

SKRIPSI

**IMPLEMENTASI *MARKET OPPORTUNITY* PRODUK
NON ZAKAT UNTUK MENARIK TARGET PASAR DI
BANK MUAMALAT KCP METRO**

Oleh :

**ROHANIAH PUTRI APRILLIAWATI
NPM. 2003021050**



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

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

**IMPLEMENTASI *MARKET OPPORTUNITY* PRODUK NON
ZAKAT UNTUK MENARIK TARGET PASAR DI BANK
MUAMALAT KCP METRO**

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas Dan Sebagai Syarat Untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi (S.E)

Oleh :

**ROHANIAH PUTRI APRILLIAWATI
NPM. 2003021050**

Pembimbing Skripsi : Rina El Maza, S.H.I., M.S.I

Jurusan S1 Perbankan Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

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

NOTA DINAS

Nomor : -
Lampiran : 1 (Satu) Berkas
Perihal : **Pengajuan Skripsi untuk di Munaqosyahkan**

Kepada Yth,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
IAIN Metro

Di_
Tempat

Assalamu'alaikum, Wr.Wb

Setelah kami mengadakan pemeriksaan, bimbingan dan perbaikan seperlunya, maka Skripsi yang disusun oleh :

Nama : ROHANIAH PUTRI APRILLIAWATI
NPM : 2003021050
Jurusan : S1 Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Judul : IMPLEMENTASI *MARKET OPPORTUNITY* PRODUK NON
ZAKAT UNTUK MENARIK TARGET PASAR DI BANK
MUAMALAT KCP METRO

Sudah kami setuju dan dapat diajukan ke Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro untuk di Munaqosyahkan.

Demikian harapan kami dan atas perhatiannya saya ucapkan trima kasih.

Wassalamu'alaikum, Wr.Wb

Metro, Oktober 2024
Pembimbing,



Rina El Maza, S.H.I., M.S.I
NIP. 19840123 200912 2 005

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul : IMPLEMENTASI *MARKET OPPORTUNITY* PRODUK NON
ZAKAT UNTUK MENARIK TARGET PASAR DI BANK
MUAMALAT KCP METRO

Nama : ROHANIAH PUTRI APRILLIAWATI

NPM : 2003021050

Jurusan : S1 Perbankan Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

MENYETUJUI

Untuk di Munaqosyahkan dalam Sidang Munaqosyah Fakultas Ekonomi
dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.

Metro, Oktober 2024
Pembimbing,



Rina El Maza, S.H.I., M.S.I
NIP. 19840123 200912 2 005



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

Jalan Ki.Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296 Website: www.metrouniv.ac.id
E-mail: iainmetro@gmail.com

PENGESAHAN SKRIPSI

No.....B-2962/In.203/D/PP.009/11/2024.....

Skripsi dengan Judul : *IMPLEMENTASI MARKET OPPORTUNITY* PRODUK NON ZAKAT UNTUK MENARIK TARGET PASAR DI BANK MUAMALAT KCP METRO, Disusun Oleh : ROHANIAH PUTRI APRILLIAWATI, NPM. 2003021050, Jurusan S1 Perbankan Syariah (PBS) yang telah di Ujikan dalam Sidang Munaqosyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada hari/ tanggal: Jum'at/ 25 Oktober 2024.

TIM PENGUJI

Ketua/ Moderator	: Rina El Maza, S.H.I., M.S.I	(.....)
Penguji I	: Liberty, S.E., M.A	(.....)
Penguji II	: Ananto Triwibowo, M.E	(.....)
Sekretaris	: Liana Dewi Susanti, M.E.,Sy	(.....)



Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Dr. Mat Jalil, M.Hum
NIP. 19620812 199803 1 001

ABSTRAK

IMPLEMENTASI *MARKET OPPORTUNITY* PRODUK NON ZAKAT UNTUK MENARIK TARGET PASAR DI BANK MUAMALAT KCP METRO

Oleh :

ROHANIAH PUTRI APRILLIAWATI
NPM. 2003021050

Peluang pasar adalah kebutuhan konsumen pada sebuah produk, dimana perusahaan dapat beroperasi secara menguntungkan. Peluang pasar produk non zakat di Bank Muamalat KCP Metro dalam menarik target pasar cukup besar karena mayoritas muslim penduduk menjadi peluang bagi *marketing* untuk memasarkan produknya. Target pasar produk non zakat tabungan iB Hijrah adalah masyarakat atau nasabah yang sudah berusia 17 tahun dan mempunyai KTP untuk melakukan pembukaan rekening baru dan pengisian formulir.

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka pertanyaan penelitian ini adalah : Bagaimana penerapan *market opportunity* untuk produk non zakat di Bank Muamalat KCP Metro?

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian lapangan atau *Field Research*. Sedangkan penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif dan cenderung menggunakan analisis. Selanjutnya sumber data pada penelitian ini menggunakan sumber data primer dan sekunder. Adapun teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan teknik Wawancara, Observasi dan Dokumentasi.

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa dalam penerapan peluang pasar yang dilakukan Bank Muamalat Indonesia KCP Metro terdapat beberapa upaya untuk menarik target pasar pada produk non zakat (Tabungan iB Hijrah), yaitu : 1) Menentukan target pasar, 2) Mengamati konsumen dan kompetitor, 3) Memahami faktor lingkungan bisnis. Sedangkan upaya yang dilakukan oleh Bank Muamalat Indonesia KCP Metro dalam menerapkan peluang pasar untuk menarik target pasar produk non zakat (tabungan iB Hijrah) di Bank Muamalat KCP Metro adalah dengan cara menawarkan produk dan menampilkan keunggulan produk non zakat ke nasabah atau masyarakat agar dapat memenuhi kebutuhan. Cara menjualnya yaitu selain dari akad nya yang titipan, tidak ada biaya admin dan bulanan, bisa menggunakan ATM dan *Mobile Banking* (MDin). Nasabah lebih tertarik ke produk non zakat (wadiah) karena ada benefitnya.

Kata Kunci : *Market Opportunity, Produk Non Zakat, Target Pasar*

ORISINALITAS PENELITIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : ROHANIAH PUTRI APRILLIAWATI

NPM : 2003021050

Jurusan : Perbankan Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

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

Metro, 18 Oktober 2024
Yang Menyatakan,



Rohaniah Putri Aprilliawati
NPM. 2003021050

MOTTO

﴿ إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ بِهِ إِنَّ اللَّهَ كَانَ سَمِيعًا بَصِيرًا ﴾

Artinya : “Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanah kepada pemiliknya. Apabila kamu menetapkan hukum di antara manusia, hendaklah kamu tetapkan secara adil. Sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang paling baik kepadamu. Sesungguhnya Allah Maha Mendengar lagi Maha Melihat”. (Q.S. An-Nisa : 58).

PERSEMBAHAN

Penuh rasa syukur kepada Allah SWT dan atas segala karunia-Nya, sehingga penulis berhasil menempuh pendidikan di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro dengan gelar Sarjana Ekonomi (S.E). Semua tidak lepas dari dukungan orang-orang yang saya sayangi, maka dengan segala ketulusan hati, skripsi ini saya persembahkan untuk :

1. Kedua orang tua tercinta, Ayah Julianto dan Ibu Sihyatin yang telah berkorban baik moral atau materi, mendidik dan membesarkan dengan penuh kasih sayang, cinta, dukungan, motivasi dan senantiasa mendoakan demi keberhasilanku. Menjadi suatu kebanggaan memiliki orang tua yang mendukung anaknya untuk mencapai cita-cita. Terimakasih bapak dan ibu telah membuktikan kepada dunia bahwa anak buruh bisa menjadi sarjana. Semoga Allah SWT selalu panjangkan umurmu, melindungimu, dan mempelancar rezekimu aamiin.
2. Kakak tersayang, Reza Chairul Amanda yang selalu memberikan semangat dan motivasi.
3. Kepada Febri Eka Setiawan terima kasih karena telah memberikan dorongan, suport dan motivasi serta tenaga untuk menghadapi orang sepertiku. Terima kasih untuk semua semangat yang diberikan untuk penulis ketika merasa down sehingga penulisan skripsi dapat terselesaikan dengan baik dari awal sampai akhir.
4. Sahabat seperjuangan, Selly Weliya Nada S.E yang selalu menghibur dan memberikan semangat serta dukungan.
5. Terakhir terima kasih untuk diri sendiri Rohaniah Putri Aprilliawati telah mampu berusaha keras dan berjuang hingga sejauh ini. Mampu mengendalikan diri dari berbagai tekanan diluar keadaan dan tak pernah menyerah sesulit apapun proses penyusunan skripsi ini dengan semaksimal mungkin, ini merupakan pencapaian yang patut dibanggakan untuk diri sendiri. Sekali lagi terima kasih untuk diriku.

KATA PENGANTAR

Segala puji hanya milik Allah Swt, yang telah memberikan peneliti banyak kenikmatan, baik nikmat iman, Islam dan kesehatan sehingga peneliti mampu menyelesaikan penulisan skripsi ini. Penulisan skripsi ini adalah salah satu bagian dari persyaratan untuk menyelesaikan pendidikan jurusan S1 Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro guna mendapatkan gelar sarjana ekonomi (SE).

Di dalam upaya penyelesaian skripsi ini, peneliti telah menerima banyak bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu peneliti mengucapkan terimakasih kepada:

1. Ibu Prof. Dr. Hj. Siti Nurjanah, M.Ag, PIA, selaku Rektor IAIN Metro
2. Bapak Dr. Mat Jalil, M. Hum, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
3. Bapak Muhammad Ryan Fahlevi, M.M, selaku Ketua Jurusan S1 Perbankan Syariah
4. Ibu Upia Rosmalinda, M.S.I Selaku Pembimbing Akademik
5. Ibu Rina El Maza, S.H.I.,M.S.I, selaku Pembimbing proposal skripsi yang telah memberikan bimbingan dalam mengarahkan dan memotivasi
6. Serta seluruh dosen dan staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro

Kritik dan saran sangat peneliti harapkan sebagai upaya memperbaiki dalam melakukan penulisan karya ilmiah selanjutnya. Dan pada akhirnya peneliti berharap hasil penelitian ini dapat bermanfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan Perbankan Syariah dan bagi pihak-pihak yang terkait.

Metro, 18 Oktober 2024
Peneliti,



Rohaniah Putri Aprilliawati
NPM. 2003021050

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
NOTA DINAS	iii
PERSETUJUAN	iv
PENGESAHAN	v
ABSTRAK	vi
ORISINALITAS PENELITIAN	vii
MOTTO	viii
PERSEMBAHAN	ix
KATA PENGANTAR	xi
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Pertanyaan Penelitian	10
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	10
D. Penelitian Relevan.....	11

BAB II LANDASAN TEORI

A. <i>Market Opportunity</i> (Peluang Pasar)	14
1. Pengertian <i>Market Opportunity</i>	14
2. Analisis <i>Market Opportunity</i>	15
3. Cara Melakukan Analisis Pasar	16
4. Manfaat Peluang Pasar	17
B. Produk Non Zakat	18
1. Pengertian Produk Non Zakat	18
2. Tabungan iB Hijrah.....	19
C. Target Pasar.....	22
1. Definisi Target Pasar.....	22

2. Faktor yang Mempengaruhi Target Pasar	23
3. Cara Menentukan Target Pasar	24

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Sifat Penelitian	26
B. Sumber Data.....	27
C. Teknik Pengumpulan Data.....	28
D. Teknik Penjamin Keabsahan Data	30
E. Teknik Analisis Data.....	31

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Bank Muamalat Indonesia KCP Metro	35
B. Implementasi <i>Market Opportunity</i> Produk Non Zakat Untuk Menarik Target Pasar di Bank Muamalat KCP Metro	37
C. Hasil Analisis <i>Market Opportunity</i> Produk Non Zakat Untuk Menarik Target Pasar di Bank Muamalat KCP Metro	42

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	45
B. Saran.....	45

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR LAMPIRAN

1. SK Pembimbing
2. Alat Pengumpul Data (APD)
3. Surat Izin Research
4. Surat Tugas
5. Surat Balasan Izin Research
6. Surat Keterangan Bebas Pustaka
7. Surat Keterangan Bebas Plagiasi
8. Lembar Bimbingan Skripsi
9. Dokumentasi Penelitian
10. Daftar Riwayat Hidup

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Bank syariah adalah bank yang menjalankan usahanya sesuai dengan prinsip-prinsip syariat Islam. Bank yang ketentuan-ketentuannya berkaitan dengan tata cara bermuamalat secara Islam. Dalam tata cara bermuamalat menghindari praktik-praktik yang dikhawatirkan mengandung unsur riba untuk diisi dengan kegiatan-kegiatan investasi atas dasar bagi hasil dan pembiayaan perdagangan.¹

Bank syariah merupakan lembaga perantara keuangan yang kegiatan operasionalnya bebas dari unsur-unsur yang dilarang oleh Islam, yaitu maisir, gharar, riba, riswah dan bathil. Dengan demikian berbeda dengan bank konvensional yang kegiatan operasionalnya menggunakan prinsip bunga yang dikatakan oleh sebagian besar ulama sama dengan riba. Sistem perbankan Islam berbeda dengan sistem perbankan konvensional, karena sistem keuangan dan perbankan Islam adalah merupakan subsistem dari suatu sistem ekonomi Islam yang cakupannya lebih luas.²

Berdasarkan pada karakteristik Perbankan Syari'ah dan juga prinsip-prinsipnya yang berdasarkan Islam, serta legalitas Bank Syari'ah yang memberikan keamanan dan kenyamanan siapa saja yang terlibat di dalamnya, maka prospek dan peluang Bank Syari'ah di Indonesia akan semakin positif

¹ Nila Nurochani, Eddy Jusuf, and Undang Juju, "Strategi Pengembangan Layanan E-Banking Syariah," 2023, Hal 9.

² Rahmat Ilyas, "Manajemen Permodalan Bank Syariah," BISNIS : Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam 5, no. 2 (2019): 323, <https://doi.org/10.21043/bisnis.v5i2.3017>.

dan berkembang daya tariknya faktual dan tidak bisa diingkari. Perbankan syariah, sesungguhnya memiliki peluang yang besar untuk terus berkembang dimasa depan. Peluang yang besar dan terbuka lebar bagi perbankan syariah di Indonesia, merupakan sesuatu yang wajar. Setidaknya ada sejumlah argumentasi untuk menguatkan pendapat tersebut, diantaranya yaitu yang Pertama, mayoritas penduduk Islam. Kedua, fatwa bunga bank. Ketiga, menggeliatnya kesadaran beragama. Keempat, menjalarnya penerapan ekonomi Islam. Kelima, berkembangnya lembaga keislaman.³

Pada saat ini terjadi perubahan dalam perkembangan bank, setiap bank dihadapkan pada permasalahan pemasaran, sehingga bank harus mampu merumuskan peluang pasar yang tepat. Bank perlu mengetahui kondisi pasar dan bank harus terus membandingkan produk, harga serta penawaran perusahaannya dengan perusahaan yang lain untuk menarik target pasarnya. Sehubungan dengan hal itu, bank dapat menemukan kekurangan atau kelebihan yang ada.⁴

Peluang pasar adalah kebutuhan konsumen dimana perusahaan dapat beroperasi secara menguntungkan. Peluang merupakan analisis dalam menentukan keuntungan atau potensi dengan melakukan riset terhadap faktor-faktor eksternal yang mempengaruhi kegiatan usaha. Lingkungan eksternal saat ini menjadi kekuatan yang tidak bisa dikendalikan, maka dari itu

³ Indra Syafii and Isnaini Harahap, "Peluang Perbankan Syariah Di Indonesia," Seminar Nasional Teknologi Komputer & Sains (SAINTEKS), no. 7 (2020): 666–69, <https://prosiding.seminar-id.com/index.php/sainteks>.

⁴ Hendri Prayoga, *Customer Service Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu Metro Lampung*, Wawancara 21 November 2023

perusahaan harus dapat menyesuaikan diri agar dapat terus berkembang dan dapat mencari peluang sehingga menguntungkan bagi perusahaan.⁵

Analisis pasar adalah suatu penganalisisan untuk mempelajari berbagai masalah pemasaran. Analisis pasar meliputi lokasi pasar, ukuran pasar, sifat pasar dan karakteristik pasar. Keberhasilan bisnis suatu perusahaan dapat ditentukan oleh ketepatan strategi pemasaran yang diterapkannya, berdasarkan analisis pasar terhadap situasi dan kondisi pasarnya. Saat menganalisis suatu pasar, perusahaan harus melihat jenis pasar produk, motif dan perilaku, segmen pasar dan penentu sasaran pasar. Masalah yang dianalisis di pasar adalah ukuran pasar, ruang lingkup pasar, struktur pasar, pangsa pasar dan peluang pasar. Adapun besar kecilnya pasar dapat ditentukan oleh besarnya permintaan dan penawaran terhadap suatu barang atau jasa yang dibutuhkan oleh para konsumen. Jika dilihat dari segi ruang lingkup pasar, biasanya mencakup luasnya pasar, seperti letak geografis, ukuran pasar, pendidikan konsumen, pekerjaan konsumen, tingkat usia konsumen dan lain sebagainya.⁶

Bank Muamalat Indonesia merupakan bank umum pertama di Indonesia yang menerapkan prinsip syariah dalam operasionalnya. Sebagai lembaga keuangan, bank perlu memperkenalkan produk-produk yang ditawarkan oleh bank kepada masyarakat. Hal ini dilakukan agar masyarakat mengetahui, memahami, dan tertarik untuk menggunakan produk yang ditawarkan oleh bank sesuai dengan kebutuhan dan keinginan masyarakat atau nasabah. Banyak sekali produk yang ditawarkan oleh bank, baik produk terbaru

⁵ Kotler, dan Keller. 2021. Manajemen pemasaran. Edisi 12. Jakarta: Erlangga.

⁶ ALIAH ADILLAH, "Menganalisis Pasar Dan Perilaku Konsumen," *Osf.Oi*, no. 90500120031 (2022): Hal 11, <https://osf.io/2t4m7>.

maupun produk yang sudah lama dikembangkan. Diantara bank-bank yang menawarkan produk tersebut, banyak yg berhasil menarik target pasar, namun terdapat sedikit produk yang belum berhasil di pasarkan.⁷

Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Metro Lampung menghasilkan produk-produk nya sesuai prinsip syariah, salah satu produknya adalah produk non zakat. Produk non zakat meliputi, produk perorangan dan produk non perorangan. Persamaan produk perorangan dan non perorangan adalah sama sama menggunakan akad wadiah. Perbedaannya terletak pada produk perorangan digunakan untuk individu seorang atau untuk nasabah biasa, ketentuan saldo minimum Rp 25.000 sedangkan produk non perorangan digunakan khusus untuk badan atau perusahaan contohnya CV, PT, BMT, ketentuan standar badan saldo minimum Rp 1.000.000.

Ada beberapa jenis tabungan produk non zakat pada produk perorangan dan produk non perorangan. Produk perorangan diantaranya, yaitu Tabungan iB Hijrah, Tabungan iB Hijrah Haji, Tabungan iB Hijrah Haji RTJH (Transaksional), Tabungan iB Hijrah Payroll, TabunganKu, Giro iB Hijrah dan Deposito iB Hijrah. Produk non perorangan diantaranya, yaitu Tabungan iB Hijrah Bisnis Wadiah, Giro iB Hijrah dan Deposito iB Hijrah.⁸

Produk Non Zakat adalah tabungan yang nyaman untuk digunakan kebutuhan transaksi. Bisa berbelanja dengan kartu Shar-E Debit yang berlogo Visa plus dengan manfaat berbagai macam program subsidi belanja di

⁷ Bank Muamalat Indonesia , “*Annual Report*,” dalam www.bankmuamalat.co.id (diakses pada tanggal 11 Januari 2024, 18.08).

⁸ Hendri Prayoga, *Customer Service* Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu Metro Lampung, Wawancara 4 Juni 2024

merchant lokal dan luar negeri. Produk non zakat yaitu produk yang tidak ada persentase dari tabungan nasabah yang di infaqkan ke badan amal zakat Indonesia, kecuali nasabah memang menyumbangkan sendiri. Contohnya seperti transfer nasabah ingin sedekah dan menyumbangkan sendiri bisa akan tetapi tidak ada kewajiban setiap bulan, sedangkan produk zakat ada kewajiban 2,5% dari biaya administrasi di infaqkan ke badan amal zakat Indonesia. Salah satu produk non zakat yang dimiliki Bank Muamalat Indonesia adalah Tabungan iB Hijrah (Non Zakat).

Tabungan iB Hijrah (Non Zakat) adalah tabungan dalam mata uang rupiah (*IDR*) dengan akad wadiah yang dapat digunakan untuk kebutuhan transaksi dan berbelanja menggunakan Muamalat DIN dan kartu SharE Debit. Fitur produk dan biayanya yaitu menggunakan bagi hasil tanpa nisbah, fasilitas Kartu ATM/Debit menggunakan Regular GPN dan Visa, setoran awal sejumlah Rp 25.000, biaya pengganti buku tabungan rusak/hilang sejumlah Rp 10.000, biaya penutupan rekening sejumlah Rp 25.000, biaya rekening pasif (*Dormant*) sejumlah Rp 2.500, biaya SMS OTP debit online sejumlah Rp 600/sms, biaya SMS notifikasi sejumlah Rp 600/sms, untuk biaya Email notifikasi gratis dan biaya administrasi/bulan juga gratis.⁹

Berdasarkan temuan peneliti dapat dikemukakan bahwa biasanya banyak mahasiswa yang melakukan pembayaran melalui Bank Muamalat KCP Metro. Terutama mahasiswa UM Metro yang melakukan pembayaran uang kuliah tunggal (UKT). Salah satunya untuk memudahkan mereka tanpa

⁹ Di akses dilaman www.bankmuamalat.co.id. Pada 7 Maret 2024

harus datang ke bank adalah dengan menggunakan produk non zakat terutama pada tabungan iB Hijrah.

Tabel 1.1
Jumlah Nasabah Produk Tabungan iB Hijrah (Non Zakat)

No	Tahun	Jumlah Nasabah
1.	2021	1.124 nasabah
2.	2022	1.021 nasabah
3.	2023	1.356 nasabah

Sumber : Data dari Wawancara Customer Service 21 November 2023

Berdasarkan hasil survei peneliti memperoleh data pada tabel diatas dengan jumlah yang tertera yaitu terdapat 1.124 nasabah penggunaan produk tabungan iB hijrah pada tahun 2021. Terdapat 1.021 nasabah penggunaan produk tabungan iB hijrah pada tahun 2022 mengalami penurunan. Kemudian terdapat 1.356 nasabah penggunaan produk tabungan iB hijrah pada tahun 2023 mengalami peningkatan.

Dalam produk non zakat tabungan iB Hijrah untuk peminatnya masih kurang karena nasabah lebih memilih produk non zakat tabungan iB Hijrah Haji. Walaupun terdapat nasabah yang kurang mempunyai minat dengan tabungan iB Hijrah, akan tetapi Bank Muamalat KCP Metro tetap melakukan upaya untuk meningkatkan jumlah nasabah di produk tabungan iB Hijrah. Terbukti pada tabel di atas pada tahun 2023 mengalami peningkatan produk non zakat tabungan iB Hijrah sebanyak 1.356 nasabah.¹⁰

Hasil prasurvey dengan *customer service* menyatakan bahwa target pasar *customer service* dan *marketing funding* ada target sendiri. Untuk

¹⁰ Hendri Prayoga, *Customer Service* Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu Metro Lampung, Wawancara 21 November 2023

pengguna kartu baru (*new chip*) yang berhubungan dengan produk non zakat, target pasar *customer service* pada produk non zakat minimal 10 pengguna kartu baru (*new chip*) per bulan. Sudah terealisasi bahkan lebih bahkan dalam satu bulan bisa 30 pengguna kartu baru (*new chip*) produk non zakat tabungan iB Hijrah *bundling* dengan Muamalat DIN.¹¹

Selanjutnya *marketing funding* menyatakan bahwa, target pasar *marketing funding* pada produk non zakat minimal 10 pengguna kartu baru (*new chip*) per bulan. Sudah terealisasi bahkan lebih bahkan dalam satu bulan bisa 20 pengguna kartu baru (*new chip*) produk non zakat tabungan iB Hijrah *bundling* dengan Muamalat DIN. Kemudian penerapan peluang pasar untuk produk non zakat di Bank Muamalat KCP Metro yaitu dengan cara melakukan pemasaran dan melakukan penjualan produk kepada masyarakat atau nasabah yaitu menawarkan produk non zakat yang menggunakan akad wadiah atau yang tidak ada biaya admin setiap bulan agar mereka tertarik untuk pembukaan rekening baru.¹²

Peluang pasar produk non zakat di Bank Muamalat KCP Metro dalam menarik target pasar cukup besar karena mayoritas muslim penduduk menjadi peluang bagi *marketing* untuk memasarkan produknya. Target pasar produk non zakat tabungan iB Hijrah adalah masyarakat atau nasabah yang sudah berusia 17 tahun dan mempunyai KTP untuk melakukan pembukaan rekening baru dan pengisian formulir. Selain itu dengan banyaknya lembaga keuangan

¹¹ Hendri Prayoga, *Customer Service* Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu Metro Lampung, Wawancara 21 November 2023

¹² Fadhil Awang Pone, *Marketing Funding* Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu Metro Lampung, Wawancara 1 Juni 2024

syariah kecil seperti BMT, sekolah menengah atas kelas 12 yang sudah memasuki umur (17-18 tahun), mahasiswa, pondok pesantren menjadikan pemasaran produk non zakat berpeluang besar.

Tantangan yang dihadapi dalam memasarkan produk adalah karakteristik setiap nasabah berbeda-beda ada yang cepat memahami apa yang disampaikan oleh pihak *marketing* ada juga yang tidak bahkan ada nasabah yang tidak menerima kehadiran seorang *marketing*. Selain itu tantangan lain datang dari pesaing sesama lembaga keuangan baik itu bank konvensional maupun bank syariah yang memiliki produk yang sama.¹³

Berdasarkan hasil wawancara dengan 15 nasabah Bank Muamalat KCP Metro, 10 diantaranya (Ariya, Faradila, Kayla, Leni, Rohman, Tata, Tia, Vemas, Wanda, Yanuar) sebagai mahasiswa UM Metro yang membayar UKT melalui Bank Muamalat KCP Metro menyampaikan keunggulan produk non zakat terutama pada produk tabungan iB Hijrah yaitu, bebas biaya admin setiap bulan, bisa melakukan transaksi pembayaran UKT dari rumah melalui aplikasi Muamalat DIN, dan menggunakan kartu shar-E debit melalui ATM tanpa harus datang ke bank. Selanjutnya 5 diantaranya (Adella, Anisa, Aini, Maya, Selly) sebagai masyarakat dan wanita karir menyampaikan keunggulan produk non zakat terutama pada produk tabungan iB Hijrah yaitu, bebas biaya admin setiap bulan, bisa melakukan transaksi dari rumah melalui aplikasi Muamalat DIN, bisa berbisnis (seperti berjualan pulsa, listrik, dll) menggunakan aplikasi Muamalat DIN, dan menggunakan kartu shar-E debit

¹³ Hendri Prayoga, *Customer Service* Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu Metro Lampung, Wawancara 7 Maret 2024

melalui ATM tanpa harus datang ke bank. Namun ada juga kendala tertentu yang dihadapi oleh 15 nasabah dalam penggunaan produk non zakat terutama pada produk tabungan iB Hijrah yaitu, nasabah mengalami kendala seperti produk tabungan iB Hijrah yg sudah lama tidak digunakan selama 6 bulan akan dikenakan biaya admin, kemudian mengalami kendala sinyal yang kurang bagus sehingga tidak bisa untuk melakukan transaksi melalui aplikasi Muamalat DIN dan ada juga yang mengalami kendala kartu atm terblokir.¹⁴

Karena persaingan yang semakin ketat, tentu saja perusahaan perlu mempunyai strategi tersendiri dalam menghadapi persaingan tersebut. Bank Muamalat Indonesia yang merupakan bank syariah murni pertama, tentu saja menghadapi persaingan yang cukup ketat dengan bank konvensional maupun bank syariah lainnya. Oleh karena itu, Bank Muamalat Indonesia tentunya perlu menggunakan strategi peluang pasar yang berbeda untuk dapat bertahan, berkembang dan memenangkan persaingan. Strategi tersebut dapat berfungsi sebagai informasi mengenai produk yang ditawarkan kepada masyarakat agar nasabah dapat tertarik dengan produk yang ditawarkan serta meningkatkan kepuasan dan kepercayaan nasabah.¹⁵

Berdasarkan uraian diatas, maka peneliti tertarik untuk membahas masalah ini dengan judul “**Implementasi *Market Opportunity* Produk Non Zakat Untuk Menarik Target Pasar di Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu Metro**”.

¹⁴ Nasabah, *New Chip* (Pengguna Baru) Produk Tabungan iB Hijrah (Non Zakat) Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu Metro Lampung, Wawancara 20 Maret 2024

¹⁵ M Nur Fajri, *Branch Manager* Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Metro Lampung, wawancara Pada 21 November 2023

B. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah yang sudah diuraikan di atas, maka pertanyaan penelitian ini adalah :

Bagaimana penerapan *market opportunity* untuk produk non zakat di Bank Muamalat KCP Metro?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pertanyaan penelitian yang telah dipaparkan diatas, maka tujuan yang ingin dicapai peneliti dalam penelitian ini adalah :

Untuk mengetahui penerapan *market opportunity* untuk produk non zakat di Bank Muamalat KCP Metro.

2. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

a. Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sumber pengetahuan dan dapat menambah wawasan bagi semua pihak yang ingin mempelajari Implementasi *Market Opportunity* Produk Non Zakat Untuk Menarik Target Pasar di Bank Muamalat KCP Metro.

b. Secara Praktis

Sedangkan secara praktis diharapkan hasil dari penelitian ini dapat menambah manfaat bagi praktisi perbankan syariah khususnya

tentang Implementasi *Market Opportunity* Produk Non Zakat Untuk Menarik Target Pasar di Bank Muamalat KCP Metro.

D. Penelitian Relevan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh beberapa sumber penelitian sebelumnya agar tidak terjadi pengulangan pada penelitian dan dapat melengkapi wacana terkait dengan penelitian maka diperlukan pengetahuan tentang penelitian-penelitian sejenis yang telah diteliti sebelumnya yaitu seagai berikut :

1. Peneliti karya Tiara Puspita Sari, dengan skripsi yang berjudul “Strategi Pemasaran Produk Tabungan Berjangka Pada Bank Syariah Mandiri (BSM) Unismuh Kota Makassar”.¹⁶ Hasil Penelitian ini dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran yang diterapkan Bank Syariah Mandiri pada produk tabungan berjangka adalah terdapat empat strategi bauran pemasaran produk tabungan berjangka terhadap nasabah yaitu diantaranya (1) strategi produk, (2) strategi harta, (3) strategi tempat, (4) strategi promosi. Analisis strategi bauran pemasaran ini bertumpu pada pengorganisasian sumberdaya manusia yang ditampakan melalui struktur perusahaan, dan kepemimpinan. Dengan melalui strategi bauran pemasaran tersebut, diharapkan masyarakat lebih mengenal produk dari Bank Syariah Mandiri.

Persamaannya terletak pada strategi promosi, sedangkan perbedaannya terletak pada objek yang diteliti. Dalam peneliti sebelumnya

¹⁶ Tiara Puspita Sari, “*STRATEGI PEMASARAN PRODUK TABUNGAN BERJANGKA PADA BANK SYARIAH MANDIRI (BSM)*,” UNISMUH KOTA MAKASSAR, 2019.

membahas tentang strategi menggunakan empat bauran pemasaran, sedangkan pada peneliti ini membahas tentang peluang pasar pada produk tabungan iB Hijrah (non zakat) untuk menarik target pasar di Bank Muamalat KCP Metro Lampung dengan cara menarik target pasar menggunakan peluang pasar menawarkan produk kepada nasabah secara langsung, atau melalui brosur dan formulir. Penerapan peluang nya dengan cara (1) menentukan target pasar, (2) mengamati konsumen dan (3) memahami lingkungan bisnis.

2. Peneliti karya Konik Arinawa, dengan skripsi yang berjudul “Implementasi Strategi Promosi Pada Produk Pembiayaan Griya BSM (Study Kasus PT Bank Syariah Mandiri Lumajang)”.¹⁷ Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa implementasi strategi bauran promosi produk pembiayaan griya BSM berhasil dilakukan, yaitu melalui strategi periklanan, penjualan personal, hubungan masyarakat dan promosi penjualan. Namun BSM lumajang tidak menggunakan promosi melalui website dan internet, karena masyarakat belum terlalu paham dengan penggunaan media sosial.

Persamaannya terletak pada strategi promosi, sedangkan perbedaannya terletak pada objek yang diteliti. Dalam peneliti sebelumnya membahas tentang strategi promosi pada produk pembiayaan griya BSM, sedangkan pada peneliti ini membahas tentang peluang pasar pada produk

¹⁷ K Arinawa, “*Implementasi Strategi Bauran Promosi Pada Produk Pembiayaan Griya BSM: Studi Kasus PT Bank Syariah Mandiri Lumajang*,” 2017, <http://etheses.uin-malang.ac.id/5970/>.

tabungan iB Hijrah (non zakat) untuk menarik target pasar di Bank Muamalat KCP Metro Lampung.

3. Peneliti karya Eliyha, dengan skripsi yang berjudul “Strategi Pemasaran Tabungan Muamalat Prima iB dalam Meningkatkan Dana Ritel (Tabungan) Pada Bank Muamalat Indonesia”. Jurnal ini berisi tentang bagaimana strategi pemasaran tabungan Muamalat Prima iB dalam meningkatkan dana ritel tabungan pada bank Muamalat Indonesia.¹⁸

Persamaan penelitian sebelumnya dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah sama-sama menggunakan jenis penelitian kualitatif. Perbedaan penelitian sebelumnya dengan penelitian sekarang adalah penelitian membahas tentang peluang pasar, produk non zakat (Tabungan iB Hijrah), dan target pasar di Bank Muamalat KCP Metro.

¹⁸ Eliyha, “*Strategi Pemasaran Tabungan Muamalat PRIMA IB Dalam Meningkatkan Dana (Tabungan Pada Bank Muamalat Indonesia)*,” UIN Syarif Hidayatulloh, 2014, hal. 2.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. *Market Opportunity* (Peluang Pasar)

1. Pengertian *Market Opportunity*

Market Opportunity (peluang pasar) merupakan ruang yang masih bisa dimasuki oleh pengusaha sesuai dengan kebutuhan pembeli untuk mendapatkan keuntungan. Peluang merupakan suatu situasi yang dapat menguntungkan dalam lingkungan suatu perusahaan. Peluang pasar dapat didefinisikan sebagai suatu kemampuan seseorang untuk dapat melihat kesempatan usahanya yang nantinya mendatangkan keuntungan.¹

Peristiwa terjadinya peluang pasar bisa terjadi pada saat kondisi mendesak dan merupakan ide kreatif dari seseorang. Oleh karena itu, seseorang untuk mendapatkan keuntungan yang lebih baik, maka para pengusaha harus melihat peluang pasar baik dari sisi produk atau jasa sampai dengan pemasarannya yang harus mendapatkan sentuhan inovasi. Peluang pasar yang baik akan mampu meningkatkan inovasi usaha modal dan peluang pasar menunjukkan keduanya berpengaruh positif dan signifikan terhadap inovasi usaha. Peluang pasar yang jelas menjadi salah satu penentu dalam perkembangan bisnis kedepannya.²

¹ Tengku Firli Musfar, "Analisis Peluang Pasar Penjualan Pelumas Pertamina Enduro Pada Pt. Natiotama Pusaka Contranda Di Kota Pekanbaru," Jurnal Online Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Riau 1, no. 2 (2014): 1–15.

² Sri Adrianti Muin, Muliana, Eljihad Akbari Syukriah Mathory, Erni Rante Bungin, Helen Adry Irene Sopacua, Murtafia, St. Nurhikma Maulida, Rahmat, Jenica Sampe Pande, *MANAJEMEN ENTREPRENEURSHIP*, 2022), 86-87.

2. Analisis *Market Opportunity*

Analisis peluang pasar merupakan salah satu hal yang sangat penting dalam memulai suatu bisnis karena pelaku usaha perlu mengetahui seberapa besar peluang pasar yang tersedia dalam memasarkan produknya dan dapat menentukan seberapa besar pasar dapat mendukung penerimaan laba perusahaan. Analisis peluang pasar adalah proses riset yang dilakukan terhadap faktor-faktor lingkungan eksternal yang mempengaruhi kegiatan usaha perusahaan tersebut.³

Analisis peluang pasar adalah suatu proses riset yang dilakukan untuk mencari dan menemukan peluang bisnis terbaik berdasarkan evaluasi berbagai faktor seperti resiko bisnis, analisa kompetitor, perilaku konsumen, hingga kondisi politik ekonomi saat itu. Aspek penting dalam analisis pasar, analisis pasar adalah penilaian kualitatif dan kuantitatif dari suatu pasar. Dengan melihat kondisi pasar lebih dalam, baik dari segi volume dan nilai, berbagai segmen pelanggan dan pola pembelian konsumen, persaingan, lingkungan ekonomi, serta hambatan untuk masuk ke pasar tersebut. Tujuan utama dari analisis pasar adalah menunjukkan bahwa investor memahami pasar dengan baik, dan pasar tersebut cukup besar untuk membangun bisnis yang berkelanjutan.⁴

³ Sri Adrianti Muin, Muliana, Eljihad Akbari Syukriah Mathory, Erni Rante Bungin, Helen Adry Irene Sopacua, Murtafia, St. Nurhikma Maulida, Rahmat, Jenica Sampe Pande, *MANAJEMEN ENTREPRENEURSHIP*, 2022), 87.

⁴ Hj. Nunung Nurhayati, S.E., M.M. , *STUDI KELAYAKAN BISNIS*, 2023, 35-36.

3. Cara Melakukan Analisis Pasar

Untuk memilih dan menentukan strategi pemasaran yang efektif dan tepat agar dapat diterapkan di dalam bisnis, berikut beberapa cara yang dapat dilakukan untuk menganalisis pasar, yaitu :

a. Menentukan Target Pasar

Langkah pertama yang dapat dilakukan terlebih dahulu adalah menentukan target pasar yang sesuai dengan produk yang akan ditawarkan.

b. Mengamati Konsumen dan Kompetitor

Setelah menentukan target pasar, selanjutnya mengamati dan menganalisis konsumen serta kompetitor. Mencari tahu masalah apa yang sedang dihadapi konsumen dan produk atau layanan seperti apa yang bisa menjadi solusi untuk permasalahan tersebut. Selain itu juga harus memastikan apakah pasar untuk produk baru tersebut cukup besar dan mampu bertahan lama.

Adapun cara supaya lebih mengenali target konsumen yaitu perlu mengidentifikasi segmen konsumen yang memiliki kesamaan karakteristik seperti usia, gender, pendapatan, pendidikan, tempat tinggal, dan hingga gaya hidup.

Tidak hanya menganalisis konsumen, mengamati kompetitor juga diperlukan. Dengan melakukan analisis kompetitor, pelaku bisnis dapat menilai serta mengukur kelemahan dan kelebihan dari produk

kompetitor yang pada akhirnya bisa membantu perusahaan untuk membuat strategi yang lebih baik.

c. Memahami Faktor Lingkungan Bisnis

Lingkungan bisnis merupakan segala sesuatu yang mempengaruhi sebuah aktivitas bisnis baik internal maupun external dalam suatu organisasi atau perusahaan.

Faktor lingkungan bisnis meliputi *resource*, pengembangan teknologi, regulasi pemerintah, pergeseran geopolitik, indikator-indikator ekonomi, kebijakan perdagangan serta sosial budaya, hingga bencana alam.

Analisis faktor lingkungan bisnis dapat dilakukan dengan cara memanfaatkan data geospasial suatu wilayah. Salah satu contohnya adalah dengan menganalisis data kebencanaan hingga kriminalitas suatu wilayah.⁵

4. Manfaat Peluang Pasar

Manfaat Analisis Peluang Pasar yaitu sebagai berikut :

- a. Membantu perusahaan membuat keputusan yang lebih tepat tentang investasi dan pengembangan bisnis.
- b. Meningkatkan peluang perusahaan untuk sukses di pasar baru.
- c. Membantu perusahaan untuk menghindari risiko yang terkait dengan memasuki pasar baru.

⁵ Hj. Nunung Nurhayati, S.E., M.M. , *STUDI KELAYAKAN BISNIS*, 2023, 39-41.

- d. Membantu perusahaan untuk mengembangkan strategi yang lebih efektif untuk bersaing di pasar.⁶

B. Produk Non Zakat

1. Definisi Produk Non Zakat

Produk non zakat di Bank Muamalat adalah produk dan layanan keuangan yang tidak termasuk dalam kategori zakat. Produk-produk ini tidak dikategorikan sebagai zakat karena tidak memenuhi salah satu dari rukun zakat, yaitu Islam menyatakan Produk dan layanan harus sesuai dengan syariat Islam. Zakat menyatakan Produk dan layanan harus termasuk dalam kategori harta yang wajib dizakati. Nisab menyatakan Produk dan layanan harus mencapai nisab (batas minimal) zakat. Haul menyatakan Produk dan layanan harus dimiliki selama satu tahun penuh. Milik menyatakan Produk dan layanan harus dimiliki secara penuh oleh individu.

Berikut adalah beberapa poin penting terkait produk non zakat di Bank Muamalat diantaranya yaitu, keuntungan pada produk non zakat di Bank Muamalat menawarkan berbagai keuntungan bagi nasabah, seperti kemudahan transaksi, keamanan, dan imbal hasil yang kompetitif. Ada resiko pada produk non zakat di Bank Muamalat memiliki resiko yang sama dengan produk keuangan lainnya, seperti resiko fluktuasi nilai tukar dan resiko kredit. Kemudian ketaatan syariah pada Bank Muamalat selalu

⁶ Hj. Nunung Nurhayati, S.E., M.M. , *STUDI KELAYAKAN BISNIS*, 2023, 35-36.

menjaga ketaatan syariah dalam menjalankan semua produk dan layanannya, termasuk produk non zakat.

2. Tabungan iB Hijrah

Tabungan iB Hijrah adalah tabungan dalam mata uang rupiah (*IDR*) yang nyaman digunakan untuk kebutuhan transaksi dan berbelanja menggunakan Muamalat DIN dan dengan kartu Shar-E Debit yang berlogo Visa plus dengan manfaat berbagai macam program subsidi belanja di merchant lokal dan luar negeri. Tabungan iB Hijrah ini menggunakan akad wadi'ah yad dhamanah dan tabungan iB Hijrah ini juga bebas dari biaya administrasi. Tabungan merupakan bentuk produk penghimpunan dana berupa buku yang memiliki nomor rekening. Untuk mendapatkan buku tabungan seorang nasabah harus mendaftarkan diri sebagai calon nasabah pada bank tertentu.

a. Syarat Pembukaan Tabungan iB Hijrah

Persyaratan menggunakan produk tabungan iB Hijrah sangatlah mudah yaitu dengan membuka rekening tabungan iB Hijrah dengan beberapa persyaratan yaitu :

- 1) Jenis Rekening : Rekening perorangan dan dapat diperuntukkan untuk usia 17 tahun keatas.
- 2) Akad : Wadiah (akad penitipan dana dari nasabah sebagai pemilik dana, kepada bank selaku penyimpanan dana).
- 3) Syarat Pembukaan Rekening : Fotokopi KTP
- 4) Setoran Awal : Rp 25.000

- 5) Saldo Minimum : Rp 25.000
- 6) Setelah itu akan mendapatkan kartu ATM dan Buku Rekening tabungan iB Hijrah

b. Keuntungan Tabungan iB Hijrah

- 1) Bebas biaya layanan bulanan
- 2) Setoran awal ringan
- 3) Fasilitas Kartu SharE Debit dan Debit Online (VISA) dengan beragam promo subsidi belanja
- 4) Fasilitas *e-Banking* (Muamalat Digital *Islamic Network* (MDIN) & Internet *Banking*)
- 5) Dapat buka rekening *online* melalui Muamalat Digital *Islamic Network* (MDIN)
- 6) Benefit subsidi biaya transaksi 5x gratis 5x hanya melalui MDIN (untuk transaksi transfer *online* (Bersama/Prima), Pembayaran utilitas publik, BI *Fast* dan Top Up *e-wallet*)

c. Manfaat Tabungan iB Hijrah

Manfaat tabungan iB Hijrah yaitu memberikan keleluasaan akses transaksi seluruh dunia dan kenyamanan bertransaksi dimana saja dan kapan saja menggunakan layanan *e-Banking* Muamalat (ATM Muamalat, *Mobile Banking* Muamalat, Internet *Banking* Muamalat dan Gerai Muamalat).

d. Fitur Tabungan iB Hijrah

Tabungan iB Hijrah dapat menikmati berbagai ragam layanan seperti realtime transfer/SKN/RTGS, isi ulang Prabayar, bayar tagihan listrik, tagihan kartu pasca bayar, pembelian tiket dan pembayaran ZIS (Zakat, Infaq dan Sedekah) dengan tabungan iB Hijrah melalui mobile banking dan internet banking dan dengan tabungan iB Hijrah nasabah memiliki kebebasan transaksi ATM dan pembayaran belanja di seluruh dunia melalui jaringan ATM Bank Muamalat, ATM Plus/Visa, Merchant Visa, ATM Bersama, ATM Prima dengan kartu Share E Debit (Brosur Jasa Penghimpunan Dana Bank Muamalat Indonesia, 2017).

e. Akad Tabungan iB Hijrah

Produk Tabungan dalam bank menggunakan dua akad yaitu Pertama, akad wadiah (titipan). Akad wadiah adalah menitipkan sejumlah dana kepada orang atau lembaga untuk dijaga dan tidak diperkenankan untuk memanfaatkannya. Kedua, akad mudharabah (bagi hasil). Akad mudharabah adalah kerjasama antara dua orang dimana pihak pertama sebagai pemilik modal dan pihak kedua sebagai pengelola dengan keuntungan dibagi sesuai kesepakatan.

Produk tabungan iB Hijrah Bank Muamalat menggunakan dua akad yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan nasabah yaitu akad wadiah dan mudharabah. Tabungan iB Hijrah dengan akad wadiah hanya bersifat titipan dan dapat diambil kapan saja sesuai kebutuhan

nasabah dan lebih bersifat perorangan. Sedangkan Tabungan iB Hijrah dengan akad mudharabah lebih bersifat bisnis dan nasabah akan memperoleh bagi hasil. Dan dari kedua akad tersebut dalam penyetoran memiliki perbedaan yaitu tabungan iB Hijrah dengan akad wadiah memiliki saldo minimum penyetoran awal sebesar Rp.25.000, sedangkan dengan akad mudharabah saldo minimum penyetoran awal sebesar Rp.100.000.⁷

C. Target Pasar

1. Definisi Target Pasar

Target pasar adalah kelompok pasar yang sebuah perusahaan pilih untuk dijadikan sebagai pelanggan. Target pasar adalah proses pengevaluasian segmentasi dan pemfokusan strategi pemasaran pada sebuah negara, propinsi, atau sekelompok orang yang memiliki potensi untuk memberikan respon terhadap produk yang dijual. Target pasar adalah sekelompok pembeli yang memiliki kebutuhan atau karakteristik yang sama yang menjadi tujuan dari promosi perusahaan. Dari definisi-definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa menetapkan pasar sasaran atau target pasar merupakan sebuah proses yang sangat penting dalam pemasaran karena menentukan siapa yang akan membeli produk dari perusahaan.⁸

⁷ Diakses pada website bankmuamalat.co.id/ pada tanggal 27 Maret 2024.

⁸ Liharman Saragih SE.MM, Lili Fadli Muhamad, S. Ag., M.M., M.Pd., CBPA, Fransiskus Korosando, S.Pd., M.Pd, Siti Nurkomariyah, SST, M.M, Annisa Indah Mutiasari, SE., MM, Sri Umiatun Andayani, S. Sos, M.Si, Dra. Nurchayati SE MM. Akt.CA. Riko Herdiansah, S.Pt. M.P.

2. Faktor yang Mempengaruhi Target Pasar

Beberapa faktor utama yang mempengaruhi target pasar, yaitu sebagai berikut :

a. Demografis :

Usia : Usia konsumen dapat menentukan kebutuhan, minat, dan daya beli mereka. Jenis kelamin: Laki-laki dan perempuan memiliki kebutuhan dan minat yang berbeda. Pekerjaan: Pekerjaan konsumen dapat menentukan pendapatan, gaya hidup, dan kebutuhan mereka. Pendapatan: Pendapatan konsumen dapat menentukan daya beli mereka. Pendidikan: Tingkat pendidikan konsumen dapat menentukan minat dan kebutuhan mereka. Suku bangsa: Suku bangsa konsumen dapat menentukan budaya, adat istiadat, dan kebutuhan mereka. Agama konsumen dapat menentukan nilai-nilai dan kebutuhan mereka.

b. Geografis:

Lokasi: Lokasi konsumen dapat menentukan kebutuhan, minat, dan gaya hidup mereka. Iklim: Iklim di suatu wilayah dapat menentukan kebutuhan konsumen akan produk atau layanan tertentu. Kepadatan penduduk: Kepadatan penduduk di suatu wilayah dapat menentukan potensi pasar untuk produk atau layanan tertentu.

c. Psikografis:

Gaya hidup: Gaya hidup konsumen dapat menentukan kebutuhan, minat, dan perilaku mereka. Kepribadian: Kepribadian

konsumen dapat menentukan bagaimana mereka membuat keputusan pembelian. Nilai-nilai: Nilai-nilai konsumen dapat menentukan apa yang mereka anggap penting dalam hidup. Minat: Minat konsumen dapat menentukan produk atau layanan apa yang mereka sukai.

d. Perilaku:

Status pengguna: Status pengguna produk atau layanan dapat menentukan potensi pasar untuk produk atau layanan baru. Loyalitas merek: Loyalitas konsumen terhadap suatu merek dapat menentukan seberapa besar kemungkinan mereka untuk membeli produk atau layanan baru dari merek tersebut. Kebiasaan pembelian: Kebiasaan pembelian konsumen dapat menentukan bagaimana mereka membuat keputusan pembelian.⁹

3. Cara Menentukan Target Pasar

Target pasar perlu ditentukan agar tidak salah sasaran, berikut diantaranya:

a. Mulai Dengan Asumsi

Memiliki bisnis dengan produk yang siap dipasarkan dengan melihat potensial produk tersebut.

b. Cermati Kompetitor

Mencermati kompetitor bagaimana dapat bersaing melalui produk yang dipasarkan. Memperhatikan produk yang dipasarkan, bagaimana service yang ditawarkan, bagaimana strategi promosi yang diterapkan.

⁹ Leon G. Schiffman, Leon Kanuk, and A. Coskun Kaya, *Consumer Behavior* 2009

c. Lakukan Survey Lapangan

Salah satu cara dalam menentukan target pasar yang tepat adalah dengan terjun langsung ke lapangan dan melakukan survei. Survei secara langsung ke lapangan juga memudahkan untuk mengetahui mana produk yang cocok dan mana yang tidak sesuai.¹⁰

¹⁰ Made Darsana, Aditya Pandowo, Erni Salijah, Ramon Hurdawaty, Windi Novia Ratri Wardhani, Reni Sulistiyowati, Maria Puspitasari, Muhammad Heykal, Mochammad Henfi Abdul Khoir, *PEMASARAN DALAM INDUSTRI PARIWISATA*, 2023) 35.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Sifat Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penyusunan skripsi ini adalah jenis penelitian lapangan atau *Field Research*. Penelitian lapangan atau *Field Research* dapat dianggap sebagai pendekatan luas dalam penelitian kualitatif atau sebagai metode untuk mengumpulkan data kualitatif, dimana peneliti berangkat ke lapangan untuk mengadakan pengamatan tentang sesuatu fenomena dalam suatu keadaan alamiah.¹ Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Metro Lampung sebagai lokasi atau tempat peneliti melakukan penelitian.

2. Sifat Penelitian

Dilihat dari sifatnya, jenis penelitian ini memiliki sifat deskriptif kualitatif dan cenderung menggunakan analisis. Karna dalam penelitian ini proses dan makna lebih ditonjolkan dengan teori yang didapatkan yang kemudian dimanfaatkan sebagai pemandu agar fokus penelitian sesuai dengan fakta yang ada di lapangan. Penelitian kualitatif memperoleh data utama dari wawancara, pengamatan, observasi dan penggalian dokumen.

¹ Lexy J. Moleong, "Metode penelitian kualitatif," (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2014).

Penelitian kualitatif bersifat deskriptif karena data yang didapatkan langsung dari sumbernya.²

Dalam penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan dengan kata-kata atau lisan dari orang-orang yang diamati untuk memperoleh informasi atau kesimpulan dari Implementasi *Market Opportunity* Produk Non Zakat Untuk Menarik Target Pasar di Bank Muamalat KCP Metro.

B. Sumber Data

Sumber data yang akan digunakan oleh peneliti ada dua jenis sumber data yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder.

1. Sumber Data Primer

Sumber data primer adalah sumber data yang langsung memberikan kepada pengumpul data.³ Data primer dicari melalui narasumber atau responden yaitu orang yang kita jadikan objek penelitian atau orang yang kita jadikan sasaran mendapatkan informasi atau data. Peneliti menentukan data dengan teknik *snowball sampling*. *Snowball sampling* adalah teknik penentuan sampel yang mula-mula jumlahnya kecil, kemudian jumlah sampel semakin banyak. Ibarat bola salju yang menggelinding, makin lama semakin besar.⁴

Dalam penentuan sampel ini peneliti akan memperoleh data primer yang bersumber dari Bapak M. Nur Fajri selaku *Branch Manajer*, Bapak

² Dr. Muhammad Ramdhan, S.Pd., M.M., "Metode Penelitian," (Surabaya: Citra Media Nusantara, 2021)

³ Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2017), 225

⁴ Mamik, "Metodologi Kualitatif - Google Books," *Zifatama Publishing*, 2015. Hal 53-54

Hendri Prayoga selaku *Customer Service* dan Fadhil Awang Pone selaku *Marketing Funding* serta 15 Masyarakat umum sekitar lokasi dan nasabah Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu Metro Lampung.

2. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah sumber yang tidak langsung memberikan data ke pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau dokumen.⁵ Sumber data sekunder merupakan bahan-bahan atau data-data yang menjadi pelengkap atau penunjang dari sumber data primer.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan beberapa referensi penunjang yang merupakan literatur terkait peluang pasar produk perbankan baik dari Buku-buku, jurnal, dokumen, website Bank Muamalat Indonesia yang menunjang penguatan data dan teori yang berkaitan dengan judul penelitian.

C. Teknik Pengumpulan Data

1. Wawancara

Wawancara adalah metode pengambilan data dengan cara pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu data atau topik tertentu. Wawancara yang digunakan peneliti adalah wawancara bebas yang terpimpin yakni metode interview yang dilakukan dengan membawa

⁵ Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D.*, 225

pedoman yang merupakan garis besar tentang hal-hal yang akan ditanyakan.⁶

Untuk memperoleh data implementasi *market opportunity* produk non zakat untuk menarik target pasar atau data sejauh mana minat masyarakat untuk menggunakan dengan produk non zakat. Mengenai hal ini, peneliti mengajukan pertanyaan kepada bapak M. Nur Fajri selaku *Branch Manager*, bapak Hendri Prayoga selaku *Customer Service* untuk memperoleh data mengenai kebijakan yang dikeluarkan terkait produk non zakat, bapak Fadhil Awang Pone selaku *Marketing Funding* yang memasarkan produk non zakat tabungan iB Hijrah serta 15 Masyarakat umum sekitar lokasi dan nasabah Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu Metro Lampung.

2. Observasi

Teknik ini menuntut adanya pengamatan dari peneliti baik secara langsung maupun tidak langsung terhadap objek peneliti.⁷ Metode ini dilakukan dengan cara mengamati kegiatan *Market opportunity* produk non zakat untuk menarik target pasar di Bank Muamalat KCP Metro.

3. Dokumentasi

Dokumentasi berasal dari kata dokumen yang berarti catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya dari seseorang. Metode dokumentasi berarti metode yang

⁶ Drs. Beni Ahmad Saebani, M.Si. & Kadar Nurjaman, S.E., M.M.,” *Manajemen Penelitian*,” (Bandung: CV Pustaka Setia, 2013) Cet.I . 85

⁷ Abdur Rahmat Fathoni, *Metodologi Penelitian Dan Teknik Penyusunan Skripsi*,(Jakarta: PT: Rineka Cipta,2011), h. 104

digunakan untuk menelusuri data historis dan mencatat data-data yang sudah ada, seperti profil Bank Muamalat, data nasabah, brosur dan formulir.⁸

Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data dokumentasi digunakan sebagai bentuk bukti penelusuran secara langsung dan catatan-catatan data yang sudah ada.

D. Teknik Keabsahan Data

Untuk menjaga kualitas penelitian kualitatif (termasuk validitas dan reliabilitas) peneliti menggunakan teknik keabsahan data dengan Triangulasi. Triangulasi data adalah pengecekan data dengan cara pengecekan atau pemeriksaan ulang keabsahan data.⁹

Menurut Moleong, Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain, di luar data itu untuk keperluan atau pengecekan sebagai pembanding terhadap data itu sendiri. Denzim membedakan empat macam triangulasi yaitu:¹⁰

1. Triangulasi Sumber

Triangulasi sumber adalah menggali kebenaran informasi tersebut.

2. Triangulasi Metode

Triangulasi metode adalah usaha mengecek keabsahan data, atau mengecek keabsahan temuan penelitian.

⁸ Drs. Beni Ahmad Saebani, M.Si. & Kadar Nurjaman, S.E., M.M.,” *Manajemen Penelitian*,”. 86.

⁹ Helaluddin, Hengky Wijaya, "*Analisis Data Kualitatif Sebuah Tinjauan Teori dan Praktik*.” (Cet. 1,2019) .22

¹⁰ Muliadi Mokodompit,” *Implementasi Kebijakan Pendidikan Karakter*,” (Malang: PT Literasi Nusantara Abadi Group, 2023).71

3. Triangulasi Peneliti

Triangulasi ini menggunakan lebih dari satu peneliti dalam mengadakan observasi atau pengamatan.

4. Triangulasi Teoritik

Triangulasi Teoritik adalah memanfaatkan dua teori atau lebih untuk diadu dan dipadu

Teknik keabsahan data yang peneliti gunakan dalam penelitian ini adalah dengan teknik Triangulasi Sumber, yaitu menggunakan lebih dari satu informan dan teknik pengumpulan data untuk mendapatkan data yang sama. Peneliti memperoleh data mengenai fokus penelitian dengan mewawancarai *branch manager*, *customer service* dan *marketing*. Cara yang dilakukan adalah dengan mengonfirmasi atau mewawancarai sumber atau pihak yang pertama kali memberikan data. Maka dengan cara itu akan menjawab keabsahan data tentang, Implementasi *Market Opportunity* Produk Non Zakat Untuk Menarik Target Pasar Di Bank Muamalat KCP Metro.

E. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan proses mengatur urutan data, mengorganisasikan ke dalam suatu pola, kategori, dan satuan uraian dasar.¹¹

Penelitian ini adalah penelitian kualitatif maka analisis data yang diterapkan adalah kualitatif. Analisis tersebut menggunakan analisis data dan model Miles dan Huberman.¹² Pengumpulan data adalah menguraikan atau

¹¹ Drs. Beni Ahmad Saebani, M.Si. & Kadar Nurjaman, S.E., M.M.,” *Manajemen Penelitian*,”., 86.

¹² Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif dan R&D*, (Bandung, CV. Alfabet, 2008), h. 247

menghimpun seluruh data yang telah didapatkan dari lapangan baik berupa hasil observasi, wawancara serta data-data yang berbentuk dokumen tertentu tanpa kecuali.

Untuk lebih jelasnya uraian dalam proses analisis data kualitatif ini, maka perlu ditekankan beberapa tahapan dan langkah-langkah sebagai berikut:

1. Reduksi Data

Data-data yang ditemukan di lapangan langsung diketik atau ditulis dengan rapi, terperinci serta sistematis setiap selesai mengumpulkan data. Dari data-data yang diperoleh dalam penelitian dipilih hal-hal yang sesuai dengan fokus penelitian. Data-data yang telah direduksi memberikan gambaran yang lebih akurat mengenai hasil pengamatan dan mempermudah peneliti untuk mencarinya jika sewaktu-waktu diperlukan. Adapun tahapan-tahapan dalam reduksi data meliputi: membuat ringkasan, mengkode, menelusuri, tema dan menyusun laporan secara lengkap dan terinci.

2. Penyajian Data (Data Display)

Penelitian ini melakukan interpretasi dan penetapan makna dari data yang tersaji. Kegiatan ini dilakukan dengan cara komparasi dan pengelompokan. Data yang tersaji kemudian dirumuskan menjadi kesimpulan. Kesimpulan sementara tersebut senantiasa akan terus berkembang sejalan dengan pengumpulan data baru dan pemahaman baru dari sumber data lainnya, sehingga akan diperoleh suatu kesimpulan yang benar-benar sesuai dengan keadaan yang sebenarnya.

3. Penarikan Kesimpulan

Penarikan kesimpulan menurut Miles & Huberman hanyalah sebagian dari satu kegiatan dari konfigurasi yang utuh. Kesimpulan-kesimpulan juga diverifikasi selama penelitian berlangsung. Verifikasi itu mungkin sesingkat pemikiran kembali yang melintas dalam pemikiran penganalisis (peneliti) selama ia menulis, suatu tinjauan ulang pada catatan-catatan lapangan, atau mungkin menjadi begitu seksama dan menghabiskan tenaga dengan dengan peninjauan kembali serta tukar pikiran di antara teman sejawat untuk mengembangkan kesepakatan intersubjektif atau juga upaya-upaya yang luas untuk menempatkan salinan suatu temuan dalam seperangkat data yang lain. Singkatnya makna-makna yang muncul dari data yang lain harus diuji kebenarannya, kekokohnya, dan kecocokannya, yakni yang merupakan validitasnya. Kesimpulan akhir tidak hanya terjadi pada waktu proses pengumpulan data saja, akan tetapi perlu diverifikasi agar benar-benar dapat dipertanggung jawabkan.¹³

Sehingga teknis analisis data kualitatif dengan cara berfikir induktif dapat peneliti artikan sebagai teknik menganalisis data dan informasi yang peneliti peroleh dari wawancara dan dokumentasi, dan mendeskripsikan dengan bahasa yang ilmiah berawal dari fakta-fakta khusus lalu diakhiri dengan kesimpulan. Dalam penelitian ini peneliti akan menganalisis

¹³ Millies dan Huberman, *Analisis Data Kualitatif* (Jakarta: Universitas Indonesia Press 2014,

mengenai fakta-fakta terkait Implementasi *Market Opportunity* Produk Non Zakat Untuk Menarik Target Pasar di Bank Muamalat KCP Metro.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Bank Muamalat Indonesia KCP Metro

1. Sejarah Berdirinya Bank Muamalat Indonesia KCP Metro

PT. Bank Muamalat Indonesia KCP Metro didirikan pada tanggal 15 November 2010, yang berlokasi di jalan Jenderal Sudirman No. 282 B Metro Pusat-Kota, telepon : (0725)7850500, fax (0725)7850006. PT. Bank Muamalat Indonesia KCP Metro terafiliasi dalam Kantor Cabang Wilayah Lampung beserta 11 Kantor Cabang Pembantu lainnya, diantaranya : KCP Bandar Jaya, KCP ZA Pagar Alam, KCP Kota Bumi, KCP Metro, KCP Al-Kautsar, KCP Antasari dan KCP Sukarame.

Pada tanggal 19-22 Agustus 1990 diadakan lokakarya Ulama tentang Bunga Bank dan Perbankan di Cisarua, Bogor. Dari hasil lokakarya tersebut kemudian dibahas lebih mendalam pada musyawarah Nasional IV Majelis Ulama Indonesia (MUNAS IV MUI) yang berlangsung di Jakarta, pada tanggal 22-25 Agustus 1990 yang kemudian merekomendasikan untuk dibentuknya sebuah lembaga keuangan Syari'ah dengan membentuk anggota kelompok kerja. Pada akhirnya, permintaan yang ada dari sebagian kalangan masyarakat tersebut dijawab oleh Pemerintah RI dengan sebuah respon positif pada tahun 1991, yaitu dengan didirikannya PT Bank Muamalat Indonesia.¹

¹ Diakses di laman www.bank.muamalat.co.id, pada 5 September 2024

PT Bank Muamalat Indonesia (BMI) merupakan bank pertama di Indonesia yang menggunakan konsep perbankan secara Syariah. Perseroan didirikan berdasarkan Akta Pendirian No. 1 tanggal 1 November 1991 Masehi atau 24 Rabiul Akhir 1412 Hijriah, dibuat dihadapan Yudo Paripurno, SH, Notaris, di Jakarta. Akta pendirian tersebut telah memperoleh pengesahan Menteri Kehakiman Republik Indonesia dengan Surat Keputusan No. C2-2413.HT.01.01 tahun 1992 tanggal 21 Maret 1992 dan telah didaftarkan pada kantor Pengadilan Negeri Jakarta Pusat pada tanggal 30 Maret 1992 di bawah No. 970/1992 serta diumumkan dalam Berita Negara Republik Indonesia No. 34 tanggal 28 April 1992 tambahan No. 1919A.

Anggaran Dasar Bank telah beberapa kali mengalami perubahan sebagaimana terakhir perubahan Anggaran Dasar yang dirumuskan pada Akta No. 21 tanggal 9 Desember 2022 dibuat di hadapan Notaris Ashoya Ratam, S.H. M.Kn, dan pemberitahuan atas perubahan anggaran dasarnya telah diterima dan dicatat oleh Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia sesuai suratnya tertanggal 14 Desember 2022 No. AHU-AH.01.03-0326274.²

BMI didirikan atas gagasan dari Majelis Ulama Indonesia (MUI), Ikatan Cendekiawan Muslim Indonesia (ICMI) dan pengusaha muslim yang kemudian mendapat dukungan dari Pemerintah Republik Indonesia. Perseroan mulai beroperasi tanggal 1 Mei 1992/27 Syawal 1412 H dan

² Diakses di laman www.bank.muamalat.co.id, pada 5 September 2024

tanggal tersebut juga ditetapkan sebagai hari lahir Perseroan. Perseroan memperoleh izin untuk beroperasi sebagai bank umum berdasarkan Surat Keputusan Menteri Keuangan RI Nomor 1223/MK.013/1991 tanggal 5 November 1991 dan Surat Keputusan Menteri Keuangan Republik Indonesia No. 430/KMK.013/1992 tentang Pemberian Izin Usaha Perseroan di Jakarta tanggal 24 April 1992, sebagaimana diubah dengan Surat Keputusan Menteri Keuangan No. 131/KMK.017/1995 tentang Perubahan Keputusan Menteri Keuangan No. 430/KMK.013/1992 tentang Pemberian Izin Usaha Perseroan tanggal 30 Maret 1995 yang dalam keputusannya memberikan izin kepada Perseroan untuk dapat melakukan usaha sebagai bank umum berdasarkan prinsip syariah.³

B. Implementasi *Market Opportunity* Produk Non Zakat Untuk Menarik Target Pasar di Bank Muamalat KCP Metro

Bagi dunia perbankan peluang pasar sangat diperlukan, perbankan merupakan badan usaha yang berorientasi profit. Dengan penerapan yang tepat, Bank Muamalat KCP Metro dapat menarik target pasar melalui produk non zakat. Kunci keberhasilan terletak pada pemahaman yang mendalam tentang kebutuhan pasar, pengembangan produk yang relevan, serta peluang pasar yang efektif.

Berdasarkan hasil penelitian yang peneliti lakukan kepada *Branch Manager, Marketing Funding* dan *Customer Service* melalui wawancara, bahwa penerapan peluang pasar yang dilakukan Bank Muamalat Indonesia

³ Diakses di laman www.bank.muamalat.co.id, pada 5 September 2024

KCP Metro untuk menarik target pasar produk non zakat adalah sebagai berikut :

1. Menentukan Target Pasar

Upaya yang dilakukan oleh Bank Muamalat Indonesia KCP Metro dalam menerapkan peluang pasar untuk menarik target pasar produk non zakat (tabungan iB Hijrah) di Bank Muamalat KCP Metro adalah dengan cara menawarkan produk dan menampilkan keunggulan produk non zakat ke nasabah atau masyarakat agar dapat memenuhi kebutuhan. Cara menjualnya yaitu selain dari akad nya yang titipan, tidak ada biaya admin dan bulanan, bisa menggunakan atm dan *mobile banking* (mdin). Saat ini cust banyak yang menggunakan payroll nasabah yang gajiannya melalui muamalat, kita menawarkan langsung bisa tarik saldo sampai nol dan lebih hebat lagi dari wadiah. Jadi ada pks (perjanjian kerja sama) yang khusus untuk perusahaan rumah sakit Muhammadiyah, SMK Muhammadiyah dan Universitas Muhammadiyah.⁴

Biasanya dari awal pasti kami menawarkan produk non zakat (wadiah) . Selain dari akadnya yang jelas akad wadiah tidak ada bagi hasil sehingga nasabah dapat tertarik. Jika dibandingkan dengan bank syariah lainnya pembukaan rekening tabungan minimal setoran Rp50.000 sampai dengan Rp100.000, sedangkan bank muamalat hanya Rp25.000. Hal

⁴ Awang, *Marketing Funding* Bank Muamalat Indonesia KCP Metro, Wawancara pada 17 September 2024.

tersebut adalah salah satu daya tarik nasabah, selain dari setoran yang murah dan tidak ada biaya admin bulanan.⁵

Nasabah lebih tertarik ke produk non zakat (wadhah) karena ada benefitnya. Khususnya perusahaan Muhammadiyah tidak ada saldo minimum nya gratis dan ada benefit layanan. Jadi, gratis transfer 5x di luar bank muamalat dan gratis 5x tarikan di bank lain tidak ada biaya nya. Untuk target yang pertama yaitu ber-usia 17tahun, target yang kedua untuk lembaga-lembaga yang ingin di payroll kana tau penggajiannya melalui bank muamalat dengan menjual produk non zakat. Karena tidak ada biaya admin, atm tidak ada biaya dan hanya ada saldo minimum Rp25.000. Untuk yang payroll umum diluar perusahaan Muhammadiyah, bank muamalat menjual produk non zakat (tabungan ib hijrah). Maka dari itu salah satu target bank muamalat adalah menawarkan produk non zakat ke karyawan atau perusahaan nya di bank muamalat. Penerapan peluang pasar yang pertama dengan benefit yang diambil ketika nasabah mengambil produk tersebut, yang kedua menyebarkan brosur. Jika nasabah pribadi datang ke bank itu susah, pihak dari bank muamalat yang datang menawarkan bukan dari satu per satu biasanya langsung menawarkan ke perusahaan jadi jangkauannya lebih besar mau tidak mau harus buka rekening, karena pimpinannya yang di hadapi. Selain itu, penerapan peluang pasar yang dilakukan yaitu melalui video

⁵ M. Nur Fajri, *Branch Manager* Bank Muamalat KCP Metro, Wawancara pada 17 September 2024.

memanfaatkan platform digital dan sebelum ada mbanking pembukaannya di cs.⁶

2. Mengamati Konsumen

Mengamati konsumen Bank Muamalat KCP Metro adalah langkah penting untuk memahami kebutuhan dan perilaku nasabah atau masyarakat. Sumber daya manusia yang dimiliki Bank Muamalat KCP Metro sudah cukup baik, dan karyawan dituntut untuk melakukan pelayanan dengan baik terhadap konsumen. Dalam melaksanakan tugas dan tanggung jawab nya karyawan Bank Muamalat bersikap sopan, santun, dan ramah kepada nasabah atau masyarakat yang diharapkan nasabah dan masyarakat nyaman dengan pelayanan yang dilakukan oleh karyawan Bank Muamalat KCP Metro.

Pada saat nasabah atau masyarakat melakukan transaksi di Bank Muamalat KCP Metro, karyawan mengamati seberapa sering nasabah atau masyarakat melakukan transaksi, baik itu penarikan, setoran, atau pembayaran. Kemudian ketika ada nasabah atau masyarakat, *marketing funding* dan *customer service* tidak lupa menawarkan dan mengidentifikasi produk yang paling sering dipilih khususnya produk non zakat pada tabungan iB Hijrah karena ada benefitnya.

Kemudian dalam mengamati konsumen pada nasabah atau masyarakat Bank Muamalat KCP Metro terdapat feedback dan umpan balik yang dilakukan karyawan adalah dengan cara survei kepuasan dan

⁶ Hendri, *Customer Service* Bank Muamalat KCP Metro, Wawancara pada 17 September 2024.

mewawancarai nasabah atau masyarakat tentang pendapat mereka mengenai layanan dan produk yang ditawarkan oleh karyawan Bank Muamalat KCP Metro untuk mendalami pengalaman mereka dan mendapatkan masukan langsung.

Selanjutnya mengamati konsumen dilakukan dengan cara observasi di lokasi Bank Muamalat KCP Metro, karyawan melakukan pengamatan secara langsung yaitu dengan cara mengamati perilaku nasabah saat berada di Bank Muamalat KCP Metro. Karyawan mengamati waktu yang dihabiskan nasabah atau masyarakat pada saat mereka melakukan transaksi atau bertanya tentang produk dan memperhatikan interaksi nasabah dengan petugas bank untuk memahami kebutuhan dan keluhan yang mungkin muncul.

Mengamati konsumen pada nasabah atau masyarakat Bank Muamalat KCP Metro juga dapat dilakukan melalui analisis media sosial dan ulasan online dengan mengamati komentar dan tanggapan nasabah di platform media sosial tentang layanan dan produk serta ulasan di website dengan cara meninjau ulasan di platform review untuk mendapatkan insight tentang pengalaman nasabah di bank Muamalat KCP Metro.⁷

3. Memahami Lingkungan Bisnis

Memahami lingkungan bisnis merupakan salah satu kebijakan yang sangat penting. Menurut Bapak M. Nur Fajri lingkungan bisnis yang berlokasi strategis sangat memudahkan nasabah dan masyarakat dalam

⁷ Hendri, Customer Service Bank Muamalat KCP Metro, Wawancara pada 17 September 2024.

suatu lembaga keuangan. Bank Muamalat KCP Metro berada di Jl. Jenderal Sudirman No. 282 B Metro Pusat-Kota, lokasi ini sangat strategis karena Bank Muamalat berada di lingkungan pendidikan, seperti sekolahan islam, universitas dan rumah sakit. Bank diharapkan dapat beroperasi dan berpresentasi secara rutin kepada instansi tersebut untuk menyampaikan produk non zakat (tabungan iB Hijrah), selain itu lokasi Bank Muamalat juga berdekatan dengan masjid-masjid serta toko-toko dan dapat mendorong serta membantu dari pemasaran atau penerapan peluang pasar produk non zakat. Sehingga adanya instansi tersebut dapat memudahkan bank untuk menarik target pasar yang mempunyai potensi besar yang bisa dilakukan bank untuk visit ke instansi tersebut.⁸

C. Hasil Analisis *Market Opportunity* Produk Non Zakat Untuk Menarik Target Pasar di Bank Muamalat KCP Metro

Berdasarkan hasil penelitian yang peneliti lakukan kepada *Branch Manager, Marketing Funding, Customer Service* dan 15 Masyarakat umum melalui wawancara, bahwa dalam penerapan peluang pasar yang dilakukan Bank Muamalat Indonesia KCP Metro terdapat beberapa upaya untuk menarik target pasar pada produk non zakat (Tabungan iB Hijrah).

1. Menentukan target pasar
2. Mengamati konsumen dan competitor
3. Memahami faktor lingkungan bisnis

⁸ Awang, *Marketing Funding* Bank Muamalat Indonesia KCP Metro, Wawancara pada 17 September 2024.

Hasil penelitian penerapan peluang pasar produk non zakat untuk menarik target pasar diatas yang dimiliki Bank Muamalat Indonesia KCP Metro yaitu :

Upaya yang dilakukan oleh Bank Muamalat Indonesia KCP Metro dalam menerapkan peluang pasar untuk menarik target pasar produk non zakat (tabungan iB Hijrah) di Bank Muamalat KCP Metro adalah dengan cara menawarkan produk dan menampilkan keunggulan produk non zakat ke nasabah atau masyarakat agar dapat memenuhi kebutuhan. Cara menjualnya yaitu selain dari akad nya yang titipan, tidak ada biaya admin dan bulanan, bisa menggunakan atm dan *mobile banking* (mdin).

Nasabah lebih tertarik ke produk non zakat (wadiah) karena ada benefitnya. Khususnya perusahaan Muhammadiyah tidak ada saldo minimum nya gratis dan ada benefit layanan. Jadi, gratis transfer 5x di luar bank muamalat dan gratis 5x tarikan di bank lain tidak ada biaya nya. Untuk target yang pertama yaitu ber-usia 17tahun, target yang kedua untuk lembaga-lembaga yang ingin di payroll kana tau penggajiannya melalui bank muamalat dengan menjual produk non zakat.

Sumber daya manusia yang dimiliki Bank Muamalat KCP Metro sudah cukup baik, dan karyawan dituntut untuk melakukan pelayanan dengan baik terhadap konsumen. Dalam melaksanakan tugas dan tanggung jawab nya karyawan Bank Muamalat bersikap sopan, santun, dan ramah kepada nasabah atau masyarakat yang diharapkan nasabah dan masyarakat nyaman dengan pelayanan yang dilakukan oleh karyawan Bank Muamalat KCP Metro.

Lingkungan bisnis yang berlokasi strategis sangat memudahkan nasabah dan masyarakat dalam suatu lembaga keuangan. Bank Muamalat KCP Metro berada di Jl. Jenderal Sudirman No. 282 B Metro Pusat-Kota, lokasi ini sangat strategis karena Bank Muamalat berada di lingkungan pendidikan, seperti sekolah Islam, universitas dan rumah sakit. Sehingga adanya instansi tersebut dapat memudahkan bank untuk menarik target pasar yang mempunyai potensi besar yang bisa dilakukan bank untuk visit ke instansi tersebut.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa Implementasi peluang pasar produk non zakat unruk menarik target pasar yang dilakukan Bank Muamalat KCP Metro adalah menggunakan penerapan menentukan target pasar, mengamati konsumen, dan memahami faktor lingkungan bisnis. Upaya yang dilakukan untuk menerapkan peluang pasar produk non zakat untuk menarik target pasar adalah dengan cara menawarkan produk dan menampilkan keunggulan produk non zakat ke nasabah atau masyarakat agar dapat memenuhi kebutuhan. Nasabah lebih tertarik ke produk non zakat (wadhah) karena ada benefitnya. Tidak ada biaya admin dan bulanan, pembukaan rekening hanya Rp25.000. Untuk target yang utama yaitu ber-usia 17tahun dan mempunyai KTP.

B. Saran

Adapun saran yang dapat peneliti berikan dalam penelitian ini yang mungkin dapat berguna untuk perkembangan Bank Muamalat KCP Metro diantaranya :

1. Kepada pihak Bank Muamalat KCP Metro tetap selalu meningkatkan sosialisasi tentang produk-produk yang ada di Bank untuk meningkatkan kepercayaan masyarakat.
2. Untuk peneliti selanjutnya, agar melakukan penelitian Implementasi market opportunity produk non zakat untuk menarik target pasar di Bank

Muamalat KCP Metro agar data yang didapatkan lebih konkrit sehingga peneliti selanjutnya dapat melengkapi peneliti sebelumnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdur Rahmat Fathoni, *Metodologi Penelitian Dan Teknik Penyusunan Skripsi*,(Jakarta: PT: Rineka Cipta,2011), h. 104
- Aliah Adillah. “*Menganalisis Pasar Dan Perilaku Konsumen.*” *Osf.Oi*. No. 90500120031 2022: Hal 11. <https://osf.io/2t4m7>.
- Awang, *Marketing Funding Bank Muamalat Indonesia KCP Metro*, Wawancara Pada 17 September 2024..
- Bank Muamalat Indonesia . “Annual Report.” dalam www.bankmuamalat.co.id diakses pada tanggal 11 Januari 2024. 18.08.
- Beni Ahmad Saebani & Kadar Nurjaman. *Manajemen Penelitian.* Bandung: CV Pustaka Setia, 2013 Cet.I .
- Di akses dilaman www.bankmuamalat.co.id. Pada 7 Maret 2024
- Eliyha. “*Strategi Pemasaran Tabungan Muamalat PRIMA IB Dalam Meningkatkan Dana Tabungan Pada Bank Muamalat Indonesia.*” UIN Syarif Hidayatulloh, 2014.
- Fadhil Awang Pone, *Marketing Funding Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu Metro Lampung*, Wawancara 1 Juni 2024
- Helaluddin, Hengky Wijaya, "*Analisis Data Kualitatif Sebuah Tinjauan Teori dan Praktik.*" (Cet. 1,2019) .22
- Hendri Prayoga, *Customer Service Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu Metro Lampung*, wawancara pada 21 November 2023
- Hendri, *Customer Service Bank Muamalat Indonesia KCP Metro*, Wawancara Pada 17 September 2024..
- Indra Syafii and Isnaini Harahap. “Peluang Perbankan Syariah Di Indonesia.” Seminar Nasional Teknologi Komputer & Sains SAINTEKS. no. 7 2020: 666–69. <https://prosiding.seminar-id.com/index.php/sainteks>.
- K Arinawa. “*Implementasi Strategi Bauran Promosi Pada Produk Pembiayaan Griya BSM: Studi Kasus PT Bank Syariah Mandiri Lumajang.*” 2017. <http://etheses.uin-malang.ac.id/5970/>.
- Kotler, “*Rethinking Marketing: Sustainable Marketing Enterprise in Asia* - Philip Kotler - Google Buku,” 2008,.
- Kotler. dan Keller, 2021. *Manajemen pemasaran*. Edisi 12. Jakarta: Erlangga.

- Leon G. Schiffman, Leon Kanuk, and A. Coskun Kaya. *Consumer Behavior* 2009
- Lexy J Moloeng. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosakarya. 2009. 248.
- Lexy J. Moleong. "Metode penelitian kualitatif." Bandung: Remaja Rosdakarya, 2014. 26
- Liharman Saragih SE.MM. Lili Fadli Muhamad. S. Ag.. M.M.. M.Pd.. CBPA. Fransiskus Korosando. S.Pd.. M.Pd. Siti Nurkomariyah. SST. M.M. Annisa Indah Mutiasari. SE.. MM. Sri Umiatun Andayani. S. Sos. M.Si. Dra. Nurchayati SE MM. Akt.CA. Riko Herdiansah. S.Pt. M.P. Dr.Amruddin.S.Pt.M.Pd.M.Si. Rahmat Hartono. S. Kom. M Kom. *Konsep Dasar Manajemen Pemasaran*, 2023. 42.
- M Nur Fajri. *Branch Manager Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Metro Lampung* . wawancara Pada 21 November 2023
- M. Nur Fajri, *Branch Manager Bank Muamalat Indonesia KCP Metro*, wawancara pada 17 September 2024.
- Made Darsana. Aditya Pandowo. Erni Salijah. Ramon Hurdawaty. Windi Novia Ratri Wardhani. Reni Sulistiyowati. Maria Puspitasari. Muhammad Heykal. Mochammad Henfi Abdul Khoir. *Pemasaran Dalam Industri Pariwisata*, 2023 35.
- Malayu Hasibun. *Dasar-dasar Perbankan*. Jakarta: Bumi Aksara, 2008
- Mamik. "Metodologi Kualitatif - Google Books." *Zifatama Publishing*, 2015.1 manajemen Entrepreneurship Sri Adrianti Muin. Muliana. Eljihad Akbari Syukriah Mathory. Erni Rante Bungin. Helen Adry Irene Sopacua. Murtafia. St. Nurhikma Maulida. Rahmat. Jenica Sampe Pande. *Manajemen Entrepreneurship*, 2022. 87.
- Millies dan Huberman. *Analisis Data Kualitatif* Jakarta: Universitas Indonesia Press.
- Muhammad Ramdhan. "Metode Penelitian." Surabaya: Citra Media Nusantara, 2021. 6-7
- Muliadi Mokodompit, "Implementasi Kebijakan Pendidikan Karakter," (Malang: PT Literasi Nusantara Abadi Group, 2023).71
- Nasabah. *New Chip Pengguna Baru Produk Tabungan iB Hijrah Non Zakat Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu Metro Lampung*. Wawancara 20 Maret 2024

Nila Nurochani, Eddy Jusuf, and Undang Juj. "Strategi Pengembangan Layanan E-Banking Syariah." 2023.

Nunung Nurhayati. Studi Kelayakan Bisnis, 2023.

Nur Khopifah, Tubagus Rifqy Thantawi, and Miftakhul Anwar. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Umkm Mengajukan Pembiayaan Syariah Di Masa Pandemi Covid-19 Studi Pelaku Umkm Di Pasar Leuwiliang Kabupaten Bogor." *Sahid Banking Journal* 2. no. 02 2023: <https://doi.org/10.56406/sahidbankingjournal.v2i02.108>.

Rahmat Ilyas. "Manajemen Permodalan Bank Syariah." *BISNIS : Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam* 5. no. 2 2019: 323. <https://doi.org/10.21043/bisnis.v5i2.3017>.

Sri Adrianti Muin, Muliana, Eljihad Akbari Syukriah Mathory, Erni Rante Bungin, Helen Adry Irene Sopacua, Murtafia, St. Nurhikma Maulida, Rahmat, Jenica Sampe Pande. *Manajemen Entrepreneurship*, 2022. 86-87.

Sugiono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2017.

Tengku Firli Musfar. "Analisis Peluang Pasar Penjualan Pelumas Pertamina Enduro Pada Pt. Natiotama Pusaka Contranda Di Kota Pekanbaru." *Jurnal Online Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Riau* 1. no. 2 2014: 1–15.

Tiara Puspita Sari, "STRATEGI PEMASARAN PRODUK TABUNGAN BERJANGKA PADA BANK SYARIAH MANDIRI (BSM)," UNISMUH KOTA MAKASSAR, 2019.

Website bankmuamalat.co.id/pada tanggal 27 Maret 2024.

LAMPIRAN



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

Jl. Ki. Hajar Dewantara 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507 Fax. (0725) 47296 Website: www.metrouniv.ac.id, e-mail: iaim@metrouniv.ac.id

Nomor : B-3277/In.28.3/D.1/TL.00/11/2023
Lampiran : -
Perihal : **PEMBIMBING SKRIPSI**

Metro, 09 November 2023

Kepada Yth,
Rina El Maza (Dosen Pembimbing Skripsi)
Di-
Tempat

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Dalam rangka menyelesaikan studinya, maka kami mengharapkan kesediaan Bapak/Ibu untuk membimbing mahasiswa dibawah ini:

Nama : Rohaniah Putri Aprilliawati
NPM : 2003021050
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi : Perbankan Syariah
Judul : Implementasi Market Opportunity Produk Non Zakat Untuk Menarik Target Pasar Di Bank Muamalat KCP Metro

Dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Dosen Pembimbing, membimbing mahasiswa sejak penyusunan proposal sampai dengan penulisan skripsi, dengan tugas untuk mengarahkan judul, outline, alat pengumpul data (APD) dan mengoreksi skripsi Bab I s.d Bab IV
2. Waktu menyelesaikan skripsi maksimal 4 (empat) semester sejak SK Pembimbing Skripsi ditetapkan oleh Fakultas
3. Diwajibkan mengikuti pedoman penulisan karya ilmiah/skripsi yang ditetapkan oleh IAIN Metro
4. Banyaknya halaman skripsi antara 60 s.d 120 halaman dengan ketentuan sebagai berikut:
 - a. Pendahuluan \pm 1/6 bagian
 - b. Isi \pm 2/3 bagian
 - c. Penutup \pm 1/6 bagian

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

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Wakil Dekan Bidang Akademik dan
Kelembagaan FEBI

Putri Swastika

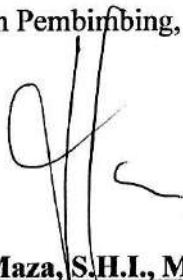
ALAT PENGUMPUL DATA (APD)
IMPLEMENTASI MARKET OPPORTUNITY PRODUK NON ZAKAT
UNTUK MENARIK TARGET PASAR DI BANK MUAMALAT
KCP METRO

A. Wawancara

1. Wawancara dengan *Branch Manager* Bank Muamalat KCP Metro
 - a. Bagaimana penerapan peluang pasar produk non zakat (Tabungan iB Hijrah) yang efektif untuk menarik target pasar di Bank Muamalat KCP Metro?
 - b. Apa kekuatan yang dimiliki Bank Muamalat KCP Metro dalam menerapkan peluang pasar produk non zakat (Tabungan iB Hijrah) ?
 - c. Apa kelebihan produk non zakat (Tabungan iB Hijrah) yang dimiliki Bank Muamalat KCP Metro dalam menarik target pasar?
 - d. Siapa saja target atau sasaran produk non zakat (Tabungan iB Hijrah) ?
 - e. Bagaimana respon masyarakat setelah ditawarkan produk non zakat (Tabungan iB Hijrah)?
2. Wawancara dengan *Customer Service* Bank Muamalat KCP Metro
 - a. Bagaimana upaya *customer service* dalam menerapkan peluang pasar untuk menarik target pasar produk non zakat (Tabungan iB Hijrah) di Bank Muamalat KCP Metro?
 - b. Apa peluang yang dimiliki Bank Muamalat KCP Metro dalam menerapkan peluang pasar produk non zakat (Tabungan iB Hijrah) ?
 - c. Siapa saja target atau sasaran produk non zakat (Tabungan iB Hijrah) ?
 - d. Bagaimana respon masyarakat setelah ditawarkan produk non zakat (Tabungan iB Hijrah)?
 - e. Apakah ada peningkatan nasabah setelah melakukan peluang pasar?
 - f. Bagaimana pelayanan Bank Muamalat KCP Metro terhadap nasabah?
3. Wawancara dengan *Marketing Funding* Bank Muamalat KCP Metro
 - a. Bagaimana upaya *marketing funding* dalam menerapkan peluang pasar untuk menarik target pasar produk non zakat (Tabungan iB Hijrah) di Bank Muamalat KCP Metro?

- b. Apa peluang yang dimiliki Bank Muamalat KCP Metro dalam menerapkan peluang pasar produk non zakat (Tabungan iB Hijrah) ?
 - c. Siapa saja target atau sasaran produk non zakat?
 - d. Bagaimana respon masyarakat setelah ditawarkan produk non zakat (Tabungan iB Hijrah)?
 - e. Apakah ada peningkatan nasabah setelah melakukan peluang pasar?
 - f. Bagaimana pelayanan Bank Muamalat KCP Metro terhadap nasabah?
4. Wawancara dengan Masyarakat Umum
- a. Apakah anda mengetahui bahwa Bank Muamalat KCP Metro memiliki produk non zakat (Tabungan iB Hijrah)?
 - b. Apakah pihak bank pernah menawarkan produk non zakat (Tabungan iB Hijrah) kepada anda?
 - c. Bagaimana respon anda jika ditawarkan produk non zakat (Tabungan iB Hijrah)?
 - d. Apakah anda berminat untuk membuka rekening produk non zakat (Tabungan iB Hijrah)?
 - e. Apakah anda puas dengan produk non zakat (Tabungan iB Hijrah)?

Dosen Pembimbing,



Rina El Maza, S.H.I., M.S.I
NIP. 19840123 200912 2 005

Metro, 06 September 2024
Mahasiswa Ybs,



Rohaniah Putri Apriliawati
NPM. 2003021050



**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-2407/In.28/D.1/TL.00/09/2024
Lampiran : -
Perihal : **IZIN RESEARCH**

Kepada Yth.,
Pimpinan Bank Muamalat KCP
Metro
di-
Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Sehubungan dengan Surat Tugas Nomor: B-2408/In.28/D.1/TL.01/09/2024,
tanggal 12 September 2024 atas nama saudara:

Nama : **ROHANIAH PUTRI APRILLIAWATI**
NPM : 2003021050
Semester : 9 (Sembilan)
Jurusan : S1 Perbankan Syariah

Maka dengan ini kami sampaikan kepada Pimpinan Bank Muamalat KCP Metro bahwa Mahasiswa tersebut di atas akan mengadakan research/survey di Bank Muamalat KCP Metro, dalam rangka menyelesaikan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "IMPLEMENTASI MARKET OPPORTUNITY PRODUK NON ZAKAT UNTUK MENARIK TARGET PASAR DI BANK MUAMALAT KCP METRO".

Kami mengharapkan fasilitas dan bantuan Bapak/Ibu untuk terselenggaranya tugas tersebut, atas fasilitas dan bantuannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Metro, 12 September 2024
Wakil Dekan Akademik dan
Kelembagaan,



NIP



**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

SURAT TUGAS

Nomor: B-2408/In.28/D.1/TL.01/09/2024

Wakil Dekan Akademik dan Kelembagaan Institut Agama Islam Negeri Metro, menugaskan kepada saudara:

Nama : **ROHANIAH PUTRI APRILLIAWATI**
NPM : 2003021050
Semester : 9 (Sembilan)
Jurusan : S1 Perbankan Syari'ah

- Untuk :
1. Mengadakan observasi/survey di Bank Muamalat KCP Metro, guna mengumpulkan data (bahan-bahan) dalam rangka menyelesaikan penulisan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "IMPLEMENTASI MARKET OPPORTUNITY PRODUK NON ZAKAT UNTUK MENARIK TARGET PASAR DI BANK MUAMALAT KCP METRO".
 2. Waktu yang diberikan mulai tanggal dikeluarkan Surat Tugas ini sampai dengan selesai.

Kepada Pejabat yang berwenang di daerah/instansi tersebut di atas dan masyarakat setempat mohon bantuannya untuk kelancaran mahasiswa yang bersangkutan, terima kasih.

Dikeluarkan di : Metro
Pada Tanggal : 12 September 2024

Mengetahui,
Pejabat Setempat

Bank Muamalat
KCP METRO

M. N. FAURIE

Wakil Dekan Akademik dan
Kelembagaan,



NIP



Nomor : 021 /BMI /mTR /IX /2024
Kepada : Wakil Dekan Akademik dan Kelembagaan
Dari : PT Bank Muamalat Indonesia Tbk KCP Metro
Perihal : Surat Keterangan Research

Assalamu'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh

Yang bertanda tangan dibawah ini Pimpinan PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk KCP Metro menerangkan bahwa :

Nama : Rohaniah Putri Aprilliawati
NPM : 2003021050
Semester : 9 (Sembilan)
Jurusan : S1 Perbankan Syariah

Benar telah melaksanakan penelitian sesuai dengan Surat Izin Research Nomor: B-2407/In.28/D.1/TL.00/09/2024 tertanggal 21 September 2024, di Bank Muamalat KCP Metro pada tanggal 17 September 2024.

Demikian Surat Keterangan ini dibuat, agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Assalamu'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh

Metro, 17 September 2024
PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk.


Bank Muamalat
KCP. METRO
Muhammad Nur Fajri
Pimpinan Cabang



**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; pustaka.iain@metrouniv.ac.id

**SURAT KETERANGAN BEBAS PUSTAKA
Nomor : P-1067/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 : ROHANIAH PUTRI APRILLIAWATI
NPM : 2003021050
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 2003021050

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, 21 Oktober 2024
Kepala Perpustakaan

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



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Ki Hajar Dewantara 15A Iringmulyo, Metro Timur, Kota Metro, Lampung, 34111
Telepon (0725) 41507, Faksimili (0725) 47296

SURAT KETERANGAN LULUS PLAGIASI

Yang bertanda tangan di bawah ini menerangkan bahwa;

Nama : ROHANIAH PUTRI APRILLIAWATI
NPM : 2003021050
Jurusan : S1 Perbankan Syariah

Adalah benar-benar telah mengirimkan naskah Skripsi berjudul **IMPLEMENTASI MARKET OPPORTUNITY PRODUK NON ZAKAT UNTUK MENARIK TARGET PASAR DI BANK MUAMALAT KCP METRO** untuk diuji plagiasi. Dan dengan ini dinyatakan **LULUS** menggunakan aplikasi **Turnitin** dengan **Score 24%**.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Metro, 22 Oktober 2024
Ketua Jurusan S1 Perbankan Syariah



Muhammad Ryan Fahlevi
NIP.199208292019031007



KEMENTERIAN AGAMA RI
INSITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111 Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296,
Email : stainjusi@stainmetro.ac.id Website : www.stainmetro.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL SKRIPSI

Nama : Rohaniah Putri Aprilliawati
Npm : 2003021050

Jurusan / Fakultas : PBS / FEBI
Semester / TA : VII / 2023

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
1.	Kamis 02/2023 " "	Bimbingan outline	
2.	Kamis 09/2023 " "	Bimbingan outline ACC	
3.	Kabu, 17/2024 /01	Bimbingan bab 1 1. Produk non zakat ada apa saja? 2. Jumlah nasabahnya? 3. Realisasinya bagaimana?	
4.	Kamis, 14/2024 /03	Bimbingan bab 1 1 paragraf minimal 5 baris pertama langsung bank syariah kedua korelasi produk non zakat yg memiliki potensi pasar yg bagus seberapa penting/seberapa bisa kcapni untuk menarik target pasar kemudian hasil prasarvei dilapangan Bibuat narasi bank muamalat mencapai berapa? target pasar di bank muamalat mencapai berapa? dan to fokus ke 3 tahun terakhir 2021,2022,2023 data nasabah	

Dosen Pembimbing,

Rina El Maza, S.H.I, M.S.I
NIP. 19840123/200912 2 005

Mahasiswa Ybs,

Rohaniah Putri Aprilliawati
NPM. 2003021050



**KEMENTERIAN AGAMA RI
INSITUT AGAMA ISLAM NEGERI
(IAIN) JURAI SIWO METRO**

Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111 Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296,
Email : stainjusi@stainmetro.ac.id Website : www.stainmetro.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL SKRIPSI

Nama : Rohaniah Putri Aprilliawati Jurusan/Fakultas : PBS / FEBI
Npm : 2003021050 Semester / TA : VIII / 2024

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
1	Kamis, 21/2024 /03	Bimbingan BAB 1 Lanjut BAB 2 Sambil revisi sedikit BAB 1	
2.	Kamis, 28/2024 /03	Bimbingan BAB 2 - Tambahkan teori agar tidak susah - Kalo di ebook tidak ada, cari di ebook bahasa asing atau jurnal internasional.	
3.	Kamis, 25/2024 /04	- Revisi BAB 1 - Tambahkan teori minat BAB 2	
4.	Selasa, 7/2024 /05	- Bimbingan BAB 1 dan BAB 2 - Revisi BAB 3 : • Wawancara tambahkan menjadi 15 nasabah • Sumber data primer untuk menentukan teknik sampling yg digunakan adalah dengan snowball (snowball sampling) • Pengertian snowball • Kemudian 15 masyarakat ditulis - Teknik Analisis Data cari di buku Sugiyono	

Dosen Pembimbing,

Rina El Maza, S.H.I, M.S.I
NIP. 19840123 200912 2 005

Mahasiswa Ybs,

Rohaniah Putri Aprilliawati
NPM. 2003021050



**KEMENTERIAN AGAMA RI
INSITUT AGAMA ISLAM NEGERI
(IAIN) JURAI SIWO METRO**

Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111 Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296,
Email : stainjusi@stainmetro.ac.id Website : www.stainmetro.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL SKRIPSI

Nama : Rohaniah Putri Aprilliawati
Npm : 2003021050

Jurusan/Fakultas : PBS / FEBI
Semester / TA : VIII / 2024

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
1.	Rabu, 15/ 2024 /05	Act bab 1 - iii dpt digeminkan	

Dosen Pembimbing,

Rina El Maza, S.H.I, M.S.I
NIP. 19840123 200912 2 005

Mahasiswa Ybs,

Rohaniah Putri Aprilliawati
NPM. 2003021050



**KEMENTERIAN AGAMA RI
INSITUT AGAMA ISLAM NEGERI
(IAIN) JURAI SIWO METRO**

Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111 Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296,
Email : stainjusi@stainmetro.ac.id Website : www.stainmetro.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Rohaniah Putri Aprilliawati
NPM : 2003021050

Jurusan/Fakultas : PBS / FEBI
Semester / TA : IX / 2024

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
1.	Senin, 19 Ags 2024	- Bimbingan APD dan Outline - Menyesuaikan indikator : • Menentukan target pasar • Mengamati konsumen • Memahami lingkungan bisnis	
2.	Jum'at, 6 Sept 2024	ACE APD dan Outline.	
3.	Jum'at, 4 Okt 2024	Bimbingan BAB 4 - ukm dibuat kapital - keluarga muda seperti apa - hasil wawancara dimasukkan	
4.	Selasa, 15 Okt 2024	Bimbingan BAB 4 - Struktur dan tugas dihilangkan - Hasil wawancara dimasukkan ke implementasi - Narasikan menentukan target, mengamati konsumen memahami lingkungan bisnis kemudia hasil analisis.	

Dosen Pembimbing,

Rina El Maza, S.H.I, M.S.I
NIP. 19840123 200912 2 005

Mahasiswa Ybs,

Rohaniah Putri Aprilliawati
NPM. 2003021050



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0726) 41507; Faksimili (0725) 47296;
Website: www.metrouniv.ac.id E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Rohaniah Putri Aprilliawati
NPM : 2003021050

Fakultas/Prodi : FEBI/PBS
Semester/TA : IX/ 2024

No	Hari/ Tanggal	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
1.	Kamis, 17-Oktober-24	Lanjut Bab 5 Kesimpulan dan Saran	
2.	Jumat 18-Oktober-24	Act bab IV - V dapat dihapus & syukur.	

Dosen Pembimbing,

Rina El Maza, S.H.I., M.S.I
NIP. 19840123 200912 2 005

Mahasiswa Ybs,

Rohaniah Putri Aprilliawati
NPM. 2003021050

FORMULIR PEMBUKAAN REKENING PERORANGAN
INDIVIDUAL ACCOUNT OPENING FORM



NASABAH Customer BARU New LAMA Existing CABANG Branch TANGGAL Date

BERTINDAK UNTUK On behalf of DIRI SENDIRI Owner PIHAK YANG DIWAKILI* Beneficial owner

(Data harap ditulis jelas dan terbaca, serta beri tanda ✓ untuk pilihan dalam kotak/ Fill data clearly and eligibly and mark with ✓ for choice in the box)

IDENTITAS NASABAH/CUSTOMER IDENTITY

NAMA SESUAI IDENTITAS Name as identity card _____

JENIS IDENTITAS Identity card type KTP SIM PASPOR KITAP/KITAS LAINNYA _____

NO. IDENTITAS Identity card number _____

BERLAKU HINGGA Expiry date dd / mm / yyyy SEUMUR HIDUP Life time

STATUS KEPENDUDUKAN Residence status PENDUDUK Residence NONPENDUDUK Nonresidence

NAMA ALIAS (jika ada) Alias name (if any) _____

KEWARGANEGARAAN Citizenship WNI Indonesian WNA Foreign citizen

STATUS PERKAWINAN Marital status BELUM MENIKAH Single MENIKAH Married JANDA/DUDA Widow/Widower

AGAMA Religion ISLAM Islam Kristen Christian KATOLIK Catholic HINDU Hindu BUDDHA Buddha KONG HU CHU Kong hu chu LAINNYA Others _____

NAMA GADIS IBU KANDUNG Mother's maiden name _____

DATA NASABAH/CUSTOMER INFORMATION**

NPWP _____

TIN/SSN (diisi jika ada): _____

ALAMAT TINGGAL SEKARANG (diisi jika berbeda dengan kartu identitas) Indonesia current address (please fill if different with ID card) _____

ALAMAT E-MAIL E-mail address _____

TELEPON SELULAR Cellularphone _____

TELEPON RUMAH Landline _____

ALAMAT TINGGAL DI NEGARA LAIN (apabila ada) Foreign current address (if any) _____

DESA/KELURAHAN Subdistrict _____

KECAMATAN District _____

KOTA/KABUPATEN City _____

PROPINSI Province _____ KODE POS Postal code _____

KOTA/KABUPATEN City _____

NEGARA Country _____ KODE POS Postal code _____

PENDIDIKAN SAMPAI DENGAN Education until SMP/Sederajat Junior high school SMU/Sederajat Senior high school DIPLOMA S1 Bachelor S2 Master degree S3 PHD

DATA PEKERJAAN/JOB INFORMATION**

STATUS PEKERJAAN Job status 1 KARYAWAN BANK Bank employee 2 KARYAWAN SWASTA Private company employee 3 PNS/TNI/POLRI/BUMN/BUMD Civil servant/Army/Police/State owned enterprise 4 IBU RUMAH TANGGA*** Housewife 5 PELAJAR *** Student 6 PENDIDIK/GURU Teacher 7 WIRUSAHA Entrepreneur 8 LAINNYA Others _____

INSTITUSI/PERUSAHAAN Institution/Company _____

JABATAN Position _____

BIDANG PEKERJAAN Job sector 1 KEUANGAN Finance 2 JASA NONKEUANGAN Nonfinancial service 3 MANUFAKTUR Manufacture 4 PERDAGANGAN Trade 5 PEMERINTAHAN Government service 6 PELAYANAN PUBLIK Public service 7 PENGAWASAN Supervision 8 LAINNYA Others _____

ALAMAT KANTOR Office address _____

TELEPON KANTOR Office phone _____

ALAMAT SURAT MENYURAT Mailing address ALAMAT IDENTITAS ID address ALAMAT KANTOR Office address ALAMAT TINGGAL SEKARANG Current address

KODE POS Postal Code _____

PENGHASILAN TETAP PER BULAN Monthly fixed income 1 Rp10 juta < IDR10 milion 2 Rp10 juta s.d < Rp50 juta IDR10 milion to IDR50 milion 3 ≥ Rp50 juta ≥ IDR50 milion

PENGHASILAN TIDAK TETAP PER BULAN Monthly other income 1 < Rp10 juta < IDR10 milion 2 Rp10 juta s.d < Rp50 juta IDR10 milion to IDR50 milion 3 ≥ Rp50 juta ≥ IDR50 milion

PENGELUARAN TETAP PER BULAN Monthly fixed expenses 1 Rp10 juta < IDR10 milion 2 Rp10 juta s.d < Rp50 juta IDR10 milion to IDR50 milion 3 ≥ Rp50 juta ≥ IDR50 milion

INFORMASI PENGHASILAN TAMBAHAN Additional income source 1 KERJA PARUH WAKTU Part time job 2 HASIL USAHA Business yield 3 HASIL SEWA Rental yield 4 DIVIDEN Dividend 5 INVESTASI Investment 6 WARISAN Legacy 7 Lainnya Others _____

* Pemilik dana yang sebenarnya, mengendalikan transaksi nasabah, atau memberikan kuasa untuk melakukan transaksi wajib mengisi formulir Data Pelengkap Nasabah
The rightful owner or account administrator or holder of the power of attorney to administer the account is required to fill in the Additional Customer Form

** Tidak perlu diisi jika telah memiliki rekening Bank Muamalat
Not required to fill in if you are an existing account holder of Bank Muamalat

*** Jika mempunyai Beneficial Owner, lengkapi Formulir Data Pelengkap Nasabah
Please fill the Additional Customer Form if customer has Beneficial Owner

PEMBUKAAN REKENING BARU/NEW ACCOUNT OPENING

JENIS PRODUK Product type

1 Tabungan Saving account _____

2 GIRO Current account _____

3 DEPOSITO Time deposit _____

TUJUAN PEMBUKAAN REKENING Purpose of opening account

1 GAJI/TABUNGAN Salary/Saving account _____

2 USAHA Business _____

3 PENJUALAN ASET Sales of assets _____

4 LAINNYA Others _____

SETORAN AWAL (TABUNGAN/GIRO) Initial deposit (Saving account/Current account) _____

TUJUAN PEMBUKAAN REKENING Purpose of opening account

1 GAJI/TABUNGAN Salary/Saving account _____

2 USAHA Business _____

3 INVESTASI Investment _____

4 LAINNYA Others _____

TUJUAN PEMBUKAAN REKENING Purpose of opening account

1 GAJI/TABUNGAN Salary/Saving account _____

2 USAHA Business _____

3 INVESTASI Investment _____

4 LAINNYA Others _____

TUJUAN PEMBUKAAN REKENING Purpose of opening account

1 GAJI/TABUNGAN Salary/Saving account _____

2 USAHA Business _____

3 INVESTASI Investment _____

4 LAINNYA Others _____

LAYANAN ELEKTRONIK/ELECTRONIC INFORMATION FACILITIES

FASILITAS REKENING YANG DIGUNAKAN Facilities account used

ATM/DEBIT CARD MOBILE BANKING INTERNET BANKING PHONE BANKING

TIPE KARTU DEBIT Debit card type

CLASSIC GOLD PLATINUM PRIORITAS

LAYANAN NOTIFIKASI Notification services

TRANSAKSI DEBIT MINIMAL: Min. amount debited from acc. \geq Rp500 ribu \geq IDR500 thousand \geq Rp 1 juta \geq IDR1 milion \geq Rp1,5 juta \geq IDR1.5 milion \geq Rp2 juta \geq IDR2 milion LAINNYA Others _____

TRANSAKSI KREDIT MINIMAL: Min. amount credited to the acc. \geq Rp500 ribu \geq IDR500 thousand \geq Rp 1 juta \geq IDR1 milion \geq Rp1,5 juta \geq IDR1.5 milion \geq Rp2 juta \geq IDR2 milion LAINNYA Others _____

LAYANAN AUTO BALANCE: Auto balance service

Nomor Rek. Debit: _____ Min Saldo Balance Akhir Hari: _____ Nomor Rekening Kredit: _____

Catatan: Layanan notifikasi hanya berlaku untuk rekening transaksional
Notes: Notification services only for transactional account

DEPOSITO/TIME DEPOSIT

NOMINAL Amount _____ **TERBILANG** In words _____

JANGKA WAKTU Term of period

1 Bulan 1 Month 3 Bulan 3 Month 6 Bulan 6 Month 12 Bulan 12 Month

PEMBAYARAN BAGI HASIL Profit Sharing Payment

MENAMBAH POKOK Added to the principal

PINDAH BUKU/TRANSFER KE NOMOR REKENING Overbooking/Transfer to account number _____ **ATAS NAMA** On behalf of _____

DIPERPANJANG OTOMATIS Automatic renewal/rollover

YA Yes TIDAK No

SUMBER PENEMPATAN DANA Source of fund placement

TUNAI Cash DEBIT REKENING Account debit **TABUNGAN/GIRO (coret yang tidak perlu) NO. REK.** Saving account/Current account (cross out whichever unnecessary) acc. no. _____ **ATAS NAMA** On behalf of _____

PENCAIRAN JATUH TEMPO Disbursement at maturity

PINDAH BUKU KE NOMOR REKENING Overbooking to account number _____ **ATAS NAMA** On behalf of _____

TABUNGAN RENCANA/PLAN SAVING ACCOUNT

SETORAN RUTIN PER BULAN (Rp) Monthly deposit (IDR) _____

JANGKA WAKTU HINGGA BULAN Term of period _____ **TAHUN** Year _____

ANGSURAN DILAKUKAN TANGGAL Monthly deposit date

_____ **SETIAP BULAN** Every month _____

SETORAN RUTIN DIDEKET DARI NOMOR REKENING Automatic debit from account number _____ **ATAS NAMA** On behalf of _____

PEMBAYARAN ZAKAT, INFAK, SEDEKAH (ZIS) SECARA OTOMATIS/AUTOMATIC PAYMENT OF ZAKAT, INFAQ, SEDEKAH (ZIS)

APAKAH 2,5% DARI BAGI HASIL/BONUS YANG AKAN DITERIMA DIPOTONG ZAKAT (bila tidak mencapai nisab akan menjadi sedekah) Will 2.5% received profit sharing/bonuses be reduced by zakat (if nisab is not reached, it will be considered as alms) YA Yes TIDAK No

APAKAH ANDA AKAN MEMBAYAR INFAK/SEDEKAH SECARA RUTIN SETIAP BULAN Will you pay regular infaq monthly YA Yes TIDAK No

SEBESAR (Rp) In the amount of (IDR) _____ **TERBILANG** In words _____

MELALUI Through

BAITULMAAL MUAMALAT **NOMOR REKENING** Account number _____

LEMBAGA LAIN Others _____ **BANK** BANK _____

_____ **NOMOR REKENING** Account number _____

DEKLARASI COMMON REPORTING STANDARDS (CRS) DAN FATCA/CRS AND FATCA DECLARATION

1. Apakah Anda Memiliki Permanent Residence atau Green Card?

Do you have permanent residence or green card?

YA*
Yes

TIDAK
No

2. Apakah Anda Memiliki Kewajiban Pelaporan Pajak di Negara Luar Indonesia?

Do you have a tax reporting obligations in country outside Indonesia?

YA*
Yes

TIDAK
No

3. Apakah Anda Memberikan Surat Intruksi di Bank Mana pun untuk Melakukan Transfer Dana pada Rekening yang Terdapat di Bank Luar Negara Indonesia?

Do you have standing instruction to pay amounts from this account to an account maintained outside Indonesia?

YA*
Yes

TIDAK
No

Catatan / Notes:

1. * Jika YA, sebutkan Negara yang dimaksud

If YES, please specify the destination country

2. Jika pilihan "YA" pada pernyataan No. 1 & 2 lengkapi dokumen sesuai dengan pilihan "Negara" sebagai berikut:

If any answer of no. 1 & 2 above question is "Yes", please complete any form according to "Country" choice:

- **United State of America (USA):** Lengkapi Form W-9 (Request for Taxpayer Identification Number) dan TIN/SSN/please complete W-9 Form and TIN/SSN

- **CRS Countries:** Lengkapi Tax Identification Number (TIN)/please submit TIN

3. Jika pilihan "YA" pada pernyataan No.3 dengan pilihan Negara United State of America (USA), lengkapi Form W-8 BEN (Perorangan)

If "Yes", on question no.3 with choice country United State of America (USA), please complete W-8 BEN Form (Individual)

AKAD

Nasabah dan Bank bersepakat melakukan Akad

1. Akad Pertama (pilih sesuai jenis Akad):

Wadiah Yad Dhamanah

(1) Nasabah dengan ini menitipkan dana kepada Bank dengan melakukan setoran awal sebesar jumlah nominal yang tercantum pada isian **Setoran Awal** (Tabungan/Giro), dan Bank bersedia menerima penitipan serta diperbolehkan untuk mengelola dana yang dibukukan dalam bentuk rekening atas nama Nasabah. Bank dapat memberi bonus kepada Nasabah sesuai ketentuan Bank. Nasabah setuju bahwa keuntungan dari manfaat yang diterima dari hasil pengelolaan dana titipan tersebut menjadi hak Bank.

Mudharabah Muthalaqah

(1) Nasabah dengan ini menginvestasikan dana kepada Bank dengan melakukan setoran awal sebesar jumlah nominal yang tercantum pada isian **Setoran Awal** (Tabungan/Giro) atau **Nominal** (Deposito), dan Bank bersedia menerima serta mengelola dana yang dibukukan dalam bentuk rekening atas nama Nasabah.

(2) Bank dan Nasabah sepakat berbagi hasil atas dana yang diinvestasikan Nasabah dengan nisbah bagi hasil sebesar% (..... persen) untuk Nasabah dan sebesar% (..... persen) untuk Bank

(3) Pembayaran Bagi Hasil dilakukan sesuai dengan nisbah bagi hasil yang disepakati Bank dan Nasabah dalam 1 (satu) periode distribusi bagi hasil usaha dengan ketentuan bahwa nisbah bagi hasil yang disepakati Bank dan Nasabah masih berlaku dan belum dilakukan perubahan atas nisbah bagi hasil tersebut oleh Bank dan Nasabah

(4) Dalam hal realisasi pembayaran bagi hasil yang dilakukan hasilnya lebih rendah dari pendapatan yang diproyeksikan Bank, Bank dapat melepaskan haknya atas bagi hasil milik Bank untuk menambah bagi hasil Nasabah sesuai ketentuan yang berlaku di Bank.

2. Akad Kedua: Ijarah (tidak berlaku untuk deposito)

Nasabah dengan ini setuju dan sepakat untuk mengewa fasilitas layanan yang melekat pada produk ini dan Bank berhak mengenakan biaya atas layanan perbankan dari Bank.

3. Syarat-syarat lain dari Akad ini mengacu pada Ketentuan dan Persyaratan Pembukaan Tabungan/Giro/Deposito* yang merupakan lampiran dan bagian yang tidak terpisahkan dari Akad ini.

Perjanjian ini telah disesuaikan dengan ketentuan Peraturan Perundang-Undangan termasuk ketentuan peraturan Otoritas Jasa Keuangan. Demikian akad ini dibuat secara musyawarah dan mufakat yang berlaku sejak tanggal penandatanganan.

PERNYATAAN NASABAH/CUSTOMER DISCLAIMER

Dengan menandatangani formulir ini, maka saya menyatakan:

1. Data pribadi yang saya berikan dalam formulir ini adalah benar sesuai dengan dokumen identitas diri dan dokumen terkait lainnya yang berlaku;
2. Bank dapat melakukan pemeriksaan terhadap kebenaran data yang diberikan dan saya dengan ini membebaskan Bank dari segala tuntutan, gugatan, dan/atau tindakan hukum lainnya yang timbul sehubungan dengan hal tersebut dan pengisian formulir ini;
3. Telah membaca dan menyetujui segala ketentuan sebagaimana tertuang pada Ketentuan dan Persyaratan Pembukaan Tabungan/Giro/Deposito* yang merupakan lampiran dan bagian yang tidak terpisahkan dari formulir ini;
4. Telah memahami dan menyetujui semua konsekuensi penggunaan produk ini, termasuk manfaat, risiko, dan berbagai biaya yang melekat pada produk yang akan dimanfaatkan sesuai pilihan saya;
5. Telah mengetahui, memahami, dan bertanggung jawab terhadap risiko penggunaan dana yang terdapat dalam rekening, fasilitas rekening, dan kartu ATM (produk Tabungan dan Giro), termasuk juga penggunaan Cek atau Bilyet Giro (khusus Giro) sebagai media penarikan dan/atau pemindahbukuan dana dalam rangka transaksi sesuai dengan prosedur dan ketentuan yang berlaku pada Bank;
6. Jika transaksi yang dilakukan merupakan obyek dari *Foreign Account Tax Compliance Act (FATCA)*** atau *Common Reporting Standard (CRS)***, saya menyatakan tunduk kepada peraturan **FATCA/CRS** yang ditetapkan oleh Pemerintah **Negara terkait**, memberikan kuasa dan persetujuan kepada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk untuk menyerahkan informasi dan data keuangan sesuai ketentuan FATCA/CRS yang berlaku;
7. Dalam rangka memenuhi ketentuan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia tentang Besaran Nilai Simpanan yang Dijamin Lembaga Penjamin Simpanan (LPS), saya menyatakan setuju dan bersedia menerima risiko bahwa klaim penjaminan atas simpanan tidak akan dibayar apabila simpanan yang saya tempatkan di PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk tidak memenuhi ketentuan penjaminan simpanan, atau dinyatakan sebagai klaim penjaminan tidak layak dibayar sebagaimana yang telah ditetapkan oleh LPS;

*) Coret yang tidak perlu/Cross out whichever unnecessary

) **Foreign Account Tax Compliance Act (FATCA) merupakan peraturan pemerintah Amerika Serikat yang mengatur kewajiban bagi para *Foreign Financial Institution (FFI)* untuk memberikan laporan keuangan kepada *International Revenue Service (IRS)* mengenai rekening milik warga Amerika Serikat yang terdapat dalam FFI/*Foreign Account Tax Compliance Act (FATCA) means government regulation of United States governing obligations for Foreign Financial Institution (FFI) to provide financial statement to the International Revenue Service (IRS) on account of United State Citizen contained in FFI.*

Common Reporting Standard (CRS) adalah standar pertukaran informasi keuangan secara otomatis untuk kepentingan perpajakan termasuk penjelasan yang disusun oleh *Organisation for Economic Cooperation and Development (OECD)* bersama dengan negara anggota G20 (*Group of Twenty G20*)/*Common Reporting Standard (CRS) is a standard automatic exchange of financial information purposes, including explanations compiled by the Organization for Economic Cooperation and Development (OECD) along with members of the G20 Standard (CRS) is a standard automatic exchange of financial information.*

8. Sesuai ketentuan yang berlaku mengenai Prinsip Mengenal Nasabah bahwa setiap calon Nasabah/Nasabah wajib menyerahkan Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP) sebagai salah satu persyaratan pembukaan rekening di Bank. Dalam hal Nasabah hanya membuka rekening Tabungan atau Deposito dan belum dapat menyerahkan NPWP kepada BANK, maka Nasabah menyatakan sebagai berikut:

- Saya adalah Wajib Pajak yang memperoleh penghasilan melebihi Penghasilan Tidak Kena Pajak (PTKP) namun hingga saat ini belum dapat menyerahkan NPWP kepada Bank
- Saya tidak diwajibkan mendaftarkan diri sebagai Wajib Pajak dengan alasan (pilih salah satu):
- Memiliki penghasilan yang tidak melebihi Penghasilan Tidak Kena Pajak (PTKP)
 - Tidak bekerja/tidak memiliki penghasilan
 - Lainnya:

Apabila di kemudian hari saya memiliki NPWP atau telah memenuhi persyaratan sebagai Wajib Pajak sesuai dengan ketentuan Peraturan Perundang-Undangan yang berlaku, maka saya akan menyerahkan NPWP tersebut kepada Bank;

9. Jika terdapat perubahan data atau informasi termasuk tapi tidak terbatas perubahan data nomor telepon seluler dan/atau informasi lainnya yang telah saya berikan kepada Bank, maka saya akan memberitahukan perubahan data atau informasi tersebut kepada Bank dalam jangka waktu selambat-lambatnya 30 (tiga puluh) hari kalender terhitung sejak terjadinya perubahan perubahan tersebut atau dalam jangka waktu lain yang akan diberitahukan oleh Bank kepada Nasabah dalam bentuk dan melalui sarana apa pun;

10. Setuju bahwa PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk berhak mengakhiri hubungan dengan Nasabah jika di kemudian hari dapat dibuktikan bahwa saya telah memberikan data atau informasi yang tidak benar, tidak akurat, atau tidak lengkap, atau saya tidak memberitahukan perubahan data atau informasi terkait Nasabah kepada Bank Muamalat dalam jangka waktu yang ditentukan;

11. Nasabah dengan ini menyatakan:

- SETUJU TIDAK SETUJU

Bank menggunakan dan memberikan data dan/atau informasi pribadi saya kepada pihak lain yang bekerja sama dengan Bank, serta menerima informasi produk dan atau layanan melalui sarana komunikasi pribadi pada jam kerja atau di luar jam kerja.

Tambahan Khusus Layanan Informasi Elektronik

12. Dengan ini saya bersedia mengaktifkan fasilitas *roaming* dari kartu telepon seluler saya untuk dapat menikmati fasilitas SMS notifikasi saat saya berada di luar negeri;

13. Apabila saya tidak mengisi pilihan nominal transaksi pada layanan notifikasi yang dikehendaki untuk menerima layanan ini, maka dianggap saya mengikuti ketentuan *default* layanan yang berlaku;

15. Bersedia ditutupnya layanan notifikasi secara otomatis apabila biaya atas notifikasi tersebut tidak dapat ditagihkan kepada rekening Nasabah dikarenakan saldo tidak cukup (di bawah saldo minimum ketentuan produk).

Dengan ditandatanganinya Formulir Pembukaan Rekening Perorangan ini, saya menyatakan bahwa seluruh data isian dan pilihan yang saya berikan adalah benar dan saya menyatakan tunduk pada ketentuan produk/atau layanan yang berlaku berikut perubahannya di kemudian hari sebagaimana yang diberitahukan oleh PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk melalui jaringan kantor/surat /email/media lainnya serta tunduk dan terikat pada peraturan yang berlaku di PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk, Bank Indonesia (BI)/Otoritas Jasa Keuangan (OJK), dan Fatwa Dewan Syariah Nasional (DSN) yang merupakan satu kesatuan dan bagian yang tidak terpisahkan dari formulir ini.

Para Pihak,

BANK Bank	NASABAH Customer
TANGGAL Date	TANGGAL Date
	duty stamp
TANDA TANGAN Signature	TANDA TANGAN Signature

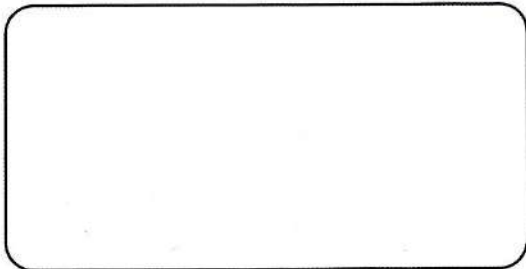
UNTUK KEPERLUAN BANK DAN VALIDASI/FOR BANK AND VALIDATION

NAMA REKENING Account name	<input type="text"/>	NAMA PRODUK Product name	<input type="text"/>
NOMOR REKENING Account number	<input type="text"/>	KODE PRODUK Product code	<input type="text"/>
NOMOR NASABAH Customer number	<input type="text"/>	KODE MARKETING Marketing code	<input type="text"/>
KODE CABANG Branch code	353	KODE REFERENSI Referral code	<input type="text"/>
NOMOR NASABAH JOINT OR/AND Joint Or/And customer number	-	NASABAH TERKAIT FATCA Related FATCA	<input type="checkbox"/> YA Yes <input checked="" type="checkbox"/> TIDAK No
HUBUNGAN NASABAH DENGAN PIHAK BANK Customer relation with bank	-	NASABAH TERKAIT CRS Related CRS	<input type="checkbox"/> YA Yes <input checked="" type="checkbox"/> TIDAK No
		PEPS Politically Exposed Persons	<input type="checkbox"/> YA Yes <input checked="" type="checkbox"/> TIDAK No

BANK Bank	Disetujui oleh Approved by	Screening dan diproses oleh Screening and processed by
 HENDRI PRAYOGA Customer Service TTD dan nama lengkap	TTD dan nama lengkap	<input checked="" type="checkbox"/> UN List / blacklist lainnya <input type="checkbox"/> DHN List (khusus Giro)  HENDRI PRAYOGA Customer Service TTD dan nama lengkap





Buka rekening online sekarang juga melalui:

 **Muamalat DIN**
The New Mobile Banking




 0812 8065 1800

www.bankmuamalat.co.id | SalaMuamalat 1500016

 BankMuamalatIndonesia  Bank Muamalat  BankMuamalat  BankMuamalat

 **Bank Muamalat**
Pertama Murni Syariah

Tabungan Hijrah 

**TABUNGAN UNTUK SEMUA
TRANSAKSI KEUANGANMU**

Bebas Biaya
Bulanan

Setoran
Ringan




Beragam
Promo
dan Subsidi

Dilengkapi
Aplikasi
Muamalat DIN



#AyoHijrah

PT Bank Muamalat Indonesia Tbk is a Subsidiary of 

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

Tabungan Hijrah TM



Sesuai Syariah

Dapatkan ketenangan batin dari produk perbankan yang menjaga kemurnian kaidah syariah



Tepercaya

Dipersembahkan oleh bank pertama murni syariah yang telah teruji melewati tahunan pengalaman



Mudah & Praktis

Bisa buka rekening online melalui Muamalat DIN tanpa ke cabang & transaksi di mana saja dan kapan saja dengan layanan e-Banking Muamalat



Nyaman

Dilengkapi dengan Kartu Shar-E Debit Muamalat yang dapat digunakan bertransaksi di seluruh dunia melalui jaringan ATM Muamalat, ATM Plus/Visa, ATM Bersama, ATM Prima dan merchant Visa



Terjangkau

Bebas biaya layanan bulanan dan setoran awal ringan

Fitur & Benefit

Setoran awal	Rp 25.000	Dapatkan 5x subsidi biaya transaksi setelah 5x transaksi setiap bulan. Transaksi meliputi transfer online, BI Fast, Payment (Listrik, Telkom dan TV kabel) dan Top Up e-wallet hanya melalui Muamalat DIN.
Saldo minimum	Rp 25.000	
Biaya layanan per bulan	Gratis	
Biaya penutupan rekening	Rp 25.000	
Biaya rekening pasif (Dorman)* per bulan	Rp 2.500	Berkesempatan mendapatkan bebas biaya Tarik tunai di ATM Prima dan Bersama sesuai ketentuan Bank yang berlaku
Biaya kartu debit	· Shar-e Reguler (GPN): Gratis	
	· Shar-e Classic (Visa Platform): Rp 2.500 · Shar-e 1HRAM/Prioritas (Visa Platform): Rp 5.000	
Biaya SMS OTP Debit Online	Rp 600	Dapatkan subsidi 50% untuk transaksi belanja pertama kali (First Swipe Experience) maksimum Rp 25.000 tanpa pembelanjaan minimum.
Biaya SMS Notifikasi	Rp 600	
Biaya e-mail Notifikasi	Gratis	

*)Rekening dorman adalah rekening yang tidak melakukan transaksi debit dan kredit (selain transaksi sistem) selama 6 bulan berturut turut.

Media Transaksi

Nikmati kemudahan transaksi kapan pun dan di mana pun.

Muamalat DIN

Buka rekening online tanpa harus datang ke Bank dan nikmati beragam fitur untuk semua kebutuhan transaksi

Fitur Finansial

- Layanan Transfer online/BI Fast/SKN
- Pembayaran (Utilitas Publik/Telekomunikasi/pendidikan/Tiket dll)
- Top Up OVO, GoPay, LinkAja, DANA, ShopeePay, dan TapCash BNI
- Fitur pembayaran QRIS yang terhubung dengan Bank dan Non Bank

Fitur Non Finansial

- Layanan informasi berbagai produk Bank Muamalat, lokasi ATM dan kantor cabang
- Didukung dengan fitur Hijrah Lounge: Jadwal Salat, Arah Kiblat, Kalkulator Zakat, Al Quran, Doa Harian serta Masjid Terdekat
- Kemudahan mendapatkan bantuan layanan perbankan yang terhubung dengan WhatsApp resmi Bank Muamalat

Keunggulan Lainnya

- Biometric Login: Login dengan sidik jari, lebih mudah dan aman
- Single portfolio view: memudahkan Nasabah melihat ringkasan seluruh portofolio di Bank Muamalat
- Smart transfer: lebih praktis dengan pilihan penyimpanan nomor rekening yang sering jadi tujuan transfer
- Tingkat keamanan tinggi: dilengkapi fitur keamanan terbaru autoread OTP

Shar-E Debit Card

Nasabah dapat memilih jenis kartu debit



- Kemudahan transaksi dan belanja di seluruh ATM Bank Muamalat/ATM Prima/ATM Bersama serta ATM/merchant berlogo Visa dan Plus untuk transaksi di luar negeri
- Layanan Debit Online / e-commerce
- Beragam promo menarik untuk belanja di merchant yang bekerja sama
- Fitur khusus Shar-E Debit 1HRAM di Indonesia hingga Arab Saudi

DOKUMENTASI



Wawancara dengan *Branch Manager*



Wawancara dengan *Customer Service*



Wawancara dengan *Marketing Funding*



Wawancara dengan Nasabah *New Chip* Tabungan IB Hijrah



Wawancara dengan Nasabah New Chip Tabunga IB Hijrah

RIWAYAT HIDUP



Rohaniah Putri Aprilliawati lahir di Desa Nampirejo Kecamatan Batanghari Kabupaten Lampung Timur pada tanggal 02 April 2002. Anak kedua dari dua bersaudara pasangan Bapak Julianto dan Ibu Sihyatin.

Adapun riwayat pendidikan yang di tempuh oleh penulis adalah sebagai berikut :

1. TK Pertiwi V Nampirejo lulus pada tahun 2008
2. SD Negeri 2 Banarjoyo lulus pada tahun 2014.
3. SMP N 1 Batanghari lulus pada tahun 2017
4. SMA N 1 Batanghari lulus pada tahun 2020.

Setelah itu melanjutkan pendidikan di Institus Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan S1 Perbankan Syariah lulus pada tahun 2024.