2024  
Ketua Jurusan Perbankan Syariah



**Muhammad Ryan Fahlevi, M.M**  
NIP. 199208292019031007



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
UNIT PERPUSTAKAAN**

**NPP: 1807062F0000001**

Jalan Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
Telp (0725) 41507; Faks (0725) 47296; Website: [digilib.metrouniv.ac.id](http://digilib.metrouniv.ac.id); [pustaka.iain@metrouniv.ac.id](mailto:pustaka.iain@metrouniv.ac.id)

**SURAT KETERANGAN BEBAS PUSTAKA  
Nomor : P-990/In.28/S/U.1/OT.01/10/2024**

Yang bertandatangan di bawah ini, Kepala Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung menerangkan bahwa :

Nama : EKO PRASETIO  
NPM : 1903020015  
Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam / Perbankan Syariah

Adalah anggota Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung Tahun Akademik 2024/2025 dengan nomor anggota 1903020015

Menurut data yang ada pada kami, nama tersebut di atas dinyatakan bebas administrasi Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung.

Demikian Surat Keterangan ini dibuat, agar dapat dipergunakan seperlunya.

Metro, 09 Oktober 2024  
Kepala Perpustakaan



*As'ad*  
Dr. As'ad, S. Ag., S. Hum., M.H., C.Me.  
NIP.19750505 200112 1 002



**KEMENTERIAN AGAMA**  
**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111  
Telp. (0725) 41507 Fax. (0725) 47296 Email: [stainjusi@stainmetro.ac.id](mailto:stainjusi@stainmetro.ac.id) website: [www.stainmetro.ac.id](http://www.stainmetro.ac.id)

**FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI**

Nama : Eko Prasetyo

Jurusan/Fakultas : PBS/ FEBI

NPM : 1903020015

Semester / T A : IX / 2023

No	Hari/ Tanggal	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
1		Acc APD dan outline.	
2	30/11/23	Bab IV gambaran umum - bukan sejarah keimatan. - Analisis. belum menjawab rumusan masalah. Teorinya dipakai untuk analisa. ↓	
3.	Bukan 6/12/23	Acc Bab IV lanjutkan ke Bab V	

Dosen Pembimbing

Emy Puji Lestari, M.E., Sy  
NIDN. 20133068103

Mahasiswa Ybs,

Eko Prasetyo  
NPM. 1903020015



**KEMENTERIAN AGAMA**  
**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111  
Telp. (0725) 41507 Fax. (0725) 47296 Email: [stainjusi@stainmetro.ac.id](mailto:stainjusi@stainmetro.ac.id), website: [www.stainmetro.ac.id](http://www.stainmetro.ac.id)

**FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI**

Nama : Eko Prasetyo

Jurusan/Fakultas : PBS/ FEBI

NPM : 1903020015

Semester / T A : IX / 2023

No	Hari/ Tanggal	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	Telasa / 7 Nov 2023	APP dan outline. what. mohon koreksi di tujuan. Kerisi sesuai dengan arahan !	

Dosen Pembimbing

Enny Puji Lestari, M.E., Sy  
NIDN. 20133068103

Mahasiswa Ybs,

Eko Prasetyo  
NPM. 1903020015



## DOKUMENTASI



## RIWAYAT HIDUP



Nama lengkap Eko Prasetio biasa di panggil pra, dilahirkan di Bukit Kemuning pada tanggal 22 Februari 2000 merupakan anak Pertama dari bapak Junaidi dan ibu Selvia Tarmiati. Bertempat tinggal di Purwa Agung Kecamatan Negara Batin Way Kanan dengan menganut agama Islam. Penulis menyelesaikan pendidikan di SDN 1 Negara Batin pada tahun 2013, kemudian melanjutkan di SMPN Muhammadiyah 1 Negara Batin pada tahun 2016, setelah itu melanjutkan pendidikan di SMAN 1 Negara Batin dan lulus pada tahun 2019, pada tahun 2019 penulis melanjutkan pendidikan di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro dengan program studi S1-Perbankan Syariah.