

SKRIPSI

**IMPLEMENTASI STRATEGI PROMOSI DALAM
PENINGKATAN NASABAH PADA PRODUK TABUNGAN HAJI DAN
UMROH DIMASA PANDEMI COVID-19
(Study Kasus Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Metro)**

Oleh:

**MERRY SILVIANICA
NPM. 1804100061**



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

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
1443 H / 2021 M**

**IMPLEMENTASI STRATEGI PROMOSI DALAM
PENINGKATAN NASABAH PADA PRODUK TABUNGAN HAJI DAN
UMROH DIMASA PANDEMI COVID-19
(Study Kasus Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Metro)**

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

Oleh :

Merry Silvianica

NPM. 1804100061

Pembimbing I : Liberty, S.E., M.A

Jurusan S1 Perbankan Syariah

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
1443 H / 2021 M**



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

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo, Metro Timur Kota Metro Telp. (0725) 41507
Fax. (0725) 47296

NOTA DINAS

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

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

Assalamu'alaikum Wr. Wb

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

Nama : MERRY SILVIANICA
NPM : 1804100061
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : S1 Perbankan Syariah
Judul Skripsi : IMPLEMENTASI STRATEGI PROMOSI DALAM
PENINGKATAN NASABAH PADA PRODUK
TABUNGAN HAJI DAN UMROH DIMASA PANDEMI
COVID-19 (Study Kasus-Bank Muamalat Kantor Cabang
Metro)

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

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Metro, Oktober 2021
Dosen Pembimbing

Liberty, S.E., M.A
NIP. 19740824 200003 2 002

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul Skripsi : IMPLEMENTASI STRATEGI PROMOSI DALAM
PENINGKATAN NASABAH PADA PRODUK
TABUNGAN HAJI DAN UMROH DIMASA PANDEMI
COVID-19 (Study Kasus Bank Muamalat Kantor Cabang
Metro)
Nama : MERRY SILVIANICA
NPM : 1804100061
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : S1 Perbankan Syariah

MENYETUJUI

Untuk di Munaqosyahkan dalam sidang Munaqosyah Fakultas Ekonomi
dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Metro.

Metro, Oktober 2021
Dosen Pembimbing



Liberty, S.E., M.A
NIP. 19740824 200003 2 002



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

Jalan Ki Hajar Dewantara Kampus 15 Aringmulyo Kota Metro Lampung 34111

Telex (0725) 41507, Fax (0725) 47296 Website: www.metrouniv.ac.id E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

PENGESAHAN SKRIPSI

No. B-0046 / In-28.3 / D / PP.00.9/1/2022

Skripsi dengan Judul: IMPLEMENTASI STRATEGI PROMOSI DALAM PENINGKATAN NASABAH PADA PRODUK TABUNGAN HAJI DAN UMROH DIMASA PANDEMI COVID-19 (Study Kasus Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Metro), Disusun oleh: MERRY SILVIANICA, NPM: 1804100061, Jurusan: S1 Perbankan Syariah, telah diujikan dalam Sidang Munaqosyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada hari/tanggal: Selasa/ 28 Desember 2021.

TIM PENGUJI:

Ketua/Moderator : Liberty, S.E., M.A

Penguji I : Rina El Maza, S.H.I., M.S.I

Penguji II : Hotman, M.E.Sy

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 STRATEGI PROMOSI DALAM PENINGKATAN NASABAH PADA PRODUK TABUNGAN HAJI DAN UMROH DIMASA PANDEMI COVID-19 (Study Kasus Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Metro)

**Oleh :
MERRY SILVIANICA
NPM. 1804100061**

Dalam menjalankan suatu keberhasilan di dalam dunia perbankan, strategi promosi merupakan suatu hal yang sangat penting khususnya pada saat pandemi covid-19 ini. Strategi promosi merupakan suatu strategi yang sangat berpengaruh dengan tujuan dan cita-cita keberhasilan dalam perusahaan khususnya di dunia perbankan. Dalam menjalankan strategi promosi peran seorang pegawai sangat penting, khususnya kepala cabang dan marketing dalam dunia perbankan. Strategi promosi yang dilakukan harus selalu diperhatikan dan melakukan strategi promosi dengan baik terhadap nasabah, hal tersebut bertujuan agar nasabah merasa puas dan menjadikan suatu keputusan untuk calon nasabah tersebut menjadi nasabah tabungan haji dan umrah.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis implementasi strategi promosi yang akan dilakukan oleh Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Metro dalam hal meningkatkan nasabah dalam produk tabungan haji dan umroh dimasa pandemi covid-19. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan metode *Field Research* (Penelitian Lapangan) dengan pendekatan kualitatif. Sedangkan dalam pengumpulan datanya dilakukan dengan cara wawancara dan juga dokumentasi.

Dari hasil penelitian, strategi promosi yang dilakukan oleh pihak Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Metro sangatlah baik sehingga dalam jumlah nasabahnya pada tahun 2020 dapat mengalami kenaikan, dan tidak hanya itu dalam hal mengatasi kendala yang dihadapi Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Metro juga sudah cukup baik.

ORISINALITAS PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Merry Silvianica
NPM : 1804100061
Jurusan : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

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

Metro, Oktober 2021

Yang Menyatakan



Merry Silvianica
NPM. 1804100061

MOTTO

مَنْ عَمِلَ صَالِحًا مِّنْ ذَكَرٍ أَوْ أُنْثَىٰ وَهُوَ مُؤْمِنٌ فَلَنُحْيِيَنَّهٗ حَيٰوةً طَيِّبَةً ۗ
وَلَنَجْزِيَنَّهُمْ أَجْرَهُمْ بِأَحْسَنِ مَا كَانُوا يَعْمَلُونَ ﴿٩٧﴾

Artinya : *Barangsiapa yang mengerjakan amal saleh, baik laki-laki maupun perempuan dalam Keadaan beriman, Maka Sesungguhnya akan Kami berikan kepadanya kehidupan yang baik[839] dan Sesungguhnya akan Kami beri Balasan kepada mereka dengan pahala yang lebih baik dari apa yang telah mereka kerjakan. (An-Nahl :97)*

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah saya ucapkan kepada Allah SWT, dengan rasa syukur dan rasa bahagia peneliti persembahkan skripsi ini sebagai ungkapan rasa hormat dan cinta kasih sayang tulus kepada :

1. Kedua Orang Tua tercinta Ibu Dewi Irawati dan Ayahanda Ngadiman yang sangat peneliti sayangi, yang selalu mendoakan, memberikan kasih sayang begitu luar biasa serta dukungan dan doanya dalam keberhasilan menyelesaikan studi di IAIN Metro.
2. Kedua adik perempuan dan laki-laki, Vina Cintya Natasya dan Aldi Fernanda yang selalu memberikan semangat serta keluarga besarku terimakasih atas semua doanya dan nasehat untuku sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
3. Sahabat tercinta Dwi Prayogo, Inggit Eka Setiarini, Nabila Puspasari, dan Evi Anggraeni, yang selalu menemani peneliti dalam suka maupun duka dan selalu memberikan motivasi agar dapat berwisuda bersama.
4. Serta Almamater peneliti Institut Agama Islam Negeri Metro Lampung yang selalu peneliti banggakan.

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

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Assalamu 'alaikum warahmatullahi wabarokatu

Alhamdulillahirabbil'alamin. Dengan menyebut atas nama Allah yang Maha Pengasih dan Maha Penyayang, dengan ini peneliti mengucapkan puji dan syukurnya atas kehadiran Allah, yang telah melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya kepada peneliti, Dengan demikian peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan cukup baik. Kemudian daripada itu skripsi berikut disusun sebagai salah satu bukti persyaratan dalam menyelesaikan Program Strata Satu (S1) dengan Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro agar dapat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

Didalam proses penyelesaian dari skripsi ini, peneliti telah banyak menerima bantuan serta bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu peneliti disini mengucapkan terima kasih kepada :

1. Ibu Dr. Hj. Siti Nurjanah, M.Ag.,PIA selaku Rektorat IAIN Metro.
2. Bapak Mat Jalil, M.Hum Selaku sebagai Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro.
3. Bapak Muhammad Ryan Fahlevi M.M Selaku sebagai Ketua Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro.
4. Bunda Liberty, SE.MA selaku sebagai dosen Pembimbing 1, yang telah senantiasa memberikan bimbingannya dalam penyusunan skripsi ini hingga selesai.

5. Bapak dan Ibu Dosen IAIN Metro yang telah memberikan ilmu dan pengalaman selama masa perkuliahan kepada peneliti.
6. Kedua Orang tua tercinta yang pertama kepada Ayah Ngadiman serta Ibunda Dewi Ernawati yang senantiasa telah mendoakan, meridhoi, mendukung, mendorong, dan melimpahkan kasih sayangnya kepada peneliti selama masa perkuliahan.

Dengan ini peneliti selalu berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi seluruh pembaca. Kritik serta saran demi kesempurnaan skripsi ini akan peneliti terima dengan baik dan tangan terbuka.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarokatuh

Metro, Oktober 2021



Merry Silvanica
NPM. 1804100061

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
NOTA DINAS	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
HALAMAN ABSTRAK	vi
HALAMAN ORISINALITAS	vii
MOTTO	viii
HALAMAN PERSEMBAHAN	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I. PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Pertanyaan Penelitian	5
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian.....	6
E. Penelitian Relevan	7
BAB II. LANDASAN TEORI	
A. Strategi Pemasaran	13
1. Pengertian Strategi	13
2. Pengertian Pemasaran	14
3. Pengertian Strategi Pemasaran	15
4. Tujuan Strategi Pemasaran.....	17
B. Strategi Promosi	18
C. Tabungan Haji dan Umroh	22

BAB III. METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis dan sifat penelitian	24
1. Jenis Penelitian.....	24
2. Sifat Penelitian	25
B. Sumber Data.....	25
1. Sumber Data Primer.....	25
2. Sumber Data Sekunder.....	26
C. Teknik Pengumpulan Data.....	26
1. Wawancara.....	27
2. Dokumentasi	27
D. Teknik Penjamin Keabsahan Data	28
E. Teknik Analisa Data.....	29

BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Metro.....	30
1. Sejarah Bank Muamalat Indonesia KCP Metro.....	30
2. Struktur Bank Muamalat Indonesia KCP Metro.....	33
B. Implementasi Strategi Promosi Dalam Peningkatan Nasabah Pada Produk Tabungan Haji dan Umrah Dimasa Pandemi Covid-19 Bank Muamalat Indonesia KCP Metro.....	35
C. Analisis Kendala Yang Dihadapi Oleh Bank Muamalat Indonesia KCP Metro Dalam Melakukan Strategi Promosi Dalam Peningkatan Nasabah Pada Produk Tabungan Haji dan Umrah Dimasa Pandemi Covid-19.....	44

BAB V. PENUTUP

A. Kesimpulan	47
B. Saran	48

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Jumlah Nasabah Tabungan Haji Dan Umroh Pada Saat Sebelum Pandemi Covid-19 Dan Pada Saat Pandemi Covid-19 Di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Metro	4
-----------	---	---

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Struktur Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Metro	33
--	----

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dalam menjalankan suatu ibadah seorang muslim ingin sekali melakukan ibadah yang lebih baik lagi dengan tujuan guna lebih dekat dengan Allah SWT. Ibadah haji adalah salah satu ibadah yang diinginkan oleh semua umat muslim. Dalam hal tersebut satu salah industri keuangan, yaitu perbankan memiliki peranan penting dalam melayani kebutuhan masyarakat. Dan salah satunya yaitu memberikan pelayanan dalam hal ibadah haji dan umroh yang akan memudahkan umat muslim melaksanakannya.

Menurut suatu Undang-undang Republik Indonesia nomor 10 pada tahun 1998 yaitu pada tanggal 10 November 1998 mengenai perbankan, yang dimaksud dengan adanya bank yaitu suatu badan usaha yang telah menghimpun dana dari suatu masyarakat dalam bentuk simpanan serta menyalurkannya kepada masyarakat tersebut dalam bentuk kredit atau dalam bentuk-bentuk lainnya serta meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.¹ Oleh karena itu bank dibedakan menjadi dua, yaitu bank konvensional dan bank syariah. Menurut Undang-undang yaitu pada no. 21 tahun 2008, bank syariah salah satu lembaga keuangan yang usaha pokoknya telah memberikan pembiayaan serta jasa-jasa lainnya dalam hal lalu lintas pembayaran dan

¹ R. Ajeng Entaresmen dan Desy Putri Pertiwi, "Strategi Pemasaran Terhadap Penjualan Produk Tabungan IB Hasanah di PT. Bank Negara Indonesia Syariah Kantor Cabang X," *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Jasa* No. 1 / 2016, 59.

peredaran suatu uang yang sistem pengoperasiannya didasarkan pada prinsip-prinsip syariah.²

Didalam mewujudkan suatu tujuan dan cita-cita perkembangan Bank Syariah, Bank Syariah juga harus menerapkan strategi pemasaran dengan baik. Strategi pemasaran yang dilakukan harus sesuai dengan langkah-langkah dalam hal memasarkan produk dan jasanya serta dalam peningkatan penjualannya. Disamping itu terdapat beberapa faktor-faktor yang mendorong peningkatan penjualan produk dan jasa, dalam hal pemasarannya yaitu strategi promosi yang sangat ini penting dilakukan dalam suatu perusahaan.

Strategi promosi yaitu salah satu hal yang penting dalam variabel bauran pemasaran (*marketing mix*) yang digunakan oleh setiap perusahaan untuk mengadakan komunikasi dengan pasarnya.³ Pentingnya suatu strategi promosi dalam suatu lembaga keuangan atau dunia perbankan yaitu strategi promosi menjadi suatu pondasi dalam bank tersebut menjalankan bisnisnya. Tujuan dari adanya strategi promosi adalah agar dapat menarik perhatian nasabah, sehingga nasabah tertarik akan produk yang di promosikan, dan menjadi pelanggan tetap di bank tersebut, disisi lain tujuan strategi promosi juga mempertahankan nasabah dalam berlangganan didalam bank tersebut.

Akan tetapi mengingat kondisi saat ini yaitu kondisi dimana seluruh masyarakat merasa sulit dalam menjalankan aktivitasnya atau bisa juga disebut merasa dibatasi dalam beraktivitas sehari-hari, dikarenakan terdapat suatu penyakit yang berbahaya yang membuat seluruh masyarakat harus

² *Ibid.*,61.

³ Herlin le, Sem G. Oroh, Silcyljeova Moniharapon, "Penerapan Strategi Promosi Pada Pemasaran Produk Federal Parts CV. Kanaka Jaya Manado," *Jurnal Emba* No. 2 / Juni 2015, 652.

menjalankan aktivitasnya secara berhati-hati. Penyakit yang menggemparkan dunia tersebut disebut sebagai penyakit covid-19 yang penularannya sangat cepat hanya dengan bersentuhan fisik dengan sesama manusia. Bahkan penyakit tersebut ada didalam berbagai pelosok Negara.

Dan kondisi pandemi covid-19 tersebut, yang pada saat ini menjadi tantangan bagi suatu perusahaan dalam menjalankan aktivitas bisnisnya, supaya bisnisnya akan tetap terus berjalan dengan baik dan maju. Dengan berbagai cara dan strategi yang mereka lakukan dalam mengembangkan bisnisnya di masa pandemi covid-19 pada waktu dekat ini.

Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Metro yaitu salah satu Bank Syariah yang berada dimetro yang juga menyediakan beberapa tabungan yang membantu masyarakat untuk memenuhi kebutuhannya. Salah satunya dalam penghimpunan dana (tabungan) yaitu menyediakan produk tabungan haji dan umroh, yang bisa membantu banyak orang dalam menyimpan uangnya dengan aman dan mudah, sehingga nasabah dapat melaksanakan suatu ibadah haji dan umrah.

Tabungan haji dan umrah sudah mulai beroperasi sejak tahun 1992, yaitu diperuntukan untuk nasabah yang sudah dewasa yaitu umurnya diatas 17 tahun dan yang sudah mempunyai KTP. Tabungan haji dan umroh tersebut juga menjadi salah satu tabungan unggulan di Bank Muamalat Indonesia KCP Metro, tabungan haji dan umroh sudah banyak dikenal oleh tokoh masyarakat, sehingga banyak dari masyarakat memilih untuk menabung pada produk tabungan haji dan umroh di Bank Muamalat Indonesia KCP Metro.

Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Metro juga menjadi salah satu sektor perusahaan yang terjun dalam bidang keuangan, yang juga merasakan dampak dari pandemi covid-19, yaitu salah satunya pada strategi promosinya dalam produk tabungan haji dan umrah, strategi promosi yang dilakukan oleh Bank Muamalat Indonesia KCP Metro yaitu lebih mempromosikan produk tabungan haji dan umrah pada sosial media di akun resmi Bank Muamalat Indonesia KCP Metro. Berikut ini adalah jumlah nasabah Tabungan Haji dan Umroh sebelum pandemi covid-19 dan pada saat pandemi covid-19 di Bank Muamalat Indonesia KCP Metro.⁴

Tabel 1.1
Jumlah Nasabah Tabungan Haji Dan Umroh
Pada Saat Sebelum Pandemi Covid-19 Dan Pada Saat Pandemi Covid-19
Di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Metro

No.	Tahun	Jumlah Nasabah (%)
1	2016	1.168
2	2017	960
3	2018	1.324
4	2019	831
5	2020	1.064

Sumber : Data Kemenag, Kota Metro 2020, data diolah

Dalam data diatas, dapat dilihat bahwa pada tahun 2018 atau sebelum adanya pandemi covid-19 jumlah nasabah pada produk tabungan haji dan umrah Bank Muamalat Indonesia KCP Metro mencapai sebesar 1.324 nasabah, sedangkan pada awal pandemi covid-19 atau pada tahun 2019 Bank Muamalat Indonesia KCP Metro mengalami penurunan pada jumlah nasabah tabungan haji dan umroh yaitu menjadi 831 nasabah. Kemudian pada tahun

⁴ Hasil Wawancara dengan Bapak Hasan Selaku Kepala Cabang Bank Indonesia Muamalat KCP Metro, Pada 4 Agustus 2021 Pukul 11.00 WIB

2020 atau pada saat pandemi covid-19 Bank Muamalat mengalami kenaikan dalam jumlah nasabah tabungan haji dan umrah yaitu sebesar 1.064 nasabah, walaupun kenaikan tersebut belum signifikan akan tetapi hal tersebut menjadi suatu prestasi pada Bank Muamalat Indonesia KCP Metro, karena sudah berusaha menaikkan jumlah nasabah ditengah kondisi pandemi covid-19. Peristiwa ini membuat Bank Muamalat Indonesia KCP Metro harus tetap bertahan untuk tetap mengoptimalkan jumlah nasabah tabungan haji dan umroh ditengah kondisi pandemi covid-19 ini. Berdasarkan hasil wawancara sementara yang peneliti lakukan dengan bapak Hasan Arifin selaku kepala cabang Bank Muamalat kantor cabang Metro bahwasanya peningkatan nasabah tersebut dipengaruhi oleh strategi promosi dalam pemasaran produknya.⁵

Didalam hal itu peneliti ingin mengkaji secara jauh strategi promosi seperti apa yang akan dilakukan oleh pihak Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Metro untuk mewujudkan pengoptimalan produk tabungan haji dan umroh. Maka dari itu peneliti tertarik untuk mengangkat judul tugas akhir yang masih berkaitan dengan **“Implementasi Strategi Promosi dalam Peningkatan Nasabah Pada Produk Tabungan Haji dan Umroh Dimasa Pandemi Covid-19 ”**.

B. Pertanyaan Penelitian

⁵ Hasil Wawancara dengan Bapak Hasan Selaku Kepala Cabang Bank Muamalat Indonesia KCP Metro, Pada 4 Agustus 2021 Pukul 11.00 WIB

Berdasarkan dari latar belakang masalah diatas maka dapat disimpulkan sebuah pertanyaan dalam penelitian ini yaitu :

1. Bagaimana implementasi strategi promosi yang akan dilakukan oleh Bank Muamalat Indonesia KCP Metro dalam meningkatkan nasabah dalam produk tabungan haji dan umroh dimasa pandemi covid-19?
2. Apa sajakah kendala yang dihadapi oleh Bank Muamalat Indonesia KCP Metro dalam melakukan strategi promosi dalam meningkatkan nasabah pada produk tabungan haji dan umrah dimasa pandemi covid-19?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan yang sesuai dengan pertanyaan dari penelitian diatas maka tujuan penelitian tersebut adalah :

1. Untuk menganalisis implementasi strategi promosi yang akan dilakukan oleh Bank Muamalat Indonesia KCP Metro dalam hal meningkatkan minat nasabah dalam produk tabungan haji dan umroh dimasa pandemic covid-19.
2. Untuk menganalisis apa saja kendala yang dihadapi Bank Muamalat Indonesia KCP Metro dalam melakukan Strategi promosi dalam meningkatkan nasabah pada produk tabungan haji dan umrah dimasa pandemi covid-19.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan suatu manfaat bagi pembacanya baik secara segi teoritis maupun segi praktis.

1. Manfaat Teoritis

a. Bagi Penulis

Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi ilmu pengetahuan yang baru bagi penulis mengenai suatu strategi pemasaran dalam perbankan syariah dan mengetahui secara spesifik alur dalam sebuah penelitian yang dilaksanakan.

b. Bagi Universitas

Penelitian ini juga dapat digunakan sebagai sumber pengembangan ilmu bagi mahasiswa dalam penyusunan karya ilmiah dan skripsinya, sehingga menjadi sebuah penelitian yang relevan untuk penelitian-penelitian selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi dan pengembangan bagi perusahaan bank tersebut dalam mempraktekkan strategi pemasaran di era pandemi covid-19 saat ini yang memiliki banyak sekali rintangan baru serta terbatasnya semua aktivitas fisik yang membuat perusahaan harus bergerak lebih cepat dan tepat. Bank juga dapat memiliki pengetahuan baru mengenai cara atau solusi mengatasi sebuah rintang didalam kondisi pandemi covid-19 dengan cara penerapan strategi pemasaran yang lebih efektif dan efisien.

E. Penelitian Relevan

1. Skripsi karya Riski Eka Lestari dengan judul penelitian tentang “ Strategi Pemasaran Produk Tabungan Mabrur Junior di Bank Syariah Mandiri KCP Teluk Betung”. Tujuan penelitian tersebut untuk mengetahui dari strategi

pemasaran yang akan digunakan oleh Bank Syariah Mandiri KCP Teluk Betung dalam memasarkan produk Tabungan Mabrur Junior. Penelitian tersebut adalah penelitian lapangan (*Field Research*) dengan metode deskriptif. Metode pengumpulan data melalui wawancara dan dokumentasi. Hasil penelitian dari Bank Syariah Mandiri KCP Teluk Betung pada produk Tabungan Mabrur Junior menggunakan strategi pemasaran 4 P yaitu strategi produk (*Product*), strategi harga (*Price*), strategi tempat (*Place*), dan strategi promosi (*Promotion*).⁶

Persamaan penelitian yang dilakukan dengan penelitian diatas yaitu yang pertama, sama-sama melakukan analisis mengenai strategi *marketing mix* yang dilakukan. Kedua, pengumpulan data sama-sama menggunakan metode wawancara dan dokumentasi. Ketiga, tujuan penelitian tersebut sama dengan salah dengan satu tujuan penelitian yang akan dilakukan yaitu mengetahui strategi pemasaran yang akan digunakan. Dan yang terakhir penelitian sama-sama menggunakan jenis penelitian lapangan.

Perbedaannya yaitu yang pertama, objek penelitian tersebut adalah Bank Syariah Mandiri, sedangkan objek penelitian yang akan dilakukan adalah Bank Muamalat. Kedua, lokasi penelitian tersebut berada di kota Teluk Betung sedangkan lokasi penelitian yang akan dilakukan di kota Metro. Ketiga, produk tabungan penelitian tersebut yaitu Tabungan Mabrur Junior sedangkan produk tabungan yang akan dilakukan yaitu Tabungan Haji dan Umroh. Keempat, tujuan penelitian tersebut sedikit

⁶ Riski Eka Lestari, “ Strategi Pemasaran Produk Tabungan Mabrur Junior di Bank Syariah Mandiri KCP Teluk Betung,” *Skripsi*, (Metro: IAIN Metro, 2020)

berbeda dengan tujuan penelitian yang akan dilakukan dimana penelitian tersebut hanya mengetahui strategi pemasaran yang akan digunakan oleh Bank Syariah Mandiri KCP Teluk Betung dalam memasarkan produk Tabungan Mabrur Junior sedangkan penelitian yang akan dilakukan bertujuan untuk mengetahui implementasi strategi promosi yang akan dilakukan oleh Bank Muamalat dalam meningkatkan minat nasabah dalam produk tabungan haji dan umroh dimasa pandemic covid-19.

2. Skripsi karya Ismiyati Mutmainnah B dengan judul penelitian yaitu “Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Peningkatan Produk Tabungan Haji pada Bank Sulselbar Syariah Cabang Makassar”. Tujuan penelitian tersebut untuk mengetahui apa saja hambatan-hambatan dalam melakukan pelaksanaan pemasaran pada tabungan haji dan untuk mengetahui usaha dari bank untuk menarik minat dari masyarakat terhadap tabungan haji. Penelitian tersebut adalah penelitian kuantitatif. Penelitian tersebut merupakan penelitian tersebut melakukan pengamatan yang bertumpu pada suatu sumber data berdasarkan suatu situasi yang terjadi atau *social situation*. Hasil penelitian dari Bank Sulselbar Syariah yaitu adanya pengaruh dalam strategi pemasaran terhadap peningkatan produk tabungan haji dan faktor yang menjadi pendukung dari Bank Sulselbar Syariah ialah suatu Prosedur Bank Sulselbar Syariah yang lebih mudah, lokasi Bank Sulselbar Syariah yang sangat jauh lebih strategis yang berada ditengah-tengah pusat bisnis.⁷

⁷ Ismiyati Mutmainnah B, “Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Peningkatan Produk Tabungan Haji pada Bank Sulselbar Syariah Cabang Makassar,” *Skripsi*, (Makassar: UIN Alauddin Makassar, 2013)

Persamaan penelitian yang dilakukan dengan penelitian diatas yaitu yang pertama, sama-sama membahas mengenai strategi pemasaran yang dilakukan. Kedua, sama-sama membahas mengenai produk tabungan haji. Ketiga, salah satu tujuan penelitian tersebut sama-sama mengetahui usaha bank untuk menarik minat masyarakat terhadap tabungan haji.

Perbedaannya yaitu yang pertama, objek penelitian tersebut adalah Bank Sulselbar Syariah, sedangkan objek penelitian yang akan dilakukan adalah Bank Muamalat. Kedua, lokasi penelitian tersebut berada di kota Makassar sedangkan lokasi penelitian yang ini akan dilakukan di kota Metro. Ketiga, jenis penelitian tersebut yaitu menggunakan penelitian kuantitatif sedangkan jenis penelitian yang akan dilakukan yaitu penelitian kualitatif. Keempat, salah satu tujuan penelitian tersebut berbeda dengan tujuan penelitian yang akan dilakukan dimana penelitian tersebut untuk mengetahui dari hambatan-hambatan dalam hal pelaksanaan pemasaran tabungan haji sedangkan penelitian yang akan dilakukan bertujuan untuk mengetahui implementasi strategi promosi yang akan dilakukan oleh Bank Muamalat dalam meningkatkan minat nasabah dalam produk tabungan haji dan umroh dimasa pandemic covid-19.

3. Tugas Akhir karya Lailatul Fitria dengan judul penelitian yaitu “Pelaksanaan Tabungan Haji dan Umrah dengan akad Mudharabah Mutlaqah pada PT Bank BRI Syariah Tbk. KCP Tulang Bawang Barat Lampung”. Tujuan penelitian tersebut untuk mengetahui pelaksanaan dalam Tabungan Haji dan Umrah dengan akad *Mudharabah Mutlaqah* pada PT Bank BRI Syariah Tbk. KCP

Tulang Bawang Barat Lampung. Penelitian tersebut adalah penelitian yang merupakan lapangan (*Field Research*) dengan metode deskriptif. Metode pengumpulan data melalui wawancara dan dokumentasi. Hasil penelitian dari PT Bank BRI Syariah Tbk. KCP Tulang Bawang Barat Lampung menggunakan akad *Mudharabah Mutlaqah*. Dan pelaksanaan tabungan haji dan umrah sudah sesuai dengan Fatwa DSN-MUI No. 02/ DSN-MUI / IV/ 2000 yaitu produk tabungan haji dan umrah berdasarkan prinsip bagi hasil, dan tabungan dibenarkan secara syariah.⁸

Persamaan penelitian yang dilakukan dengan penelitian diatas yaitu yang pertama, sama-sama membahas mengenai suatu produk tabungan haji dan umrah. Kedua, jenis penelitian yang digunakan sama-sama menggunakan penelitian kualitatif. Ketiga, pengumpulan data sama-sama menggunakan metode wawancara dan dokumentasi.

Perbedaannya yaitu yang pertama, objek penelitian tersebut adalah Bank BRI Syariah Tbk sedangkan objek penelitian yang akan dilakukan adalah Bank Muamalat. Kedua, lokasi penelitian tersebut berada di kota Tulang Bawang Barat Lampung sedangkan lokasi penelitian ini yang akan dilakukan di kota Metro. Ketiga, penelitian tersebut membahas mengenai pelaksanaan suatu Tabungan Haji dan Umrah sedangkan penelitian yang akan dilakukan membahas mengenai strategi pemasaran yang dilakukan. Keempat, tujuan penelitian tersebut berbeda dengan tujuan penelitian yang akan dilakukan dimana tujuan penelitian tersebut yaitu untuk mengetahui

⁸ Lailatul Fitria, "Pelaksanaan Tabungan Haji dan Umrah dengan akad Mudharabah Mutlaqah pada PT Bank BRI Syariah Tbk. KCP Tulang Bawang Barat Lampung," *Skripsi*, (Metro: IAIN Metro, 2019)

pelaksanaan Tabungan Haji dan Umrah dengan akad *Mudharabah Mutlaqah* sedangkan penelitian yang akan dilakukan bertujuan untuk mengetahui implementasi strategi promosi yang akan dilakukan oleh Bank Muamalat dalam meningkatkan minat nasabah dalam produk tabungan haji dan umroh dimasa pandemi covid-19.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Strategi Pemasaran

1. Pengertian Strategi

Strategi merupakan salah satu ilmu teori serta seni yang beragam dari suatu perusahaan yang telah berbeda dalam perumusan “apa yang harus kita lakukan”, yang muncul dalam suatu pemikiran yang membuat rencana (konseptator strategis), kemudian dilakukan penerapan (implementasi) yang terjadi saat perencanaan mulai berfikir “bagaimana cara mengerjakannya” sebagaimana mestinya, berkaitan dengan suatu tindakan yang telah terkait dengan pikiran mekanik dan intuisi, dan yang terakhir evaluasi yaitu antara fungsi-fungsi yang memungkinkan sebuah perusahaan mencapai tujuan dimasa yang akan datang. Manajemen strategi terdiri dari tiga proses yaitu, sebagai berikut :

- 1) Pembuatan dalam strategi yang merupakan suatu perumusan diawali dengan adanya analisis SWOT dengan suatu harapan dapat mengembangkan misi yang sudah dijabarkan kedalam tujuan baik dalam panjang pendek maupun jangka panjang.
- 2) Penerapan atau sama dengan implementasi strategi, yang kemudian dikenal dengan sebutan taktik, yaitu suatu tindakan dari sebuah penjabaran yang telah dituangkan didalam buku strategi, buku dalam

hal kebijakan, isi suatu pasal, pelaksanaan prosedur operasional (SOP), dan pelaksanaan isi dari program.

- 3) Evaluasi dari strategi melalui penilaian hasil dari keseluruhan yang telah dibandingkan dengan suatu data, lalu dari itu berbagai sumber, jika ditemukan suatu ketidaksesuaian maka akan dilakukan suatu perbaikan.

Dan didalam manajemen strategi telah dibangun oleh setiap fungsi ataupun departemen, yang dimana setiap fungsi harus mencapai suatu tujuan masing-masing dari fungsi tersebut, yang akan mengarah pada suatu tujuan dari suatu manajemen perusahaan.¹

2. Pengertian Pemasaran

Menurut Philip Kotler (1997) mengartikan pemasaran yaitu sebagai suatu proses sosial dan suatu manajerial yang telah dilakukan seseorang serta keleompok untuk menghasilkan apa yang mereka butuhkan serta mereka inginkan melalui suatu penciptaan, penawaran, dan suatu pertukaran produk-produk yang telah bernilai dengan hal lainnya.² Adapun menurut Djaslim S. (2003) telah mengemukakan bahwa pemasaran yaitu suatu sistem total dari suatu kegiatan bisnis yang telah dirancang untuk merencanakan, menentukan harga, promosi, serta mendistribusikan barang-barang sehingga memuaskan keinginan dan mencapai sasaran dalam pasar serta tujuan dari perusahaan. Kemudian dalam hal pengertian modern serta globalisasi

¹ Etika Sabariah, *Manajemen Strategi*, (Yogyakarta : Pustaka Pelajar, 2016), 21-22.

² Pandji Anoraga, *Manajemen Bisnis*, (Jakarta : PT Rineka Cipta, 1997), 215.

pada saat ini, arti pemasaran akan lebih luas dan dimana pemasar sudah sangat berorientasi pada suatu pelanggan, kepuasan pelanggan serta kesetiaan pelanggan terhadap suatu produk dan merek.³

Didalam kegiatan pemasaran juga yang dilakukan suatu perusahaan tersebut memiliki beberapa hal, seperti tujuan yang hendak akan dicapai, baik dari tujuan jangka pendek maupun dari tujuan jangka panjang. Dalam tujuan jangka pendek biasanya guna merebut konsumen terutama untuk suatu produk yang baru diluncurkan. Sedangkan dalam tujuan jangka panjang dilakukan guna mempertahankan suatu produk-produk yang sudah ada, agar tetap eksis pada saat ini. Bagi dunia perbankan yang menjadi suatu badan usaha yang berorientasi pada profit, maka kegiatan pemasaran adalah suatu kebutuhan utama serta sudah menjadi suatu keharusan. Didalam perbankan juga pemasaran perlu dikelola secara professional, sehingga kebutuhan serta keinginan pelanggan akan segera terlaksana dan terpuaskan.⁴

3. Pengertian Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran merupakan suatu strategi yang sangat diperlukan pada saat ini dikarenakan suatu perusahaan akan lebih memfokuskan pada perumusan strategi pemasaran yang lebih mutakhir dan merupakan suatu proses yang analisisnya kedalam mencari perbedaan-perbedaan yang menguntungkan. Strategi pemasaran

³ Nana Herdiana Abdurrahman, *Manajemen Strategi Pemasaran.*, 2.

⁴ Kamsir, *Manajemen Perbankan*, cet. Ke-13 (Jakarta : Rajawali Pers, 2015), 193-194.

dinilai lebih unggul daripada pemasaran klasik yang dikarenakan strategi pemasaran lebih memperhatikan keadaan eksternal dan internal didalam perusahaan secara menyeluruh sehingga perusahaan bersaing dengan kemampuan lokal. Dengan adanya strategi pemasaran perusahaan akan lebih memiliki orientasi jangka panjang.

Strategi pemasaran digunakan dalam melengkapi konsep pemasaran yang sudah ada. Pada strategi pemasaran dapat dilihat dari berbagai sudut pandang, yaitu pada masa lalu pemasaran dilihat dari satu sudut pandang saja, yaitu hanya antara konsumen dan pasar. Sedangkan pada strategi pemasaran zaman sekarang lebih berorientasi pada hal konsep pemasaran yang menggambarkan fungsi-fungsi pemasaran, segmentasi pasar dan positioning, penentu segmentasi pasar dan positioning, penentu pasar atau usaha, dan yang terakhir daur hidup produk.

Didalam merumuskan suatu strategi pemasaran, suatu perusahaan hendaknya menganalisis suatu keadaan eksternal maupun internal dengan baik, yang membuat hal ini akan sangat penting karena tanpa analisis yang baik perusahaan tidak dapat mengambil tindakan yang tepat untuk kepentingan suatu perusahaan dimasa yang mendatang.⁵

⁵ Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung : Alfabet, 2012), 70-71.

Allah SWT Berfirman : (QS Al-Zalzalah Ayat 7-8)

فَمَنْ يَعْمَلْ مِثْقَالَ ذَرَّةٍ خَيْرًا يَرَهُ ﴿٧﴾ وَمَنْ يَعْمَلْ مِثْقَالَ ذَرَّةٍ شَرًّا يَرَهُ ﴿٨﴾

Pada ayat diatas dijelaskan bahwa kita sebagai umat muslim yang senantiasa taat kepada perintah Allah SWT, kita dianjurkan untuk selalu menjalankan segala perintahnya dan menjauhi segala larangannya, dan dianjurkan untuk terus melakukan kebaikan walaupun hanya seberat dzarrah. Dalam menjalankan strategi pemasaran kita tetap dianjurkan untuk menerapkan kebaikan dan senantiasa mengingat Allah SWT, baik dalam hal perdagangan maupun dalam usaha bisnis. Sehingga bisnis yang kita jalan tidak merugikan orang lain, dan orang lain merasa tertipu atas produk-produk yang diperjual-belikan.

4. Tujuan Strategi Pemasaran

Tujuan strategi pemasaran dalam suatu perusahaan dapat bersifat jangka pendek dan jangka panjang. Dalam jangka pendek biasanya hanya bersifat sementara dan juga dilakukan sebagai langkah agar dapat mencapai tujuan jangka panjang. Secara umum tujuan pemasaran dalam suatu bank yaitu, sebagai berikut :

- Memaksimumkan konsumsi atau juga dapat disebut memudahkan dan merangsang konsumsi, sehingga dapat menarik nasabah untuk membeli produk yang ditawarkan bank secara berulang-ulang.

- Memaksimalkan kepuasan konsumen melalui berbagai pelayanan yang diinginkan nasabah.
- Memaksimalkan pilihan (ragam produk) dalam arti bank menyediakan berbagai jenis produk bank sehingga nasabah memiliki beragam pilihan.
- Memaksimalkan mutu hidup dengan memberikan berbagai kemudahan kepada nasabah dan menciptakan iklim yang efisien.⁶

B. Strategi Promosi

Strategi promosi dalam produk yang ditawarkan kepada nasabah baru dan calon nasabah. Promosi juga tujuannya yaitu selain menarik minat nasabah baru juga dapat dilakukan untuk mempertahankan nasabah lama, selain itu promosi dapat dilakukan dalam cara seperti periklanan, promosi, penjualan, publisitas dan penjualan pribadi. Didalam bank, yang dimaksud penjualan pribadi yaitu dilakukan dengan melalui seluruh karyawan bank, hal ini merupakan salah satu promosi yang baik. Secara khusus penjualan pribadi dapat dilakukan melalui petugas Customer Service sebagai ujung tombak bank.⁷

Strategi promosi pemasaran merupakan rangkaian kegiatan yang direncanakan atas penggunaan yang optimal sejumlah elemen-elemen promosi seperti periklanan, penjualan pribadi, promosi penjualan, hubungan masyarakat dan penjualan langsung dengan cara mempengaruhi konsumen agar tertarik untuk melakukan transaksi atau pertukaran produk barang atau

⁶ Kamsir, *Manajemen Perbankan*, cet. Ke-13., 197.

⁷ Kasmir, *Manajemen Perbankan*, cet. Ke-12 (Jakarta : Rajawali Pers, 2014), 193.

jasa sehingga tujuan untuk meningkatkan penjualan diharapkan dapat tercapai.⁸

Promosi merupakan kegiatan dalam *marketing mix* yang paling terakhir. Kegiatan ini yaitu merupakan kegiatan pada setiap bank untuk melakukan usaha dalam mempromosikan seluruh produk beserta jasanya yang dimilikinya baik langsung maupun tidak langsung.

Tanpa adanya promosi, nasabah tidak dapat mengharapkan untuk mengenal produk dari bank. Oleh demikian, promosi yaitu sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan nasabahnya. Salah satu tujuan promosi bank yaitu menginformasikan segala jenis produk yang ditawarkan dan berusaha menarik calon nasabah yang baru. Paling tidak ada empat macam sarana dalam promosi yang dapat dilakukan oleh setiap bank baik dalam mempromosikan produk maupun jasanya.

Adapun empat macam sarana promosi yang dapat digunakan yaitu sebagai berikut :

1) Periklanan (*Advertising*)

Iklan merupakan sarana promosi yang digunakan oleh bank guna menginformasikan, menarik, dan memengaruhi calon nasabahnya. Penggunaan promosi dengan iklan dapat dilakukan dengan berbagai media seperti : pemasangan *billboard* di jalan-jalan strategi, pencetakan brosur baik disebar di setiap cabang atau pusat-pusat perbelanjaan, pemasangan spanduk di lokasi tertentu yang strategi, pemasangan melalui

⁸ Onny Fitriana Sitorus, Novelia Utami, *Strategi Promosi Pemasaran*, (Jakarta : FKIP Uhamka, 2017), 6.

koran, pemasangan melalui majalah, pemasangan melalui televisi, pemasangan melalui radio, dan menggunakan media lainnya.

Tujuan penggunaan dan pemilihan media iklan tergantung dari tujuan bank. Masing-masing media memiliki tujuan yang berbeda. Terdapat paling tidak empat tujuan penggunaan iklan sebagai media promosi, yaitu :

- Untuk pemberitahuan tentang segala sesuatu yang berkaitan dengan jasa bank yang dimiliki oleh suatu bank. Seperti peluncuran produk baru, keuntungan dan kelebihan suatu produk atau informasi lainnya.
- Untuk mengingatkan kembali kepada nasabah tentang keberadaan atau keunggulan jasa bank yang ditawarkan.
- Untuk menarik perhatian dan minat para nasabah baru dengan harapan akan memperoleh daya tarik dari para calon nasabah.
- Memengaruhi nasabah saingan agar berpindah ke bank kita.

2) Promosi penjualan (*Sales promotion*)

Tujuan dari promosi penjualan yaitu meningkatkan penjualan atau untuk meningkatkan jumlah nasabah. Promosi penjualan dilakukan untuk menarik nasabah untuk segera membeli setiap produk atau jasa yang ditawarkan. Oleh karena itu, agar nasabah tertarik untuk membeli maka perlu dibuatkan promosi penjualan yang semenarik mungkin. Dalam bank promosi penjualan dapat dilakukan dengan hal sebagai berikut :

- Pemberian bunga khusus (*special rate*) untuk jumlah dana yang relatif besar, walaupun hal ini akan mengakibatkan persaingan tidak sehat (contohnya untuk simpanan yang jumlahnya besar),
- Pemberian insentif kepada setiap nasabah yang memiliki simpanan dengan saldo tertentu,
- Pemberian cendera mata, hadiah serta kenang-kenangan lainnya kepada nasabah yang loyal,
- Serta promosi penjualan lainnya.

3) Publisitas (*Publicity*)

Publisitas adalah kegiatan promosi untuk memancing nasabah melalui kegiatan seperti pameran, bakti sosial, perlombaan cerdas cermat, kuis serta kegiatan lainnya melalui berbagai media. Kegiatan publisitas dapat meningkatkan pamor bank di mata para nasabahnya, baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, kegiatan publisitas perlu diperbanyak lagi.

4) Penjualan pribadi (*Personal Selling*)

Dalam dunia perbankan penjualan pribadi secara umum dilakukan oleh seluruh pegawai bank, mulai dari cleaning service, satpam sampai pejabat bank. Secara khusus *Personal Selling* dilakukan oleh petugas *Customer Service* atau *Service Assistensi*.⁹

⁹ Kasmir, *Manajemen Perbankan*, cet. Ke-12., 246-249

C. Tabungan Haji dan Umrah

Tabungan merupakan salah satu produk penghimpunan dana dari lembaga keuangan, yaitu adalah Bank. Bank merupakan suatu badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat yang berbentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit atau bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak. Secara garis besar produk yang ditawarkan oleh perbankan syariah yaitu terdiri dari tiga bagian besar, yaitu menghimpun dana (*funding*), menyalurkan dana (*financing*), dan produk jasa (*service*). Didalam menghimpun dana (*funding*) yaitu produk yang dikeluarkan seperti tabungan, deposito, dan giro.

Haji dalam bahasa yaitu ‘sengaja’, kemudian menurut istilah syara’ haji berarti menyengaja pergi ke Ka’bah untuk melakukan amalan-amalan tertentu.¹⁰

Umrah menurut bahasa yaitu ‘ziarah’, sedangkan menurut istilah syara’ berarti menziarahi Ka’bah untuk melakukan amalan-amalan tertentu.¹¹

Tabungan haji dan umrah merupakan salah satu produk tabungan unggulan di Bank Muamalat Indonesia. Tabungan haji dan umrah di Bank Muamalat Indonesia merupakan layanan perbankan syariah yang menggunakan akad wadi’ah, yang dikelola secara fleksibel dan praktis. Tabungan ini hanya bisa dicairkan untuk membiayai perjalanan haji dan umrah.

¹⁰ Rosidin, *Inti Fiqih Haji & Umrah*, terj. Kitab Al- Manasik al-Shughra li Qashid Umm al-Qura (Jawa Timur : Genius Media, 2013), 1.

¹¹ Rosidin, *Inti Fiqih Haji & Umrah*, terj. Kitab Al- Manasik al-Shughra li Qashid Umm al-Qura ., 2.

Tabungan haji dan umrah Bank Muamalat Indonesia adalah tabungan yang fleksibel, dikarenakan nasabah Bank Muamalat Indonesia bisa memilih dan mengatur jumlah setoran serta jangka waktu menabung sesuai dengan paket haji atau umrah yang tersedia. Jumlah uang yang sudah ditentukan inilah yang akan didebit secara otomatis dari tabungan nasabah Bank Muamalat Indonesia pada waktu yang telah ditentukan. Nasabah Bank Muamalat Indonesia juga tidak akan dikenakan biaya administrasi maupun biaya pemindahan dana ke rekening haji dan umrah.

Tabungan haji dan umrah pada Bank Muamalat Indonesia telah dipercayai oleh Kementerian Agama menjadi salah satu Bank Penerima Setoran Biaya Penyelenggara Ibadah Haji (BPS BPIH) sehingga komitmennya untuk mengantarkan nasabah ke tanah suci telah teruji. Tabungan haji dan umrah Bank Muamalat Indonesia adalah sistem tabungan yang sudah online dengan Sistem Komputerisasi Haji terpadu (SISKOHAT) milik Kementerian Agama. Dengan demikian nasabah Bank Muamalat Indonesia telah mendapatkan kepastian kuota keberangkatan dalam hal ibadah haji.¹²

¹² Bank Muamalat Indonesia, Tabungan Haji dan Umrah, diakses pada halaman <https://www.bankmuamalat.co.id> diakses pada 12 September 2021

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis dan Sifat Penelitian

1. Jenis Penelitian

Didalam penelitian ini jenis penelitian yang digunakan yaitu penelitian lapangan (*Field Research*). Penelitian lapangan merupakan suatu penelitian yang dilakukan didalam lapangan atau juga dapat disebut dilokasi penelitian tersebut. Yaitu suatu tempat yang dipilih sebagai lokasi untuk menyelidiki suatu gejala objektif yang terjadi di lokasi penelitian, yang kemudian dilakukan untuk menyusun suatu laporan penelitian. Didalam penelitian lapangan juga terdapat suatu tujuan yaitu untuk mempelajari secara intensif tentang latar belakang keadaan yang sekarang dan interaksi suatu lingkungan sesuai dengan unit sosial, individu, kelompok, lembaga atau masyarakat.¹

Didalam uraian diatas dapat disimpulkan bahwa penelitian ini adalah suatu penelitian lapangan. Yang dimana peneliti melakukan penelitian dengan cara terjun langsung ke lapangan atau lokasi tersebut, untuk menggali suatu informasi yang berkaitan dengan strategi promosi dalam peningkatan nasabah pada produk tabungan haji dan umroh dimasa pandemi covid-19 yang akan dilakukan di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Metro.

¹ Cholid Narbuko & Abu Achmadi, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: Pt Bumi Aksara, 2016),46

2. Sifat Penelitian

Sifat penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif yaitu suatu penelitian yang berusaha untuk menuturkan suatu pemecahan masalah yang ada pada sekarang ini sesuai berdasarkan dengan data-data, sehingga ia juga menyajikan data, menganalisis data dan menginterpretasikan suatu data. Dan juga bersifat komperatif dan korelatif. Penelitian deskriptif juga banyak membantu dalam penelitian, terutama pada penelitian yang bersifat longitudinal, genetik dan klinis. Penelitian survei biasanya juga termasuk dalam penelitian ini.²

B. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian merupakan subjek darimana data tersebut dapat diperoleh. Sumber utama dalam penelitian kualitatif adalah kata-kata dan tindakan, sedangkan selebihnya adalah data tambahan seperti dokumen dan lain-lain.³ Dalam sumber data dibagi menjadi dua, yaitu sumber data primer dan sekunder, dan sebagai berikut penjelasannya :

1. Sumber Data Primer

Data primer yaitu sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data.⁴ Sumber data primer didapat dari narasumber atau responden yang menjadi objek dalam penelitian.

² Ibid., 44

³ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung : Remaja Rosda Karya, 2009), hal. 157

⁴ Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung : Alfabeta, 2017), hal. 225

Dalam sumber data primer, peneliti melakukan proses pengumpulan datanya dengan memperhatikan objek penelitian yang akan dijadikan sumber utamanya. Sumber utama yang dipilih oleh peneliti dalam mendapatkan datanya yaitu dari pihak Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Metro yaitu dengan Bapak Hasan selaku kepala cabang di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Metro dan kemudian dengan ibu Yurita Sari selaku marketing yang berada di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Metro, dan juga mendapatkan informasi dari beberapa nasabah produk tabungan haji dan umrah di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Metro.

2. Sumber Data Sekunder

Data sekunder yaitu merupakan sumber data yang tidak langsung memberikan data ke pengumpul data, misalnya melalui orang lain ataupun melalui dokumen-dokumen.⁵

Sumber data sekunder dalam penelitian ini yaitu peneliti memperolehnya dari buku-buku yang berkaitan dengan judul penelitian tersebut dan dengan data yang berkaitan dengan biografi dari Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Metro sendiri.

C. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan untuk memperoleh suatu informasi yang dibutuhkan dalam rangka mencapai tujuan dari penelitian. Dalam

⁵ Ibid., 225

pengumpulan data yang berasal dari sampel penelitian, yaitu dilakukan dengan metode tertentu yang sesuai dengan tujuannya. Ada berbagai metode yang digunakan dalam pengumpulan data yaitu antara lain wawancara, observasi (pengamatan), kuesioner atau angket, dan dokumenter.⁶ Supaya penelitian berjalan dengan baik, maka peneliti juga menentukan teknik pengumpulan data yang harus sesuai dengan jenis data yang akan diambil, yaitu metodenya sebagai berikut :

1. Wawancara

Wawancara merupakan bentuk komunikasi langsung antara peneliti dan responden. Kemudian komunikasi berlangsung dalam bentuk tanya-jawab dalam sistem hubungan tatap muka, sehingga gerak dan mimik responden merupakan pola media yang melengkapi kata-kata secara verbal. Oleh karena itu, wawancara tidak hanya saja menangkap pemahaman atau ide, melainkan juga dapat menangkap perasaan, pengalaman, emosi, motif, yang dimiliki oleh responden yang bersangkutan.⁷

Dalam hal wawancara peneliti akan menggali sebuah informasi dan data dari Bapak Hasan selaku kepala Cabang di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Metro dan Ibu Yurita Sari selaku marketing yang berada di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Metro, dan juga melakukan wawancara dengan beberapa nasabah produk tabungan haji dan umrah pada Bank Muamalat Kantor Cabang Metro.

⁶ W. Gulo, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: PT Grasindo, 2002), 110-115

⁷ *Ibid.*, 119

2. Dokumentasi

Dokumentasi yaitu merupakan catatan tertulis tentang berbagai kegiatan atau peristiwa pada waktu yang lalu. Dokumentasi merupakan suatu pencatatan dalam sebuah peristiwa atau penelitian. Semua dokumen ditulis, dicatat yang berhubungan dengan penelitian yang bersangkutan sebagai sumber informasi.⁸

Dalam teknik dokumentasi peneliti menggunakan sebagai bahan penunjang dokumen. Dalam hal ini yang digunakan peneliti berasal dari profil Bank Muamalat Indonesia, Visi dan Misi Bank Muamalat Indonesia, serta strategi promosi produk tabungan haji dan umroh di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Metro.

D. Teknik Penjamin Keabsahan Data

Didalam suatu penelitian data yang diperoleh dan dihasilkan dapat dikatakan baik apabila mampu menjamin keabsahaan suatu datanya agar dapat dipercaya dan dipertanggungjawabkan secara ilmiah. Dalam penjamin keabsahan data dalam penelitian nantinya akan menggunakan teknik triangulasi, yaitu teknik triangulasi adalah peneliti menggunakan teknik pengumpulan data yang berbeda untuk mendapatkan data dari sumber yang sama. Penelitian kemudian juga menggunakan observasi partisipasi, wawancara, serta dokumentasi sebagai sumber data yang sama secara serempak. Tujuan dari hal tersebut yaitu untuk dapat mengecek kredibilitas

⁸ Ibid., 123

data dengan berbagai teknik pengumpulan data dan berbagai sumber data.⁹ Hal ini sangat berpengaruh penting dalam suatu penelitian yang dilakukan guna menemukan dan menetapkan fakta yang terjadi dalam strategi promosi dalam peningkatan nasabah menabung pada produk tabungan haji dan umroh pada masa pandemi covid-19 di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Metro

E. Teknik Analisa Data

Teknik analisa data yang digunakan peneliti yaitu analisa data kualitatif dengan cara berfikir induktif. Teknik analisa data kualitatif merupakan upaya yang dilakukan peneliti dalam menganalisis data dengan jalan bekerja dengan data, mengorganisasikan data, memilah menjadi satuan yang dapat dikelola, mensintesis data, mencari dan menemukan pola, menentukan apa yang penting, dan merumuskan apa yang dapat diceritakan kepada orang lain.¹⁰ Tujuan dalam menyederhanakan data yang telah terkumpul dan menyajikan dalam susunan yang baik agar dapat lebih mudah untuk dipahami.

Berdasarkan uraian diatas maka dalam menganalisis data, peneliti menggunakan data yang diperoleh, yaitu data yang dianalisis dengan menggunakan cara berfikir induktif yang berawal dari informasi mengenai strategi promosi dalam peningkatan nasabah dalam menabung pada produk tabungan haji dan umroh dimasa pandemi covid-19.

⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2013), 241

¹⁰ Lexy J Moloeng, *Metodologi Penelitian Kualitatif*,...,hal. 248

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Metro

1. Sejarah Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Metro

PT Bank Muamalat Indonesia KCP Metro didirikan yaitu pada tanggal 15 november 2010, yang pada saat ini berlokasi di jalan Jendral Sudirman No. 282 B Metro pusat – Kota Metro Telephone : (0725) 7850500, fax (0725) 7850006. Pada PT Bank Muamalat Indonesia KCP Metro juga sudah terafiliasi dalam Kantor Cabang Pembantu lainnya, yaitu diantaranya seperti : KCP Pringsewu, KCP Bandar Jaya, KCP Z.A Pagar Alam, KCP Kota Bumi, KCP Panjang, KCP Metro, KCP Al Kautsar, dan KCP Antasari.¹

Pada tanggal 19 sampai 22 agustus tahun 1990 diadakannya suatu Lokarya Ulama tentang Bunga Bank dan Perbankan di Cisarua, Bogor. Dari hasil adanya lokarya tersebut kemudian dibahas lebih mendalam pada Musyawarah Nasional IV Majelis Ulama Indonesia (MUNAS IV MUI) yang berlangsung di Jakarta, yaitu pada tanggal 22 sampai 25 agustus 1990, yang kemudian merekomendasikan untuk dibentuknya sebuah lembaga keuangan syariah dengan membentuk sebuah kelompok kerja. Pada akhirnya, permintaan yang ada dari sebagian kalangan masyarakat

¹ Hasil Wawancara dengan Bapak Hasan Selaku Kepala Cabang Bank Muamalat Indonesia KCP Metro, Pada 4 Agustus 2021 Pukul 11.00 WIB

tersebut dijawab oleh Pemerintahan RI dengan respon positif, pada tahun 1991, kemudian didirikannya PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk.

PT Bank Muamalat Indonesia, Tbk didirikan pada 24 Rabi'us Tsani 1412 H atau 1 November 1991, di prakarsai oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI) dan Pemerintah Indonesia, dan memulai kegiatan operasinya pada 27 Syawal 1412 H atau 1 Mei 1992.

Dengan dukungan nyata dari eksponen Ikatan Cendekiawan Muslim se-Indonesia (ICMI) dan beberapa pengusaha muslim, pendirian Bank Muamalat Indonesia juga menerima dukungan masyarakat, terbukti dari komitmen pembelian saham perseroan senilai Rp 84 Milyar pada saat penandatanganan akta pendirian Perseroan.

PT Bank Muamalat Indonesia Tbk memulai perjalanannya sebagai Bank Syariah pertama di Indonesia yaitu pada tanggal 01 November 1991 atau sama dengan 24 Rabi'us Tsani 1412 H. Pendirian Bank Muamalat Indonesia di gagas oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI), Ikatan Cendekiawan Muslim Indonesia (ICMI) dan pengusaha muslim yang kemudian mendapat dukungan dari Pemerintah Republik Indonesia. Sejak resmi beroperasi pada 1 Mei 1992 atau sama dengan 27 Syawal 1412 H, Bank Muamalat Indonesia terus berinovasi dan mengeluarkan produk-produk keuangan syariah seperti Asuransi Syariah (Asuransi Takaful), Dana Pensiun Lembaga Keuangan Muamalat (DPLK Muamalat) dan multifinance syariah (Al-Ijarah Indonesia Finance) yang seluruhnya menjadi terobosan di Indonesia. Selain itu produk Bank yaitu *Shar-e* yang

diluncurkan pada tahun 2004 juga menjadi tabungan instan yang pertama di Indonesia. Produk *Shar-e Gold Debit Visa* yang diluncurkan pada tahun 2011 juga mendapatkan penghargaan dari Museum Rekor Indonesia (MURI) sebagai Kartu Debit Syariah dengan teknologi chip yang pertama di Indonesia, serta layanan *e-channel* yaitu seperti *internet banking*, *mobile banking*, dan *ATM*, serta *cash management*. Semua produk tersebut menjadi suatu pionir produk syariah di Indonesia dan menjadi suatu tonggak sejarah penting di Industri Perbankan Syariah.

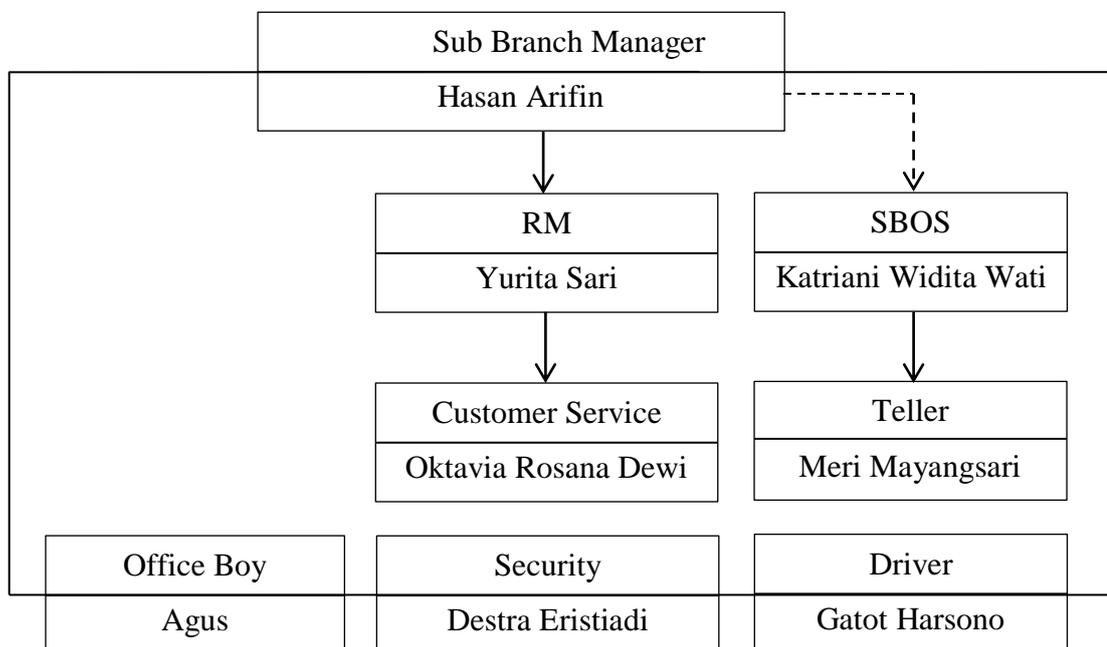
Bank Muamalat Indonesia telah memiliki 325 kantor layanan termasuk salah satunya yang berada di Malaysia. Operasional Bank juga didukung oleh jaringan layanan yang luas, yaitu berupa 710 unit ATM Muamalat, 120.000 jaringan ATM Bersama serta ATM Prima, kemudian juga lebih dari 11.000 jaringan ATM di Malaysia melalui *Malaysia Electronic Payment (MEPS)*.

Pada saat menginjak usianya yang ke-20 yaitu pada tahun 2012, Bank Muamalat Indonesia melakukan rebranding yaitu pada logo Bank untuk semakin meningkatkan *awareness* terhadap *image* sebagai Bank Syariah Islami, modern serta Profesional. Bank Muamalat juga terus mewujudkan berbagai pencapaian serta prestasi yang diakui baik secara nasional maupun internasional.

Kemudian pada sejak tahun 2015, Bank Muamalat Indonesia bermetamorfosa untuk menjadi entitas yang semakin baik dan meraih pertumbuhan jangka panjang. Dengan strategi bisnis yang sangat terarah

dari Bank Muamalat Indonesia akan terus melaju mewujudkan visi menjadi “*The Best Islamic Bank and Top 10 Bank in Indonesia with Strong Regional Presence*”.²

2. Struktur Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Metro



Berikut penjelasan tugas dari struktur Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Metro yang terlibat dalam penelitian ini :

- a. Bapak Hasan Arifin sebagai (*Sub Branch Manager*) yaitu dalam penelitian ini beliau membantu peneliti dalam memperoleh data serta mendapatkan informasi yang berkaitan dengan masalah dalam penelitian. Disamping itu

² Bank Muamalat Indonesia, Tabungan Haji dan Umrah, diakses pada halaman <https://www.bankmuamalat.co.id> diakses pada 12 September 2021

tugas *Sub Branch Manager* didalam lingkungan Bank Muamalat Indonesia yaitu sebagai berikut :

- Melaksanakan manajemen harian cabang pembantu agar tujuan operasional cabang pembantu dapat tercapai, berupa tingkat pelayanan yang optimal dan pencapaian target usaha cabang pembantu.
- Melaksanakan proses kerja di cabang pembantu sesuai dengan sistem prosedur yang berlaku.
- Memberikan persetujuan untuk transaksi-transaksi jumlah besar sesuai dengan wewenangnya setelah dilakukan penelitian.
- Menjabarkan dan mengimplementasi strategi cabang kedalam Operasional Cabang Pembantu.
- Mengendalikan pengeluaran-pengeluaran di Cabang Pembantu untuk mengurangi pemborosan.
- Menyampaikan laporan atau pencapaian target secara berkala kepada *Branch Manajer*.

- b. Ibu Yurita Sari sebagai (*Relationship Manajer / Marketing*) yaitu dalam penelitian ini beliau membantu peneliti dalam mendapatkan informasi yang berkaitan dengan masalah dalam penelitian.

Tugas dari *Marketing* yaitu mengelola hubungan dengan nasabah bank. Seorang *Marketing* harus mampu untuk mengakuisisi nasabah baru, mengidentifikasi kebutuhan nasabah atau calon nasabah dan juga memberikan solusi atas kebutuhan nasabah tersebut dengan produk dan layanan yang dimiliki oleh Bank.

B. Implementasi Strategi Promosi Dalam Peningkatan Nasabah Pada Produk Tabungan Haji dan Umroh Dimasa Pandemi Covid-19 Bank Muamalat Indonesia KCP Metro

Berdasarkan wawancara yang dilakukan dengan Bapak Hasan selaku Kepala Cabang Bank Muamalat Indonesia KCP Metro yang sesuai berdasarkan pertanyaan pada APD yang pertama yaitu Bagaimana perkembangan mengenai peningkatan jumlah para nasabah dalam menabung produk tabungan haji dan umrah dimasa pandemic covid-19, kemudian beliau menjawab bahwasanya perkembangan peningkatan jumlah nasabah dalam menabung produk tabungan haji dan umrah dimasa pandemi covid-19 yaitu sangat baik, hal ini dibuktikan dengan presentase dalam data peningkatan jumlah nasabah mengalami kenaikan pada tahun 2020 sebesar 41% dari yang tahun 2019 jumlah nasabah produk tabungan haji dan umrah hanya sebesar 32%. Beliau juga menjelaskan bahwasanya hal ini terjadi dikarenakan bahwasanya walaupun pada saat pandemi covid-19 terjadi pembatalan keberangkatan haji dan umrah akan tetapi nasabah tetap tertarik untuk terus menabung pada produk tabungan haji dan umrah.

Selanjutnya berdasarkan wawancara yang dilakukan dengan Bapak Hasan selaku kepala cabang Bank Muamalat Indonesia KCP Metro sesuai dengan pertanyaan yang di APD kedua yaitu, apa sajakah usaha yang sudah dilakukan oleh Pihak Bank Muamalat Indonesia KCP Metro dalam meningkatkan jumlah nasabah dalam menabung produk tabungan haji dan umrah dimasa pandemi covid-19. Kemudian Bapak Hasan menjawab usaha

yang dilakukan oleh pihak Bank Muamalat Indonesia KCP metro dalam meningkatkan jumlah nasabah dalam menabung produk tabungan haji dan umrah dimasa pandemi covid-19 yaitu dilakukannya usaha dengan cara menerapkan strategi promosi yang lebih optimal. Kemudian beliau juga menjelaskan bahwasanya strategi promosi yang digunakan oleh pihak Bank Muamalat Indonesia KCP Metro yaitu salah satunya promosi periklanan yang menggunakan beberapa media promosi, yaitu seperti pengenalan dalam produk tabungan haji dan umrah yaitu menggunakan media sosial dalam mengenalkan produknya.

Promosi dianggap sangat penting oleh pihak Bank Muamalat Indonesia KCP Metro dikarenakan sebaik apapun suatu produk tersebut jika tidak dipromosikan atau dikenalkan ke masyarakat maka dalam hal keberhasilan suatu produk tersebut akan mengalami kesulitan. Tujuan promosi yaitu untuk menjangkau masyarakat agar dapat menjadi nasabah di Bank Muamalat Indonesia KCP Metro. Selain itu promosi juga dianggap suatu hal yang menjadi dasar peningkatan dalam jumlah nasabah produk tabungan haji dan umrah di Bank Muamalat Indonesia KCP Metro.

Mengingat kondisi pada saat ini yaitu kondisi diberlakukannya pembatasan aktivitas (*social distancing*) oleh pemerintah pada saat peristiwa pandemi covid-19, Bank Muamalat Indonesia KCP Metro mengalami sedikit perbedaan dalam kegiatan promosinya. Salah satunya yaitu dalam melakukan pembagian brosur yang sudah tidak lagi dilakukan, dan Bank Muamalat Indonesia KCP Metro lebih memaksimalkan promosi melalui media sosial.

Kemudian dalam kegiatan penjualan pribadi tetap dilakukannya promosi seperti *face to face* dengan nasabah yang datang ke kantor Bank Muamalat Indonesia KCP Metro dengan tetap mematuhi protokol kesehatan. Promosi yang dilakukan oleh Bank Muamalat Indonesia KCP Metro dalam pengoptimalan jumlah nasabah tabungan haji dan umrah yaitu dengan menggabungkan beberapa promosi untuk meyakinkan calon nasabah agar dapat berminat menabung tabungan haji dan umrah. Kegiatan tersebut dilakukan dengan media sosial seperti penjualan pribadi, dimana marketing melakukan pendekatan yang lebih dengan memanfaatkan via WhatsApp dan telepon guna menarik calon nasabah menjadi dari bagian nasabah tabungan haji dan umrah.³

Kemudian daripada itu, berdasarkan wawancara yang dilakukan dengan Bapak Hasan selaku kepala Cabang Bank Muamalat Indonesia KCP Metro yang sesuai dengan pertanyaan ketiga pada APD, yaitu strategi promosi seperti apakah yang dilakukan oleh pihak Bank Muamalat Indonesia KCP Metro selama pandemi covid-19 dalam produk tabungan haji dan umrah. Kemudian beliau menjawab strategi promosi yang dilakukan oleh pihak Bank Muamalat Indonesia KCP Metro selama pandemi covid-19 yaitu strategi promosi yang dilakukan yaitu terdiri dari periklanan, promosi penjualan, publisitas, dan yang terakhir penjualan pribadi.⁴

³ Hasil Wawancara dengan Bapak Hasan Selaku Kepala Cabang Bank Muamalat Indonesia KCP Metro, Pada 4 Agustus 2021 Pukul 11.00 WIB

⁴ Hasil Wawancara dengan Bapak Hasan Selaku Kepala Cabang Bank Muamalat Indonesia KCP Metro, Pada 4 Agustus 2021 Pukul 11.00 WIB

Dalam hasil wawancara yang dilakukan dengan Bapak Hasan Arifin selaku kepala cabang Bank Muamalat Indonesia KCP Metro dan juga dengan Ibu Yurita Sari selaku *marketing* Bank Muamalat Indonesia KCP Metro strategi promosi yang diterapkan oleh Bank Muamalat Indonesia KCP Metro dapat dianalisa sebagai berikut :

1) Periklanan (*Advertising*)

Ada beberapa kegiatan dalam suatu promosi periklanan yang dilakukan oleh Bank Muamalat Indonesia KCP Metro, yaitu dengan lebih memanfaatkan media sosial seperti website, instagram, facebook, dan juga via whatsapp story. Mengenai sebar brosur Bank Muamalat Indonesia KCP Metro sudah tidak melakukan hal tersebut. Periklanan lebih kita maksimalkan dengan memanfaatkan media sosial. Informasi yang disampaikan dalam periklanan yaitu meliputi keunggulan serta syarat pembukaan rekening produk tabungan haji dan umrah. Dan sasaran yang ditujukan dari promosi periklanan yaitu semua kalangan masyarakat.⁵ Didalam periklanan yang dilakukan oleh pihak Bank Muamalat Indonesia KCP Metro dengan memanfaatkan sosial media seperti instagram yaitu dilakukan setiap hari, baik di post foto maupun di post di instatory akun instagram Bank Muamalat Indonesia KCP Metro. Akun instagram Bank Muamalat Indonesia KCP Metro yaitu bernama *bank.muamalat* dan pengikut dari akun instagram Bank Muamalat Indonesia KCP Metro cukup banyak yaitu mencapai 61,3 ribu pengikut di akun instagramnya

⁵ Hasil Wawancara dengan Bapak Hasan Selaku Kepala Cabang Bank Muamalat Indonesia KCP Metro, Pada 23 Agustus 2021 Pukul 09.00 WIB

sendiri. Pada periklanan yang di facebook juga dilakukan setiap hari, baik di unggahan fotonya maupun pada fb storynya pada akun fb Bank Muamalat Indonesia KCP Metro yang bernama Bank Muamalat , untuk pengikutnya sendiri cukup banyak yaitu sebesar 26.178 pengikut yang ada di facebook Bank Muamalat.

2) Promosi Penjualan (*Sales Promotion*)

Mengenai kegiatan promosi penjualan sangat berpengaruh bahkan pada saat sebelum pandemi dan sesudah pandemi pada Bank Muamalat Indonesia KCP Metro yang penerapannya juga sangat baik. Dimana Bank Muamalat Indonesia KCP Metro memberikan hadiah kepada nasabah dan calon nasabah tabungan haji dan umrah, berupa perlengkapan alat solat, sovenir, dan juga Bank Muamalat Indonesia KCP Metro memberikan hadiah kepada beberapa instansi seperti Universitas Muhammadiyah, SMK Muhammadiyah, Rumah Sakit, Ponpes, dan lainnya yang sudah berkenan untuk bekerja sama dengan Bank Muamalat Indonesia KCP Metro, hadiah yang diberikan yaitu berupa standing banner Al-Qur'an dan juga beasiswa sebesar 15 juta khusus untuk mahasiswa Universitas Muhammadiyah.⁶ Mengenai pembagian hadiah atau sovenir yang dibagikan kepada nasabah Bank Muamalat Indonesia KCP Metro yaitu dengan ketentuan bahwasanya nasabah tersebut mempunyai tabungan sebesar 50 juta sampai 100 juta. Pada instansi yang sudah bekerja sama dengan Bank Muamalat Indonesia KCP Metro maka Bank Muamalat Indonesia KCP Metro

⁶ Hasil Wawancara dengan Bapak Hasan Selaku Kepala Cabang Bank Muamalat Indonesia KCP Metro, Pada 23 Agustus 2021 Pukul 09.00 WIB

memberikan apresiasi atau hadiah yang berupa berupa standing banner Al-Qur'an dan juga bea siswa sebesar 15 juta khusus untuk mahasiswa berprestasi pada Universitas Muhammadiyah, dan hadiah tersebut dibagikan pada satu tahun sekali dan pada saat mahasiswa Universitas Muhammadiyah wisuda.

3) **Publisitas (*Publicity*)**

Dalam kegiatan publisitas tersebut Bank Muamalat Indonesia KCP Metro melakukan kunjungan ke visit-visit dalam rangka sosialisasi jamaah haji dengan tetap mematuhi protokol kesehatan dan juga memberlakukannya pembatasan kehadiran seseorang dikarenakan mencegah kerumunan banyak orang. Bank Muamalat Indonesia KCP Metro juga melakukan sosialisasi ke masyarakat dalam mempromosikan tabungan haji dan umrah dengan tetap mematuhi protokol kesehatan. Tidak hanya itu publisitas juga dilakukan melalui media sosial seperti cara pembukaan buku rekening secara online.⁷ Didalam publisitas target yang menjadi calon nasabah tabungan haji dan umrah yaitu masyarakat yang mempunyai penghasilan tetap, seperti PNS, pegawai swasta, dan juga wirausaha. Publisitas dilakukan setiap hari dengan melakukan kunjungan ke komunitas infak, instansi seperti pondok pesantren, pada saat pengajian dan juga di instansi-instansi yang sudah berkenan untuk melakukan kerjasama dengan Bank Muamalat Indonesia KCP Metro. Didalam publisitas target marketing dalam menarik calon nasabah menjadi nasabah

⁷ Hasil Wawancara dengan Bapak Hasan Selaku Kepala Cabang Bank Muamalat Indonesia KCP Metro, Pada 01 September 2021 Pukul 09.00 WIB

produk tabungan haji dan umrah di Bank Muamalat Indonesia KCP Metro yaitu sebesar 5 orang setiap harinya.

4) Penjualan Pribadi (*Personal Selling*)

Guna mengoptimalkan jumlah nasabah, Bank Muamalat Indonesia KCP Metro dalam melakukan strategi promosi salah satunya yaitu Penjualan Pribadi (*Personal Selling*) pada produk tabungan haji dan umrah sangat baik dalam hal penerapannya. Kemudian daripada itu, secara langsung karyawan Bank Muamalat Indonesia KCP Metro mempromosikan produknya, yang dimana pada saat menawarkan produknya ke masyarakat *marketing* melakukan interaksi langsung dengan tetap memperhatikan protokol kesehatan, penawaran dilakukan kepada masyarakat, kegiatan ini guna menjalin sebuah sikap kekeluargaan dalam mempromosikan produknya. Hal ini juga bertujuan agar mempermudah dalam menyampaikan informasi dengan masyarakat sebagai target untuk menjadi nasabah di Bank Muamalat Indonesia KCP Metro. Didalam promosi penjualan pribadi dilakukan oleh *marketing* dan juga *Customer Service*. Dalam hal promosi ini juga dilakukan oleh *customer Service* dengan melakukan penawaran langsung kepada nasabah yang datang ke bank menghadap ke meja *customer service*, hal tersebut juga masih tetap memperhatikan protokol kesehatan. Disamping itu juga penjualan pribadi juga dilakukan oleh Bank Muamalat Indonesia KCP Metro secara online, dengan membantu para calon nasabah dalam pembukaan buku rekening secara online. Dan pada *Marketing* yaitu dengan melakukan promosi via

telpon kepada calon nasabah. Hal ini berkaitan dengan strategi promosi dalam periklanan karena pada saat promosi yang dilakukan dengan memanfaatkan sosial media, iklan yang diunggah di media sosial oleh pihak Bank Muamalat Indonesia KCP Metro didalam iklan tersebut tertera nomer Whatsapp *marketing* dan juga *customer service* yang siap membantu menjelaskan kembali kepada nasabah jika nasabah ingin mengetahui lebih dalam produk tabungan haji dan umrah yang di iklankan di media sosial Bank Muamalat Indonesia KCP Metro tersebut. Mengenai target yang ditetapkan pada strategi promosi publisitas ini yaitu sebesar 5 orang nasabah setiap harinya.⁸

Pada saat melaksanakan strategi promosi pihak Bank Muamalat Indonesia KCP Metro selalu melakukan evaluasi pada saat seminggu sekali. Evaluasi tersebut disampaikan oleh pihak kantor wilayah Bank Muamalat Indonesia pusat Lampung, dan disampaikan oleh Bapak Hasan selaku Kepala Cabang Bank Muamalat Indonesia KCP Metro. Evaluasi tersebut memberikan arahan dan bimbingan kepada pegawai Bank Muamalat Indonesia dalam hal perkembangan nasabah pada produk tabungan haji dan umrah. Evaluasi ini dilaksanakan melalui via zoom meeting dikarenakan adanya pandemic covid-19 yang menyebabkan evaluasi tersebut dilakukan secara online.⁹

⁸ Hasil Wawancara dengan Ibu Yurita Sari Marketing Bank Muamalat Indonesia KCP Metro, Pada 01 September 2021 Pukul 11.00 WIB

⁹ Hasil Wawancara dengan Bapak Hasan Selaku Kepala Cabang Bank Muamalat Indonesia KCP Metro, Pada 29 Desember 2021 Pukul 14.30 WIB

Berdasarkan hasil wawancara yang peneliti lakukan dengan salah satu nasabah yang peneliti temui pada saat di Bank Muamalat Indonesia KCP Metro yaitu dengan Bapak Rangga selaku nasabah tabungan haji dan umrah yang bekerja sebagai PNS bahwasanya alasan beliau tertarik untuk menjadi nasabah tabungan haji dan umrah yaitu yang pertama mereka melihat promosi yang dilakukan oleh pihak Bank Muamalat Indonesia KCP Metro melalui unggahannya di sosial media seperti instagram, maka dari situ beliau tertarik dan selanjutnya beliau menghubungi *customer service* dan juga *marketing* pihak Bank Muamalat Indonesia KCP Metro melalui nomer Whatsaap yang sudah tertera didalam iklan promosi Bank Muamalat Indonesia KCP Metro yang diunggah di akun sosial media Bank Muamalat Indonesia KCP Metro. Tidak hanya sampai disitu bapak rangga meyakinkan dirinya lebih dalam untuk menjadi nasabah produk tabungan haji dan umrah dengan mengikuti pengajian yang didalamnya terdapat pihak Bank Muamalat Indonesia KCP Metro yang memberikan sosialisasi tentang calon jamaah haji dan umrah, dan juga menjelaskan mengenai produk tabungan haji dan umrah di Bank Muamalat Indonesia KCP Metro.¹⁰

¹⁰ Hasil Wawancara dengan Bapak Rangga selaku nasabah produk tabungan haji dan umrah Bank Muamalat Indonesia KCP Metro, Pada 29 Desember 2021 Pukul 13.00 WIB

C. Analisis Kendala Yang Dihadapi Oleh Bank Muamalat Indonesia Dalam Melakukan Strategi Promosi Dalam Peningkatan Nasabah Pada Produk Tabungan Haji dan Umroh Dimasa Pandemi Covid-19

Berdasarkan wawancara yang dilakukan dengan Bapak Hasan selaku Kepala Cabang Bank Muamalat Indonesia KCP Metro sesuai dengan pertanyaan keempat yaitu apasajakah kendala-kendala yang dihadapi dalam strategi promosi dalam meningkatkan jumlah nasabah pada produk tabungan haji dan umrah selama pandemi covid-19. Bapak Hasan menjawab kendala-kendala yang dihadapi dalam strategi promosi dalam meningkatkan jumlah nasabah pada produk tabungan haji dan umrah selama pandemi covid-19 yaitu salah satunya kendala yang sangat besar pengaruhnya terhadap strategi promosi adalah dalam hal publisitas yang merupakan suatu strategi yang terjun langsung dalam memasarkan suatu produk yang biasanya dilakukan ditempat keramaian dan hampir semua menjadi target pasar.

Oleh karena itu, berdasarkan wawancara yang dilakukan dengan Bapak Hasan selaku kepala cabang Bank Muamalat Indonesia KCP Metro yang sesuai dengan pertanyaan kelima pada APD yaitu bagaimana cara pihak Bank Muamalat Indonesia KCP Metro menghadapi kendala yang dihadapi selama pandemi covid-19. Bapak Hasan menjawab bahwasanya cara pihak Bank Muamalat Indonesia KCP Metro menghadapi kendala yang dihadapi pada masa pandemi covid-19 pada saat ini, yaitu kegiatan promosi publisitas masih tetap dilakukan akan tetapi intensitasnya menurun jika dibandingkan sebelum covid-19, yaitu pada tahun 2018. Beliau juga menjelaskan bahwasanya

kegiatan promosi yang lain terkesan biasa dan tidak terlalu berdampak besar, namun hal ini bisa menjadi tolak ukur untuk memperbaharui bagaimana strategi promosi yang lebih efektif dimasa sekarang ini.¹¹

Hal ini juga menjadi suatu prestasi, dimana dalam bentuk strategi promosi yang dilakukan pada saat ini secara tidak langsung bisa menjadi pusat perhatian masyarakat dan dapat menarik masyarakat untuk menjadi nasabah pada produk tabungan haji dan umrah pada saat ini, yaitu ditengah-tengah kondisi pandemi covid-19 ini, hal ini dibuktikan oleh Bank Muamalat Indonesia KCP Metro dalam meningkatnya jumlah nasabah tabungan haji dan umrah pada tahun 2020 yang mencapai 1.064 nasabah.

Dalam hal penawaran, dampak dari adanya pandemi covid-19 yaitu yang biasanya dapat dilakukan secara terbuka dalam hal mensosialisasikan, akan tetapi sejak adanya pandemi covid-19 kegiatan penawaran kurang lebih leluasa dalam mengatur waktu dan juga dalam kehadiran calon nasabah pada saat ini sangat dibatasi. Strategi khusus yang dilakukan oleh Bank Muamalat Indonesia KCP Metro selama pandemi covid-19 tidak ada yang berubah secara signifikan. Selama diberlakukannya pembatasan aktivitas, maka pertemuan hanya lebih menekankan pada pendekatan via whatsapp dan telepon kepada para nasabah. Oleh sebab itu semua hal saling berkaitan, setelah adanya sosialisasi kemudian pendekatan pribadi, yang disini sebagai *marketing* harus sangat pandai mengolah suatu kata agar dapat menarik nasabah, dan dari situlah nasabah dapat merasa yakin untuk mendaftarkan

¹¹ Hasil Wawancara dengan Bapak Hasan Selaku Kepala Cabang Bank Muamalat Indonesia KCP Metro, Pada 14 September 2021 Pukul 09.00 WIB

dirinya menabung pada produk tabungan haji dan umrah.¹² Mulai dari tahun 2020 ini dengan diberlakukannya pendekatan dan gabungan promosi kepada nasabah haji dan umrah, maka hasilnya sangat memuaskan dan membanggakan yaitu dapat mengalami kenaikan sampai dengan 1.064 nasabah, yang semula pada tahun 2019 hanya berjumlah 831 nasabah haji dan umrah. Kegiatan diberlakukannya suatu pendekatan dan gabungan promosi juga di terapkan pada tahun 2021 ini, dengan harapan dapat menaikkan jumlah nasabah lagi, atau setidaknya dapat mempertahankan jumlah nasabah pada kondisi pandemi covid-19 pada saat ini yang masih terus melanda Negara Indonesia.

Dalam usaha pengoptimalan jumlah nasabah tabungan haji dan umrah dimasa pandemi covid-19, maka dari itu seorang *Marketing* dapat melakukan promosi dengan lebih efektif dan giat dalam menjelaskan suatu produk tabungan haji dan umrah. Dalam hal tersebut, *marketing* melakukan terobosan dengan menggabungkan beberapa promosi untuk meyakinkan nasabah guna menjadi nasabah tabungan haji dan umrah. Peran suatu *marketing* dalam hal ini harus dilakukan secara maksimal mungkin, yaitu guna meyakinkan calon nasabah bahwasanya kegiatan haji dan umrah masih tetap dilakukan, dan dalam hal ini juga yang membuat masyarakat akan lebih tertarik menjadi nasabah pada produk tabungan haji dan umrah di Bank Muamalat Indonesia KCP Metro.¹³

¹² Hasil Wawancara dengan Ibu Yurita Sari Selaku Marketing Bank Muamalat Indonesia KCP Metro, Pada 01 September 2021 Pukul 11.00 WIB

¹³ Hasil Wawancara dengan Bapak Hasan Selaku Marketing Bank Muamalat Indonesia KCP Metro, Pada 14 September 2021 Pukul 11.00 WIB

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan yaitu dapat disimpulkan bahwasanya Bank Muamalat Indonesia KCP Metro dalam mengenalkan produk tabungan haji dan umrah serta penerapan strategi promosi yang diantaranya yaitu dengan melakukan kegiatan strategi periklanan, promosi penjualan, publisitas, dan juga penjualan pribadi cukup baik pada saat kondisi pandemi covid-19 ini. Didalam periklanan dilakukan dengan memanfaatkan media sosial seperti website, instagram, facebook, dan juga via whatsapp. Kemudian pada promosi penjualan dilakukan dengan Metro memberikan hadiah kepada nasabah dan calon nasabah tabungan haji dan umrah dan juga beberapa instansi yang sudah ikut serta bekerja sama dengan Bank Muamalat Indonesia KCP Metro, hadiah yang diberikan berupa perlengkapan alat solat, sovenir, dan juga stordiry banner Al-Qur'an. Didalam publisitas dilakukan dengan kunjungan ke visit-visit dalam rangka sosialisasi jamaah haji. Dan pada penjualan pribadi dilakukan oleh oleh *customer Service* dengan melakukan penawaran langsung kepada nasabah yang datang ke bank menghadap ke meja *customer service*, hal tersebut juga masih tetap memperhatikan protokol kesehatan, dan juga dilakukan secara online dengan media sosial yaitu cara pembukaan buku rekening secara online.

Kendala yang dihadapi oleh Bank Muamalat Indonesia KCP Metro yaitu pada kegiatan publisitas, Selama pandemi covid-19 pada saat ini

promosi publisitas masih tetap dilakukan akan tetapi intensitasnya menurun jika dibandingkan sebelum covid-19, yaitu pada tahun 2018. Akan tetapi pada tahun 2020 Bank Muamalat Indonesia KCP Metro sudah dapat mengatasinya dan jumlah nasabah meningkat sebesar 1.064 nasabah. strategi promosi yang diterapkan tetap memperhatikan protokol kesehatan yang ada. Tidak hanya dibagian, kepala cabang, *marketing*, *customer service*, serta *teller*, akan tetapi juga yang berhadapan langsung seperti nasabahnya juga tetap menaati protokol kesehatan.

B. Saran

Dari hasil penelitian yang sudah dilakukan, peneliti memberikan saran kepada Bank Muamalat Indonesia KCP Metro yaitu sebagai berikut :

1. Lebih mengoptimalkan lagi strategi promosi yang digunakan, sehingga tujuan dan sasarannya akan semakin tercapai sesuai target yang diharapkan serta mempertahankan nasabahnya.
2. Dalam menghadapi persaingan yang begitu ketat Bank Muamalat Indonesia KCP Metro harus selalu melakukan strategi-strategi yang lebih baik dari sebelumnya walaupun sebelumnya sudah cukup baik akan tetapi lebih ditingkatkan lagi dalam mempromosikan produk-produknya.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahaman, Nana Herdiana. *Manajemen Strategi Pemasaran*. Jawa Barat: CV Pustaka Setia, 2015.
- Al Arif, Nur Rianto. *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung : Alfabet, 2012.
- Anoraga, Pandji. *Manajemen Bisnis*. Jakarta : PT Rineka Cipta, 1997.
- B, Ismiyati Mutmainnah. “Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Peningkatan Produk Tabungan Haji pada Bank Sulselbar Syariah Cabang Makassar.” *Skripsi*. Makassar: UIN Alauddin Makassar, 2013.
- Entaresmen, R. Ajeng. dan Desy Putri Pertiwi, “Strategi Pemasaran Terhadap Penjualan Produk Tabungan IB Hasanah di PT. Bank Negara Indonesia Syariah Kantor Cabang X,” *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Jasa* No. 1 / 2016.
- Fahmi, Irham. *Bank & Lembaga Keuangan Lainnya Teori dan Aplikasi*. Bandung : Alfabet, 2014.
- Fitria, Lailatul. “Pelaksanaan Tabungan Haji dan Umrah dengan akad Mudharabah Mutlaqah pada PT Bank BRI Syariah Tbk. KCP Tulang Bawang Barat Lampung.” *Skripsi*. Metro: IAIN Metro, 2019.
- Fitriana Sitorus, Onny. dan Novelia Utami, *Strategi Promosi Pemasaran*. Jakarta : FKIP Uhamka, 2017.
- Gulo, W. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: PT Grasindo, 2002.
- Kamsir, *Manajemen Perbankan*. Cet. Ke-13. Jakarta : Rajawali Pers, 2015.
- Kartono, Ahmad, & Sarmidi Husma. *Ibadah Haji Perempuan Menurut Para Ulama Fiqih*. Jakarta : Prenada Media Group, 2013.
- Le, Herlin., Sem G. Oroh, dan Silcyljeova Moniharapon. “Penerapan Strategi Promosi Pada Pemasaran Produk Federal Parts CV. Kanaka Jaya Manado.” *Jurnal Emba* No. 2/Juni 2015.
- Lestari, Riski Eka. “ Strategi Pemasaran Produk Tabungan Mabrur Junior di Bank Syariah Mandiri KCP Teluk Betung.” *Skripsi*. Metro: IAIN Metro, 2020.

Moleong, Lexy J., *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung : Remaja Rosda Karya, 2009.

Narbuko, Cholid, & Abu Achmadi. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Pt Bumi Aksara, 2016.

Rosidin. *Inti Fiqih Haji & Umrah*. Terj. Kitab Al- Manasik al-Shughra li Qashid Umm al-Qura. Jawa Timur : Genius Media, 2013.

Sabariah, Etika. *Manajemen Strategi*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar, 2016.

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

<https://www.bankmuamalat.co.id>

Terwawancara :

1. Bapak Hasan Arifin selaku *Sub Branch Manajer* Bank Muamalat KCP Metro
2. Ibu Yurita Sari selaku *Marketing* Bank Muamalat KCP Metro

Website :

<https://www.bankmuamalat.co.id>

LAMPIRAN-LAMPIRAN



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

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

Nomor : B-2819/In.28.1/J/TL.00/09/2021
Lampiran : -
Perihal : **SURAT BIMBINGAN SKRIPSI**

Kepada Yth.,
Liberty (Pembimbing 1)
(Pembimbing 2)
di-

Tempat
Assalamu'alaikum Wr. Wb.

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

Nama : **MERRY SILVIANICA**
NPM : 1804100061
Semester : 7 (Tujuh)
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : S1 Perbankan Syariah
Judul : **IMPLEMENTASI STRATEGI PROMOSI DALAM PENINGKATAN NASABAH PADA PRODUK TABUNGAN HAJI DAN UMROH DIMASA PANDEMI COVID 19 STUDY KASUS BANK MUAMALAT KANTOR CABANG METRO**

Dengan ketentuan sebagai berikut :

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

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

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Metro, 20 September 2021
Ketua Jurusan
Perbankan Syariah

Dliyaul Haq, M.E.I.
NIP 19810121 201503 1 002



**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.iaim@metrouniv.ac.id

Nomor : B-2911/In.28/D.1/TL.00/09/2021
Lampiran : -
Perihal : **IZIN RESEARCH**

Kepada Yth.,
KEPALA BANK MUAMALAT
INDONESIA KCP METRO
di-
Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Sehubungan dengan Surat Tugas Nomor: B-2912/In.28/D.1/TL.01/09/2021,
tanggal 27 September 2021 atas nama saudara:

Nama : **MERRY SILVIANICA**
NPM : 1804100061
Semester : 7 (Tujuh)
Jurusan : S1 Perbankan Syariah

Maka dengan ini kami sampaikan kepada saudara bahwa Mahasiswa tersebut di atas akan mengadakan research/survey di BANK MUAMALAT INDONESIA KCP METRO, dalam rangka menyelesaikan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "IMPLEMENTASI STRATEGI PROMOSI DALAM PENINGKATAN NASABAH PADA PRODUK TABUNGAN HAJI DAN UMROH DIMASA PANDEMI COVID-19 STUDY KASUS BANK MUAMALAT KANTOR CABANG METRO".

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

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Metro, 27 September 2021
Wakil Dekan Akademik dan
Kelembagaan,



Siti Zulaikha S.Ag, MH
NIP 19720611 199803 2 001

Nomor : 019/BMI/MTR/X/2021
Lamp. : -

Metro, 11 Oktober 2021 M

Kepada Ykh.
Ibu Siti Zulaika S.Ag, MH
Di Tempat

Perihal : SURAT BALASAN

Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh,

Semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya kepada kita semua dalam menjalankan segala aktivitas sehari-hari, Aamiin.

Yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Hasan Arifin S.E., M.M
Jabatan : Branch Manager
Lokasi : Bank Muamalat KCP Metro

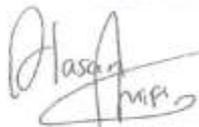
Telah kami SETUJUI untuk melakukan survey pada perusahaan kami sebagai syarat penyusunan skripsi, atas nama:

Nama : Merry Silvanica
NPM/Semester : 1804100061
Fakultas : Ekonomi Bisnis Islam
Jurusan : SI Perbankan Syari'ah
Judul : Implementasi Strategi Promosi dalam Peningkatan Nasabah Pada Produk Tabungan Haji dan Umroh Dimasa Pandemi Covid-19 Study Kasus Bank Muamalat Cabang Metro.

Demikian surat ini kami sampaikan atas kerjasamanya kami ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh,

PT. BANK MUAMALAT INDONESIA, Tbk
KCP METRO



Hasan Arifin S.E., M.M
Branch Manager





**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-2912/In.28/D.1/TL.01/09/2021

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

Nama : **MERRY SILVIANICA**
NPM : 1804100061
Semester : 7 (Tujuh)
Jurusan : S1 Perbankan Syariah

- Untuk :
1. Mengadakan observasi/survey di BANK MUAMALAT INDONESIA KCP METRO, guna mengumpulkan data (bahan-bahan) dalam rangka menyelesaikan penulisan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "IMPLEMENTASI STRATEGI PROMOSI DALAM PENINGKATAN NASABAH PADA PRODUK TABUNGAN HAJI DAN UMROH DIMASA PANDEMI COVID-19 STUDY KASUS BANK MUAMALAT KANTOR CABANG METRO".
 2. Waktu yang diberikan mulai tanggal dikeluarkan Surat Tugas ini sampai dengan selesai.

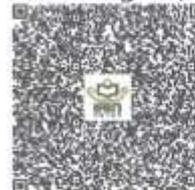
Kepada Pejabat yang berwenang di daerah/instansi tersebut di atas dan masyarakat setempat mohon bantuannya untuk kelancaran mahasiswa yang bersangkutan, terima kasih.

Dikeluarkan di : Metro
Pada Tanggal : 27 September 2021

Mengetahui,
Pejabat Setempat,



Wakil Dekan Akademik dan
Kelembagaan,



Siti Zulaikha S.Ag, MH
NIP 19720611 199803 2 001



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

Jalan Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
M E T R O Telp (0725) 41507; Faks (0725) 47296; Website: digilib.metrouniv.ac.id; pustaka.iain@metrouniv.ac.id

**SURAT KETERANGAN BEBAS PUSTAKA
Nomor : P-1067/ln.28/S/U.1/OT.01/11/2021**

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

Nama : Merry Silvanica
NPM : 1804100061
Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/ Perbankan Syariah

Adalah anggota Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung Tahun Akademik 2021 / 2022 dengan nomor anggota 1804100061

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, 01 November 2021
Kepala Perpustakaan

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



**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 : Merry Silvianica
NPM : 1804100061
Jurusan : S1 Perbankan Syariah

Adalah benar-benar telah mengirimkan naskah Skripsi berjudul **Implementasi Strategi Promosi Dalam Peningkatan Nasabah Pada Produk Tabungan Haji Dan Umrah Dimasa Pandemi Covid-19 (Study Kasus Bank Muamalat Kantor Cabang Metro)** untuk diuji plagiasi. Dan dengan ini dinyatakan **LULUS** menggunakan aplikasi Turnitin dengan **Score 13%**.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Metro, 7 Desember 2021
Ketua Jurusan S1 Perbankan Syariah



Muhammad Ryan Fahlevi

NIP.199208292019031007



KEMENTERIAN AGAMA RI
INSITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
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

Nama : Merry Silvianica Jurusan/Fakultas : PBS/ FEBI
NPM : 1804100061 Semester/TA : VI/ 2021

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	Senin 13/7/21	<u>Bimbingan Proposal</u> Teknis penulisan Menganalisa pada buku panduan yg terbaru <u>Cari ayat atau hadis yg berkaitan</u> <u>dengan judul perubahan</u> <u>LBM tidak perlu terlalu ditil</u> <u>uraian yang langsung pada</u> <u>permasalahannya saja.</u> <u>perbaiki !</u>	

Dosen Pembimbing

Liberty ,SE.MA
NIP.19740824 2 0000 3 2002

Mahasiswa Ysb

Merry Silvianica
NPM. 1804100061



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

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

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL SKRIPSI

Nama : Merry Silvianica Jurusan/Fakultas : S1 PBS / FEBI
NPM : 1804100061 Semester / T A : VII / 2021

No	Hari/ Tanggal	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
2	Semin 16/ - 21 18	Cari ayat atau hadis yg berkaitan dengan pembekuan yg akan di haji	
		fiadaori singkatan ≈	
		Permasalahan fidah melbun dimensikan seperti piramide terbalik	
		perbaiki	

Dosen Pembimbing

Liberty, SE., MA
NIP. 19740824 200003 2 002

Mahasiswa Ybs,

Merry Silvianica
NPM. 1804100061



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

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

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL SKRIPSI

Nama : Merry Silvianica Jurusan/Fakultas : S1 PBS / FEBI
NPM : 1804100061 Semester / T A : VII / 2021

No	Hari/ Tanggal	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
1		<p>Bimbingan Proposal</p> <hr/> <p>Teknis penulisan mengacu pada buku pedoman yg terbaru dan terbaru</p> <hr/> <p>Pada LBM jelaskan secara singkat saja inti masalah yg ingin di kaji</p> <hr/> <p>Perbaiki</p>	

Dosen Pembimbing

Liberty, SE., MA
NIP. 19740824 200003 2 002

Mahasiswa Ybs,

Merry Silvianica
NPM. 1804100061



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

Jl. Ki. HajarDewantaraKampus 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 : Merry Silvianica Jurusan/Fakultas : SI PBS / FEBI
NPM : 1804100061 Semester / T A : VII / 2021

No	Hari/ Tanggal	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	Selasa 14/9 - 21	Proposal telah di seminar dan telah di perbaiki, sesuai arahan saat seminar	
		Proposal & Pengegahan Acc	
		Lanjutkan ke tahap selanjutnya	
		Persiapkan APD & Outline	

Dosen Pembimbing

Liberty, SE., MA
NIP. 19740824 200003 2 002

Mahasiswa Ybs,

Merry Silvianica
NPM. 1804100061



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

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

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Merry Silvianica Jurusan/Fakultas : SI PBS / FEBI
NPM : 1804100061 Semester / T A : VII / 2021

No	Hari/ Tanggal	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	17/21 /9	Bimbingan APD & Outline	
		APD Acc	
		Outline Acc	

Dosen Pembimbing

Liberty, SE., MA
NIP. 19740824 200003 2 002

Mahasiswa Ybs,

Merry Silvianica
NPM. 1804100061



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

Jl. Ki. HajarDewantaraKampus 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 : Merry Silvianica Jurusan/Fakultas : SI PBS / FEBI
NPM : 1804100061 Semester / T A : VII / 2021

No	Hari/ Tanggal	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	Senin 4/10-21	<p>Proposal telah Bimbingan Bab 4-5.</p> <hr/> <p>Sejarah tentang Bank Muamalat lebih di persingkat.</p> <hr/> <p>Visi dan Misi jika tidak ada hub- dungan judul penelitian, maka buang saja</p> <hr/> <p>perbaiki</p>	

Dosen Pembimbing

Liberty, SE., MA
NIP. 19740824 200003 2 002

Mahasiswa Ybs,

Merry Silvianica
NPM. 1804100061



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

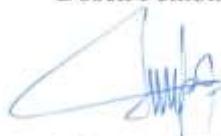
Jl. Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507 Fax. (0725) 47296 Email: stainjusi@stainmetro.ac.id, website: www.stainmetro.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Merry Silvianica Jurusan/Fakultas : SI PBS / FEBI
NPM : 1804100061 Semester / T A : VII / 2021

No	Hari/ Tanggal	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	Rabu/ 6/10-21	Pada Struktur organisasi pros, Jelaskan fungsi dan peran yg memberi informasi <hr/> Implementasi langsung pada hasil yg di peroleh di lapangan. <hr/> W/er berlandaskan APD di tuntutkan 4 di narasikan <hr/> pmbaiki	  

Dosen Pembimbing



Liberty, SE., MA
NIP. 19740824 200003 2 002

Mahasiswa Ybs,



Merry Silvianica
NPM. 1804100061



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

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

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Merry Silvianica Jurusan/Fakultas : SI PBS / FEBI
NPM : 1804100061 Semester / T A : VII / 2021

No	Hari/ Tanggal	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	Jumat 8/10 - 21	Telah Diperbaiki Sesuai Arahan Saat Bimbingan	
		Kesimpulan telah menjawab pertanyaan pada Bab sebelumnya	
		Daftar Pustaka Metopen cukup 3	
		ACC Bab 4 5	
		Siap Dinyatakan !	

Dosen Pembimbing

Liberty, S.E., M.A
NIP. 19740824 200003 2 002

Mahasiswa Ybs,

Merry Silvianica
NPM. 1804100061

DOKUMENTASI

1. Wawancara dengan Bapak Hasan Arifin selaku *Sub Branch Manager* Bank Muamalat KCP Metro



2. Wawancara dengan Ibu Yurita Sari selaku *Marketing* Bank Muamalat KCP Metro



3. Foto Promosi Periklanan Haji dan Umroh

Ekonomi Syariah **Bank Muamalat**

**Menabung dari Sekarang
Berhaji Selagi Muda**

Tabungan Hijrah Haji

Buka tabungan sekarang di www.bankmuamalat.co.id/ayohijrah
atau melalui **Muamalat DIN**

0812 8065 1800

Satamuamalat 1500016 | www.bankmuamalat.co.id
BankMuamalatIndonesia BankMuamalat BankMuamalat BankMuamalat

Bank Muamalat Indonesia terdaftar dan diawasi oleh Otoritas Jasa Keuangan dan

#AyoHijrah

The advertisement features a central illustration of a man and a woman in white ihram attire standing in a doorway. The man is holding a suitcase, and the woman is looking towards the Kaaba, which is visible through the doorway. The background shows a modern city skyline on the left and the Kaaba in Mecca on the right. The overall design is clean and professional, with a focus on the Hajj theme.

4. Foto Pihak Bank Muamalat Metro memberikan Souvenir kepada salah satu Instansi SMK Muhammadiyah Metro



5. Foto Pihak Bank Muamalat Metro melakukan sosialisasi ke visit-visit jamaah haji



6. Customer Service memberikan penawaran langsung kepada nasabah yang datang ke Bank Muamalat Metro



7. Wawancara dengan salah satu nasabah produk tabungan Haji dan Umroh di Kantor Bank Muamalat Indonesia KCP Metro.



RIWAYAT HIDUP



Peneliti bernama Merry Silvanica lahir di desa 36 Kalibening, 03 Maret 2000 Alamat Dusun III Desa 36 Kalibening, Kec. Pekalongan, Kab. Lampung Timur. Peneliti adalah anak perempuan dari pasangan suami istri Bapak Ngadiman dan Ibu Dewi Irawati. Peneliti merupakan anak pertama dari 3 bersaudara. Awal pendidikan peneliti dari Taman Kanak-Kanak TK Pertiwi dan lulus pada tahun 2006, kemudian melanjutkan pendidikan di SD Negeri 01 Kalibening dan lulus pada tahun 2012. Kemudian melanjutkan pendidikan di SMP Negeri 01 Pekalongan dan lulus pada tahun 2015. Kemudian melanjutkan pendidikan ke jenjang SLTA yaitu SMA Negeri 01 Pekalongan dan lulus pada tahun 2018. Dan memutuskan untuk lanjut ke perguruan tinggi di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.