

**SKRIPSI**

**STRATEGI PEMASARAN TABUNGAN iB HIJRAH HAJI PADA  
MASA PANDEMI DI BANK MUAMALAT KANTOR  
CABANG PEMBANTU ZA PAGAR ALAM  
BANDAR LAMPUNG**

**Oleh:**

**EVI ANGGREINI  
NPM. 1804100035**



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

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO  
1444 H / 2022 M**

**STRATEGI PEMASARAN TABUNGAN iB HIJRAH HAJI PADA  
MASA PANDEMI DI BANK MUAMALAT KANTOR  
CABANG PEMBANTU ZA PAGAR ALAM  
BANDAR LAMPUNG**

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

Oleh:

EVI ANGGREINI  
NPM. 1804100035

Pembimbing: Titut Sudiono, M.E.Sy

Jurusan Perbankan Syariah  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO  
1444 H / 2022 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 : EVI ANGGREINI  
NPM : 1804100035  
Jurusan : Perbankan Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Judul Skripsi : STRATEGI PEMASARAN TABUNGAN iB HIJRAH HAJI PADA MASA PANDEMI DIBANK MUAMALAT KANTOR CABANG PEMBANTU ZA PAGAR ALAM BANDAR LAMPUNG

Disetujui 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, November 2022  
Dosen Pembimbing

  
**Titus Sudiyono, M.E.Sy**  
NIDN. 2124047701

## HALAMAN PERSETUJUAN

Judul Skripsi : STRATEGI PEMASARAN TABUNGAN iB HIJRAH HAJI  
PADA MASA PANDEMI DIBANK MUAMALAT  
KANTOR CABANG PEMBANTU ZA PAGAR ALAM  
BANDAR LAMPUNG

Nama : EVI ANGGREINI

NPM : 1804100035

---

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Jurusan : Perbankan Syariah

## MENYETUJUI

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

Metro, November 2022  
Dosen Pembimbing



**Titut Sudiyono, M.E.Sy**  
NIDN. 2124047701



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

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

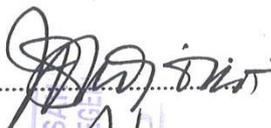
**PENGESAHAN SKRIPSI**

No. B-4600 / m-28.3 / D / PP-00-9 / 12 / 2022

Skripsi dengan Judul: STRATEGI PEMASARAN TABUNGAN iB HIJRAH HAJI PADA MASA PANDEMI DI BANK MUAMALAT KANTOR CABANG PEMBANTU ZA PAGAR ALAM BANDAR LAMPUNG, disusun Oleh: EVI ANGGREINI, NPM: 1804100035, Jurusan: S1 Perbankan Syariah telah diujikan dalam sidang munaqosyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada Hari/Tanggal: Kamis/01 Desember 2022.

**TIM PENGUJI:**

Ketua/Moderator : Titut Sudiono, M.E.Sy

()

Penguji I : Dr. Mat Jalil, M.Hum

()

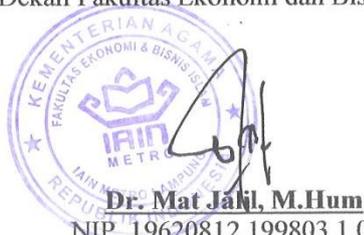
Penguji II : Enny Puji Lestari, M.E.Sy

()

Sekretaris : Lilis Renfiana, M.E

()

Mengetahui,  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

  
**Dr. Mat Jalil, M.Hum**

NIP. 19620812 199803 1 001

## ABSTRAK

### **STRATEGI PEMASARAN TABUNGAN IB HIJRAH HAJI PADA MASA PANDEMI DI BANK MUAMALAT KANTOR CABANG PEMBANTU ZA PAGAR ALAM BANDAR LAMPUNG**

Oleh  
**EVI ANGGREINI**

Pembatalan keberangkatan Ibadah Haji melalui keputusan menteri Agama tentang pembatalan keberangkatan jamaah Haji pada penyelenggaraan Ibadah Haji di tahun 2020 dan 2021 dimasa pandemi sangatlah berdampak pada pemasaran produk Tabungan iB Hijrah Haji di Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu ZA Pagar Alam Bandar Lampung, terutama kepercayaan dari masyarakat di dalam penyelenggaraan Ibadah, sehingga pemasaran Produk Tabungan iB Hijrah Haji membutuhkan strategi pemasaran. maka berdasarkan fenomena di atas peneliti berupaya mengungkapkan strategi pemasaran Produk Tabungan iB Hijrah Haji yang dilakukan oleh Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu ZA Pagar Alam Bandar Lampung pada masa Pandemi.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*), bersifat *deskriptif kualitatif* dan berfikir induktif, sehingga hasil penelitian ini menyajikan bentuk penelitian yang menekankan pada aspek pendalaman data dan informasi guna mendapatkan validitas hasil penelitian yang berbasis pada pengumpulan data dengan metode wawancara dan dokumentasi.

Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu ZA Pagar Alam Bandar Lampung mengalami penurunan pada saat pandemi di tahun 2020-2021, dengan demikian, tujuan penelitian ini mencoba mengungkapkan bagaimana strategi pemasaran tabungan ib hijrah haji pada masa pandemi yang dilakukan bank muamalat kantor cabang pembantu ZA pagar alam bandar lampung strategi pemasaran yang dilakukan oleh Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu ZA Pagar Alam Bandar Lampung di masa pandemi terhadap Produk Tabungan iB Hijrah Haji yang berbasis pada bauran pemasaran yang terdiri dari 4P yaitu, *Product, Price, Place, Promotion* dengan implementasinya memanfaatkan media sosial agar mempermudah akses masyarakat dalam menggunakan Produk Tabungan iB Hijrah Haji. Selain itu peneliti juga berupaya mengungkapkan respon masyarakat melalui media sosial terhadap Produk Tabungan iB Hijrah Haji di Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu ZA Pagar Alam Bandar Lampung.

**Kata kunci: Strategi Pemasaran, Tabungan IB Hijrah Haji, Pandemi**

## ORISINALITAS PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : EVI ANGGREINI  
NPM : 1804100035  
Jurusan : S1 Perbankan Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

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

Metro, 01 Desember 2022  
Yang Menyatakan,



**Evi Anggreini**  
NPM. 1804100035

## MOTTO

إِنَّ أَوَّلَ بَيْتٍ وُضِعَ لِلنَّاسِ لَلَّذِي بِبَكَّةَ مُبَارَكًا وَهُدًى لِّلْعَالَمِينَ ﴿٩٦﴾ (سورة آل عمران, ٩٦)

Artinya: *Sesungguhnya rumah yang mula-mula dibangun untuk (tempat beribadat) manusia, ialah Baitullah yang di Bakkah (Mekah) yang diberkahi dan menjadi petunjuk bagi semua manusia. (Q.S. Ali-Imran: 96)*

## **PERSEMBAHAN**

Puji Syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, yang telah memberikan kesehatan, rahmat dan hidayah, sehingga penulis masih diberikan kesempatan untuk menyelesaikan skripsi ini, sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar kesarjanaan. Walaupun jauh dari kata sempurna, namun penulis bangga telah mencapai pada titik ini, yang akhirnya skripsi ini bisa slesai diwaktu yang tepat. Skripsi ini saya tujukan untuk:

1. Kedua orang tua yang sangat saya cinta, Ibunda Sri Rejeki dan Ayah Winarno yang telah mengisi dunia saya dengan begitu banyak kebahagiaan sehingga seumur hidup tidak cukup untuk menikmati semuanya. Serta saudara kandung saya (kakakku) Linda sari dan (kedua adikku) Shifa luthfi istiqomah dan Abdil ardhani Mu'tasyam yang senantiasa memberikan semangat untuk keberhasilan skripsi ini.
2. Dosen pembimbing skripsi saya Bapak Titut Sudiono, M.E.Sy, terima kasih telah memberikan arahan dan bimbingannya sehingga skripsi ini mampu diselesaikan dengan baik
3. Sahabat saya Novia nur janah dan Zidane Darma Pangestu terimakasih telah membantu dan memberikan masukan yang baik, memberikan semangat dan doanya doanya selama menyelesaikan skripsi ini.
4. Almamater Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro

## KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT, atas taufik hidayah dan inayah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan Skripsi ini. Penulisan skripsi ini adalah sebagai salah satu bagian dari persyaratan untuk menyelesaikan pendidikan jurusan S1 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

Dalam upaya penyelesaian skripsi ini, peneliti telah menerima banyak bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karenanya peneliti mengucapkan terima kasih kepada:

1. Rektor IAIN Metro Lampung Ibu Dr. Hj. Siti Nurjanah, M.Ag., PIA
2. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Bapak Dr. Mat Jalil, M.Hum
3. Ketua Jurusan Perbankan Syariah Mummad Ryan Fahlevi M.M
4. Pembimbing Bapak Titut Sudiono, M.E.Sy
5. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen/Karyawan IAIN Metro yang telah menyediakan waktu dan fasilitas dalam rangka pengumpulan data.
6. Dan semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu-persatu yang telah banyak membantu peneliti dalam menyelesaikan Skripsi ini.

Kritik dan saran demi perbaikan skripsi ini sangat diharapkan dan akan diterima dengan kelapangan dada. Dan akhirnya semoga skripsi ini kiranya dapat bermanfaat bagi pengembangan ilmu Perbankan Syariah.

Metro, 01 Desember 2022  
Peneliti,



**Evi Anggreini**  
NPM. 1804100035

## DAFTAR ISI

	<b>Hal.</b>
<b>HALAMAN SAMBUTAN</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>ii</b>
<b>NOTA DINAS</b> .....	<b>iii</b>
<b>PERSETUJUAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>PENGESAHAN</b> .....	<b>v</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>vi</b>
<b>ORISINALITAS PENELITIAN</b> .....	<b>vii</b>
<b>MOTTO</b> .....	<b>viii</b>
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	<b>ix</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xvi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Pertanyaan Penelitian .....	3
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	4
D. Manfaat Penelitian.....	4
E. Penelitian Relevan .....	5
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b> .....	<b>8</b>
A. Strategi Pemasaran .....	8
1. Pengertian Strategi Pemasaran.....	8
2. Tujuan Strategi Pemasaran .....	9
B. Bauran Pemasaran ( <i>Marketing Mix</i> ) .....	10
1. Pengertian Bauran Pemasaran ( <i>Marketing Mix</i> ) .....	10
2. Unsur-Unsur Bauran Pemasaran ( <i>Marketing Mix</i> ) .....	10
C. Tabungan iB Hijrah Haji .....	17

D. Epidemiologi dan Penularan Pandemi Covid 19 .....	19
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>21</b>
A. Jenis dan Sifat Penelitian.....	21
B. Sumber Data .....	23
C. Teknik Pengumpulan Data .....	24
D. Teknis Analisis Data.....	26
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>27</b>
A. Strategi Pemasaran Produk iB Hijrah Haji yang dilakukan Di Bank Muamalat Kantor Cabang ZA pagar Alam Bandar Lampung pada saat pandemi.....	27
B. Analisis Strategi Pemasaran Tabungan iB Hijrah Haji yang di lakukan Di Bank Muamalat Kantor Cabang ZA pagar Alam Bandar Lampung pada saat Pandemi.....	36
C. Kebijakan Umum dan Khusus Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu ZA Pagar Alam Bandar Lampung dalam mencapai target pemasaran pada saat pandemi .....	49
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>54</b>
A. Kesimpulan.....	54
B. Saran .....	55

#### **DAFTAR PUSTAKA**

#### **LAMPIRAN-LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel</b>	<b>Halaman</b>
1.1 Jumlah Nasabah Tabungan iB Hijrah Haji .....	3

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar</b>	<b>Halaman</b>
4.1. Struktur Organisasi Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu ZA Pagar Alam Bandar Lampung .....	31

## **DAFTAR LAMPIRAN**

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

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Bank Muamalat Indonesia merupakan Bank umum pertama di Indonesia yang menerapkan prinsip Syariah dalam menjalankan operasionalnya dan dalam operasinya mengikuti ketentuan-ketentuan syariah Islam, khususnya yang menyangkut tata cara bermuamalah secara Islam. Dalam rangka menjalankan kegiatannya, bank syariah harus berlandaskan pada Al-Qur'an dan hadits.<sup>1</sup> Tabungan iB Hijrah Haji di Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu ZA Pagar Alam Bandar Lampung sudah beroperasi sejak tahun 2016 dan merupakan produk unggulan. Tabungan iB Hijrah Haji merupakan produk penghimpunan dana yang ditawarkan atau diberikan bagi masyarakat yang ingin menunaikan ibadah Haji maupun yang memang berniat untuk merencanakan Haji, tabungan ini menggunakan akad wadiah (titipan) yang terbebas dari biaya administrasi bulanan.<sup>2</sup>

Pemerintah Indonesia melalui Menteri Agama telah meniadakan keberangkatan jamaah haji Indonesia ke arab Saudi karena masih adanya pandemi Covid-19. Calon jamaah haji bisa mengambil kembali biaya perjalanan hajinya yang sudah disetorkan, kemudian yang tidak menarik dananya, BPKH jamin dana jamaah haji tersebut aman. Berdasarkan kenyataan tersebut pemerintah memutuskan untuk tidak memberangkatkan

---

<sup>1</sup> Nur Mawaddah "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Profitabilitas Bank Syariah", *Jurnal Etikonomi*, Vol. 14 No. 2 Oktober 2015

<sup>2</sup> Janur Fadilah, *Branch Manager* Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu ZA Pagar Alam Bandar Lampung, Wawancara pada 20 September 2021

jamaah haji pada tahun 2021, kemudian jamaah haji tahun 2021 akan menjadi jamaah haji pada tahun 2022/1444H.<sup>3</sup>

Ditengah merabaknya pandemi Covid-19 dan diberlakukannya PSBB, penjualan secara langsung umumnya mengalami penurunan hal tersebut dikarenakan pola masyarakat yang lebih banyak berdiam diri dirumah. Strategi perbankan yang dapat diterapkan selama pandemi Covid-19 antara lain ditengah pandemi Covid-19 yang dialami di Indonesia khususnya, banyak menurunkan omset penjualan. Berkurangnya jumlah konsumen di beberapa sektor dan industri menuntut untuk dapat memasarkan produk secara maksimal dan berfikir kreatif dan inovatif.

Strategi pemasaran setiap instansi atau perusahaan memegang peranan yang sangat penting dan merupakan hal utama yang harus diperhatikan untuk mencapai keberhasilan usaha. Strategi pemasaran harus dapat menggambarkan secara jelas dan langsung kegiatan yang akan dilakukan perusahaan untuk memaksimalkan penggunaan setiap peluang dipasar sasaran.<sup>4</sup>

Berdasarkan data yang diperoleh dari Lapangan Tabungan iB Hijrah Haji pada masa pandemi Covid-19 mengalami penurunan jumlah nasabah. Berikut data jumlah nasabah Tabungan iB Hijrah Haji di Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu ZA Pagar Alam Bandar Lampung.

---

<sup>3</sup> KompasTV, "Yaqut Cholil Qoiumas, wawancara, Menteri Agama Republik Indonesia. "Pemerintah Batalkan Pemberangkatan Haji 2021" diakses melalui <http://KompasTV.co.id>. pada 16 Juni 2021

<sup>4</sup> Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2013), 168

**Tabel 1.1**  
**Jumlah Nasabah Tabungan iB Hijrah Haji**

No.	Tahun	Jumlah Nasabah
1	2016	50%
2	2017	60%
3	2018	70%
4	2019	65%
5	2020	35%

*Sumber:* Hasil Wawancara dengan *Branch Manager*

Berdasarkan tabel di atas dapat di lihat bahwa pada masa pandemi produk unggulan Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu ZA Pagar Alam Bandar Lampung yaitu Tabungan iB Hijrah Haji pada tahun 2016 ke tahun 2017 mengalami kenaikan, pada tahun 2018 ketahun 2019 mengalami kenaikan dan pada tahun 2020 jumlah nasabah mengalami penurunan secara signifikan karena adanya pandemi.

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, maka peneliti tertarik untuk mengkaji tentang strategi pemasaran yang dilakukan oleh pihak bank dengan judul “Strategi Pemasaran Tabungan iB Hijrah Haji pada masa Pandemi di Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu ZA Pagar Alam Bandar Lampung”.

## **B. Pertanyaan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka pertanyaan dalam penelitian ini adalah

1. Bagaimana strategi pemasaran tabungan iB Hijrah Haji yang di lakukan Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu ZA Pagar Alam Bandar Lampung pada saat Pandemi?

2. Bagaimana kebijakan umum dan khusus Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu ZA Pagar Alam Bandar Lampung dalam mencapai target pemasaran pada saat pandemi?

### **C. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui strategi pemasaran produk tabungan iB Hijrah Haji yang dilakukan di Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu ZA Pagar Alam Bandar Lampung pada saat pandemi.
2. Untuk mengetahui bagaimana kebijakan umum dan khusus Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu ZA Pagar Alam Bandar Lampung dalam mencapai target pemasaran pada saat pandemi?

### **D. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini juga mempunyai manfaat penelitian sebagai berikut:

1. Secara teoritis

Penelitian ini diharapkan untuk dapat dijadikan sumber pengetahuan dan dapat menambah wawasan bagi semua pihak yang ingin mempelajari Strategi Pemasaran Tabungan iB Hijrah Haji Pada Masa Pandemi di Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu ZA Pagar Alam Bandar Lampung.

2. Secara praktis

Secara praktis diharapkan dari penelitian ini adalah dapat memberikan referensi dan masukan bagi Lembaga Keuangan Syariah Lainnya, khususnya Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu ZA Pagar

Alam Bandar Lampung mengenai strategi pemasaran tabungan iB Hijrah Haji pada masa Pandemi.

#### **E. Penelitian Relevan**

Berdasarkan penelusuran penelitian di beberapa perpustakaan perguruan tinggi dan jurnal digital, peneliti menemukan beberapa karya tulis ilmiah yang secara umum berkaitan dengan penelitian. Beberapa karya ilmiah tersebut yaitu:

1. Penelitian oleh Clara Berliana (2020), yang berjudul “*Analisis Strategi Pemasaran Produk Tradisional Tapis Lampung Melalui Media Digital Dilihat Dari Perspektif Etika Bisnis Islam Studi Kasus: Di Penjajah Bintang 38b Batanghari, Lampung Timur.*”<sup>5</sup> (Mahasiswa ekonomi syariah IAIN Metro). Penelitian ini membahas tentang strategi pemasaran produk tradisional tapis Lampung melalui media digital dilihat dari perspektif etika bisnis Islam. Penelitian ini mampu memberikan kontribusi pemikiran, informasi dan pengetahuan bagi studi ilmu ekonomi khususnya ekonomi pembangunan daerah dan kebudayaan .

Terdapat perbedaan dan persamaan dalam penelitian ini dengan penelitian Clara Berliana. Persamaannya yaitu, membahas terkait penggunaan media digital dalam strategi promosi sedangkan perbedaannya yaitu, skripsi Clara Berliana lebih membahas pada perspektif etika bisnis Islam dalam menggunakan media digital sedangkan pada peneliti ini lebih membahas dampak strategi promosi terhadap adanya media digital.

---

<sup>5</sup> Clara Berliana, “Analisis Strategi Pemasaran Produk Tradisional Tapis Lampung Melalui Media Digital Dilihat Dari Perspektif Etika Bisnis Islam”, (Mahasiswa ekonomi Syariah Angkatan 2016 IAIN Metro”, (Skripsi, Lampung, IAIN Metro, 2020).

2. Penelitian oleh Almida Elit Putri (2019) dengan judul “*Strategi Promosi Melalui Media Sosial Dalam Pengembangan Produk-Produk Bank Syariah*” (*Studi Pada Bni Syariah Cabang Bengkulu*), (Mahasiswa ekonomi Syariah IAIN Bengkulu).<sup>6</sup> Penelitian ini membahas tentang keunggulan dan kelemahan dalam melakukan promosi terhadap perkembangan produk-produk Bank Syariah melalui media sosial dan bagaimana pelaksanaan strategi promosi yang dilakukan oleh BNI Syariah cabang Bengkulu terhadap perkembangan produk-produk Bank Syariah melalui media sosial. Melalui penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan yang lebih luas mengenai strategi promosi yang dilakukan oleh BNI Syariah cabang Bengkulu terhadap perkembangan produk-produk bank syariah melalui media sosial dan Melalui penelitian ini dapat memberikan informasi kepada Bank Syariah khususnya BNI Syariah Cabang Bengkulu tentang bagaimana cara mempromosikan produk-produk bank syariah kepada nasabah dan juga tentunya memberikan informasi kepada masyarakat bahwa produk-produk bank syariah mudah dikenal melalui media sosial.

Persamaan pada penelitian yang akan dilakukan adalah sama-sama membahas tentang strategi pemasaran melalui media digital. Perbedaannya yaitu penelitian Almida Elit Putri Skripsi berfokus pada keunggulan dan kelemahan dalam melakukan promositerhadap

---

<sup>6</sup> Almida Elit Putri, “Strategi Promosi Melalui Media Sosial dalam Pengembangan Produk-Produk Bank Syariah”, (*Studi Pada Bni Syariah Cabang Bengkulu*), (Mahasiswa ekonomi Syariah Angkatan 2015 IAIN Bengkulu)., (Skripsi, Bengkulu, IAIN Bengkulu, 2019).

perkembangan produk-produk, sedangkan penelitian ini berfokus pada strategi promosi dalam menggunakan media digital.

3. Penelitian oleh Tabroni dan Mamay Komaarudin (2021). Judul penelitian *“Strategi Promosi Produk Melalui Digital Marketing Bagi Umkm Terdampak Pandemi Covid'19 Berdasarkan Keputusan Konsumen”*.<sup>7</sup>

Penelitian ini membahas tentang strategi promosi produk pada masa pandemic covid 19, tentang bagaimana perusahaan memasarkan produknya dengan melalui digital marketing. Perombakan pada strategi promosi produk yang digunakan oleh perusahaan yang dinilai kurang efektif diterapkan saat pandemi covid'19. Promosi produk merupakan salah satu cara perusahaan untuk mendobrak penjualan produk yang telah dihasilkan. Perusahaan melakukan strategi dalam promosi yang memiliki peluang tinggi untuk menjual produknya seperti contoh melalui digital marketing, digital marketing diharapkan perusahaan sebagai jalan keluar yang benar dalam masa pandemi covid'19.

Terdapat perbedaan dan persamaan dalam penelitian ini dengan penelitian Tabroni dan Mamay Komaarudin. Persamaannya yaitu, membahas terkait penggunaan media digital dalam strategi promosi sedangkan perbedaannya yaitu, Jurnal Tabroni dan Mamay Komaarudin membahas pada pemasaran produk UMKM sedangkan pada peneliti ini lebih membahas strategi promosi Produk Bank Muamalat terhadap adanya media digital.

---

<sup>7</sup> Tabroni dan Mamay Komaarudin. “Strategi Promosi Produk Melalui Digital Marketing Bagi Umkm Terdampak Pandemi Covid'19 Berdasarkan Keputusan Konsumen”. *JRE: Jurnal Riset Entrepreneurship*, Vol.4, No.1, diakses Februari 2021: 49-57

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **A. Strategi Pemasaran**

##### **1. Pengertian Strategi Pemasaran**

Strategi pemasaran merupakan serangkaian tujuan dan sasaran kebijakan serta aturan yang memberi arah kepada usaha-usaha pemasaran dari waktu ke waktu pada masing-masing tingkatan serta lokasinya, terutama sebagai tanggapan perusahaan dalam menghadapi lingkungan dan keadaan persaingan yang yang selalu berubah.<sup>1</sup>

Strategi pemasaran digunakan dalam melengkapi konsep pemasaran yang sudah ada. Pada strategi pemasaran dapat dilihat dari berbagai sudut pandang, 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.

Di dalam 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

---

<sup>1</sup> Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran Dasar*, (Jakarta: Rajagrafindo Persada, 2002), 154.

baik perusahaan tidak dapat mengambil tindakan yang tepat untuk kepentingan suatu perusahaan dimasa yang mendatang.<sup>2</sup>

Dengan demikian, perlu perluasan dalam menjalankan pengoprasian untuk mendistribusikan produk dengan pengelolaan secara struktur melalui pendekatan setiap bidangnya baik secara internal maupun eksternal guna meningkatkan eksistensi atau nilai sebuah produk di masyarakat luas.

## **2. Tujuan Strategi Pemasaran**

Setiap perusahaan memiliki tujuan untuk dapat hidup dan berkembang. Tujuan tersebut hanya dapat dicapai melalui usaha mempertahankan dan meningkatkan keuntungan atau laba perusahaan. Usaha ini hanya dapat dilakukan, apabila perusahaan dapat mempertahankan dan meningkatkan penjualannya, melalui usaha mencari dan membina langganan, serta usaha menguasai pasar.

Tujuan ini hanya dapat dicapai, apabila bagian pemasaran perusahaan melakukan strategi yang mantap untuk dapat menggunakan kesempatan atau peluang yang ada dalam pemasaran, sehingga posisi atau kedudukan perusahaan di pasar dapat dipertahankan dan sekaligus ditingkatkan.<sup>3</sup> Bahwa tujuan strategi pemasaran adalah usaha yang dilakukan perusahaan dalam meningkatkan dan mempertahankan laba atau

---

<sup>2</sup> Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Alfabet, 2012), 70-71.

<sup>3</sup> Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran Dasar*, (Jakarta: Rajagrafindo Persada, 2002), 153.

keuntungan perusahaan melalui strategi penjualan dalam menguasai pasar guna memperoleh konsumen yang tetap.

## **B. Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*)**

### **1. Pengertian Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*)**

*Marketing Mix* (Bauran Pemasaran) adalah variabel-variabel yang dapat dikendalikan oleh perusahaan, yang terdiri dari produk, harga, distribusi dan promosi. Terhadap variabel-variabel yang tidak dapat dikendalikan manajemen pemasaran tidak dapat bertindak banyak.<sup>4</sup>

*Marketing Mix* merupakan kegiatan pemasaran yang dilakukan secara terpadu. Artinya kegiatan ini dilakukan secara bersamaan dengan elemen-elemen yang ada di dalam marketing mix. Kemudian setiap elemen tidak akan dapat berjalan sendiri-sendiri dengan tanpa adanya dukungan dari elemen lainnya. Di dalam dunia perbankan bauran pemasaran (*Marketing Mix*) dilakukan dengan menggunakan konsep-konsep yang sesuai dengan kebutuhan bank.<sup>5</sup>

### **2. Unsur-Unsur Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*)**

#### **a. Produk (*Product*)**

Menurut pendapat Philip Kotler, produk adalah sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian untuk dibeli, untuk digunakan, atau dikonsumsi sehingga dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan masyarakat. Sedangkan menurut Ikatan Bankir Indonesia menjelaskan bahwa produk adalah sesuatu yang

---

<sup>4</sup> Pandji Anoraga, *Manajemen Bisnis*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2009), 220.

<sup>5</sup> Kasmir, *Manajemen Perbankan*, cet. Ke-13, (Jakarta: Rajawali Pers, 2014), 213.

memberikan manfaat, baik dalam hal memenuhi kebutuhan sehari-hari atau sesuatu yang ingin dimiliki oleh konsumen.<sup>6</sup>

Diketahui bahwa produk bank merupakan jasa. Setelah itu jasa dari produk Bank Syariah direalisasikan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah berdasarkan penjelasan di atas bahwa produk menjadi faktor penentu dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah.

#### **b. Harga (*Price*)**

Harga adalah sejumlah uang atau nilai yang harus dibayarkan seseorang untuk mendapatkan hak menggunakan sebuah produk.<sup>7</sup> Sedangkan menurut Bilson Simamura, harga adalah biaya yang harus dikeluarkan untuk mendapatkan produk.<sup>8</sup>

Harga semata-mata tergantung kepada kebijakan perusahaan, tetapi tentu saja dengan mempertimbangkan berbagai hal. Murah atau mahal nya harga suatu produk sangat relative sifatnya. Dengan membandingkan terlebih dahulu harga produk serupa yang diproduksi atau dijual perusahaan lain.<sup>9</sup>

Penentuan harga merupakan salah satu aspek penting dalam kegiatan pemasaran. Harga menjadi sangat penting untuk diperhatikan,

---

<sup>6</sup> Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta: Prenada Media, 2004), 122.

<sup>7</sup> J. Supranto dan Nandan Limakrisma, *Perilaku Konsumen dan Startegi Pemasaran Untuk Memenangkan Persaingan Bisnis*, (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2007), 12.

<sup>8</sup> Bilson Simomura, *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitable*, (Jakarta: Gramedia, 2003), 36.

<sup>9</sup> Pandji Anoraga, *Pengantar Bisnis, Pengelolaan Bisnis dalam Era Globalisasi.*, (Jakarta: Rineka Cipta 2007), 193.

mengingat harga sangat menentukan laku tidaknya produk dan jasa perbankan.

**c. Tempat (*Place*)**

Penentuan lokasi salah satu cabang bank merupakan salah satu kebijakan yang penting, dan dilakukan untuk cabang utama, cabang pembantu atau kantor kas. Bank yang terletak dalam lokasi yang sangat strategis agar memudahkan nasabah menjangkau setiap berurusan dengan Bank dan memperkecil biaya pengeluaran. Disamping lokasi yang strategis, sarana dan prasarana harus memberikan rasa yang nyaman dan aman kepada seluruh nasabah, sehingga lokasi menjadi salah satu media paling penting dalam memajukan perusahaan.<sup>10</sup>

Tempat menjadi pertimbangan yang harus diprioritaskan dalam memasarkan produk bank syariah guna memperlancar distribusi ke nasabah. Lokasi yang strategis dapat meningkatkan daya beli nasabah dan memperkecil biaya pengeluaran, sehingga lokasi menjadi salah satu media yang sangat penting dalam memajukan suatu perusahaan.

**d. Promosi (*Promotion*)**

Promosi merupakan suatu kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk mempertahankan konsumen dan untuk mendorong konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan.<sup>11</sup>

---

<sup>10</sup> Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta: Prenada Media, 2015), 239

<sup>11</sup> *Ibid.*, 246

Promosi merupakan sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan nasabahnya. Salah satu tujuan promosi bank ialah menginformasikan segala jenis produk yang ditawarkan dan berusaha untuk menarik calon nasabah baru. Kemudian promosi juga berfungsi mengingatkan nasabah akan produk, promosi juga ikut mempengaruhi nasabah untuk membeli dan akhirnya promosi juga akan meningkatkan citra bank di mata para nasabahnya.

Kegiatan promosi dapat dilakukan oleh suatu perusahaan dengan cara menggunakan bauran promosi (*Promotion Mix*) yang terdiri dari:

1) Periklanan (*Advertising*)

Periklanan merupakan satu bentuk dari komunikasi impersonal (*impersonal communication*) sarana promosi yang digunakan oleh bank dengan tujuan untuk menginformasikan, menarik dan mempengaruhi masyarakat atau calon nasabah agar tertarik dengan produk yang dipromosikan oleh Bank.<sup>12</sup>

Berdasarkan penjelasan di atas bahwa media dengan promosi pengiklanan atau *advertising* yang dikemas dalam bentuk radio, Media Sosial, majalah dan surat kabar diharapkan dapat menunjang peningkatan dalam mendapatkan nasabah calon jamaah haji Tabungan iB Hijrah Haji.

---

<sup>12</sup> Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta: Prenada Media, 2015), 246.

## 2) Promosi penjualan (*sales promotion*)

Promosi penjualan merupakan salah satu kegiatan promosi untuk dapat mendorong pembelian konsumen yang ditunjukkan kepada kelompok pembeli atau calon pembeli, promosi dilakukan melalui promosi penjualan (*sales promotion*), terdapat juga promosi penjualan lainnya yang dilakukan melalui iklan.<sup>13</sup>

Promosi penjualan adalah insetif jangka pendek untuk mendorong mencoba atau membeli suatu produk. Bentuknya antara lain adalah pemberian sampel, kupon, hadiah, demonstrasi, dan lain sebagainya.

## 3) Publisitas (*Publicity*)

Publisitas merupakan kegiatan sebuah rencana yang di rancang untuk meningkatkan dan melindungi citra perusahaan atau produk perusahaan secara individual, misalnya melalui seminar dan sponsor acara. karena publisitas dapat mencapai pembeli yang potensial yang tidak dapat dicapai dengan advertensi dan personal selling.<sup>14</sup>

Suatu program yang didesain untuk mempromosikan atau melindungi *imej* perusahaan atau produk perusahaan secara individual. Misalnya melalui seminar, donator, dan sponsor kegiatan.

---

<sup>13</sup> *Ibid*, 248.

<sup>14</sup> *Ibid*, 258

#### 4) Penjualan perseorangan (*Personal selling*)

Penjualan perseorangan merupakan kegiatan perusahaan dalam melakukan kontak secara langsung kepada satu atau beberapa calon pembeli dengan adanya kontak langsung ini akan terjadi hubungan interaksi yang positif, dengan tujuan agar barang atau jasa yang ditawarkan dapat terjual.<sup>15</sup>

Penjualan pribadi merupakan interaksi langsung antara satu atau lebih calon pembeli dengan tujuan melakukan penjualan.

#### e. Orang (*People*)

People dapat diartikan sebagai sumber daya manusia (SDM) bank syariah yang berhubungan langsung maupun tidak langsung berhubungan dengan nasabah. Sumber daya yang sangat berkorelasi dengan kepuasan nasabah perbankan syariah. Sumber daya manusia (SDM) yang dimiliki oleh bank syariah masih kurang baik dari segi kuantitas maupun dari segi pemahaman yang utuh, terhadap produk perbankan syariah yang ditawarkan kepada nasabah.

Dalam praktek perbankan melalui face to face dengan nasabah (customer) pegawai harus menunjukkan penampilan yang ramah dan menarik serta memiliki kemampuan kapasitas TASK (talent, attitude, skill, and knowledge).<sup>16</sup>

Dengan demikian, bahwa orang sangat berpengaruh dalam produksi maupun penyampaian jasa. Jika mempunyai kualitas yang

<sup>15</sup> Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran Dasar*, (Jakarta: Rajagrafindo Persada, 2002),

<sup>16</sup> Kasmir, *Manajemen Perbankan*, 2012, 248–49.

baik seperti perilaku karyawan baik dalam cara berbicara, mengenakan pakaian yang rapih serta cara melayani konsumen maka akan memberikan kepuasan kepada para konsumen.

**f. Bukti Fisik (*Physical Evidence*)**

*Physical Evidence* merupakan produk berupa pelayanan jasa perbankan syariah yang bersifat intangible atau tidak dapat diukur secara pasti, seperti pada sebuah produk yang berbentuk barang. Jasa perbankan syariah lebih mengarah pada rasa atau semacam testimonial dari orang-orang yang pernah menggunakan jasa perbankan syariah. Karakteristik bukti fisik merupakan segi paling nampak dalam kaitannya dengan situasi. Situasi dan kondisi geografi dan lingkungan institusi, dekorasi, ruangan, suara, aroma, cuaca, peletakan dan layout yang nampak atau lingkungan yang penting sebagai objek stimuli.<sup>17</sup>

Cara dan bentuk pelayanan kepada nasabah perbankan syariah ini juga merupakan bukti nyata yang seharusnya bisa dirasakan atau dianggap sebagai bukti fisik (*physical evidence*) bagi para nasabahnya, yang kelak akan memberikan contoh atau testimonial positif kepada masyarakat umum guna untuk mendukung percepatan perkembangan perbankan syariah menuju arah yang lebih baik.

---

<sup>17</sup> Ratih Hurriyati, *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*, (Bandung: Alfabeta, 2005), 50.

#### **g. Proses (*Process*)**

Proses merupakan prosedur aktual, mekanisme, dan aliran aktifitas yang digunakan untuk menyampaikan jasa. Elemen proses ini memiliki arti suatu upaya perusahaan dalam menjalankan dan melaksanakan aktivitas untuk memenuhi kebutuhan konsumen.<sup>18</sup>

Proses merupakan prosedur, mekanisme, dan kebiasaan dimana sebuah jasa diciptakan dan disampaikan kepada pelanggan, termasuk keputusan kebijakan tentang berapa keterlibatan pelanggan dan persoalan-persoalan keleluasaan karyawan. Kemudian manajemen proses merupakan salah satu aspek kunci penyempurnaan kualitas jasa.

#### **C. Tabungan iB Hijrah Haji**

Tabungan iB Hijrah Haji merupakan salah satu produk tabungan Bank Muamalat yang nyaman digunakan nasabah dalam mewujudkan mimpi nasabah dalam meringankan biaya keberangkatan haji bagi yang berniat haji. Tabungan ini menggunakan akad wadi'ah (titipan) yang dikhususkan untuk pembiayaan keberangkatan haji dan umroh, yang dikelola secara fleksible dan praktis.

Melalui tabungan iB hijrah haji, nasabah dapat menabung seperti biasa dilembaga keuangan syariah yang bekerjasama dengan Kementerian Agama RI sebagai penerima setoran haji dan umroh. Jika dana nasabah sudah terkumpul minimal 25 juta, instansi baru akan melakukan proses pendaftaran haji di kementerian agama RI.

---

<sup>18</sup> Didin Fatihudin & Anang Firmansyah, *Pemasaran Jasa, (Strategi, Mengukur Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan)*, (Yogyakarta: 2019), 189.

Setiap muslim di seluruh dunia pasti sangat ingin melakukan ziarah ke tanah suci. Berkaitan dengan keinginan menunaikan ibadah haji sebagai rukun Islam yang kelima, maka fakta menunjukkan bahwa banyak jamaah haji yang melakukan ibadah haji dengan cara menabung selama puluhan tahun yang dilakukan oleh masing-masing individu muslim. Dengan cara menabung dengan jangka panjang, maka membuahkan hasil yaitu mampu menunaikan ibadah haji.

Terdapat firman Allah dalam Al-Qur'an mengenai perintah menunaikan ibadah haji, yaitu sebagai berikut:

وَأَذِّنْ فِي النَّاسِ بِالْحَجِّ يَأْتُوكَ رِجَالًا وَعَلَىٰ كُلِّ ضَامِرٍ يَأْتِينَ مِنْ كُلِّ فَجٍّ عَمِيقٍ ﴿٢٧﴾

Artinya: *“dan berserulah kepada manusia untuk mengerjakan haji, niscaya mereka akan datang kepadamu dengan berjalan kaki, dan mengendarai unta yang kurus yang datang dari segenap penjuru yang jauh, ”* (QS.Al-Hajj: 27)<sup>19</sup>.

Surat Al Hajj di atas menjelaskan tentang perintah Allah SWT kepada Nabi Ibrahim AS untuk menunaikan ibadah haji. Allah berkata kepada Nabi Ibrahim bahwa jika dia menyeru kepada manusia untuk menunaikan ibadah haji, niscaya mereka dari seluruh penjuru dunia akan memenuhi panggilannya itu, walaupun harus menempuh perjalanan yang sulit dan sukar. Selain itu, Allah juga mewajibkan ibadah haji bagi kaum Muslimin melalui ayat ini juga.

---

<sup>19</sup> QS. Al-Hajj ayat 27

#### **D. Epidemiologi dan Penularan Pandemi Covid 19**

Epidemiologi merupakan ilmu yang mempelajari tentang pola penyebaran penyakit atau kejadian yang berhubungan dengan kesehatan, beserta faktor-faktor yang dapat memengaruhi kejadian tersebut. Dalam beberapa bulan terakhir, ilmu ini sangat bermanfaat dalam memetakan pola penyebaran Covid-19.<sup>20</sup>

Dalam upaya mencegah penularan Covid-19 yang semakin menyebar meluas. Pemerintah menghimbau seluruh masyarakat untuk melakukan berbagai langkah pencegahan penularan covid 19 seperti melakukan physical distancing, menggunakan masker, rutin mencuci tangan, meningkatkan daya tahan tubuh dan menjaga Kesehatan.

##### **1. Pengertian Wabah**

Wabah terjadi ketika suatu penyakit mulai menyebar dan menulari penduduk dengan jumlah lebih banyak daripada biasanya di dalam suatu area atau komunitas atau saat musim-musim tertentu.

##### **2. Pengertian Endemi**

Endemi adalah penyakit yang muncul dan menjadi karakteristik di wilayah tertentu, misalnya penyakit malaria di Papua. Contoh penyakit lainnya di Indonesia yaitu Demam Berdarah Dengue (DBD). Penyakit ini akan selalu ada di daerah tersebut, namun dengan frekuensi atau jumlah kasus yang rendah.

---

<sup>20</sup> Aladokter.com, *Memahami Epidemiologi dan Istilah-Istilahnya*, diakses melalui, <https://www.alodokter.com/> pada 10 Juli 2021

### 3. Pengertian Epidemi

Epidemi terjadi ketika suatu penyakit telah menyebar dengan cepat ke wilayah atau negara tertentu dan mulai memengaruhi populasi penduduk di wilayah atau negara tersebut. Contoh penyakitnya ada Virus Ebola di Republik Demokratik Kongo (DRC) pada 2019, flu burung (H5N1) di Indonesia pada 2012, SARS (*Severe Acute Respiratory Syndrome*) pada tahun 2003, penyakit Ebola di Negara Afrika.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

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

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

Jenis penelitian yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini adalah jenis penelitian lapangan atau (*Field Research*). Penelitian Lapangan adalah peneliti berangkat ke lapangan atau lokasi penelitian, tempat yang dipilih untuk mengadakan pengamatan tentang sesuatu fenomena dalam suatu keadaan ilmiah.<sup>1</sup>

Berdasarkan penjelasan di atas bahwa penelitian ini merupakan suatu penelitian lapangan dengan menggunakan jenis penelitian kualitatif, dimana peneliti melakukan penelitian dengan cara terjun langsung ke lapangan atau lokasi tersebut, untuk menggali suatu informasi yang berkaitan dengan Strategi Pemasaran Tabungan iB Hijrah Haji Pada Masa Pandemi di Bank Muamalat Kantor Cabang ZA Pagar Alam Bandar Lampung.

##### **2. Lokasi/Tempat Penelitian**

Lokasi yang dijadikan objek penelitian ini berada di PT. Bank Muamalat Indonesia KCP ZA Pagar Alam yang beralamat di Jl. ZA. Pagar Alam No. 12, Gedong Meneng, Kec. Rajabasa, Kota Bandar Lampung. Peneliti mengambil Bank Muamalat Indonesia KCP ZA Pagar Alam

---

<sup>1</sup> Lexy J, Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif, Edisi Revisi*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2014), 26.

Bandar Lampung karena, Bank Muamalat Indonesia KCP ZA Pagar Alam Bandar Lampung merupakan Bank Syariah pertama di Indonesia, yang memiliki system informasi dan teknologi yang matang serta produk yang lengkap.

Selain itu, Bank Muamalat Kantor Cabang ZA Pagar Alam Bandar Lampung memberikan banyak pilihan produk yang dibutuhkan nasabah, salah satunya yaitu Produk Tabungan iB Hijrah Haji yang mendapatkan umrah gratis dengan cara melalui program Rezeki Haji Berkah dan perlengkapan haji eksklusif.

### **3. Sifat Penelitian**

Dilihat dari sifatnya, penelitian ini bersifat deskriptif dengan pendekatan kualitatif, yaitu penelitian dengan data kualitatif yang dianalisis untuk diambil kesimpulan. Penelitian deskriptif merupakan penelitian yang berusaha mendeskripsikan dan menginterpretasikan suatu data mengenai situasi atau kejadian.<sup>2</sup>

Sifat penelitian yang diuraikan di atas dapat dipahami bahwa peneliti dapat mengkaji persoalan secara akurat terkait objek yang diteliti dengan mengumpulkan fakta yang terjadi saat penelitian berlangsung, yaitu peneliti berusaha untuk mendeskripsikan bagaimana strategi pemasaran tabungan ib hijrah haji pada masa pandemi di Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu ZA Pagar Alam Bandar Lampung.

---

<sup>2</sup> Sumardi Suryabrata, *Metodelogi Penelitian*, (Jakarta: PT Prafindo Persada, 2011), 45

## **B. Sumber Data**

Sumber data yang dibutuhkan oleh penulis untuk memecahkan masalah yang menjadi pokok pembahasan dalam skripsi ini ada dua sumber data yaitu:

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

Sumber data primer adalah sumber data yang diperoleh peneliti secara langsung (dari tangan pertama). Contoh data primer adalah data yang diperoleh dari responden melalui kuesioner, kelompok fokus, dan panel atau juga data hasil wawancara peneliti dengan narasumber.<sup>2</sup> Yang menjadi sumber data primer dalam penelitian ini adalah yang didapat dari wawancara, observasi maupun laporan dalam bentuk dokumen tidak resmi kemudian diolah oleh peneliti.

Pada penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh melalui wawancara langsung kepada Pimpinan Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu ZA Pagar Alam Bandar Lampung yaitu Bapak Januar Fadlillah dan *Marketing*.

### **2. Sumber Data Skunder**

Sumber data skunder merupakan data yang diperoleh peneliti dari sumber yang sudah ada. Contohnya yaitu catatan atau dokumentasi perusahaan yang berupa absensi, gaji, laporan keuangan publikasi

---

<sup>2</sup> Jonathan Sarwoto, *Analisis Data Penelitian Menggunakan SPSS13*, (Yogyakarta: Pusat Penerbit dan Percetakan C.V Andi Offset), 2006), 8.

perusahaan, laporan pemerintah, data yang diperoleh dari majalah dan lain sebagainya.<sup>3</sup>

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

### 3. Sumber Data Tersier

Sumber data tersier merupakan data penunjang yang dapat memberi petunjuk terhadap data primer dan sekunder. Dalam hal ini data tersier yang digunakan adalah Kamus Besar Bahasa Indonesia.

## C. Teknik Pengumpulan Data

Data artinya informasi yang didapat melalui pengukuran-pengukuran tertentu, untuk digunakan sebagai landasan dalam menyusun argumentasi logis menjadi fakta. Sedangkan fakta adalah kenyataan yang telah diuji kebenarannya secara empirik, antara lain dengan melalui analisis data.

Teknik yang digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data adalah dengan beberapa metode, yaitu:

### 1. Wawancara

Wawancara adalah sebuah proses interaksi komunikasi yang dilakukan oleh setidaknya dua orang, yaitu pewawancara yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara yang memberikan jawaban atas

---

<sup>3</sup> Jonathan Sarwoto, *Analisis Data Penelitian Menggunakan SPSS13*, (Yogyakarta: Pusat Penerbit dan Percetakan C.V Andi Offset), 2006), 8.

pertanyaan itu.<sup>4</sup> Tujuan wawancara ini adalah untuk menemukan permasalahan secara terbuka, dimana pihak yang diajak wawancara diminta pendapat, peneliti perlu mendengarkan secara teliti dan mencatat apa yang dikemukakan oleh narasumber.<sup>5</sup>

Agar wawancaranya dapat berlangsung dengan baik sehingga diperoleh data yang diinginkan, maka peneliti mampu menciptakan suasana yang akrab dengan narasumber, sehingga tidak ada jarak antara peneliti dengan narasumber.

Wawancara ini dilakukan dengan acuan catatan-catatan mengenai pokok masalah yang akan ditanyakan. Sasaran wawancara adalah *Branch Manager* dan *Marketing* Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu ZA Pagar Alam Bandar Lampung.

## 2. Dokumentasi

Dokumentasi berasal dari kata dokumen yang artinya peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang. Dokumen berbentuk tulisan misalnya catatan harian, sejarah kehidupan (life histories), cerita, biografi, peraturan, kebijakan. Dokumen yang berbentuk gambar, misalnya foto, gambar hidup, sketsa dan lain-lain. Dokumen yang berbentuk karya misalnya karya seni, yang dapat berupa gambar patung, film dan lain-lain.<sup>6</sup>

---

<sup>4</sup> Lexy J, Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Edisi Revisi, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2014), 186.

<sup>5</sup> Sugiyono, *Metodologi Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2010), 413

<sup>6</sup> Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2016), 240.

Dokumentasi merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara dalam penelitian kualitatif. Dokumentasi merupakan metode penelitian ditujukan pada penguraian dan penjelasan apa yang telah lalu melalui sumber-sumber dokumen. Metode ini dimaksudkan untuk mencari data mengenai hal-hal yang dibutuhkan sebagai bahan pelengkap dalam perolehan data, berupa foto, rekaman dan sebagainya. Metode ini digunakan sebagai salah satu pelengkap dalam memperoleh data.

#### **D. Teknis Analisis Data**

Analisis data merupakan proses mencari dan menyusun secara sistematis data dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi, dengan cara mengelompokkan data kedalam kategori, lalu menjabarkan kedalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun kedalam pola, kemudian memilih yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah difahami oleh diri sendiri maupun orang lain.<sup>7</sup>

Teknik yang digunakan peneliti dalam menganalisa data penelitian adalah teknik analisis data kualitatif dengan cara berfikir induktif. Teknik analisis data kualitatif adalah upaya yang dilakukan peneliti dalam menganalisis data dengan cara bekerja dengan data, mengorganisasikan data, memilah menjadi satuan yang dapat dikelola, mensintesis, mencari dan menemukan pola, menemukan apa yang penting, dan merumuskan apa yang dapat diceritakan kepada orang lain.

---

<sup>7</sup> Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Alfabeta, 2014), 89.

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Gambaran Umum Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu ZA Pagar Alam Bandar Lampung**

##### **1. Sejarah, Visi dan Misi Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu ZA Pagar Alam Bandar Lampung**

Perbankan syariah pertama kali muncul di Mesir dengan nama Mith Ghamr, pemimpin perintis usaha ini Ahmad El Najjar mengambil bentuk sebuah bank simpanana yang berbasis Profit Sharing (pembagian laba) di kota Mith Ghamr pada tahun 1963. Karena gejolak politik saat itu operasional Mith Ghamr hanya bertahan hingga tahun 1967, dan saat itu sudah berdiri 9 bank dengan serupa di Mesir.

Bank syariah pertama Internasional berdiri pada Islamic Development Bank (IDB) yang disponsori oleh negara-negara yang tergabung dalam organisasi konferensi Islam (OKI). Tujuan utamanya adalah menyediakan dan bagi proyek pembangunan di negara-negara anggotanya. IDB menyediakan jasa finansial berbasis fee dan profit sharing untuk negara-negara anggotanya, dan secara eksplisit menyatakan diri berdasar nilai-nilai syariah.

PT Bank Muamalat Indonesia Tbk (Bank Muamalat Indonesia) memulai perjalanan bisnisnya sebagai Bank Syariah pertama di Indonesia pada 1 November atau 24 Rabi'us Tsani 1412 H. Pendirian Bank Muamalat Indonesia digagas 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 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 (Alljarah Indonesia Finance) yang seluruhnya menjadi trobosan di Indonesia. Selain itu produk bank yaitu Shar-E yang diluncurkan pada tahun 2004 juga merupakan tabungan instan pertama di Indonesia. Produk Shar-e Gold Debit Visa yang diluncurkan pada tahun 2011 tersebut mendapatkan penghargaan dari Museum Rekor Indonesia (MURI) sebagai Kartu Debit Syari'ah dengan teknologi chip pertama di Indonesia serta layanan echannel seperti internet banking, mobile banking, ATM, dan cash management. Seluruh produk-produk tersebut menjadi pionir produk syariah di Indonesia dan menjadi tonggak sejarah penting di industri perbankan syariah.

Pada 27 Oktober 1994, Bank Muamalat Indonesia mendapatkan izin sebagai Bank Devisa dan terdaftar sebagai perusahaan publik yang tidak listing di Bursa Efek Indonesia (BEI). Pada tahun 2003, Bank dengan percaya diri melakukan Penawaran Umum Terbatas (PUT) dengan Hak Memesan Efek Terlebih Dahulu (HMETD) sebanyak 5 (lima) kali dan merupakan lembaga perbankan pertama di Indonesia yang mengeluarkan sukuk Subordinasi Mudharabah. Aksi korporasi tersebut semakin menegaskan posisi Bank Muamalat Indonesia di peta industri perbankan Indonesia.

Seiring kapasitas Bank semakin diakui, bank semakin melebarkan sayap dengan terus menambah jaringan kantor cabangnya di seluruh

Indonesia. Pada tahun 2009, Bank mendapatkan izin untuk membuka kantor cabang di Kuala Lumpur, Malaysia dan menjadi bank pertama di Indonesia serta satu-satunya yang mewujudkan ekspansi bisnis di Malaysia. Hingga saat ini, Bank telah memiliki 325 kantor layanan termasuk 1 (satu) cabang di Malaysia. Operasional bank juga didukung oleh jaringan yang luas berupa 710 unit ATM Muamalat, 120.000 ATM bersama dan ATM Prima, serta lebih dari 11.000 jaringan ATM di Malaysia melalui Malaysia Electronic Payment (MEPS).

Menginjak usianya yang ke-20 pada tahun 2012, Bank Muamalat melakukan rebranding pada logo Bank untuk semakin meningkatkan awareness terhadap image sebagai Bank Syari'ah Islami, Modern, dan Profesional. Bank pun terus mewujudkan berbagai pencapaian serta prestasi yang diakui baik secara nasional maupun internasional. Hingga saat ini, Bank beroperasi bersama beberapa entitas anaknya dalam memberikan layanan terbaik yaitu Al-Ijarah Indonesia Finance (ALIF) yang memberikan layanan pembiayaan syariah, (DPLK Muamalat) yang memberikan layanan dana pensiun melalui Dana Pensiun Lembaga Keuangan, dan Baitulmaal Muamalat Yang memberikan layanan untuk menyalurkan dana Zakat, Infaq dan Sedekah (ZIS).

Sejak tahun 2015 Bank Muamalat Indonesia bermetamorfosa untuk menjadi entitas yang semakin baik dan meraih pertumbuhan jangka panjang. dengan strategi bisnis yang terarah, Bank Muamalat Indonesia akan terus melaju mewujudkan visi menjadi *"The Best Islamic Bank And Top 10 Bank In Indonesia With Strong Regional Presence"*.

Bank Muamalat Kantor Cabang ZA Pagar Alam Bandar Lampung merupakan kantor cabang pembantu dari Bank Muamalat untuk memperluas jaringan kantor. Bank Muamalat terdiri dari atas Bank Muamalat kantor pusat, Bank Muamalat kantor cabang, Bank Muamalat kantor cabang pembantu, dan Bank Muamalat Kantor Kas.

Profil Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu ZA Pagar Alam Bandar Lampung.

Nama : Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu  
ZA Pagar Alam

Alamat : Jl. Zainal Abidin Pagar Alam No 12 Bandar Lampung

Nomor Tlp : 0721 785535

Mulai Beroperasi : 11 Februari 2011

Kondisi fisik dari PT Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu ZA Pagar Alam memiliki gedung berlantai dua, untuk lantai 1 (satu) terdiri dari ruang customer service, ruang teller, ruang S.B.O.S, ruang ATK, ruang tunggu (*banking hall*), ruang B.O dan kamar mandi. Dan lantai 2 (dua) terdiri dari ruang marketing, ruang rapat, ruang pimpinan cabang, mushola, dapur kantor, dan kamar mandi.

## **2. Visi dan Misi Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu ZA Pagar Alam Bandar Lampung**

### a. Visi

Menjadi bank syariah terbaik dan termasuk dalam 10 besar Indonesia dengan ekstansi yang diakui ditingkat regional.

### b. Misi

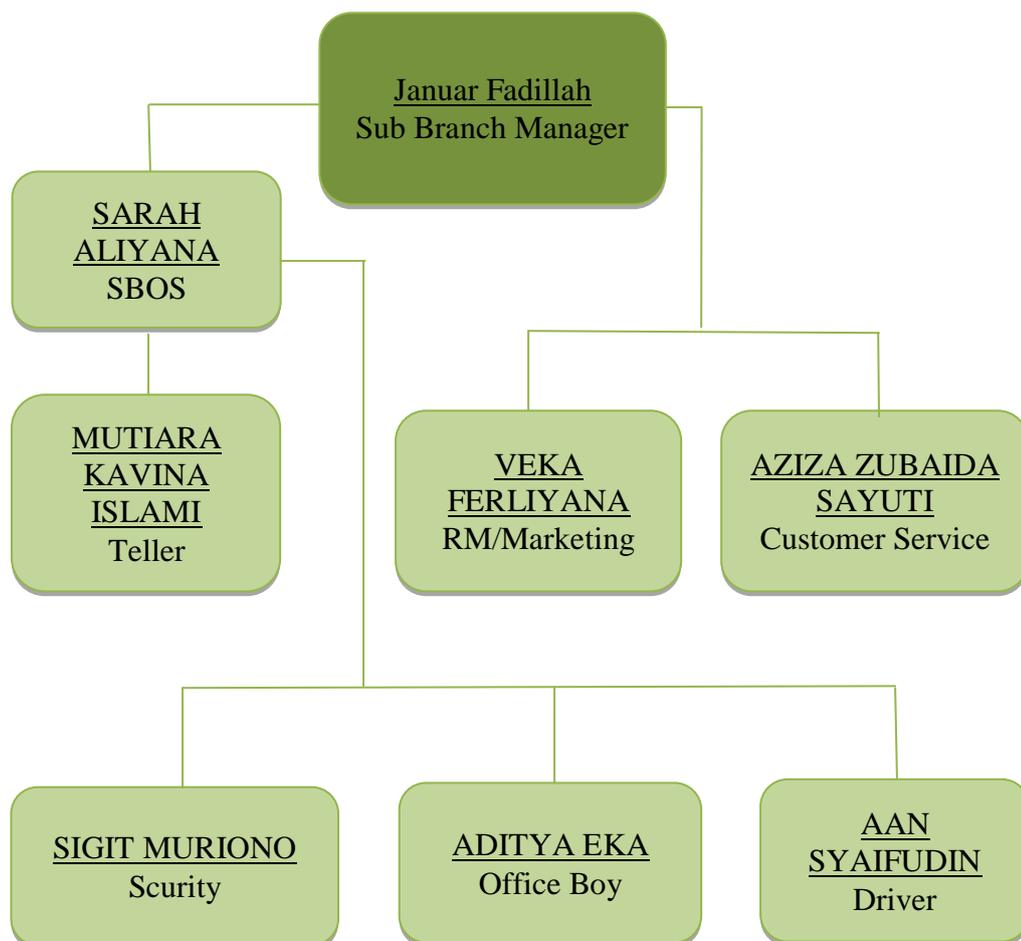
Membangun lembaga keuangan syariah yang unggul dan berkesinambung dengan penekanan pada semangat kewirausahaan

berdasarkan prinsip kehati-hatian, keunggulan sumber daya manusia yang Islami dan profesional serta orientasi investasi yang inovatif, untuk memaksimalkan nilai kepada seluruh pemangku kepentingan.

### 3. Struktur dan *Job Description* Bank Muamalat Kantor Cabang ZA Pagar Alam Bandar Lampung

- a. Struktur Organisasi Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu ZA Pagar Alam Bandar Lampung secara skema terdapat sebagai berikut:

**Gambar 4.1**  
**Struktur Organisasi Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu ZA Pagar Alam Bandar Lampung.<sup>1</sup>**



<sup>1</sup> Hasil Dokumentasi Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu ZA Pagar Alam Bandar Lampung, Pada 05 Oktober 2021

b. *Job Description* Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu ZA Pagar Alam Bandar Lampung

*Job Description* atau tugas dan tanggung jawab dari masing-masing manusia di dalam suatu organisasi yang dapat untuk menempatkan porsi kerja agar sesuai dalam bidangnya. Berikut *Job Description* yang terdapat pada Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu ZA Pagar Alam Bandar Lampung:

1) *Sub Branch Manager*

- a) Tugas dan wewenang dari kepala cabang antara lain mengarahkan, mengkoordinasikan dan mengawasi tugas-tugas bawahannya.
- b) Mengawasi jalannya operasional di unit pelayanan yang menjadi tanggung jawab bawahannya.
- c) Melakukan fungsi manajemen personalia seperti, pendelegasian wewenang, penilaian karyawan, dan pengendalian lingkungan kerja.
- d) Membimbing dan mengarahkan kegiatan penghimpunan dana, pemasaran jasa-jasa bank sesuai dengan ketentuan yang berlaku berdasarkan kebijakan direksi pada rencana kerja bank serta memantau dan mengendalikan kegiatan-kegiatan tersebut.
- e) Membimbing dan mengarahkan penyusunan rencana kerja tahunan, jangka menengah, dan jangka panjang untuk

diajukan kepada pimpinan cabang dan selanjutnya menyusun action plan, melakukan koordinasi atas pelaksanaan rencana kerja yang telah disetujui direksi.

- f) Melakukan evaluasi atas performance dan memberikan pengarahan dalam penyusunan program-program untuk meningkatkan performance sesuai target yang ditetapkan direksi. Menjalin dan meningkatkan hubungan terutama pemilik dana dan atau pengusaha-pengusaha swasta dan pemerintah yayasan-yayasan dan lain-lain.
- g) Melakukan tugas-tugas lainnya yang berhubungan dengan aktivitas kantor cabang pembantu.<sup>2</sup>

## 2) *Sub Branch Operational Supervisor*

- a) Mengkoordinasikan pelaksanaan operasional bank dengan cara memberikan layanan operasional yang akurat dan tepat waktu sehingga seluruh transaksi dari nasabah dapat ditangani dan diselesaikan secara excellent.
- b) Memberikan dukungan kepada manajer operasi dan pimpinan cabang, serta seluruh jajaran bisnis dan support di cabang, berupa:
  - (1) Menyediakan layanan operasi kas, pembukaan/ penutupan rekening, transfer, RTGS.

---

<sup>2</sup> Januar Fadlilah, *Branch Manajer* Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu ZA Pagar Alam Bandar Lampung, wawancara Pada 22 November 2021.

- (2) Melaksanakan layanan operasi lainnya yang dilakukan di kantor cabang pembantu sehingga tidak terdapat open item dalam jangka waktu lama.
- (3) Sebagai narasumber dalam layanan operasi kantor cabang pembantu baik di internal bank maupun dengan jaringan bank eksternal lainnya.
- (4) Membangun team work dan komunikasi yang efektif di kantor cabang pembantu.<sup>3</sup>

3) *Relationship Manager Funding/ Marketing Funding*

- a) Mengambil data portofolio dari sistem MCRS (Muamalat cognos reporting system)
- b) Mengelola hubungan dengan nasabah bank dengan baik.
- c) Mengakuisisi nasabah baru dan mengidentifikasi kebutuhan nasabah atau calon nasabah dan memberikan solusi atas kebutuhan tersebut dengan produk dan layanan yang dimiliki bank.
- d) Mengidentifikasi target marketing. Setiap pagi diadakan KPI (key performance individual) untuk mengetahui strategi apa yang harus dicapai dan target yang belum tercapai dan harus tercapai.<sup>4</sup>

---

<sup>3</sup> *ibid.*,

<sup>4</sup> Veka Ferliyana *Marketing Funding* Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu ZA

Pagar Alam Bandar Lampung, Wawancara Pada 22 November 2021.

4) *Customer Service*

- a) Memberikan informasi baik produk maupun layanannya yang dibutuhkan oleh nasabah atau calon nasabah.
- b) Melayani nasabah dalam pembukaan dan penutupan rekening serta transaksi lainnya sesuai aturan dan SLA (*Service Level Agreement*) yang ditetapkan untuk mencapai *service excellent*.<sup>5</sup>

5) *Teller*

- a) Melayani nasabah untuk transaksi setor dan penarikan tunai dan non tunai serta transaksi lainnya sesuai aturan dan SLA (*Service Level Agreement*) yang ditetapkan untuk mencapai *service excellent*.
- b) Memproses layanan operasi baik tunai maupun non tunai yang dilakukan nasabah di teller, dengan akurat dan tepat waktu secara konsisten.
- c) Sebagai narasumber dalam layanan operasi tunai dan non tunai sesuai kewenangan dan tanggung jawabnya.

6) *Security*

- a) Mengawasi dan menjaga keamanan dari kegiatan operasional kantor.
- b) Mengawal penyeteroran dan pengambilan uang dari kantor cabang ke kantor cabang pembantu.

---

<sup>5</sup> Januar Fadlilah, *Branch Manajer Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu ZA Pagar Alam Bandar Lampung*, wawancara Pada 22 November 2021.

c) Selalu waspada terhadap kemungkinan terjadinya kejahatan yang dapat mengganggu kegiatan operasional.<sup>6</sup>

7) *Office Boy*

- a) Menjaga kebersihan kantor secara keseluruhan.
- b) Membantu penyimpanan arsip dan dokumen nasabah.
- c) Sewaktu-waktu bila dibutuhkan sebagai pengganti atau menggantikan security dibagian operasional apabila security sedang tidak ada di tempat.<sup>7</sup>

8) *Driver*

- a) Melakukan pembersihan kendaraan
- b) Melakukan tugas rutin antar jemput karyawan ke atau dari tempat tujuan.

**B. Analisis Strategi Pemasaran Tabungan iB Hijrah Haji yang di lakukan Di Bank Muamalat Kantor Cabang ZA pagar Alam Bandar Lampung pada saat Pandemi**

Strategi pemasaran merupakan proses perencanaan dan pelaksanaan yang mencakup proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok mendapatkan kebutuhan keinginan mereka dengan menawarkan dan bertukar sesuatu yang bernilai satu sama lain, atau dapat menguntungkan satu sama lain.<sup>8</sup>

---

<sup>6</sup> Veka Ferliyana *Marketing Funding* Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu ZA Pagar Alam Bandar Lampung, Wawancara Pada 22 November 2021.

<sup>7</sup> Januar Fadlilah, *Branch Manajer* Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu ZA Pagar Alam Bandar Lampung, wawancara Pada 22 November 2021.

<sup>8</sup> R. Ajeng Entaresmen, "Strategi Pemasaran Terhadap Penjualan Produk Tabungan Ib Hasanah di PT. Bank Negara Indonesia Syariah Kantor Cabang X", *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Jasa*, Vol 9 No. 1 tahun 2016, 64.

Strategi Pemasaran diperlukan pada sebuah lembaga keuangan syariah seperti Bank Muamalat Indonesia, yang tidak hanya beroperasi untuk mencari keuntungan tetapi juga memiliki kapasitas sebagai lembaga yang berorientasi pada fungsi sosial. Pada lembaga keuangan syariah seperti Bank Muamalat Indonesia, disadari perlunya bersaing pada pemasaran produk-produk serta jasa layanan, sehingga diperlukan strategi pemasaran pada produk dan jasa bank. Salah satu produk yang diperkenalkan Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu ZA Pagar Alam Bandar Lampung adalah Produk Tabungan iB Hijrah Haji. Produk ini merupakan produk yang diperuntukkan bagi nasabah yang ingin melaksanakan ibadah haji, sehingga keinginannya dapat terpenuhi.

Berdasarkan hasil penelitian yang peneliti lakukan di lapangan bahwa produk tabungan iB Hijrah Haji merupakan produk unggulan Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu ZA Pagar Alam Bandar Lampung yang banyak diminati masyarakat. Berdasarkan pemaparan data yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa komponen produk yang diterapkan dalam pemasaran produk tabungan iB Hijrah Haji yaitu kualitas, ciri, nama merek, , pelayanan, garansi dan imbalan. Menurut Kotler dan Keller komponen dari produk adalah keragaman produk kualitas, desain, ciri, nama merk, kemasan, ukuran, pelayanan, garansi dan imbalan.<sup>9</sup>

Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu ZA Pagar Alam Bandar Lampung dalam memasarkan produk tabungan iB Hijrah Haji dimasa pandemi

---

<sup>9</sup> Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*. 13 ed., (Jakarta: Erlangga, 2009), 113.

menggunakan strategi baru yaitu program Pembukaan Rekening gratis. Program Pembukaan Rekening Gratis adalah program promosi yang dilakukan Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu ZA Pagar Alam Bandar Lampung untuk menarik minat Masyarakat agar tertarik menggunakan produk tabungan iB Hijrah Haji. Program Pembukaan Rekening ini berlaku tenggang waktu yaitu pada bulan Juni hingga bulan Desember tahun 2020. Pembukaan Rekening Gratis hanya berlaku bagi calon Nasabah yang membuka rekening tabungan iB Hijrah Haji.

Karena adanya promosi strategi baru dan selalu mengupdate informasi-informasi terbaru, Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu ZA Pagar Alam Bandar Lampung berhasil meningkatkan pertumbuhan nasabah dimasa pandemi, hal ini dibuktikan dengan terus meningkatnya jumlah nasabah produk tabungan iB Hijrah Haji.

Berdasarkan wawancara yang peneliti lakukan dengan Bapak Januar Fadlilah selaku *Branch Manager* dan Ibu Veka Ferliyana selaku *Marketing Funding* Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu ZA Pagar Alam Bandar Lampung Bahwa Strategi pemasaran dalam menarik minat masyarakat untuk menabung produk tabungan iB hijrah haji dimasa pandemi adalah dengan menggunakan bauran pemasaran yaitu:

1. Strategi Produk (*product*)

Berdasarkan pemaparan data hasil wawancara dapat dianalisa bahwa produk tabungan iB Hijrah Haji dapat memenuhi kebutuhan calon nasabah yang membutuhkan.

Menurut Philip Kotler produk adalah sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan konsumen.<sup>10</sup>

“Strategi pemasaran yang kami lakukan dimasa pandemi saat ini adalah dengan menampilkan kualitas dari Tabungan iB Hijrah Haji. Sehingga dengan upaya ini dapat memenuhi kebutuhan dari konsumen, kemudian dalam memasarkan produk kita harus tahu dan dapat menguasai produk yang akan kita pasarkan, jadi jika kita memasarkan produk tabungan iB Hijrah Haji sebagai marketing harus benar-benar menguasai tentang produk tersebut sehingga dapat memenuhi kebutuhan nasabah. Karena adanya sosial distancing dimasa pandemi saat ini pembayaran porsi haji tidak harus ke kantor langsung, calon nasabah bisa menitipkan ke KBIH haji yang bekerjasama dengan Bank Muamalat Indonesia.<sup>11</sup>”

Hasil penelitian yang peneliti lakukan dilapangan bahwa produk tabungan iB Hijrah Haji merupakan produk yang sesuai dengan kebutuhan nasabah dengan memiliki banyak kelebihan dan memberikan kemudahan serta manfaat, maka nasabah dapat menggunakan produk tersebut. Dalam hal ini sejalan dengan yang dilakukan oleh Bank Muamalat Kantor Cabang ZA Pagar Alam Bandar Lampung mengutamakan produk yang sesuai dengan kebutuhan nasabahnya.

Bank Muamalat Kantor Cabang ZA Pagar Alam Bandar Lampung mengutamakan produk sesuai dengan kebutuhan nasabahnya dengan menawarkan kepada nasabah tentang produk apa saja yang dimiliki dan di antaranya juga menawarkan produk unggulan yang paling banyak diminati oleh nasabah diantaranya adalah Produk Tabungan iB Hijrah Haji.

---

<sup>10</sup> Kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2012), 216

<sup>11</sup> Veka Ferliyana Marketing Funding Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu ZA Pagar Alam Bandar Lampung, Wawancara Pada 08 Desember 2021.

Dalam melakukan kegiatan memasarkan Produk Tabungan iB Hijrah Haji Marketing harus menguasai produk yang akan dipasarkan dan Menampilkan kualitas dari Tabungan iB Hijrah Haji. Mutu dari produk tabungan iB Hijrah Haji adalah memberikan fasilitas dan kemudahan yang terdapat dalam karakteristik produk, yaitu, Mudah diingat, terkesan modern, dan aman.

Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu ZA Pagar Alam Bandar Lampung menciptakan branding tabungan iB Hijrah Haji dengan mempertimbangkan faktor-faktor berikut:

- a. Mudah diingat dan dimengerti, Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu ZA Pagar Alam Bandar Lampung memberi nama produknya singkat dan jelas agar nasabah mudah mengingat nama produk-produk tersebut. Seperti produk tabungan iB Hijrah Haji, pada produk tersebut terdapat kata haji sehingga masyarakat mudah mengingat dan mengetahui tabungan itu ditujukan untuk yang ingin merencanakan ibadah haji.
- b. Terkesan moderen, Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu ZA Pagar Alam Bandar Lampung dalam menciptakan merek dengan cara melihat perkembangan pasar yang semakin berkembang dalam hal penamaan produk. Dalam produk tabungan iB Hijrah Haji terdapat kata “iB” atau Islamic Banking yang terkesan modern karena perkembangan ekonomi Islam pada saat ini.

c. Aman, Pengelolaan yang diterapkan oleh Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu ZA Pagar Alam Bandar Lampung berdasarkan pada prinsip-prinsip syariah Islam yaitu, Mengharap Ridha Allah SWT, Tujuan yang dicapai berdasarkan atas petunjuk Allah SWT dan Hadits Nabi Muhammad SAW. tentu produk ini terbebas dari unsur riba sehingga memberikan ketenangan batin para nasabahnya. Keunggulan Tabungan iB Hijrah Haji adalah tabungan nyaman untuk digunakan kebutuhan transaksi dan berbelanja dengan kartu shar-E yang berlogo Visa plus dengan manfaat berbagai macam program subsidi belanja. Tetapi dalam produk ini keunggulan yang dimiliki masih lebih rendah dari pada keunggulan yang dimiliki produk pesaing.

## 2. Strategi Harga (*Price*)

Harga adalah suatu nilai yang dinyatakan dalam bentuk rupiah guna pertukaran atau transaksi atau sejumlah uang yang harus dibayar konsumen untuk mendapatkan barang dan jasa. Penetapan harga memiliki dampak langsung dan jelas terlihat pada penerimaan pasar sehingga menjadi sangat penting terhadap keseluruhan bauran pemasaran. Selain itu, harga merupakan alat yang sangat fleksibel, dimana suatu saat harga akan stabil dalam waktu tertentu, tetapi dalam seketika harga dapat juga meningkat atau menurun dan juga merupakan satu-satunya elemen yang menghasilkan pendapatan dari penjualan.<sup>12</sup>

---

<sup>12</sup> Dede Jajang Suyaman, *Kewirausahaan dan Industri Kreatif*, (Bandung: Alfabeta, 2015), 96.

“Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu ZA Pagar Alam Bandar Lampung memberikan harga yang terjangkau untuk produk Tabungan iB Hijrah Haji yaitu sebesar Rp 25.000 untuk setoran awal. Ditabungan ini terbebas dari biaya admistrasi, dan tabungan ini tidak membatasi masyarakat dari kalangan manapun untuk menabung dan menjadi nasabah Bank Muamalat, sehingga semua masyarakat bisa menikmati produk ini. dilihat dari segi harga tabungan iB Hijrah Haji lebih unggul sehingga bisa menarik minat masyarakat dan tidak memberatkan masyarakat yang ingin memiliki tabungan iB Hijrah Haji, dengan biaya Rp 25.000 masyarakat dapat membuka rekening tabungan iB Hijrah Haji di Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu ZA Pagar Alam dan bisa mewujudkan impian semua muslimin yang ingin menunaikan ibadah Haji.<sup>13</sup>”

Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu ZA Pagar Alam Bandar Lampung memberikan harga yang terjangkau, harga yang ditawarkan Bank Muamalat Indonesia lebih rendah dari Bank Syariah lainnya, dimana harga yang ditawarkan Bank Muamalat Indonesia hanya sebesar Rp 25.000,- untuk setoran awal minimal.

Maka tak heran jika dalam pemasaran produk tabungan iB Hijrah Haji ini dilihat dari segi harga lebih unggul sehingga menarik perhatian masyarakat dan tidak memberatkan masyarakat yang ingin memiliki tabungan haji tersebut.

### 3. Strategi Tempat (*Place*)

Pemilihan lokasi yang tepat akan berdampak cukup signifikan terhadap penjualan, terutama perusahaan yang bergerak dibidang jasa khususnya perbankan. Bank yang terletak di lokasi yang strategis sangat memudahkan nasabah dalam berurusan dengan Bank. Penentuan lokasi

---

<sup>13</sup> Januar Fadlilah, Branch Manajer Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu ZA Pagar Alam Bandar Lampung, Wawancara Pada 01 Desember 2021.

atau tempat suatu cabang merupakan salah satu kebijakan yang sangat penting.

“Lokasi yang strategis sangat memudahkan masyarakat dan nasabah dalam berurusan dengan suatu lembaga keuangan. Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu ZA Pagar Alam berada di Jl. Zainal Abidin Pagar Alam No 12 Bandar Lampung, lokasi ini sangat strategis dimana Bank Muamalat berada pada lingkungan pendidikan seperti sekolah Islam, Universitas, dan juga dekat dengan pusat kota Bandar Lampung. Dimana Bank dimungkinkan bisa berpresentasi secara rutin kepada instansi tersebut untuk menyampaikan produk Tabungan iB Hijrah Haji, selain itu juga lokasi Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu ZA Pagar Alam Bandar Lampung terletak di dekat banyak masjid dan ada beberapa KBIH disekitarnya juga mendorong dan membantu dari pemasaran atau strateginya Bank Muamalat Indonesia, sehingga dengan adanya beberapa instansi tersebut itu bisa memudahkan Bank untuk meminalisir mana-mana yang potensi besar yang bisa Bank lakukan untuk visit ke instansi tersebut.<sup>14</sup>”

Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu ZA Pagar Alam berada di Jl. Zainal Abidin Pagar Alam No 12 Bandar Lampung, lokasi ini sangat strategis dimana Bank Muamalat terletak dipadat pemukiman, berada pada lingkungan pendidikan seperti sekolah Islam, Universitas, dan juga dekat dengan pusat kota Bandar Lampung. Dalam pendistribusian produk Tabungan iB Hijrah Haji pihak bank tidak hanya diam di tempat, akan tetapi melakukan kegiatan promosi diwilayah sekitar, meskipun awalnya terdapat ketentuan social distancing maka ditetapkan beberapa zona yang telah ditentukan Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu ZA Pagar Alam Bandar Lampung.

---

<sup>14</sup> Januar Fadlilah, Branch Manajer Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu ZA Pagar Alam Bandar Lampung, Wawancara Pada 01 Desember 2021.

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

Menurut Philip Kotler, promosi adalah semua kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk mengomunikasikan dan mempromosikan produknya kepada pasar sasaran.<sup>15</sup>

“Strategi yang kami gunakan pada masa pandemi Covid-19 yaitu lebih banyak menggunakan media digital, hal tersebut merupakan salah satu cara yang dilakukan untuk menginformasikan segala jenis produk yang ditawarkan dan berusaha menarik calon anggota yang baru, nasabah lama ataupun nasabah referral. yaitu dengan memanfaatkan media digital Broadcast Whatsapp, Broadcast Email, Broadcast Instagram, meningkatkan intensitas komunikasi dengan nasabah melalui jaringan telepon, Program-program dari kantor seperti penggunaan aplikasi zoom meeting untuk mengait nasabah dan memperkenalkan program-program lama dan baru yang ada di Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu ZA Pagar Alam Bandar Lampung. Promosi tabungan iB Hijrah Haji ini dilakukan oleh semua karyawan bank baik Customer Service, Teller, maupun Marketing.”<sup>16</sup>

Promosi yang dilakukan Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu ZA Pagar Alam Bandar Lampung dilakukan dengan menggunakan jaringan yang luas dan bagus yang berkaitan memberikan rekomendasi calon nasabah karena masyarakat, banyak yang belum mengenal Perbankan Syariah sehingga sebagai marketing harus bisa mencari peluang untuk memberikan referensi kepada masyarakat. Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu ZA Pagar Alam Bandar Lampung dalam pemasaran juga melalui media Online (e-Marketing) yang memanfaatkan media Sosial, sehingga banyak masyarakat yang bisa mengenal lebih jauh dan bisa mengenalnya.

---

<sup>15</sup> Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan dan Penelitian*, (Yogyakarta: Andi, 2014), 112

<sup>16</sup> Veka Ferliyana Marketing Funding Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu ZA Pagar Alam Bandar Lampung, Wawancara Pada 08 Desember 2021.

Promosi yang dilakukan oleh Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu ZA Pagar Alam Bandar Lampung yaitu:

a. Periklanan (*Advertising*)

“Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu ZA Pagar Alam Bandar Lampung memperhatikan pasar sasaran yang akan kami tuju terlebih dahulu, kemudian menentukan misi untuk memasarkan produk tabungan iB Hijrah Haji, serta merancang apa yang akan kami sampaikan nanti kalau sudah bertemu dengan masyarakat. Dalam promosi periklanan produk tabungan iB Hijrah Haji hanya melalui dengan website resmi [www.muamalat.co.id](http://www.muamalat.co.id), Brosur, instagram, whatsApp, facebook, dan mesin ATM.<sup>17</sup>”

Berdasarkan hasil penelitian yang peneliti lakukan di lapangan, bahwa dalam melakukan promosi pihak *Marketing Funding* menggunakan sarana periklanan dengan media brosur yang disebarakan ke masyarakat dan menggunakan media sosial serta menggunakan aplikasi Bank Muamalat yang ditambah dengan fitur-fitur terbaru di dalamnya tidak hanya bisa digunakan transaksi tetapi bisa digunakan untuk mencari informasi tentang pembiayaan dan lain sebagainya.

b. Penjualan Pribadi (*Personal selling*)

“Tahap penjualan pribadi, pemasaran pada produk tabungan iB Hijrah Haji pada Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu ZA Pagar Alam Bandar Lampung mengajukan semua melakukan pemasaran jadi tidak hanya yang bertugas pada marketing pemasaran saja tetapi semua pegawai juga ikut andil dalam memasarkannya. Tetapi untuk kegiatan lapangan diwakili oleh anggota marketing pemasaran Penjualan pribadi yang dilakukan dengan cara door to door, langsung datang kerumah, ke instansi-instansi, ke sekolahan, kelompok pengajian ibu-ibu dan bapak-bapak.<sup>18</sup>”

---

<sup>17</sup> Veka Ferliyana Marketing Funding Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu ZA Pagar Alam Bandar Lampung, Wawancara Pada 08 Desember 2021.

<sup>18</sup> Januar Fadlilah, Branch Manajer Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu ZA Pagar Alam Bandar Lampung, Wawancara Pada 17 November 2021.

Dalam penjualan pribadi pada komponen promosi strategi yang digunakan Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu ZA Pagar Alam Bandar Lampung yaitu strategi *door to door* di pasar dan ditempat usaha yang sekiranya dapat dijangkau. Dengan kegiatan *door to door* pihak marketing bisa langsung mempengaruhi nasabah dan bisa memberikan rayuan yang logis dan dapat memecahkan keluhan dari nasabah yang hal itu bisa membuat nasabah tertarik dengan produk yang dipasarkan.

c. Publisitas (*Publicity*)

“Pada pemasaran publisitas ini kegiatan promosi yang kami gunakan untuk menarik perhatian nasabah agar tertarik dengan produk tabungan iB Hijrah Haji yaitu dengan sosialisasi ke sekolahan, universitas, Pusat Perbelanjaan, pengajian ibu-ibu/bapak-bapak. dan bekerjasama juga dengan KBIH dan tokoh agama setempat.<sup>19</sup>”

Publisitas yang dilakukan Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu ZA Pagar Alam Bandar Lampung, sebelum adanya pandemi setiap hari minggu waktu ada CFD kita melakukan open table, Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu ZA Pagar Alam Bandar Lampung juga mensponsori efen-efen yang diselenggarakan oleh kementerian agama.

Namun sekarang dengan masih adanya Pandemi Covid-19 pemerintah telah menerapkan *sosial distancing* yang diharuskan tetap dirumah dan bekerja dari rumah, maka Bank Muamalat melakukan

---

<sup>19</sup> Veka Ferliyana Marketing Funding Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu ZA Pagar Alam Bandar Lampung, Wawancara Pada 08 Desember 2021.

Publisitas dengan bekerjasama dengan KBIH, tokoh agama setempat dan mengadakan seminar online melalui Aplikasi Zoom meeting dengan Universitas, sekolah-sekolah atau lembaga lainnya.

d. Pemasaran Langsung

“Pemasaran langsung yang dilakukan oleh Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu ZA Pagar Alam Bandar Lampung dimasa pandemi yaitu salles call yang dilakukan dengan cara menelepon langsung ke nasabah melalui jaringan telepon seluler atau telepon perusahaan tersebut, yang dimaksudkan untuk menawarkan produk yang dimiliki Bank Muamalat yang mungkin sesuai dengan kebutuhan konsumen tersebut.<sup>20,</sup>”

Pemasaran langsung yang dilakukan Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu ZA Pagar Alam Bandar Lampung dalam mempromosikan Produk Tabungan iB Hijrah Haji karena masi adanya Pandemi Covid-19 maka pemasaran langsung dilakukan dengan cara menelpon langsung kenasabah melalui jaringan telepon seluler untuk menawarkan Produk Bank Muamalat yang mungkin sesuai dengan kebutuhan konsumen.

e. Promosi Penjualan

“Bank Muamalat membuat program Pembukaan Rekening Gratis, bagi Calon nasabah yang membuka rekening Tabungan iB Hijrah Haji Dengan tenggang waktu pada bulan Juni hingga bulan Desember tahun 2020.<sup>21</sup>”

Promosi penjualan yang dilakukan oleh *Marketing Funding* Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu ZA Pagar Alam Bandar Lampung digunakan sebagai usaha untuk meningkatkan nasabah pada

---

<sup>20</sup> Januar Fadlilah, Branch Manajer Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu ZA Pagar Alam Bandar Lampung, Wawancara Pada 17 November 2021.

<sup>21</sup> Veka Ferliyana Marketing Funding Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu ZA Pagar Alam Bandar Lampung, Wawancara Pada 08 Desember 2021.

produk tabungan iB Hijrah Haji. Dengan memberikan program Pembukaan Rekening Gratis, khusus bagi calon nasabah tabungan iB Hijrah Haji.

Promosi penjualan Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu ZA Pagar Alam Bandar Lampung dilakukan dengan pemasaran Online yang menggunakan berbagai media karena pada masa pandemi yang melanda seperti ini pemasaran online sangatlah menguntungkan untuk marketing pemasaran karena tanpa mereka terjun langsung ke lapangan mereka tetap bisa memasarkan Pemasaran online pada Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu ZA Pagar Alam Bandar Lampung dilakukan dengan memanfaatkan berbagai media sosial berupa Facebook, Whatsapp dan Instagram para pegawai Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu ZA Pagar Alam Bandar Lampung. Dari periklanan pada brosur, yang disebar luaskan oleh Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu ZA Pagar Alam Bandar Lampung yang mencantumkan nomer telepon Marketing pemasaran dapat membawakan untung karena masyarakat bisa mencari informasi dengan menggunakan Media Whatsaap atau Telepon Seluler. Dan untuk Media Sosial Facebook, Instagram Dan Juga Watsapp itu digunakan sebagai pemasaran.

### **C. Kebijakan Umum dan Khusus Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu ZA Pagar Alam Bandar Lampung dalam mencapai target pemasaran pada saat pandemi**

Berdasarkan wawancara tentang produk tabungan iB Hijrah Haji terkait kebijakan dan Umum dan Khusus pada masa pandemi yang dilakukan oleh peneliti terhadap *Branch Manager* Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu ZA Pagar Alam Bandar Lampung Bapak Januar Fadlilah:

“Kebijakan yang dilakukan Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu ZA Pagar Alam Bandar Lampung dalam memasarkan tabungan iB hijrah haji dimasa pandemi saat ini, yaitu dengan diadakannya pembukaan rekening gratis bagi calon nasabah Tabungan ib hijrah haji, hal ini terbukti dengan meningkatnya jumlah nasabah yang signifikan. Program Pembukaan Rekening Gratis adalah salah satu program promosi Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu ZA Pagar Alam Bandar Lampung. Dengan tenggang waktu pada bulan Juni hingga bulan Desember tahun 2020”.<sup>22</sup>

Berdasarkan wawancara tentang kebijakan umum dan khusus Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu ZA Pagar Alam Bandar Lampung dalam promosi untuk mencapai target pemasaran produk tabungan iB Hijrah Haji dengan Bapak Januar Fadlilah selaku *Branch Manager* Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu ZA Pagar Alam Bandar Lampung sebagai berikut:

“Strategi khusus yang digunakan dalam memasarkan tabungan iB hijrah haji dimasa pandemi saat ini, yaitu dengan cara menawarkan ke perusahaan-perusahaan, pengajian ibu-ibu/bapak-bapak dan menggerakkan semua staf untuk menyampaikan tentang produk tabungan iB Hijrah Haji. salah satunya yaitu lewat marketing komunication dengan cara mengupdate status flayer dimedia sosial seperti Instagram, Watshapp dan Web Site Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu ZA Pagar Alam Bandar Lampung. kemudian dengan cara memberikan vireveral atau semacam ujroh kepada KBIH Haji yang bisa mereferensikan orang untuk mendaftarkan haji disaat

---

<sup>22</sup> Januar Fadlilah, Branch Manajer Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu ZA Pagar Alam Bandar Lampung, Wawancara Pada 01 Desember 2021.

pandemi. sedangkan target pasar dilihat dari segi usia dan jenis pekerjaan.”

Bentuk pemasaran khusus lainnya yang digunakan Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu ZA Pagar Alam Bandar Lampung yaitu dengan cara menawarkan perusahaan, ibu-ibu/bapak-bapak pengajian dan menggerakkan semua staf untuk menyampaikan tentang produk tabungan iB Hijrah Haji kepada saudara dan lingkungan sekitar. Salah satunya yaitu lewat *Marketing Communication* dengan cara mengupdate status flayer dimedia sosial seperti Instagram, Watshapp dan Web Site Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu ZA Pagar Alam Bandar Lampung. Dalam pemasaran produk Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu ZA Pagar Alam Bandar Lampung marketing sudah dibekali training/pendidikan, diataranya tentang strategi pemasaran produk agar masyarakat tertarik untuk memakainya. Disamping itu marketing Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu ZA Pagar Alam Bandar Lampung diberi target dalam mendapatkan nasabah produk tabungan iB Hijrah Haji. ntuk kendala dalam pemasaran selama ini tidak ada kendala dan target tercapai.

Berdasarkan hasil penelitian yang peneliti lakukan kepada salah satu nasabah Tabungan iB Hijrah Haji di Bank Muamalat Kantor Cabang ZA Pagar Alam Bandar Lampung melalui wawancara secara personal, maka diperoleh data sebagai berikut: <sup>23</sup>

---

<sup>23</sup> Nasabah Produk Tabungan iB Hijrah Haji Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu ZA Pagar Alam Bandar Lampung, wawancara pada 29 November 2021.

Hasil wawancara dengan Bapak (MF) usia 51 tahun, nasabah Tabungan iB Hijrah Haji di Bank Muamalat Kantor Cabang ZA Pagar Alam Bandar Lampung, beliau sudah mengetahui dan mulai menabung produk tabungan iB Hijrah Haji sejak tahun 2012 melalui sosialisai yang dilakukan *Marketing* Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu ZA Pagar Alam Bandar Lampung di kantor pemkot Bandar Lampung. Beliau bekerja sebagai PNS di kantor pemkot Bandar Lampung dan dengan adanya produk tabungan iB Hijrah Haji ini, beliau sangat terbantu dan keinginannya untuk naik Haji akan terwujud. Menurut Bapak (MF) Pelayanan Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu ZA Pagar Alam Bandar Lampung cukup ramah dan ketika menawarkan Produk Tabungan iB Hijrah Haji beliau langsung tertarik dan yakin untuk berhaji menggunakan jasa Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu ZA Pagar Alam Bandar Lampung, karena sebelumnya sudah banyak yang mendaftar tabungan iB Hijrah Haji, dan terfasilitas kantor lengkap, sehingga beliau juga nyaman ada di Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu ZA Pagar Alam Bandar Lampung.

Karena adanya pembatalan keberangkatan haji selama dua tahun berturut-turut di tahun 2020-2021 Bapak (MF) merasa kecewa karena seharusnya beliau sudah bisa menunaikan ibadah haji ditahun 2021, namun karena masih adanya pandemi Covid-19, pemerintah mengeluarkan kebijakan bahwa keberangkatan haji 2021 di tunda dan akan diberangkatkan di tahun 2022.

Namun disisi lain Bapak (MF) juga menyikapi hal ini dengan fikiran positif, bahwa kebijakan yang diambil pemerintah adalah yang terbaik bagi warganya dan ikhlas menerima. dan Bapak (MF) tidak menarik uangnya, karena beliau akan sabar menunggu panggilan keberangkatan haji di tahun 2022 yang akan datang.

Pandangan Masyarakat terhadap produk Tabungan iB Hijrah Haji dimasa pandemi yang peneliti lakukan dengan membuat polling melalui instagram peneliti pada tanggal 13-14. Dengan hasil rekapitulasi di bawah ini:

1. Apakah anda mengetahui bahwa di Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu ZA Pagar Alam Bandar Lampung terdapat tabungan iB Hijrah Haji?
  - a. Jumlah polling : 483 Orang
  - b. Sudah Tahu : 83 Orang
  - c. Belum Tahu : 17 Orang
  - d. Tidak Memilih : 383 Orang
  
2. Dimasa pandemi seperti ini apakah anda masih tertarik untuk menabung produk tabungan iB Hijrah Haji?
  - a. Jumlah polling : 479 Orang
  - b. Tertarik : 50 Orang
  - c. Tidak Tertarik : 41 Orang
  - d. Tidak Memilih : 388 Orang

3. Jika anda mendaftar haji anda akan lebih tertarik menggunakan fasilitas Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu ZA Pagar Alam Bandar Lampung atau fasilitas dari Bank syariaah lainnya?

- a. Jumlah polling : 471 Orang
- b. Bank Muamalat : 38 Orang
- c. Bank Syariah : 49 Orang
- d. Tidak Memilih : 384 Orang

Dari hasil polling di atas peneliti memandang bahwa peluang perkembangan untuk produk tabungan iB Hijrah Haji dimata masyarakat masih positif. Selain itu banyak yang sudah mengetahui bahwa di Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu ZA Pagar Alam Bandar Lampung terdapat tabungan iB Hijrah Haji.

Dengan melihat hasil perbandingan perolehan polling antara menggunakan fasilitas Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu ZA Pagar Alam Bandar Lampung atau fasilitas dari Bank syariaah lainnya, bahwa banyak yang tidak tertarik menggunakan fasilitas Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu ZA Pagar Alam Bandar Lampung. Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu ZA Pagar Alam Bandar Lampung hanya memiliki sedikit peluang.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil pembahasan yang mengacu pada masalah dan tujuan penelitian, yang telah dipaparkan pada halaman-halaman sebelumnya tentang strategi pemasaran dan Penerapan Strategi Pemasaran Produk Tabungan iB Hijrah Haji Dibank Muamalat Kantor Cabang Pembantu ZA Pagar Alam Bandar Lampung maka penulis menarik kesimpulan, yaitu:

Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu ZA Pagar Alam Bandar Lampung dalam memasarkan Produk Tabungan iB Hijrah Haji menerapkan Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*):

Adanya strategi produk, Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu ZA Pagar Alam Bandar Lampung menciptakan branding Tabungan iB Hijrah Haji supaya mudah diingat. Serta menggunakan akad wadiah yaitu simpanan murni tetapi nasabah mendapat bonus dari bank. Adanya strategi promosi, diadakannya program Pembukaan Rekening Gratis pada masa pandemi.

Kebijakan Umum Dan Khusus Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu ZA Pagar Alam Bandar Lampung dalam mencapai target pemasaran pada saat pandemi

Produk tabungan iB Hijrah Haji salah satu produk unggulan Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu ZA Pagar Alam Bandar Lampung, tingkat pertumbuhan nasabah produk tabungan iB Hijrah Haji setelah adanya program Pembukaan Rekening Gratis mengalami perkembangan yang sangat

signifikan. Keberhasilan strategi promosi produk tabungan iB Hijrah Haji Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu ZA Pagar Alam Bandar Lampung adalah karena dibuatnya program Pembukaan Rekening Gratis dan melakukan kegiatan pemasaran lainnya. Keberhasilan pemasaran tersebut juga tak lepas dari pelatihan marketing yang diberikan oleh Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu ZA Pagar Alam Bandar Lampung kepada marketing-marketingnya.

## **B. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis, maka saran yang diberikan kepada Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu ZA Pagar Alam Bandar Lampung dalam strategi pemasaran produk tabungan iB Hijrah Haji agar tetap berinovasi dalam hal pemasaran dengan membuat program-program baru pada produk tabungan ini dengan tetap berprinsip kepada syariat Islam. Selain itu perlunya sosialisasi lebih mendalam lagi mengenai produk tabungan iB Hijrah Haji kepada masyarakat agar lebih mengetahui tentang produk ini serta program-programnya. Dalam hal ini pihak bank berarti harus terus meningkatkan skill marketing melalui pendidikan marketing dalam hal strategi pemasaran dan pemahaman tentang produk tersebut.

## DAFTAR PUSTAKA

- Al Arif, Nur Rianto. *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: Alfabet, 2012.
- Aladokter.com. *Memahami Epidemiologi dan Istilah-Istilahnya*. diakses melalui. <https://www.aladokter.com/>
- Anoraga, Pandji. *Manajemen Bisnis*. Jakarta: Rineka Cipta, 2009.
- \_\_\_\_\_. *Pengantar Bisnis. Pengelolaan Bisnis dalam Era Globalisasi*. Jakarta: Rineka Cipta 2007.
- Assauri, Sofjan. *Manajemen Pemasaran Dasar*. Jakarta: Rajagrafindo Persada, 2002.
- \_\_\_\_\_. *Manajemen Pemasaran Dasar*. Jakarta: Rajagrafindo Persada, 2002.
- Assauri, Sofjan. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers, 2013.
- Berliana, Clara. “Analisis Strategi Pemasaran Produk Tradisional Tapis Lampung Melalui Media Digital Dilihat Dari Perspektif Etika Bisnis Islam”. Mahasiswa ekonomi Syariah Angkatan 2016 IAIN Metro”. Skripsi. Lampung. IAIN Metro, 2020.
- Compas TV. “Yaquut Cholil Qoimus. wawancara. Menteri Agama Republik Indonesia. “Pemerintah Batalkan Pemberangkatan Haji 2021” diakses melalui <http://KompasTV.co.id>. pada 16 Juni 2021
- Entaresmen, R. Ajeng. “Strategi Pemasaran Terhadap Penjualan Produk Tabungan Ib Hasanah di PT. Bank Negara Indonesia Syariah Kantor Cabang X”. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Jasa*. Vol 9 No. 1 tahun 2016.
- Fatihudin, Didin & Anang Firmansyah. *Pemasaran Jasa. Strategi. Mengukur Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan*. Yogyakarta: 2019.
- Hurriyati, Ratih. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: Alfabeta, 2005.
- Kasmir. *Manajemen Perbankan*. Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2012.
- \_\_\_\_\_. *Pemasaran Bank*. Jakarta: Prenada Media, 2015.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran*. 13 ed. Jakarta: Erlangga, 2009.
- Mawaddah, Nur “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Profitabilitas Bank Syariah”. *Jurnal Etikonomi*. Vol. 14 No. 2 Oktober 2015
- Moleong, Lexy J. *Metodologi Penelitian Kualitatif. Edisi Revisi*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2014.
- Putri, Almida Elit. “Strategi Promosi Melalui Media Sosial dalam Pengembangan Produk-Produk Bank Syariah”. Studi Pada Bni Syariah Cabang Bengkulu. Mahasiswa ekonomi Syariah Angkatan 2015 IAIN Bengkulu. Skripsi. Bengkulu. IAIN Bengkulu, 2019.
- Sarwoto, Jonathan. *Analisis Data Penelitian Menggunakan SPSS13*. Yogyakarta: Pusat Penerbit dan Percetakan C.V Andi Offset, 2006.
- Simomura, Bilson. *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitable*. Jakarta: Gramedia, 2003.
- Sugiyono. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta, 2014.

\_\_\_\_\_. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta, 2010.

\_\_\_\_\_. *Metodologi Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2016.

Supranto, J. dan Nandan Limakrisma. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran Untuk Memenangkan Persaingan Bisnis*. Jakarta: Mitra Wacana Media, 2007.

Suryabrata, Sumardi. *Metodelogi Penelitian*. Jakarta: PT Prafindo Persada, 2011.

Suyaman, Dede Jajang. *Kewirausahaan dan Industri Kreatif*. Bandung: Alfabeta, 2015.

Tabroni dan Mamay Komaarudin. “Strategi Promosi Produk Melalui Digital Marketing Bagi Umkm Terdampak Pandemi Covid'19 Berdasarkan Keputusan Konsumen”. *JRE: Jurnal Riset Entrepreneurship*. Vol.4. No.1. diakses Februari 2021.

Tjiptono, Fandy. *Pemasaran Jasa: Prinsip. Penerapan dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi, 2014.

# **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-3032/In.28.1/J/TL.00/10/2021  
Lampiran : -  
Perihal : **SURAT BIMBINGAN SKRIPSI**

Kepada Yth.,  
Titut Sudiono (Pembimbing 1)  
(Pembimbing 2)  
di-

Tempat  
*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

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

Nama : **EVI ANGGREINI**  
NPM : 1804100035  
Semester : 7 (Tujuh)  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jurusan : S1 Perbankan Syariah  
Judul : **STRATEGI PEMASARAN TABUNGAN IB HIJRAH HAJI PADA MASA PANDEMI DIBANK MUAMALAT KANTOR CABANG PEMBANTU ZA PAGAR ALAM BANDAR LAMPUNG**

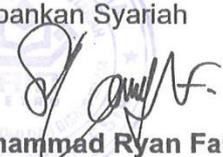
Dengan ketentuan sebagai berikut :

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, 14 Oktober 2021  
Ketua Jurusan  
Perbankan Syariah

  
**Muhammad Ryan Fahlevi, M.M.**  
NIP 19920829 201903 1 007



**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-3885/In.28/D.1/TL.00/11/2021  
Lampiran : -  
Perihal : **IZIN RESEARCH**

Kepada Yth.,  
DIREKTUR Bank Muamalat Kanca  
Pagar Alam Bandar Lampung  
di-  
Tempat

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Sehubungan dengan Surat Tugas Nomor: B-3939/In.28/D.1/TL.01/11/2021,  
tanggal 30 November 2021 atas nama saudara:

Nama : **EVI ANGGREINI**  
NPM : 1804100035  
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 Kanca Pagar Alam Bandar Lampung, dalam rangka menyelesaikan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "STRATEGI PEMASARAN TABUNGAN IB HIJRAH HAJI PADA MASA PANDEMI DIBANK MUAMALAT KANTOR CABANG PEMBANTU ZA PAGAR ALAM BANDAR LAMPUNG".

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

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Metro, 30 November 2021  
Wakil Dekan Akademik dan  
Kelembagaan,



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

Nomor : 017/BMI-BDL/SURAT/I/2022  
Perihal : Izin Research

07 Januari 2022 M  
4 Jumadil Akhir 1443 H

Kepada Yth.  
Siti Zulaikha S.Ag, MH  
Wakil Dekan Akademik dan Kelembagaan  
Di  
Tempat

*Bismilahirrohmaanirrohiim.*  
*Assalaamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh,*

Teriring salam dan doa semoga dalam menjalankan tugas dan aktivitas sehari-hari kita semua senantiasa mendapat petunjuk, bimbingan dan keridhoan Allah SWT, Aamiin.

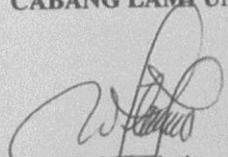
Menindaklanjuti surat bapak No. B-3885/In.28/D.1/TL.00/11/2021 tertanggal 30 November 2021 perihal **Izin Research** kepada mahasiswa :

Nama	: Evi Aggraeni
NPM	: 1804100035
Jurusan/Semester	: S1 Perbankan Syariah
Lokasi Research	: Bank Muamalat Indonesia KCP Za Pagar Alam

Dengan ini kami sampaikan bahwa mahasiswa tersebut diatas dapat kami terima untuk melaksanakan research dengan judul "STRATEGI PEMASARAN TABUNGAN IB HIJRAH HAJI PADA MASA PANDEMI DIBANK MUAMALAT KANTOR CABANG PEMBANTU ZA PAGAR ALAM BANDAR LAMPUNG".

Demikian hal ini kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasamanya kami ucapkan terimakasih.  
*Wassalaamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh,*

**PT. BANK MUAMALAT INDONESIA, Tbk**  
**CABANG LAMPUNG**

  
**Wahid Fitriani**  
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-3939/In.28/D.1/TL.01/11/2021

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

Nama : **EVI ANGGREINI**  
NPM : 1804100035  
Semester : 7 (Tujuh)  
Jurusan : S1 Perbankan Syariah

Untuk :

1. Mengadakan observasi/survey di Bank Muamalat Kanca Pagar Alam Bandar Lampung, guna mengumpulkan data (bahan-bahan) dalam rangka menyelesaikan penulisan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "STRATEGI PEMASARAN TABUNGAN IB HIJRAH HAJI PADA MASA PANDEMI DIBANK MUAMALAT KANTOR CABANG PEMBANTU ZA PAGAR ALAM BANDAR LAMPUNG".
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 : 30 November 2021

Mengetahui,  
Pejabat Setempat

  
Siti Zulaikha S. Ag, MH

Wakil Dekan Akademik dan  
Kelembagaan,



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



**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 : Evi Anggreini  
NPM : 1804100035  
Jurusan : S1 Perbankan Syariah

Adalah benar-benar telah mengirimkan naskah Skripsi berjudul **STRATEGI PEMASARAN TABUNGAN IB HIJRAH HAJI PADA MASA PANDEMI DIBANK MUAMALAT KANTOR CABANG PEMBANTU ZA PAGAR ALAM BANDAR LAMPUNG** untuk diuji plagiasi. Dan dengan ini dinyatakan **LULUS** menggunakan aplikasi Turnitin dengan **Score 13%**.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Metro, 16 November 2022  
Ketua Jurusan S1 Perbankan Syariah



**Muhammad Ryan Fahlevi**

NIP.199208292019031007



**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-1295/ln.28/S/U.1/OT.01/10/2022**

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

Nama : Evi Anggraeni  
NPM : 1804100035  
Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/ Perbankan Syariah

Adalah anggota Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung Tahun Akademik 2022 / 2023 dengan nomor anggota 1804100035

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, 04 November 2022

Kepala Perpustakaan



Dr. As'ad, S. Ag., S. Hum., M.H., C.Me

NIR 19750505 200112 1 002

**ALAT PENGUMPUL DATA (APD)**  
**STRATEGI PEMASARAN TABUNGAN iB HIJRAH HAJI PADA MASA**  
**PANDEMI DI BANK MUAMALAT KANTOR CABANG PEMBANTU**  
**ZA PAGAR ALAM BANDAR LAMPUNG**

**A. Wawancara**

**1. Wawancara dengan Branch Manager Bank Muamalat Kantor**  
**Cabang Pembantu ZA Pagar Alam Bandar Lampung**

- a. Apakah ada strategi baru yang di gunakan Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu ZA Pagar Alam Bandar Lampung dalam mempromosikan produk tabungan iB Hijrah Haji dimasa pandemi?
- b. Bagaimana hasil dari promosi produk tabungan iB hijrah haji dimasa pandemi yang dilakukan Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu ZA Pagar Alam Bandar Lampung?
- c. Bagaimana kebijakan umum dan khusus Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu ZA Pagar Alam Bandar Lampung dalam promosi untuk mencapai target pemasaran Produk Tabungan iB Hijrah Haji disetiap bulannya pada pandemi saat ini?

**2. Wawancara kepada Marketing funding Bank Muamalat Kantor**  
**Cabang Pembantu ZA Pagar Alam Bandar Lampung**

- a. Strategi apa yang digunakan marketing dalam menarik minat masyarakat untuk menabung produk tabungan iB Hijrah Haji disaat pandemi?
- b. Bagaimana hambata-hambatan marketing disaat memasarkan produk tabungan iB Hijrah Haji dimasa pandemi?
- c. Bagaimana upaya Marketing dalam mengembangkan inovasi promosi produk tabungan iB Hijrah Haji agar mencapai target sasaran yang ditetapkan?
- d. Adakah tindakan yang dilakukan Marketing mengenai pemasaran dengan media *advertising* (periklanan), *personal selling* (Penjualan Pribadi) and *publicity* (Publisitas), dalam meningkatkan jumlah calon nasabah tabungan iB hijrah haji dimasa pandemi?

### **3. Wawancara Nasabah Tabungan iB Hijrah Haji**

- a. Apakah anda mengetahui adanya produk tabungan Ib hijrah haji di Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu ZA Pagar Alam Bandar Lampung?
- b. Bagaimana anda mendapat informasi mengenai Produk Tabungan iB Hijrah Haji di Bank Muamalat Kantor Cabang ZA Pagar Alam Bandar Lampung?
- c. Seperti apakah layanan yang diberikan Bank Muamalat mengenai Produk Tabungan iB Hijrah Haji mualai dari mempromosikan hingga

menjadi calon jamaah haji dibank muamalat kcp ZA pagar alam Bandar lampung?

d. Apakah anda masih tertarik untuk menabung produk tabungan ib hijrah haji dimasa pandemi saat ini?

## **B. Dokumentasi**

1. Sejarah, Visi dan Misi Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu ZA Pagar Alam Bandar Lampung
2. Struktur dan job description kepengurusan Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu ZA Pagar Alam Bandar Lampung
3. Brosur dimasa pandemi dan syarat Tabungan ib hijrah haji Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu ZA Pagar Alam Bandar Lampung

Menyetujui,  
Pembimbing

  
**Titus Sudiono, S.Ag., M.E., Sy**  
NIDN. 2124047701

Metro, 23 November 2021  
Peneliti

  
**Evi Anggreini**  
NPM. 1804100035

## **OUTLINE**

### **STRATEGI PEMASARAN TABUNGAN IB HIJRAH HAJI PADA MASA PANDEMI DI BANK MUAMALAT KANTOR CABANG PEMBANTU ZA PAGAR ALAM BANDAR LAMPUNG**

**HALAMAN SAMPUL DEPAN**

**HALAMAN JUDUL**

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**HALAMAN PENGESAHAN**

**ABSTRAK**

**HALAMAN ORISINALITAS PENELITIAN**

**MOTTO**

**PERSEMBAHAN**

**KATA PENGANTAR**

**DAFTAR ISI**

**DAFTAR TABEL**

**DAFTAR GAMBAR**

**DAFTAR LAMPIRAN**

#### **BAB I PENDAHULUAN**

- A. Latar Belakang Masalah
- B. Rumusan Masalah
- C. Tujuan Penelitian
- D. Manfaat Penelitian
- E. Penelitian Relevan

#### **BAB II LANDASAN TEORI**

- A. Strategi dan Bauran Pemasaran
    - 1. Definisi, Tujuan dan Jenis-Jenis strategi pemasaran
    - 2. Konsep Bauran Pemasaran
-

- B. Tabungan iB Hijrah Haji
- C. Teori Pandemi

### **BAB III METODE PENELITIAN**

- A. Jenis dan Sifat Penelitian
  - 1. Jenis Penelitian
  - 2. Sifat Penelitian
- B. Sumber Data
  - 1. Sumber Data Primer
  - 2. Sumber Data Sekunder
- C. Teknik Pengumpulan Data
  - 1. Wawancara
  - 2. Dokumentasi
- D. Teknik Analisis Data

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

- A. Gambaran umum Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu ZA Pagar Alam Bandar Lampung
- B. Strategi Pemasaran Tabungan iB Hijrah Haji yang dilakukan Di Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu ZA Pagar Alam Bandar Lampung pada saat pandemi
- C. Kebijakan umum dan khusus Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu ZA Pagar Alam Bandar Lampung dalam mencapai target pemasaran pada saat pandemi

### **BAB V PENUTUP**

- A. Kesimpulan
  - B. Saran
-

**DAFTAR PUSTAKA  
LAMPIRAN-LAMPIRAN  
RIWAYAT HIDUP**

Menyetujui,  
Pembimbing



Tjut Sudiono, S.Ag., M.E., Sy  
NIDN. 2124047701

Metro, 25 November 2021  
Peneliti



Evi Anggreini  
NPM. 1804100035



KEMENTERIAN AGAMA RI  
INSITUT AGAMA ISLAM NEGERI  
(IAIN) METRO

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

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Evi Anggreini

Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis

Islam/S1 PBS

NPM : 1804100035

Semester/TA : 6/2021

No	Hari/Tanggal	Pembimbing I	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan
1.	Sen, 5 Jul, 2021		Caranya dan teori yg digunakan 1. Strategi pemasaran 2. masalah IS Hiji 3. teori pemasaran.	

Dosen Pembimbing I,

**Titut Sudiono, M.E.Sy.**  
NIDN. 2124047701

Mahasiswa Ybs,

**Evi Anggreini**  
NPM. 1804100035



KEMENTERIAN AGAMA RI  
INSITUT AGAMA ISLAM NEGERI  
(IAIN) METRO

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

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Evi Anggreini

Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis

Islam/S1 PBS

NPM : 1804100035

Semester/TA : 6/2021

No	Hari/Tanggal	Pembimbing I	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan
1.	Kel. 15, 16 Juli 2021		- Tentang fokus penelitian, pros & peng. pemasaran produk Tabungas 12 Hiji 70 liter panduan.	

Dosen Pembimbing I,

Titul Sudiono, M.E.Sy.  
NIDN. 2124047701

Mahasiswa Ybs,

Evi Anggreini  
NPM. 1804100035



KEMENTERIAN AGAMA RI  
INSITUT AGAMA ISLAM NEGERI  
(IAIN) METRO

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

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Evi Anggreini

Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis

Islam/S1 PBS

NPM : 1804100035

Semester/TA : 6/2021

No	Hari/Tanggal	Pembimbing I	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan
1.	Senin, 21 Juni 2021		<p>Ⓐ Perbaiki UBA Proposal fokus pada penelitian Strategi: pemasaran.</p> <p>Ⓑ Bantu tabel dalam <del>UBA</del>. Penelitian Relevan (Nama peneliti, Hasil penelitian, Persamaan dan Perbedaan.</p>	

Dosen Pembimbing I,

**Titut Sudiono, M.E.Sy.**  
NIDN. 2124047701

Mahasiswa Ybs,

**Evi Anggreini**  
NPM. 1804100035



KEMENTERIAN AGAMA RI  
INSITUT AGAMA ISLAM NEGERI  
(IAIN) METRO

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

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Evi Anggreini

Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis

Islam/S1 PBS

NPM : 1804100035

Semester/TA : 6/2021

No	Hari/Tanggal	Pembimbing I	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan
1.	Selasa, 22 Jun. 2021	Ace Rab I &	Conjunctio ke RAS II	

Dosen Pembimbing I,

**Titut Sudiono, M.E.Sy.**

NIDN. 2124047701

Mahasiswa Ybs,

**Evi Anggreini**

NPM. 1804100035



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

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

**FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI**

**Nama Mahasiswa : Evi Anggreini**

**Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis**

**Islam/S1 PBS**

**NPM : 1804100035**

**Semester/TA : 7/2021**

No	Hari/Tanggal	Pembimbing I	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan
1.	14 Mei 2021 15 Mei 2021		padis Pak IP guuskas teri : - Teri: perencanaan - Teri: 15 Hajar Hajar - Teri: Penulisan dan revisi dan 15	

Dosen Pembimbing I,

**Titut Sudiono, M.E.Sy.**  
NIDN. 2124047701

Mahasiswa Ybs,

**Evi Anggreini**  
NPM. 1804100035



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

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

**FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI**

Nama Mahasiswa : Evi Anggreini

Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis

Islam/S1 PBS

NPM : 1804100035

Semester/TA : 7/2021

No	Hari/Tanggal	Pembimbing I	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan
1.	Senin, 2 Agste 2021		Hal. Pemb II & terapan Pemb III	

Dosen Pembimbing I,

**Titut Sudiono, M.E.Sy.**  
NIDN. 2124047701

Mahasiswa Ybs,

**Evi Anggreini**  
NPM. 1804100035



KEMENTERIAN AGAMA RI  
INSITUT AGAMA ISLAM NEGERI  
(IAIN) METRO

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

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Evi Anggreini

Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis

Islam/S1 PBS

NPM : 1804100035

Semester/TA : 7/2021

No	Hari/Tanggal	Pembimbing I	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan
	Belasan 3 Agustus 2021		<ul style="list-style-type: none"><li>- Jenis Penelitian</li><li>- Lokasi Penelitian</li><li>- Sifat penelitian</li><li>- sumber data</li><li>- teknik Pengumpulan data</li><li>- Teknik keabsahan data</li><li>- Teknik Analisis data</li><li>- Pendekatan.</li></ul>	

Dosen Pembimbing I,

**Titut Sudiono, M.E.Sy.**

NIDN. 2124047701

Mahasiswa Ybs,

**Evi Anggreini**

NPM. 1804100035



KEMENTERIAN AGAMA RI  
INSITUT AGAMA ISLAM NEGERI  
(IAIN) METRO

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

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Evi Anggreini

Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis

Islam/S1 PBS

NPM : 1804100035

Semester/TA : 7/2021

No	Hari/Tanggal	Pembimbing I	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan
1.	Kamis, 12 Agst 2021		- Perbaikan dan Aca Bab III - di Usulkan untuk di Selesaikan	

Dosen Pembimbing I,

**Titat Sudiono, M.E.Sy.**  
NIDN. 2124047701

Mahasiswa Ybs,

**Evi Anggreini**  
NPM. 1804100035



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

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

**FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN BIMBINGAN SKRIPSI**

Nama : Evi Anggreini

Jurusan/Fakultas : PBS / FEBI

NPM : 1804100035

Semester / T A : VII / 2021

No	Hari/ Tanggal	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
1.	Kamis, 28/10/2021	Ace Bab III	

Dosen Pembimbing

**Titut Sudiono, S.Ag., M.E., Sy**  
NIDN. 2124047701

Mahasiswa Ybs.

**Evi Anggreini**  
NPM. 1804100035









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

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

**FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN BIMBINGAN SKRIPSI**

Nama : Evi Anggreini

Jurusan/Fakultas : PBS / FEBI

NPM : 1804100035

Semester / T A : VII / 2021

No	Hari/ Tanggal	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
1.	Senin, 22 November 2021.	- Perbaiki Susunan On-line, di Sesuaikan dengan A.P.D.	

Dosen Pembimbing

**Titut Sudiono, S.Ag., M.E., Sy**  
NIDN. 2124047701

Mahasiswa Ybs,

**Evi Anggreini**  
NPM. 1804100035



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

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

**FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN BIMBINGAN SKRIPSI**

Nama : Evi Anggreini

Jurusan/Fakultas : PBS / FEBI

NPM : 1804100035

Semester / T A : VII / 2021

No	Hari/ Tanggal	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
1.	Selasa, 23-11/ 2021	Ace our Cue	

Dosen Pembimbing

**Titut Sudiono, S.Ag., M.E., Sy**  
NIDN. 2124047701

Mahasiswa Ybs,

**Evi Anggreini**  
NPM. 1804100035







**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) 41407; Faksimili (0725) 47296  
Website: [www.metroniv.ac.id](http://www.metroniv.ac.id); email: [iaimetro@metrouniv.ac.id](mailto:iaimetro@metrouniv.ac.id)

**FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL SKRIPSI**

Nama : Evi Anggreini  
NPM : 1804100035

Fakultas/Jurusan : FEBI/PBS  
Semester/TA : VIII/2022

No	Hari/Tgl	Hal yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
1.	Kamis, 13 Januari 2022	- Acc Bab I -	

Dosen Pembimbing

Mahasiswa Ybs,

Titut Sudiono, S.Ag., M.E., Sy  
NID. 2124047701

Evi Anggreini  
NPM. 1804100035



**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) 41407; Faksimili (0725) 47296  
Website: [www.metroniv.ac.id](http://www.metroniv.ac.id); email: [iaimetro@metrouniv.ac.id](mailto:iaimetro@metrouniv.ac.id)

**FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL SKRIPSI**

Nama : Evi Anggreini  
NPM : 1804100035

Fakultas/Jurusan : FEBI/PBS  
Semester/TA : VIII/2022

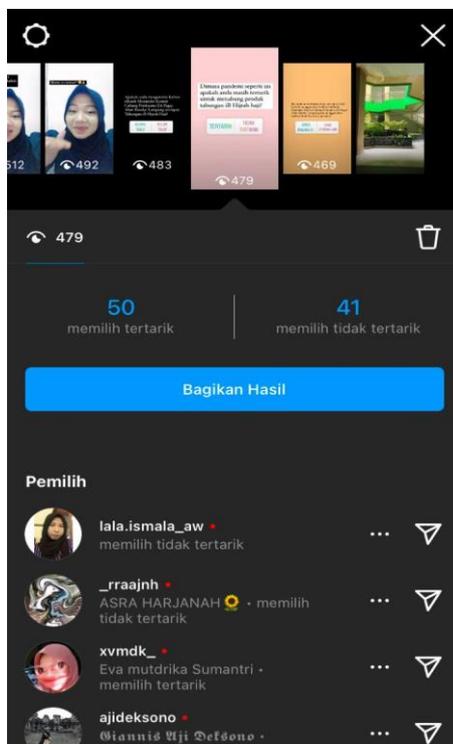
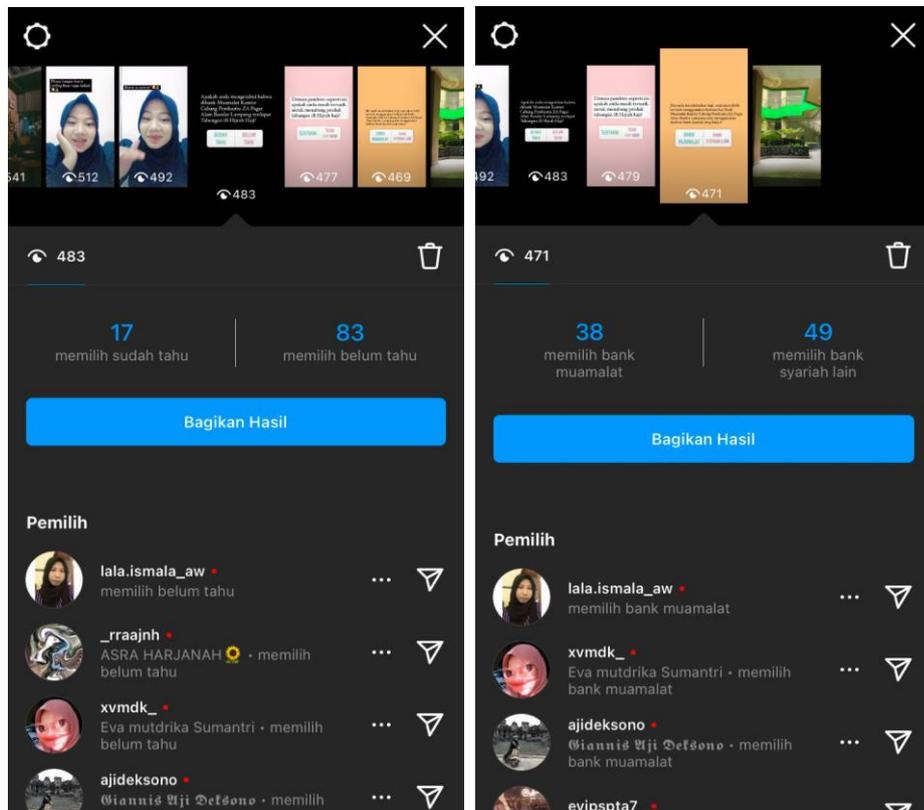
No	Hari/Tgl	Hal yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
1.	Rabu, 19 Januari 2022	- ACC ABSTRAK - Dapat dimunahkan	

Dosen Pembimbing

Mahasiswa Ybs,

**Titut Sudiono, S.Ag., M.E., Sy**  
NID. 2124047701

**Evi Anggreini**  
NPM. 1804100035



**Dokumentasi Hasil Polling dari Media Sosial**

## **RIWAYAT HIDUP**



Evi Anggreini dilahirkan di Jaya Murni Kecamatan Gunung Agung Kabupaten Tulang Bawang Barat pada Tanggal 22 Juni 2000. peneliti merupakan anak kedua dari 4 bersaudara anak dari pasangan Bapak Winarno dan Ibu Sri Rejeki. bertempat tinggal di Desa Jaya Murni RT/RW 003/009 Kecamatan Gunung Agung Kabupaten Tulang Bawang Barat.

Pendidikan dasar peneliti tempuh di Sekolah Dasar Negeri (SDN) 1 Jaya Murni Gunung Agung tamat dari Sekolah Dasar pada tahun 2013 melanjutkan ke SMP Negeri 1 Gunung Agung slesai pada tahun 2015 lalu melanjutkan sekolah menengah keatas di SMA Negeri 1 Gunung Agung slesai pada tahun 2018. setelah itu peneliti melanjutkan pendidikan di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro mengambil jurusan S1 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam dimulai pada tahun 2018/2019. lalui seleksi penerimaan mahasiswa baru jalur SPAN-PTKIN.