

SKRIPSI

**ANALISIS PENGEMBANGAN PRODUK TABUNGAN HAJI DI BANK
MUAMALAT KCP KOTA METRO**

Oleh :

**GILANG AKBAR PRATAMA
NPM. 2003021024**



**JURUSAN PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
1446 H / 2025 M**

**ANALISIS PENGEMBANGAN PRODUK TABUNGAN HAJI DI BANK
MUAMALAT KCP KOTA METRO**

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

Oleh :

GILANG AKBAR PRATAMA
NPM. 2003021024

Pembimbing : Muhammad Ryan Fahlevi, S.E., M.M

Jurusan Perbankan Syariah
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
1446 H / 2025 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 : Gilang Akbar Pratama
NPM : 2003021024
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Perbankan Syariah
Judul Skripsi : **ANALISIS PENGEMBANGAN PRODUK TABUNGAN
HAJI DI BANK MUAMALAT KCP KOTA METRO**

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, Maret 2025
Dosen Pembimbing

Muhammad Ryan Fahlevi, S.E., M.M
NIP. 199208292019031007

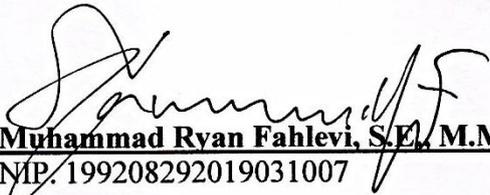
HALAMAN PERSETUJUAN

Judul Skripsi : ANALISIS PENGEMBANGAN PRODUK TABUNGAN
HAJI DI BANK MUAMALAT KCP KOTA METRO
Nama : Gilang Akbar Pratama
NPM : 2003021024
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, Maret 2025
Dosen Pembimbing


Muhammad Ryan Fahlevi, S.E., M.M
NIP. 199208292019031007



**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. (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.metrouniv.ac.id E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

PENGESAHAN SKRIPSI

No.: B-1205/In-28.3/D/PP.00-9/06/2025

Skripsi dengan Judul: "ANALISIS PENGEMBANGAN PRODUK TABUNGAN HAJI DI BANK MUAMALAT KCP KOTA METRO " disusun oleh: Gilang Akbar Pratama, NPM. 2003021024, Jurusan: S1 Perbankan Syariah, telah diujikan dalam Sidang Munaqosyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada hari/tanggal: Rabu, 14 Mei 2025

TIM PENGUJI:

Ketua/Moderator : Muhammad Ryan Fahlevi, M.M

Penguji I : Carmidah, M.Ak.

Penguji II : Ulul Azmi Mustofa, S.E.I., M.S.I.

Sekretaris : Primadatu Deswara, SKM., MPH

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. Dri Santoso, M.H
NIP. 196703161995031001

ABSTRAK

ANALISIS PENGEMBANGAN PRODUK TABUNGAN HAJI DI BANK MUAMALAT KCP KOTA METRO

Oleh:

Gilang Akbar Pratama

2003021024

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengembangan produk tabungan haji di Bank Muamalat, sebagai salah satu lembaga keuangan syariah terkemuka di Indonesia. Haji merupakan rukun Islam yang sangat penting bagi umat Muslim, dan persiapan finansial yang baik menjadi kunci untuk menjalankan ibadah ini.

Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan studi literatur. Analisis dilakukan terhadap aspek-aspek seperti fitur produk, strategi pemasaran, serta kepuasan nasabah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa produk tabungan haji Bank Muamalat telah memenuhi beberapa kriteria penting, seperti transparansi biaya, kemudahan akses, dan kesesuaian dengan nilai-nilai syariah.

Bank Muamalat terus berinovasi dalam pengembangan produk tabungan haji, serta meningkatkan program edukasi untuk membantu nasabah memahami pentingnya perencanaan keuangan dalam melaksanakan ibadah haji. Diharapkan Bank Muamalat dapat memperkuat posisinya sebagai pilihan utama bagi masyarakat dalam menyiapkan perjalanan haji mereka.

Dapat disimpulkan bahwa Bank Muamalat KCP Kota Metro telah berhasil membangun kepercayaan masyarakat melalui pendekatan pelayanan. Namun demikian, masih diperlukan penguatan dalam hal promosi digital, literasi keuangan syariah, dan inovasi layanan berbasis teknologi agar daya saing produk tabungan haji semakin meningkat. Secara keseluruhan, produk tabungan haji ini berperan penting dalam mendukung visi Bank Muamalat sebagai pelopor bank syariah.

Kata Kunci: Tabungan Haji, Bank Muamalat, Pengembangan Produk, Analisis.

ORISINALITAS PENELITIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Gilang Akbar Pratama

NPM : 2003021024

Program Studi : S1 Perbankan Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

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

Metro, 17 April 2025

Yang menyatakan



Gilang Akbar Pratama
NPM.2003021024

HALAMAN MOTTO

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

“Di dalamnya terdapat tanda-tanda yang jelas, (di antaranya) Maqam Ibrahim. Siapa yang memasukinya (Baitullah), maka amanlah dia. (Di antara) kewajiban manusia terhadap Allah adalah melaksanakan ibadah haji ke Baitullah, (yaitu bagi) orang yang mampu mengadakan perjalanan ke sana.” (Q.S Al-Imron:97).

HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, yang telah memberikan kesehatan, rahmat serta hidayah, sehingga penulis masih diberikan kesempatan untuk menyelesaikan skripsi ini, sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar sarjana. Walaupun jauh dari kata sempurna, namun penulis bangga telah mencapai pada titik ini, pada akhirnya skripsi ini dapat selesai di waktu yang tepat.

Skripsi ini penulis persembahkan untuk :

1. Kedua orang tua penulis, Bapak Muchidin dan Ibu Citra Mayningsih yang selalu melimpahkan doa di setiap sujudnya, senantiasa memberikan kasih sayang, semangat, motivasi, serta memberikan nasehat dan dukungannya selama ini untuk keberhasilan penulis. Terima kasih telah memberikan segala pengorbanan, jerih payahnya dalam bentuk moril maupun materil demi mewujudkan kesuksesan penulis, semoga Allah SWT selalu memberikan kesehatan, melimpahkan rezeki dan mempermudah dalam segala urusan.
2. Saudara kandung penulis Dina Fitri Aulia Putri dan Shinta Anandia Pranandita, terima kasih atas segala aktifitas yang mau membangunkan penulis dipagi hari dan dukungannya yang diberikan kepada penulis sampai sejauh ini, sehingga penulis mampu menyelesaikan studinya sampai sarjana.
3. Ibu Ani Nurul Imtihana, M.S.I. selaku pembimbing akademik yang telah memberikan arahan serta tekanan untuk segera menyelesaikan masa studi ini.
4. Bapak Muhammad Ryan Fahlevi, S.E., M.M selaku dosen pembimbing skripsi, terima kasih atas segala bimbingan, kritik, saran, dan selalu mendukung penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
5. Pergerakan Mahasiswa Islam Indonesia (PMII) Komisariat Jurai Siwo Metro, Rayon Perbankan Syariah. Dengan ini Penulis mengucapkan terima kasih atas segala ilmu, dan pengalaman yang telah diberikan, juga telah menjadi rumah kedua penulis selama menjalankan proses pendidikan di perguruan tinggi ini. Proses yang telah dilewati tentu akan selalu menjadi refleksi bagi penulis

kedepan. Ilmu dan bakti akan selalu penulis berikan, mundur satu langkah adalah bentuk sebuah pengkhianatan. Salam pergerakan.

6. Almamater tercinta Institut Agama Islam Negeri Metro, sebagai bukti dan tempat penulis menimba ilmu dengan segala perjuangan untuk mencapai kesuksesan.
7. Semua pihak yang terlibat yang tidak bisa disebutkan satu persatu pada saat penulis menjalani awal perkuliahan hingga terselesaikannya skripsi ini diucapkan banyak-banyak terima kasih.

KATA PENGANTAR

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

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

1. Ibu Prof. Dr.Ida Umami, M.Pd., Kons., selaku Rektor IAIN Metro
2. Bapak Dr.Dri Santoso,M.H. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
3. Bapak Anggoro Sugeng.,S.E.I.,M.Sh.Fc selaku ketua Jurusan Perbankan Syariah
4. Ibu Ani Nurul Imtihana, M.S.I. selaku pembimbing akademik yang telah memberikan arahan kepada saya dari awal perkuliahan hingga saat ini
5. Bapak Muhammad Ryan Fahlevi, S.E., M.M selaku Pembimbing skripsi yang telah memberikan bimbingan yang sangat berharga kepada peneliti.
6. Bapak dan Ibu Dosen/Karyawan IAIN Metro yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan sarana prasarana selama peneliti menempuh pendidikan.

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

Metro, 17 APRIL 2025
Peneliti,



GILANG AKBAR PRATAMA
NPM. 2003021024

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
NOTA DINAS	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
ABSTRAK.....	vi
ORISINALITAS PENELITIAN.....	vii
HALAMAN MOTTO	viii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	ix
KATA PENGANTAR.....	xi
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Pertanyaan Penelitian.....	13
C. Tujuan dan Manfaat	14
D. Penelitian Relevan	14
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Pengembangan Produk.....	18
B. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Pengembangan Produk Baru ..	18
C. Strategi pengembangan produk.....	19
1. Analisis Pasar dan Kebutuhan Nasabah.....	20
2. Inovasi Produk.....	20
3. Digitalisasi dan Teknologi.....	20
4. Pemasaran dan Promosi	21
5. Layanan Pelanggan	21
6. Kepatuhan Syariah dan Regulasi	21
7. Kerjasama Strategis	22

8. Evaluasi dan Pengukuran Kinerja.....	22
9. Sustainability dan Tanggung Jawab Sosial	22
10. Pengembangan Sumber Daya Manusia.....	22
D. Bauran Produk / Modifikasi produk	23
1. Pengertian Bauran Produk.....	23
2. Unsur dan Kompeten Produk	25
3. Strategi Pemasaran Produk.....	26
4. Indikator Bauran Produk	27
E. Analisis SWOT (<i>Strengths, Opportunities, Weaknesses, Threats</i>) ..	28
1. Pengertian SWOT	28
2. Komponen Analisis SWOT	29
3. Matriks SWOT	30
4. Tabungan Haji.....	31
5. Akad Tabungan Haji	32
6. Mekanisme dan Peraturan Tabungan Haji	33

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian dan Sifat Penelitian	36
B. Sumber Data.....	37
C. Teknik Pengumpulan Data	38
D. Teknik Keabsahan Data	39
E. Teknik Analisis Data.....	40

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Sejarah Produk Tabungan Haji Dibank Muamalat	43
B. Pengembangan Produk Tabungan Haji Di Bank Muamalat KCP Kota Metro	44
1. Kekuatan (<i>strengths</i>)	47
2. Kelemahan (<i>weaknesses</i>)	48
3. Peluang (<i>opportunities</i>).....	50
4. Ancaman (<i>threats</i>).....	52
C. Analisis Pengembangan Produk Tabungan Haji Di Bank Muamalat KCP Kota Metro	60

1. Analisis SWOT.....	60
2. Bauran produk	65

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	67
B. Saran	68

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR LAMPIRAN

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Ibadah haji merupakan salah satu rukun Islam ke 5 yang wajib dilaksanakan oleh setiap Muslim yang mampu, baik secara fisik maupun finansial. Di Indonesia, jumlah calon jemaah haji terus meningkat setiap tahun. Untuk musim haji 2025, Indonesia mendapatkan kuota haji sebanyak 221.000 orang, yang terdiri dari 203.320 jemaah haji reguler dan 17.680 jemaah haji khusus. Kuota ini merupakan peningkatan dari tahun sebelumnya, di mana Indonesia mendapatkan kuota haji sebesar 202.000 orang. Jika dibandingkan dengan total jumlah jemaah haji di seluruh dunia, Indonesia menyumbang sekitar 10%. Oleh karena itu, produk tabungan haji menjadi solusi yang relevan untuk membantu masyarakat dalam merencanakan dan mempersiapkan dana haji.¹

Bank Muamalat Indonesia, sebagai bank syariah pertama di Indonesia, menawarkan produk tabungan haji yang dirancang untuk memenuhi kebutuhan masyarakat dalam menabung untuk ibadah haji. Produk ini tidak hanya memberikan kemudahan bagi nasabah dalam mengumpulkan dana, tetapi juga menjamin kepatuhan terhadap prinsip syariah (Bank Muamalat, 2023). Namun, dengan meningkatnya persaingan di sektor perbankan syariah,

¹ Kementerian Agama Republik Indonesia. (2023). "Statistik Haji 2023." Diakses dari [website resmi Kementerian Agama](<https://www.kemenag.go.id>).

penting bagi Bank Muamalat untuk melakukan evaluasi dan pengembangan produk tabungan haji agar tetap relevan dan kompetitif di pasar.²

Berdasarkan data dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK), pertumbuhan industri perbankan syariah di Indonesia menunjukkan tren positif, namun persaingan produk Tabungan haji antar bank syariah semakin ketat. Hal ini mendorong setiap bank untuk berinovasi dan mengembangkan produk yang sesuai dengan kebutuhan nasabah. Dalam konteks ini, analisis pengembangan produk tabungan haji di Bank Muamalat menjadi sangat penting untuk memahami kekuatan dan kelemahan produk saat ini serta merumuskan strategi yang tepat untuk meningkatkan daya tarik produk tersebut di mata nasabah.³

Bank Muamalat Indonesia sendiri salah satu bank syariah terbaik yang mengantarkan nasabah untuk mewujudkan rencana ibadah haji melalui produk tabungan haji, sehingga membuat Bank Muamalat KCP Kota Metro harus selalu berusaha untuk melakukan inovasi atau pengembangan produk yang hal ini bertujuan untuk memudahkan proses transaksi nasabah. Salah satu inovasi atau pengembangan produk tersebut yaitu layanan tabungan haji. Tabungan iB Hijrah Haji merupakan salah satu produk yang ada di Bank Muamalat KCP Kota Metro dan menjadi salah satu produk unggulan bagi Bank Muamalat KCP Kota Metro. Produk tabungan iB Hijrah Haji merupakan tabungan yang akan membantu mewujudkan impian nasabah

² Bank Muamalat Indonesia. (2023). "Produk Tabungan Haji." Diakses dari [website resmi Bank Muamalat](<https://www.bankmuamalat.co.id>).

³ Otoritas Jasa Keuangan (OJK). (2022). "Laporan Perkembangan Perbankan Syariah 2022." Diakses dari [website resmi OJK](<https://www.ojk.go.id>).

untuk meringankan bagi yang memiliki niat untuk menunaikan ibadah haji, tabungan ini menggunakan akad *Wadiah yad Dhamanah* (titipan) yang terbebas dari biaya administrasi bulanan dan tabungan.⁴

Tabungan iB Hijrah Haji memiliki keunggulan sebagai tabungan yang aman dan nyaman kemudian dapat digunakan kebutuhan transaksi dan berbelanja dengan kartu *Shar-E* yang berlogo *Visa plus* dengan manfaat berbagai macam program subsidi belanja tanpa biaya admin bulanan. Tabungan iB Hijrah Haji berlaku untuk perorangan dan bisa diperuntukan untuk anaknya yang umurnya masih dibawah 17 tahun dan setoran awal pada tabungan ini Rp. 50.000. Selain itu juga Bank Muamalat bekerja sama dengan Bank Al-Rajhi sehingga di mesin ATM itu bisa berbagai bahasa seperti bahasa Indonesia, bahasa Inggris, bahasa arab dan bahasa lainnya. Kemudian, untuk porsi sistem informasi dan komputerisasi haji terpadu (Siskohat) akan didaftarkan setelah saldo rekening nasabah mencapai nominal 25jt. Berikut merupakan data jumlah anggota nasabah tabungan IB Hijrah Bank muamalat KCP Kota metro.⁵

⁴ <https://www.bankmuamalat.co.id>, Di akses pada 27 Juli 2024.

⁵ <https://www.bankmuamalat.co.id>, Di akses pada 27 Juli 2024

Tabel 1.1
Data Anggota Nasabah Produk Tabungan iB Hijrah Haji Bank Muamalat KCP Metro

Jenis Tabungan iB Hijrah					
No.	Tahun	Jumlah Nasabah Tabungan	Naik (%)	Turun (%)	Target Nasabah Pertahun
1	2020	245			15% dari total target nasabah (37).
2	2021	324	79 (32%)		15% dari total target nasabah (49).
3	2022	604	280 (86%)		15% dari total target nasabah (90).
4	2023	689		-85 (14%)	15% dari total target nasabah (104).
5	2024	787		-21(6%)	15% dari total target nasabah. (119).

Sumber : Merry Silvianica, staff bank muamalat KCP Kota Metro, wawancara, 15 april 2024.

Berdasarkan tabel di atas, maka terlihat bahwa perkembangan jumlah anggota nasabah dalam kurun waktu 4 tahun terakhir selalu mengalami kenaikan jumlah anggota nasabah di setiap tahunnya. Kenaikan yang terjadi disebabkan karena biaya tabungan yang murah dengan setoran awal Rp.50.000, pemasaran yang kreatif melalui media sosial seperti Instagram, M-Din, dll. Meskipun ada peningkatan dalam hal jumlah nasabah tapi produk tabungan haji di Bank Muamalat KCP Kota Metro mengalami penurunan target, penurunan itu di latar belakang karena persaingan sesama lembaga keuangan Syariah serta kurangnya sumber daya manusia pada bagian marketing Bank Muamalat Indonesia yang menjadi salah satu faktor turunnya

target operasional pemasaran pada produk tabungan haji pada bank muamalat sendiri.⁶

Selain itu, pengetahuan masyarakat tentang produk tabungan haji dan manfaatnya juga masih terbatas. Bagi nasabah yang belum sepenuhnya memahami fitur dan keuntungan dari produk ini. Sehingga edukasi menjadi salah satu aspek penting dalam pengembangan produk. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi pengembangan produk tabungan haji di Bank Muamalat KCP Kota Metro serta merumuskan strategi yang dapat diterapkan untuk meningkatkan produk tersebut.⁷

Meskipun produk tabungan haji Bank Muamalat KCP Kota Metro telah mengalami perkembangan, seperti :

1. Fitur dan Manfaat:

- a. Sistem Tabungan: Nasabah dapat menyimpan dana secara berkala untuk mencapai jumlah yang diperlukan untuk menunaikan ibadah haji.
- b. Imbal Hasil: Tabungan ini menawarkan imbal hasil yang kompetitif, sesuai dengan prinsip syariah.
- c. Kemudahan Akses: Nasabah dapat mengakses informasi saldo dan transaksi melalui aplikasi mobile banking atau internet banking.

⁶ Merry Silvianica, staff Bank Muamalat KCP Kota Metro, *wawancara*, 15 april 2024

⁷ Rahman, A., & Hasan, M. (2022). "Digital Transformation in Islamic Banking: Implications for Hajj Savings Products." *International Journal of Islamic Banking and Finance Research*, 7(3), 45-60.

2. Proses Pendaftaran:

- a. Pendaftaran untuk membuka tabungan haji biasanya mudah dan cepat, dengan syarat dokumen yang jelas.
- b. Dapat diakses dari rumah menggunakan smartphone dengan cara mendownload aplikasi M-Din

3. Pengembangan Teknologi:

- a. Bank Muamalat telah mengembangkan platform digital untuk memudahkan nasabah dalam melakukan transaksi, pengecekan saldo, dan pengelolaan tabungan haji mereka.

4. Program Edukasi:

- a. Bank dapat menyediakan program edukasi bagi nasabah tentang pentingnya menabung untuk haji, serta informasi mengenai proses pelaksanaan ibadah haji.

5. Kerjasama dengan Travel Haji:

- a. Untuk memberikan kemudahan lebih bagi nasabah, bank mungkin bekerja sama dengan agen perjalanan haji untuk memberikan paket haji yang terjangkau bagi nasabah yang telah menabung.

6. Peningkatan Layanan Pelanggan:

- a. Dengan berkembangnya layanan pelanggan, bank menyediakan layanan konsultasi untuk membantu nasabah dalam merencanakan keuangan mereka terkait ibadah haji.

7. Pengawasan dan Kepatuhan:

- a. Bank terus memperbarui kebijakan dan prosedur untuk memastikan bahwa produk tabungan haji mematuhi regulasi yang berlaku dan prinsip syariah.

8. Inovasi Produk:

- a. Ada penambahan fitur-fitur baru seperti asuransi perjalanan atau perlindungan terhadap risiko yang terkait dengan perjalanan haji.

Masih terdapat beberapa tantangan dalam hal pemasaran dan pengelolaan bauran produk. Bauran produk mencakup elemen-elemen seperti produk itu sendiri, harga, tempat distribusi, dan promosi. Dalam konteks ini, penting untuk mengevaluasi bagaimana Bank Muamalat dapat meningkatkan penawaran produk tabungan haji mereka agar lebih kompetitif dan menarik bagi nasabah.⁸

Beberapa masalah yang muncul dalam bauran produk tabungan haji di Bank Muamalat KCP Kota Metro antara lain:

1. Keterbatasan Pengetahuan Nasabah: Banyak nasabah yang belum sepenuhnya memahami manfaat dan keunggulan produk tabungan haji yang ditawarkan. Hal ini berdampak pada keputusan mereka dalam memilih produk tersebut.

⁸ Sari, R. M., & Prabowo, H. (2022). "Evaluasi Produk Tabungan Haji: Studi Kasus pada Bank muamalat Indonesia." *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 8(1), 45-60.

2. Persaingan yang Ketat: Dengan semakin banyaknya bank yang menawarkan produk serupa, Bank Muamalat perlu melakukan diferensiasi agar produk tabungan haji mereka tetap diminati.
3. Strategi Promosi yang Kurang Efektif: Promosi yang dilakukan mungkin belum menjangkau segmen pasar yang lebih luas, sehingga potensi nasabah baru tidak tergali secara maksimal.
4. Pengelolaan Dana dan Keuntungan: Nasabah juga perlu diyakinkan tentang pengelolaan dana yang transparan dan sesuai dengan prinsip syariah, serta manfaat yang akan didapatkan dari tabungan haji.⁹ Namun, untuk dapat bersaing secara efektif dalam pasar yang semakin kompetitif, pentingnya bagi Bank Muamalat KCP Kota Metro untuk melakukan analisis S.W.O.T (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) terhadap produk tabungan haji mereka.
 - a. Strengths (Kekuatan)
 - Reputasi dan Kepercayaan: Bank Muamalat KCP Kota Metro merupakan pelopor bank syariah dengan reputasi yang baik di kalangan nasabah Muslim.
 - Produk Syariah yang Sesuai: Produk tabungan haji Bank Muamalat KCP Kota Metro dirancang sesuai dengan prinsip syariah, memberikan jaminan bagi nasabah bahwa dana mereka dikelola secara halal.

⁹ Hassan, M. K., & Lewis, M. K. (2020). *"Islamic Banking: Theory and Practice."* In *Handbook of Islamic Banking* (1-16). Edward Elgar Publishing.

- Fasilitas dan Layanan: Bank Muamalat KCP Kota Metro menawarkan berbagai fasilitas yang memudahkan nasabah, seperti aplikasi mobile banking dan layanan customer service yang responsif.
- b. Weaknesses (Kelemahan)
- Kurangnya Pengetahuan Nasabah: Banyak nasabah yang belum sepenuhnya memahami fitur dan keuntungan dari produk tabungan haji yang ditawarkan.
 - Promosi yang Terbatas: Strategi promosi yang kurang efektif dapat mengurangi visibilitas produk tabungan haji di pasar.
 - Persaingan Internal: Terdapat banyak produk serupa dari bank lain yang membuat nasabah memiliki banyak pilihan.
- c. Opportunities (Peluang)
- Peningkatan Kesadaran Ibadah Haji: Meningkatnya minat masyarakat untuk melaksanakan ibadah haji memberikan peluang bagi Bank Muamalat KCP Kota Metro untuk menarik lebih banyak nasabah.
 - Digitalisasi Layanan Perbankan: Pemanfaatan teknologi digital dalam pemasaran dan pengelolaan produk tabungan haji dapat meningkatkan efisiensi dan aksesibilitas bagi nasabah.
 - Kerjasama Strategis: Kemungkinan untuk menjalin kerjasama dengan lembaga-lembaga terkait, seperti travel haji dan umrah, untuk menawarkan paket yang lebih menarik.

d. Threats (Ancaman)

- Persaingan yang Ketat: Munculnya bank-bank syariah baru dengan produk yang inovatif dapat mengancam pangsa pasar Bank Muamalat KCP Kota Metro.
- Perubahan Regulasi: Kebijakan pemerintah yang berubah-ubah terkait perbankan syariah dapat mempengaruhi operasional produk tabungan haji.
- Krisis Ekonomi: Situasi ekonomi yang tidak stabil dapat mempengaruhi kemampuan nasabah dalam menyisihkan dana untuk tabungan haji.¹⁰

Dalam konteks tersebut, penelitian ini tidak hanya akan memberikan wawasan bagi manajemen Bank Muamalat KCP Kota Metro dalam pengembangan produk tabungan haji tetapi juga memberikan kontribusi bagi literatur tentang strategi pemasaran dan pengembangan produk di sektor perbankan syariah.

Berdasarkan pembahasan tersebut, peneliti ingin mengadakan penelitian untuk menganalisis bagaimana pengembangan produk tabungan iB Hijrah Haji pada Bank Muamalat Indonesia KCP Kota Metro dengan menggunakan Bauran produk, Bauran produk di Bank Muamalat kcp kota metro mencakup berbagai layanan dan produk perbankan yang sesuai dengan prinsip syariah. Secara umum, bauran produk ini terbagi dalam beberapa kategori utama, baik

¹⁰ Nugroho, A., & Sutrisno, B. (2023). "Analisis Kinerja Produk Tabungan Haji pada Bank muamalat di Indonesia." *Jurnal Ekonomi Syariah*, 12(1), 23-35.

yang sudah berjalan maupun yang sedang dalam pengembangan atau perluasan.

Berikut adalah ringkasan bauran produk Bank Muamalat:

1. Produk Pendanaan (Funding) – Dana Pihak Ketiga

a. Tabungan

- 1) Tabungan iB Muamalat – Tabungan berbasis akad Wadiah atau Mudharabah.
- 2) Tabungan iB Hijrah – Produk unggulan Bank Muamalat, menasar segmen personal dan keluarga.
- 3) Tabungan Haji & Umrah iB – Untuk perencanaan ibadah sesuai prinsip syariah.
- 4) TabunganKu iB – Program pemerintah, syariah, untuk inklusi keuangan.
- 5) Tabungan iB Payroll – Untuk karyawan perusahaan mitra, berbasis payroll.

b. Giro

Giro iB Muamalat – Cocok untuk kebutuhan transaksi bisnis.

c. Deposito

Deposito iB Muamalat – Dengan akad Mudharabah, fleksibel jangka waktu.

2. Produk Pembiayaan (Financing)

a. Konsumtif

- 1) Pembiayaan iB Hijrah Multiguna – Pembiayaan multiguna berbasis Murabahah/Ijarah.

- 2) Pembiayaan Rumah iB Muamalat – Untuk pembelian rumah, akad Murabahah atau MMQ (Musyarakah Mutanaqisah).
 - 3) Pembiayaan Kendaraan Bermotor iB – Termasuk mobil dan motor.
- b. Produktif
- 1) Pembiayaan Modal Kerja dan Investasi iB – Untuk UMKM dan korporasi.
 - 2) Pembiayaan Mikro iB – Khusus untuk pelaku usaha mikro.
- 3. Jasa Perbankan Lainnya (Layanan dan Produk Non-Dana/Pembiayaan)**
- a. ATM, Mobile Banking (Muamalat DIN), Internet Banking
 - b. Safe Deposit Box
 - c. Layanan Gadai Emas (Rahn)
 - d. Remittance dan Transfer
 - e. Layanan Cash Management untuk korporasi
- 4. Produk dan Layanan Syariah Lainnya**
- a. Wakaf Uang & Zakat via Bank Muamalat
 - b. Reksa Dana Syariah – Bekerja sama dengan manajer investasi syariah.
 - c. Asuransi Syariah (Bancassurance) – Kerja sama dengan perusahaan asuransi syariah.
 - d. QRIS iB Muamalat – Pembayaran berbasis QR sesuai prinsip syariah.

5. Produk yang Sedang Diperkuat/Dikembangkan (Per 2024–2025)

- a. Digital Banking (Muamalat DIN) – Penambahan fitur seperti buka rekening online, investasi syariah digital, pembayaran ZIS secara real-time.
- b. Ekosistem Haji & Umrah Terintegrasi – Fokus mendalam pada layanan yang mendukung ibadah, termasuk integrasi sistem dengan Kemenag dan mitra travel.
- c. Pembiayaan Hijrahpreneur – Untuk UMKM milenial dengan pendekatan lebih digital.
- d. Produk ESG dan Keuangan Berkelanjutan Syariah – Menyesuaikan arah regulasi OJK dan tren global.¹¹

Dengan Teknik analisis SWOT. Analisis ini digunakan karena sesuai dengan kondisi masyarakat masa kini yang semakin update dengan informasi haji. Maka, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Analisis Pengembangan Produk Tabungan Haji di Bank Muamalat KCP Kota Metro”**

B. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang di atas, maka muncul suatu pertanyaan penelitian yaitu Bagaimana Analisis Pengembangan Produk Tabungan iB Hijrah Haji di Bank Muamalat KCP Kota Metro?

¹¹ <https://www.bankmuamalat.co.id/index.php/artikel/muamalat-din-simpel-cepat-dan-aman1>

C. Tujuan dan Manfaat

1. Tujuan

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk Menganalisis pengembangan produk tabungan iB Haji Hijrah di Bank Muamalat Indonesia KCP Kota Metro.

2. Manfaat Penelitian

a. Secara Teoritis

Sebagai sumber informasi, literasi, diskusi, dan bahan referensi bagi mahasiswa IAIN Metro untuk penelitian di masa yang akan datang. Penelitian ini sebagai upaya memperkaya khazanah keilmuan dalam bidang hukum Islam terutama yang membahas tentang analisis pengembangan produk tabungan haji di Bank Muamalat Indonesia KCP Kota Metro.

b. Secara Praktis

Penelitian ini dapat berguna bagi pihak-pihak yang ingin mengetahui pengembangan produk tabungan iB Hijrah Haji di Bank Muamalat Indonesia KCP Kota Metro dan mampu meningkatkan minat calon nasabah untuk menjadi bagian dari Bank Muamalat Indonesia KCP Kota Metro pada tabungan iB Hijrah Haji.

D. Penelitian Relevan

Hasil kegiatan penelitian, perlu mencari perbedaan antara penelitian satu dengan yang lainnya. Oleh karena itu, peneliti berupaya mengungkapkan

perbedaan antara penelitian sebelumnya, dengan penelitian ini. Berikut disajikan beberapa kutipan hasil penelitian yang sebelumnya di antaranya:

No	Judul	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1	Wirawan Surya Wijaya dan Ronny H. Mustamu, “Analisis Pengembangan Produk Pada Perusahaan Tepung Terigu Di Surabaya” ¹²	Menunjukkan bahwa Perusahaan dalam melakukan inovasi produknya melalui beberapa tahap dengan adanya sample dari ASPR (Area Sales Promotion and Representative) lalu dilanjutkan dengan masuk tahap penelitian dan percobaan, percobaan ini dilakukan lewat konsumen trial dengan memberikan kuesioner atau lewat sebuah sarana pelatihan pembikinan kue yang didirikan oleh perusahaan karena banyak orang yang menggunakan fasilitas ini maka sarana tersebut juga menjadi salah satu cara percobaan. Setelah tahap ini dilakukan maka mulai menghitung biaya dan hal lain yang dibutuhkan dalam	Metode penelitian kualitatif.	tempat lokasi penelitian, juga objek penelitian, penelitian ini juga berfokus pada teori analisis pengembangan produk pada tabungan haji, sedangkan dalam penelitian sebelumnya lebih menekankan analisis pengembangan produk yang di inovasi.

¹² Wirawan Surya Wijaya dan Ronny H. Mustamu, “Analisis Pengembangan Produk Pada Perusahaan Tepung Terigu Di Surabaya, Vol.1, No.1, 2013

No	Judul	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
		produksi untuk menjadi pertimbangan apakah target harga bisa terpenuhi, lalu terakhir mulai diproduksi.		
2	Mohammad Ato'illah, "Analisis Pengembangan Produk Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Pupuk" ¹³	Hasil penelitian ini memberikan kesimpulan bahwa ada pengaruh pengembangan produk pupuk secara signifikan terhadap volume penjualan pupuk, Peluang untuk penelitian berikutnya sangat terbuka lebar diantaranya menggunakan variabel independent lainnya yang memiliki pengaruh terhadap volume penjualan, selain itu dapat dilakukan dengan periode yang berbeda, sehingga diharapkan hasil penelitian dapat menjelaskan dalam kondisi perekonomian yang berbeda.	Penelitian ini membahas analisis pengembangan, metode penelitian kualitatif	tempat lokasi penelitian, juga objek penelitian, penelitian ini juga berfokus pada teori analisis pengembangan produk pada tabungan haji, sedangkan dalam penelitian sebelumnya lebih menekankan pada aspek volume penjualan
3	Upik nurhasanah, Tuti Anggraini,	menunjukkan bahwa pinjaman Bank KCP Stabat memiliki keunggulan yang terdiri dari pelayanan yang	Metode penelitian kualitatif, dan menggunakan	Metode penelitian menggunakan SWOT dan bauran produk, tempat

¹³ Mohammad Ato'illah, "Analisis Pengembangan Produk Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Pupuk" Vol 5, No 1, 2020

No	Judul	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
	<p><i>“Analisis SWOT Terhadap Tabungan IB Hijrah Haji Studi Kasus Bank Muamalat KCP Stabat”¹⁴</i></p>	<p>baik dan cukup cepat, bebas biaya pengurusan, pilihan tabungan harian atau bulanan dan premi seumur hidup. Kelemahan Tabungan IB Hijrah Haji adalah kurangnya promosi karena sumber daya manusia yang kurang memadai.</p>	<p>SWOT</p>	<p>lokasi penelitian, juga objek penelitian, penelitian ini juga berfokus pada teori pengembangan produk pada tabungan haji, sedangkan dalam penelitian sebelumnya lebih menekankan pada teori SWOT</p>

¹⁴ Upik nurhasanah, Tuti Anggraini, *“Analisis SWOT Terhadap Tabungan IB Hijrah Haji Studi Kasus Bank Muamalat KCP Stabat”*, vol 14, no 2, 2023

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Pengembangan Produk

Pengembangan produk merupakan strategi dan proses yang dilakukan oleh perusahaan dalam pengembangan produk, memperbaiki produk lama atau memperbanyak kegunaan produk ke segmen pasar yang ada dengan asumsi pelanggan menginginkan unsur-unsur baru mengenai produk.

Pengembangan produk (product development) adalah kegiatan-kegiatan pembuat barang dan perantara yang bermaksud melakukan penyesuaian barang-barang yang dibuat atau ditawarkan untuk dijual atas permintaan pembeli. Pengembangan produk meliputi penentuan kualitas, ukuran, bentuk, daya tarik, labeling, cap tanda, pembungkus, dan sebagainya untuk menyesuaikan selera konsumen.

Perubahan produk ke arah yang lebih baik, sehingga dapat memberikan daya guna maupun daya pemuas yang lebih besar. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pengembangan produk adalah strategi perusahaan dalam menciptakan produk baru atau mengembangkan konsep dan gagasan menjadi produk yang dapat diwujudkan.¹

B. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Pengembangan Produk Baru

Beberapa faktor internal dan eksternal yang mendorong pengembangan produk yaitu :

¹ Ash shidiq, pengembangan produk, EUREKA MEDIA AKSARA, hal 22-23, 2021

1. Faktor intern yang mendorong pengembangan produk yaitu (a) Sering terjadi kapasitas yang berlebih dalam perusahaan sehingga untuk menghindarinya perlu melakukan penyelidikan penyebabnya dan mencari penyelesaian dengan usaha pengembangan produk dan (b) Adanya produk lainnya yang mungkin masih dapat diolah menjadi suatu jenis produk lain, dan (c) Munculnya.
2. Faktor ekstern yang mendorong pengembangan produk yaitu : (a) Adanya tingkat persaingan yang dekat dengan produk pesaing lain, dimana produk pesaing lain memiliki keunggulan dan (b) Adanya usaha menjadi leader dalam memproduksi jenis produk tertentu, disamping untuk menaikkan posisi dan (c) Terjadinya penurunan dalam permintaan terhadap produk yang sudah ada, karena adanya perbedaan dengan produk lain yang lebih murah.²

C. Strategi pengembangan produk

Dalam melakukan pengembangan produk baru, perusahaan menghadapi berbagai kendala. Untuk menghadapi kendala-kendala tersebut maka perusahaan harus mempunyai seperangkat strategi dalam menghadapi setiap perubahan bisnis yang mungkin terjadi. strategi pengembangan produk yaitu strategi untuk pengembangan dari produk orisinal, peningkatan produk, modifikasi produk, dan merk baru melalui usaha perusahaan sendiri, berikut adalah strategi pengembangan produk :

² Ash shidiq, pengembangan produk, EUREKA MEDIA AKSARA, hal 172 , 2021

1. Analisis Pasar dan Kebutuhan Nasabah

- a. Riset Pasar: Lakukan survei dan analisis untuk memahami kebutuhan dan preferensi nasabah, termasuk demografi, perilaku finansial, dan tren industri.
- b. Segmentasi Pasar: Identifikasi segmen pasar yang berbeda (misalnya, individu, usaha kecil, korporasi) dan sesuaikan produk berdasarkan kebutuhan masing-masing segmen.

2. Inovasi Produk

- a. Pengembangan Produk Baru: Ciptakan produk baru yang sesuai dengan prinsip syariah, seperti tabungan haji, investasi syariah, atau pembiayaan mikro.
- b. Peningkatan Produk Eksisting: Tinjau produk yang sudah ada dan lakukan perbaikan berdasarkan umpan balik nasabah. Misalnya, meningkatkan imbal hasil pada tabungan atau mempercepat proses pengajuan kredit.

3. Digitalisasi dan Teknologi

- a. Platform Digital: Kembangkan aplikasi mobile banking dan internet banking yang user-friendly untuk memudahkan akses nasabah.
- b. Fintech Collaboration: Kerjasama dengan perusahaan fintech untuk menghadirkan solusi inovatif seperti pembayaran digital, peer-to-peer lending, atau robo-advisory.

4. Pemasaran dan Promosi

- a. Strategi Pemasaran Terpadu: Gunakan berbagai saluran pemasaran, seperti media sosial, email marketing, dan kampanye offline untuk menjangkau lebih banyak nasabah.
- b. Edukasi Nasabah: Selenggarakan seminar, webinar, atau workshop untuk mendidik masyarakat tentang produk syariah dan pentingnya perencanaan keuangan.

5. Layanan Pelanggan

- a. Pelatihan Staf: Berikan pelatihan kepada staf tentang produk syariah dan layanan pelanggan untuk meningkatkan pengalaman nasabah.
- b. Customer Feedback Loop: Implementasikan sistem umpan balik untuk mendengarkan masukan nasabah dan melakukan perbaikan berkelanjutan.

6. Kepatuhan Syariah dan Regulasi

- a. Dewan Pengawas Syariah: Pastikan semua produk mematuhi prinsip syariah dengan melibatkan dewan pengawas syariah dalam setiap tahap pengembangan produk.
- b. Kepatuhan Regulasi: Selalu update dengan regulasi terbaru yang dikeluarkan oleh otoritas keuangan dan pastikan semua produk mengikuti ketentuan tersebut.

7. Kerjasama Strategis

- a. Kemitraan dengan Institusi Lain: Bekerja sama dengan lembaga pendidikan, organisasi sosial, atau lembaga keagamaan untuk mempromosikan produk.
- b. Program Loyalty: Kembangkan program loyalitas untuk nasabah yang setia dengan memberikan reward atau insentif.

8. Evaluasi dan Pengukuran Kinerja

- a. KPI (Key Performance Indicators): Tetapkan indikator kinerja utama untuk mengevaluasi keberhasilan produk baru dan strategi pemasaran.
- b. Tinjauan Berkala: Lakukan evaluasi berkala terhadap kinerja produk dan strategi yang diterapkan untuk memastikan bahwa tujuan tercapai.

9. Sustainability dan Tanggung Jawab Sosial

- a. Produk Berkelanjutan: Pertimbangkan untuk mengembangkan produk yang mendukung keberlanjutan lingkungan dan sosial.
- b. Program CSR (Corporate Social Responsibility): Laksanakan program tanggung jawab sosial yang dapat memberikan dampak positif bagi masyarakat, seperti bantuan pendidikan atau kesehatan.

10. Pengembangan Sumber Daya Manusia

- a. Rekrutmen Talenta: Cari individu berbakat yang memiliki pengetahuan tentang keuangan syariah dan teknologi.
- b. Pengembangan Karir: Berikan kesempatan bagi karyawan untuk mengikuti pelatihan dan seminar guna meningkatkan keterampilan dan pengetahuan mereka.

Dengan menerapkan strategi pengembangan produk yang komprehensif ini, Bank Muamalat dapat memperkuat posisinya di pasar perbankan syariah, menarik lebih banyak nasabah, serta memberikan layanan yang lebih baik dan relevan sesuai dengan kebutuhan masyarakat.

D. Bauran Produk / Modifikasi produk

1. Pengertian Bauran Produk

Produk adalah hal yang kita jual dalam bisnis meliputi barang atau jasa yang memiliki nilai guna dan dibutuhkan oleh konsumen. Kunci utama dari sebuah produk yakni barang atau jasa tersebut harus dapat memenuhi kebutuhan atau keinginan konsumen.

Menurut Arif Fakhruddin produk adalah sesuatu yang ditawarkan pada pasar, baik produk nyata ataupun produk tidak nyata (jasa) sehingga dapat memuaskan keinginan dan kebutuhan pasar. Menurut Islam produk konsumen adalah berdaya guna, materi yang dapat dikonsumsi yang bermanfaat yang bernilai guna, yang menghasilkan perbaikan material, moral, spiritual bagi konsumen. Sesuatu yang tidak berdaya guna dan dilarang dalam Islam bukan merupakan produk dalam pengertian Islam.

Produk merupakan sesuatu yang dijual baik barang dan jasa yang memiliki nilai guna serta dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Konsep produk sendiri dapat dibagi menjadi empat kategori, yaitu:

a) Barang nyata

adalah barang yang memiliki wujud fisik dan dapat dilihat, disentuh, dan dirasakan oleh panca indera manusia. Contohnya adalah mobil, pakaian, makanan, atau produk elektronik. Barang nyata ini berbeda dengan barang tidak nyata atau abstrak, seperti hak cipta, royalti, atau jasa yang tidak memiliki wujud fisik.

b) Barang nyata dan disertai dengan jasa

merujuk pada konsep barang yang memiliki wujud fisik (nyata) dan juga dilengkapi dengan layanan atau jasa yang terkait. Barang tersebut tidak hanya berupa produk fisik, tetapi juga mencakup layanan atau interaksi yang diberikan kepada konsumen untuk meningkatkan nilai produk tersebut.

c) Jasa utama yang disertai dengan barang dan jasa tambahan

adalah penawaran yang meliputi jasa inti dan dilengkapi dengan barang atau jasa pelengkap yang menambah nilai atau manfaat bagi pelanggan. Contohnya, jasa transportasi (jasa utama) dilengkapi dengan makanan dan minuman (barang tambahan) atau layanan hiburan (jasa tambahan) di dalam pesawat terbang.

d) Murni jasa ³

adalah istilah yang merujuk pada jenis kegiatan ekonomi atau bisnis yang hanya menyediakan layanan (jasa) tanpa menjual barang fisik.

³ Arif Fakhrudin, Maria Valeria Roellyanti, Awan, Bauran Pemasaran, deepublish, hal 11, 2022

Dalam konteks ini, yang dijual adalah keahlian, waktu, atau pengalaman, bukan produk berwujud.

2. Unsur dan Kompeten Produk

a. Kualitas Produk

Kualitas produk merupakan salah faktor untuk menghadapi persaingan di antara pelaku bisnis yang dapat ditawarkan kepada konsumen. Konsumen selalu ingin mendapatkan produk yang berkualitas sesuai dengan harga yang dibayar, walaupun terdapat sebagian masyarakat yang berpendapat bahwa, produk yang mahal adalah produk yang berkualitas. Menurut Kotler dan Amstrong Kualitas produk adalah kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal ini termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian, dan reparasi produk, juga atribut produk lainnya.

Sehingga peneliti menyimpulkan bawah kualitas Produk merupakan tingkat mutu baik itu keadaan fisik, fungsi dan sifat produk yang dapat memenuhi selera kebutuhan konsumen dan telah melebihi ekspektasi / harapan konsumen.

b. Fitur Produk

Fitur produk merupakan bagian - bagian pada sebuah produk yang merupakan unsur penting yang dipandang oleh konsumen dan sebagai dasar pengambilan keputusan untuk memilih sebuah produk. Maka fitur produk perlu diperhatikan dalam meletakan /

melekatkannya pada produk atau jasa, sehingga fitur produk yang muncul itu dapat membedakan produk pelaku bisnis dengan produk pesaing, atau membedakan fitur produk unggulan suatu pelaku bisnis dengan fitur produk standar dalam satu perusahaan yang sama, dalam hal ini biasanya produk dihasilkan dengan perbedaan seri produk.

c. Desain Produk

Desain produk yang menarik merupakan salah satu faktor penentu dalam meningkatkan produk yang dijual sehingga memberikan dampak keuntungan dalam penjualan begitu pula sebaliknya, jika produk yang didesain tidak memiliki gaya yang diharapkan konsumen dalam hal ini dapat dikatakan sebagai gagal desain maka akan mengakibatkan produk atau jasa yang dihasilkan tidak dapat terjual.

3. Strategi Pemasaran Produk

- a. *Product Line* (lini produk) yaitu kelompok produk yang berhubungan dengan erat karena fungsinya serupa, dijual kepada kelompok pelanggan yang sama.
- b. *Product Development* yaitu suatu usaha yang direncanakan dilakukan dengan sadar untuk memperbaiki produk yang ada atau untuk menambah banyaknya ragam produk yang dihasilkan dan dipasarkan.

- c. *Product Diversification* yaitu suatu perluasan pemilihan barang dan jasa yang dijualnya oleh perusahaan, dengan jalan menambah produk baru ataupun memperbaiki tipe, warna, mode, ukuran, jenis dari produk yang sudah ada dalam rangka memperoleh laba maksimal.⁴

4. Indikator Bauran Produk

Bauran Produk adalah semua lini produk/kumpulan semua produk dan barang yang dijual oleh penjual tertentu. Bauran Produk suatu perusahaan memiliki lebar, panjang, kedalaman dan konsistensi bauran. Adapun indikator bauran produk adalah sebagai berikut:

- a. Lebar, yaitu berapa banyak macam lini produk lebar bauran
- b. Panjang, yaitu jumlah unit produk dalam bauran panjang bauran
- c. Kedalaman, yaitu berapa banyak varian yang ditawarkan masing-masing produk dalam lini kedalaman bauran
- d. Konsistensi, yaitu seberapa erat hubungan produk-produk dalam lini tersebut

Sedangkan menurut Kotler, indikator bauran produk adalah sebagai berikut:

- 1) Variasi merek produk. Variasi merek produk merupakan banyaknya jenis merek yang ditawarkan.
- 2) Variasi kelengkapan produk. Variasi kelengkapan produk adalah sejumlah kategori barang yang berbeda didalam toko atau department store. Toko dengan banyak jenis atau tipe produk barang yang dijual

⁴ Fatihudin dan Firmansyah, Pemasaran Jasa (Strategi, Mengukur Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan), 180.

dapat dikatakan mempunyai banyak ragam kategori produk yang ditawarkan

- 3) Variasi merek produk. Variasi ukuran produk atau keberagaman (assormen) merupakan sejumlah standar kualitas umum dalam kategori toko dengan keberagaman yang luas dapat dikatakan mempunyai kedalaman yang baik.
- 4) Variasi kualitas produk. Kualitas produk merupakan standar kualitas umum dalam kategori barang berkaitan dengan kemasan, label, ketahanan suatu produk, jaminan, bagaimana produk dapat memberikan manfaat.⁵

E. Analisis SWOT (*Strengths, Opportunities, Weaknesses, Threats*)

1. Pengertian SWOT

Analisis SWOT merupakan sebuah metode perencanaan strategis yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (*Strengths*), dan peluang (*Opportunities*), tetapi secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*Weaknesses*) dan ancaman (*Threats*).

Analisis SWOT bertujuan untuk memberikan gambaran hasil analisis keunggulan, kelemahan, peluang dan ancaman perusahaan secara menyeluruh yang digunakan sebagai dasar atau landasan pemilihan alternatif tindakan yang diambil. Bahwa Analisis SWOT dianggap memiliki banyak manfaat atau kelebihan dibandingkan dengan metode

⁵ Ella Eliyana, lidiana,dkk, Dasar-Dasar Pemasaran,Ahlimedia, 96, 2022

analisis yang lain. Berikut merupakan beberapa manfaat menggunakan metode analisis SWOT:

- a) Analisis SWOT dapat membantu strategi bagi para Stakeholder untuk menetapkan sarana-sarana saat ini atau ke depan terhadap kualitas internal maupun eksternal.
- b) Analisis SWOT mampu menganalisis mengenai kekuatan dan kelemahan yang dimiliki perusahaan yang dilakukan melalui telaah terhadap kondisi internal perusahaan serta analisis mengenai peluang dan ancaman yang dihandapi perusahaan yang dilakukan melalui telaah terhadap kondisi eksternal perusahaan.
- c) Analisis SWOT mampu menganalisis faktor-faktor di dalam organisasi yang memberikan andil terhadap kualitas mutu pelayanan atau salah satu komponennya sambil mempertimbangkan faktor-faktor eksternal.

2. Komponen Analisis SWOT

Faktor Menurut Ahmad, komponen-komponen pada analisis SWOT meliputi:

- a) Kekuatan (*Strengths*) adalah situasi atau kondisi yang merupakan kekuatan dari organisasi atau program saat ini.
- b) Kelemahan (*Weaknesses*) adalah situasi atau kondisi yang merupakan kelemahandari organisasi atau program pada saat ini.

- c) Peluang (*Opportunities*) adalah situasi atau kondisi yang merupakan peluang di luar organisasi dan memberikan peluang berkembang bagi perusahaan dimasa depan.
- d) Ancaman (*Threats*) adalah situasi yang merupakan ancaman bagi organisasi yang datang dari luar organisasi dan dapat mengancam eksistensi organisasi dimasa depan.⁶

3. Matriks SWOT

Menurut Menurut Isnati dan Rizki Matriks SWOT adalah alat untuk menyusun faktor-faktor strategis organisasi suatu perusahaan dan menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman yang dihadapi organisasi atau perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki organisasi atau perusahaan. Matriks ini dapat menghasilkan empat set kemungkinan alternatif strategi:

a) Strategi SO (*Strength-Opportunities*)

Strategi yang diterapkan berdasarkan jalan pikiran organisasi yaitu dengan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya.

b) Strategi ST (*Strenghts-Threats*)

Strategi yang ditetapkan menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi ancaman yang terdeksi.

c) Strategi WO (*Weaknesses-Opportunities*)

Strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada.

⁶ Slameto, Belajar dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya, (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2010), Hal. 57

d) Strategi WT (*Weaknesses-Threats*)

Strategi ini diterapkan pada kegiatan yang bersifat defensif dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman.⁷

4. Tabungan Haji

Tabungan haji dapat didefinisikan sebagai produk perbankan syariah berupa tabungan yang menampung simpanan yang digunakan untuk Biaya Penyelenggaraan Ibadah Haji (BPIH). Sementara ada pula yang mendefinisikan sebagai simpanan yang menggunakan akad mudharabah yang penarikannya dapat dilakukan setelah jangka waktu yang telah disepakati atau anggota sudah siap untuk melaksanakan ibadah haji. Tabungan merupakan tindakan yang dianjurkan oleh Islam, karena dengan menabung seorang muslim mempersiapkan terhadap perencanaan di masa mendatang dan untuk menghadapi hal yang tidak diinginkan.⁸

Pada Q.S An-Nisa:9 secara tidak langsung telah memerintahkan umat muslim agar mempersiapkan hari esok lebih baik.

وَلْيَحْشَ الَّذِينَ لَوْ تَرَكُوا مِنْ خَلْفِهِمْ ذُرِّيَّةً ضِعْفًا خَافُوا عَلَيْهِمْ فَلْيَتَّقُوا اللَّهَ وَلْيَقُولُوا
قَوْلًا سَدِيدًا ٩

Artinya: “Dan hendaklah takut kepada Allah orang-orang yang seandainya meninggalkan dibelakang mereka anak-anak yang lemah, yang mereka khawatir terhadap (kesejahteraan) mereka. Oleh sebab itu

⁷ Agus Wahyudi Salasa Gama, Manajemen Pemasaran, 1 ed. (Desa Tibubeneng, Kec. Kuta Utara, Kab. Badung Bali Indonesia: CV. Noah Aletheia, 2020), 36–37

⁸ Dr. Khairuddin Wahid, M.Ag. Miti Yarmunida, M.Ag., *Produk Tabungan Haji Di Perbankan Syariah Antara Ibadah Dan Bisnis*, CV ZIGIE UTAMA, (BENGKULU, 2020), Hal.77.

*hendaklah mereka bertakwa kepada Allah dan hendaklah mereka mengucapkan perkataan yang benar”, (Q.S An-Nisa :9).*⁹

Dalam ayat tersebut memerintahkan umat muslim untuk bersiap dan mengantisipasi masa depan, baik secara ekonomi maupun rohani harus dipikirkan langkah dalam perencanaannya salah satu adalah dengan menabung.¹⁰

Tabungan merupakan salah satu produk penghimpunan dana dari masyarakat. Menurut UU Nomor 10 Tahun 1998 tabungan adalah simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat-syarat tertentu yang telah disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet, giro dan atau alat lainnya yang dipersamakan dengan itu.¹¹

5. Akad Tabungan Haji

Secara umum akad yang biasa digunakan pada produk tabungan haji pada perbankan syariah di Indonesia, antara lain:

a. Mudharabah

Akad mudharabah adalah bentuk berbagi risiko nasabah dan bank, atau Mudharabah merupakan kerja sama antara 2 pihak atau lebih, yang salah satunya memberikan modal (harta) pada pihak lain untuk mengelolanya. Sedangkan untuk keuntungan dibagi antara keduanya sesuai dengan ketentuan yang telah disepakati.

⁹ Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, Penerbit: Jakarta. 2018.

¹⁰ Q.S An-Nisa :9

¹¹ Ismail, *Akuntansi Bank Teori dan Aplikasi dalam Rupiah*, (Jakarta, Prenadamedia Group, 2010), Hal.48.

b. Wadiah

Sedangkan akad wadiah mengakomodir nasabah yang hanya ingin menitipkan dana dibank syariah, atau Wadiah merupakan akad titipan murni dari satu pihak ke pihak yang lain, baik individu maupun badan hukum yang harus dijaga dan dikembalikan setiap saat apabila nasabah bertanggung jawab atas pengembalian titipan.¹²

6. Mekanisme dan Peraturan Tabungan Haji

a. Mekanisme Tabungan Haji

Sebelum membuka rekening tabungan haji, nasabah harus memenuhi persyaratan yang telah ditentukan oleh pihak bank. Adapun mekanisme Pembukaan Tabungan Haji, yaitu :

- 1) Mengisi formulir serta menunjukkan persyaratan yang dibutuhkan untuk orang dewasa.
 - a) Fotokopi KTP / SIM
 - b) NPWP
- 2) Mengisi formulir serta menunjukkan persyaratan yang dibutuhkan untuk anak-anak.
 - a) Identitas orang tua (KTP dan NPWP)
 - b) Akte kelahiran atau kartu keluarga
3. Persyaratan Dokumen untuk Pendaftaran Porsi Haji
 - a) Asli KTP sesuai domisili dan mengikuti ketentuan KTP-el atau bukti identitas lainnya yang sah

¹² <https://www.bankmuamalat.co.id/index.php/en/article/4-manfaat-menabung-di-bank-syariah1>

- b) Asli Kartu Keluarga
- c) Asli Akte Kelahiran atau Surat Kenal Lahir atau Kutipan Akte Nikah atau Ijazah
- d) Buku Tabungan
- e) Pas foto berwarna ukuran 3 x 4 sebanyak 5 lembar (untuk Bank)
- f) Pas foto untuk Kantor KEMENAG sesuai identitas
- g) Wajib ke Kantor KEMENAG sesuai identitas maksimal 5 hari kerja setelah dapat nomor validasi dari Bank

Setelah proses selesai, maka nasabah akan mendapatkan berbagai fasilitas seperti buku tabungan dan dapat melakukan penyetoran selanjutnya hingga mencapai minimal biaya untuk mendapatkan porsi keberangkatan haji.¹³

b. Peraturan Tabungan Haji

Peraturan tabungan haji terdapat pada Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 5 Tahun 2018 tentang Pelaksanaan Undang-undang Nomor 34 Tahun 2014 tentang Pengelolaan Keuangan Haji yang terdapat dalam Pasal 12 ayat 124 yang berbunyi “Setiap warga negara yang akan menunaikan ibadah haji harus membuka rekening tabungan jamaah haji pada BPS BPIH (Bank Penerima Setoran Biaya Penyelenggaraan Ibadah Haji) dengan

¹³ <https://www.bankmuamalat.co.id/index.php/tabungan/tabungan-ib-hijrah-haji>

demikian setiap masyarakat yang ingin melaksanakan ibadah haji harus memiliki tabungan haji.¹⁴

Pada pasal 12 ayat 3 yang berbunyi “ warga negara yang telah memiliki tabungan haji sebagaimana yang dimaksud pada ayat (1) membayar setoran awal BPIH khusus sesuai dengan jumlah yang telah ditetapkan sebagaimana yang dimaksud dalam pasal 10 ayat (5) yang berbunyi “besaran pembayaran setoran awal ditetapkan oleh menteri”. Dengan demikian masyarakat yang telah memiliki tabungan haji harus membayar BPIH sesuai dengan yang telah ditetapkan oleh menteri.¹⁵

¹⁴ Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 5 Tahun 2018 tentang Pelaksanaan Undang-Undang Nomor 34 Tahun 2014 tentang Pengelolaan Keuangan Haji pasal 12.

¹⁵ Undang-Undang Nomor 8 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Ibadah Haji dan Umroh.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian dan Sifat Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*). Penelitian lapangan (*field research*) adalah sebuah penelitian yang dilakukan di lapangan atau lokasi tempat penelitian yang diluar dari perpustakaan dan laboratorium, sebuah tempat yang telah dipilih sebagai lokasi penelitian untuk menyelidiki permasalahan yang terjadi dan dibentuk untuk penyusunan suatu laporan karya ilmiah atau bisa dikatakan Penelitian lapangan adalah penelitian sebagai suatu tempat yang dipilih oleh peneliti sebagai tempat terjadinya permasalahan yang terjadi pada lokasi tersebut.¹

Berdasarkan keterangan diatas, maka dapat dipahami bahwa penelitian lapangan ini adalah penelitian yang dilaksanakan secara langsung ke lokasi atau tempat penelitian yaitu Bank Muamalat KCP Kota Metro.

2. Sifat Penelitian

Sifat penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Penelitian yang dilakukan dengan mendeskripsikan suatu keadaan atau dapat juga mendeskripsikan mengenai tahapan percakapan interaktif langsung dengan informan. Dengan tipe penelitian ini, peneliti mendapatkan data dengan

¹ Dr.Sulaeman Jajuli, Metode Penelitian Ekonomi Islam, (Banten:Media Madani:2020) 37.

jujur dan apa adanya yang selanjutnya setelah data didapatkan peneliti mendeskripsikan dengan apa adanya.²

Berdasarkan penjelasan diatas, maka dapat dipahami bahwa penelitian deskriptif kualitatif adalah sebuah penelitian yang Dimana seorang peneliti dapat memfokuskan kedalam proses, gejala, peristiwa atau kejadian yang terjadi saat ini yang diungkapkan dengan kata-kata untuk memperoleh sebuah kesimpulan dan bertujuan untuk memberikan gambaran mengenai bagaimana pengembangan produk tabungan haji Bank Muamalat KCP Kota Metro.

B. Sumber Data

1. Sumber data primer

Data primer adalah data berupa teks hasil wawancara dan diperoleh melalui wawancara dan diperoleh melalui wawancara dengan informan yang sedang dijadikan sampel dalam penelitiannya. Data dapat direkam atau dicatat oleh peneliti.³

Sumber data primer pada penelitian ini adalah informan yang memberi informasi kepada peneliti mengenai Analisis pengembangan produk tabungan haji dibank muamalat kcp kota metro yang dalam hal ini adalah :

- a. Wawancara kepada Marketing Funding di Bank Muamalat Indonesia Kota Metro.
- b. Wawancara dengan enam orang nasabah

² Dr.Sulaeman Jajuli, Metode Penelitian Ekonomi Islam) 38

³ Adhi kusumastuti, Ahmad mustamil khoiron, *Metode Penelitian Kualitatif*, Lembaga Pendidikan Sukarno Pressindo, (Semarang, 2019), Hal.34

C. Teknik Pengumpulan Data

1. Wawancara

Wawancara adalah teknik pengumpulan data dengan mengajukan pertanyaan langsung dengan tatap muka oleh pewawancara kepada responden (*face to face*), kemudian jawaban-jawaban responden dapat dicatat atau direkam. Teknik wawancara ini digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin, melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan penelitian, mengetahui hal-hal terkait responden secara lebih mendalam dan jumlah responden sedikit, dan mengetahui pendapat, keyakinan, motivasi, perasaan, dan proyeksi seseorang terhadap masa depan.⁴

Adapun dalam penelitian ini Peneliti menggunakan jenis wawancara bebas terpimpin yaitu kombinasi antara *interview* bebas dan *interview* terpimpin. Maksudnya adalah peneliti telah mempersiapkan pertanyaan-pertanyaan mengenai bagaimana pengembangan produk tabungan haji di Bank Muamalat KCP Kota Metro. Data yang diperlukan sesuai dengan pokok penelitian yang ada, yang diajukan kepada narasumber caranya diserahkan sepenuhnya kepada peneliti sehingga peneliti mempunyai kebebasan untuk menggali informasi dari narasumber. Untuk hal ini yang akan diwawancarai di antaranya :

- a. Kepada *Marketing Funding* di Bank Muamalat Indonesia Kota Metro.
- b. Wawancara dengan enam orang nasabah.

⁴ Sena Wahyu Purwanza, Ners, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan Kombinasi*, CV. Media Sains Indonesia (Bandung - Jawa Barat, 2020), Hal.60

2. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan salah satu metode pengumpulan data yang digunakan dalam metodologi penelitian sosial. Metode dokumentasi adalah pengumpulan data yang diperoleh melalui dokumen. Menurut Fuad & Sapto dokumentasi adalah salah satu sumber data yang diperlukan dalam studi penelitian. Studi ini disiapkan karena itu merupakan permintaan dari seorang peneliti dalam mendukung sebuah penelitian.⁵

D. Teknik Keabsahan Data

Sebagai penjamin pengujian keabsahan data, untuk menguji hasil pada penelitian ini yang dapat dipertanggung jawabkan secara ilmiah maka peneliti melakukan beberapa uji untuk menjaga keabsahan data yang dikumpulkan melalui Uji kredibilitas yaitu peneliti melakukan perpanjangan pengamatan, meningkatkan ketekunan dalam penelitian dan Uji Konfirmability dimana peneliti mencatatkan atau menuliskan seluruh proses alur kegiatan selama penelitian.⁶

Selanjutnya dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik keabsahan data triangulasi. Adapun pada penelitian ini peneliti menggunakan triangulasi sumber yaitu menggunakan lebih dari satu informan untuk mendapatkan data yang sama. Dimana peneliti memperoleh data mengenai fokus penelitian dengan mewawancarai bagian *marketing funding* dan 2 nasabah atau anggota.

⁵Rifa'i Abubakar, *Pengantar Metodologi Penelitian*, Suka-Press UIN Sunan Kalijaga, (Yogyakarta, 2021), Hal. 114

⁶ Zuchri Abdussamad, *Metode Penelitian Kualitatif*. Cetakan I, (Makassar : CV. Syakir Media Press, 2021), 188

E. Teknik Analisis Data

Teknik Analisis Data adalah suatu metode atau cara untuk mengolah sebuah data menjadi informasi sehingga karakteristik data tersebut menjadi mudah untuk dipahami dan juga bermanfaat untuk menemukan solusi permasalahan, yang terutama adalah masalah yang tentang sebuah penelitian. Atau analisis data juga bisa diartikan sebagai kegiatan yang dilakukan untuk merubah data hasil dari sebuah penelitian menjadi informasi yang nantinya bisa dipergunakan untuk mengambil sebuah kesimpulan.⁷

Dengan melakukan analisis merujuk pada teori Miles dan Huberman dalam Hardani dkk, membagi dalam tiga alur kegiatan yang terjadi secara bersama-sama, ketiga alur tersebut yaitu Reduksi Data, Penyajian Data dan Penarikan Kesimpulan.

1. Reduksi Data

Data yang telah diperoleh Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pengembangan produk Tabungan Haji di Bank Muamalat. Data diperoleh melalui wawancara dengan pegawai bank, observasi langsung, serta dokumentasi kebijakan produk. Berdasarkan hasil wawancara dan observasi, ditemukan bahwa produk Tabungan Haji telah mengalami beberapa inovasi, seperti fitur autodebit, integrasi dengan SISKOHAT, dan edukasi syariah kepada nasabah.

Faktor pendorong pengembangan meliputi permintaan masyarakat yang tinggi terhadap produk tabungan berbasis syariah dan meningkatnya

⁷ Karimuddin Abdullah, Misbahul Jannah., *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, Yayasan Penerbit Muhammad Zaini, (Aceh, 2021), Hal.87

kesadaran umat Islam untuk menunaikan ibadah haji secara terencana. Namun, masih terdapat kendala seperti keterbatasan promosi digital dan kurangnya literasi keuangan syariah di beberapa kalangan masyarakat.

Secara umum, strategi pengembangan difokuskan pada peningkatan layanan digital, sinergi dengan lembaga keuangan syariah lain, serta penguatan edukasi dan literasi produk kepada calon nasabah.

2. Penyajian Data

Setelah data direduksi, maka langkah selanjutnya adalah menyajikan data. Dalam penelitian kualitatif, penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, atau sejenisnya. Yang paling sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah dengan teks yang bersifat naratif. Dengan menyajikan data akan memudahkan untuk memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami tersebut.

3. Penarikan Kesimpulan

Langkah ketiga adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal apabila didukung oleh bukti-bukti valid maka merupakan kesimpulan yang kredible. Kesimpulan dalam penelitian kualitatif yang diharapkan adalah merupakan temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada. Temuan dapat berupa deskripsi

atau gambaran suatu obyek yang sebelumnya masih remang-remang sehingga diteliti menjadi jelas.⁸

Adapun metode berfikir dalam penelitian ini adalah dengan cara analisis data kualitatif yang bersifat induktif, yaitu suatu analisis yang merumuskan kesimpulan dengan metode cara berfikir induktif yaitu cara yang diisi oleh fakta-fakta yang khusus dan konkrit, peristiwa konkrit, kemudian peristiwa khusus dan konkrit tersebut ditarik secara generalisasi yang mempunyai sifat yang umum.⁹ Cara berfikir ini digunakan untuk membahas dan mencari tahu mengenai Pengembangan Produk Tabungan Haji Di Bank Muamalat Kantor Cabang Kota Metro.

⁸ Hardani dkk, *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*, (Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu, 2020), 163-171.

⁹ Hardani dkk.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Sejarah Produk Tabungan Haji Dibank Muamalat

Tabungan Haji Bank Muamalat adalah salah satu produk perbankan yang dirancang untuk membantu masyarakat dalam mempersiapkan dana untuk melaksanakan ibadah haji. Berikut adalah sejarah singkat mengenai produk ini, Sejarah Produk Tabungan Haji Bank Muamalat. Berdirinya Bank Muamalat. Bank Muamalat Indonesia didirikan pada tahun 1991 sebagai bank syariah pertama di Indonesia. Bank ini lahir sebagai respons terhadap kebutuhan masyarakat akan layanan perbankan yang sesuai dengan prinsip syariah Islam. Seiring dengan perkembangan dan kebutuhan masyarakat, Bank Muamalat mulai mengembangkan berbagai produk mulai dari Tabungan, Pembiayaan, Investasi dan Asuransi.

Termasuk produk tabungan haji. Produk ini diluncurkan untuk memberikan kemudahan bagi masyarakat yang ingin menabung khusus untuk biaya ibadah haji. Tabungan Haji Bank Muamalat menawarkan berbagai fitur menarik, seperti: Setoran awal yang terjangkau, Proses pendaftaran yang mudah. Sistem bagi hasil yang kompetitif, Fasilitas pengelolaan dana yang transparan dan aman.

Bank Muamalat juga aktif melakukan sosialisasi dan edukasi kepada masyarakat mengenai pentingnya menabung untuk ibadah haji. Hal ini dilakukan melalui seminar, workshop, dan kerjasama dengan berbagai lembaga keagamaan, Seiring berjalannya waktu, Bank Muamalat terus

meningkatkan layanan dan fitur dari produk Tabungan Haji, termasuk kemudahan akses melalui layanan digital dan mobile banking, Tabungan Haji Bank Muamalat telah membantu banyak nasabah dalam mempersiapkan dana untuk melaksanakan ibadah haji, menjadikannya sebagai salah satu produk unggulan di bank syariah ini. Tabungan Haji Bank Muamalat merupakan salah satu upaya untuk mendukung masyarakat dalam melaksanakan ibadah haji dengan cara yang sesuai dengan prinsip syariah. Dengan berbagai fitur dan kemudahan yang ditawarkan, produk ini telah menjadi pilihan banyak orang dalam merencanakan perjalanan ibadah haji mereka.

B. Pengembangan Produk Tabungan Haji Di Bank Muamalat KCP Kota Metro

Peran pengembangan dalam meningkatkan produk tabungan haji dapat diketahui melalui kinerja dan tugasnya. Seberapa besarkah peran pengembangan funding melalui nasabah tabungan haji yang didapatkan. Maka dari itu pengembangan harus mampu mempengaruhi masyarakat agar mengetahui dan menggunakan jasa produk tabungan haji. Berdasarkan hasil wawancara dengan salah satu marketing.

Tugas utama pengembangan secara umum adalah menghasilkan pendapatan bagi Bank Muamalat dengan cara menarik masyarakat agar mau menggunakan jasa dan berinvestasi di Bank Muamalat Indonesia KCP kota Metro. Semakin meningkat pendapatan yang dicapai, Bank Muamalat Indonesia KCP kota Metro akan berkembang dengan baik. Sebaliknya, jika pendapatan menurun, Bank Muamalat Indonesia KCP kota Metro tidak akan

berkembang. Adapun tugas marketing pada Bank Muamalat Indonesia KCP kota Metro diantaranya :

1. Riset Riset yaitu upaya untuk mengetahui dengan pasti apa yang diinginkan dan dibutuhkan oleh konsumen. Dalam hal ini, pemasaran bertugas mengumpulkan informasi dari masyarakat kemudian disampaikan kepada perusahaan guna meningkatkan kualitas dan peningkatan penjualan Marketing juga sebagai komunikasi informasi pemasaran bertugas menganalisis dan mengevaluasi informasi yang dibutuhkan dengan tepat guna disampaikan kepada manajer untuk dibahas dan diambil keputusan.
2. Promosi Upaya promosi ini pada dasarnya adalah upaya untuk mengkomunikasikan atau memberitahukan kepada masyarakat. Sebagai bagian yang memperkenalkan Bank Muamalat Indonesia KCP Kota Metro kepada masyarakat, agar masyarakat tahu dan faham tentang produk-produk Bank Muamalat Indonesia KCP kota Metro. Seorang marketing yang sebelumnya harus memahami jenis-jenis produk yang dimiliki Bank Muamalat Indonesia KCP kota Metro, yang kemudian akan dikenalkan kepada masyarakat umum. Dengan demikian masyarakat faham akan produk-produk yang dimiliki Bank Muamalat Indonesia KCP Kota Metro, sehingga masyarakat menggunakan jasa keuangan pada Bank Muamalat Indonesia KCP Kota Metro.
3. Marketing, Marketing yang bertugas menghasilkan keuntungan bagi perusahaan dengan cara menawarkan produk-produk yang dimiliki Bank Muamalat Indonesia KCP Kota Metro. Peran marketing di sini yaitu

sebagai penjual produk yang dimiliki Bank Muamalat Indonesia KCP Kota Metro yang sebelumnya sebagai promosi yaitu hanya sebatas pengenalan produk saja, namun pada peran ini marketing dituntut untuk dapat menjual produk yang dapat menghasilkan keuntungan bagi perusahaan dengan cara memberikan pembekalan pengarahan terhadap semua bagian termasuk pada bagian pemasaran agar sesuai dengan alur kerjanya.

Bank Muamalat Indonesia KCP Kota Metro memiliki standar operasional prosedur untuk memastikan alur dari suatu pekerjaan sudah sesuai dengan standar yang telah ditetapkan oleh Bank Muamalat Indonesia KCP Kota Metro. Sistem ini bisa dipergunakan sebagai sumber acuan sebuah pekerjaan dari awal sampai akhir. Salah satu jenis standar operasional produk yang wajib dibuat yaitu *SOP* dalam bidang marketing. Terkait peran marketing terhadap peningkatan produk tabungan haji, diketahui bahwa nasabah tabungan haji setiap tahunnya terus meningkat walaupun dalam peningkatannya belum begitu signifikan. Hal tersebut tidak terlepas dari kinerja marketing dalam memasarkannya, yaitu dimana tugas serta standar operasional prosedur yang ditetapkan Bank Muamalat Indonesia KCP Metro sudah diterapkan dengan baik oleh bagian pemasaran.

Terkait dengan target pemasaran pada produk tabungan haji pada Bank Muamalat Indonesia KCP Kota Metro. Bank Muamalat Indonesia KCP Kota Metro menargetkan 15% nasabah dari total nasabah ditahun sebelumnya. Sedangkan pencapaian marketing pada produk tabungan haji kisaran 787 nasabah pada tahun 2024. Melihat hasil tersebut, marketing sudah

berkontribusi dalam menjalankan tugasnya sebagai tenaga pemasaran, walaupun hasilnya belum sempurna dan belum mencapai target pemasaran.

Berdasarkan hasil wawancara dengan staff marketing dan enam nasabah :

1. Kekuatan (*strengths*)

Keunggulan atau kekuatan dari produk Tabungan Haji di Bank muamlat berdasarkan hasil wawancara kepada salah satu nasabah bank muamlat. Menyatakan bahwa bank Muamalat cukup menonjol, terutama karena bank ini merupakan pelopor bank syariah di Indonesia dan sangat fokus pada layanan berbasis syariah, termasuk ibadah haji. Berikut ini adalah beberapa keunggulan dan fitur/layanan yang paling menonjol:

- 1) Sesuai Prinsip Syariah (Tanpa Riba): Produk ini menggunakan akad wadiah yad dhamanah atau mudharabah mutlaqah, sehingga bebas dari riba dan sesuai dengan prinsip syariah Islam.
- 2) Setoran Awal dan Lanjutan Terjangkau: Setoran awal biasanya cukup ringan (sekitar Rp100.000 – Rp500.000), dan setoran lanjutan fleksibel. Ini memudahkan nasabah dari berbagai kalangan untuk memulai menabung.
- 3) Pendaftaran Haji Terintegrasi dengan SISKOHAT: Salah satu fitur unggulan adalah kemudahan pendaftaran porsi haji secara langsung ke sistem SISKOHAT Kementerian Agama, jika saldo tabungan sudah mencapai batas minimal (biasanya Rp25 juta). Ini mempercepat proses dan memberi kepastian antrean haji.

- 4) Kemudahan Autodebet dan Setoran di Berbagai Channel: Nasabah bisa mengatur autodebet dari rekening lain atau melakukan setoran rutin melalui ATM, mobile banking, atau kantor cabang.
- 5) Tidak Ada Biaya Administrasi Bulanan: Tabungan ini umumnya bebas biaya administrasi bulanan, sehingga saldo nasabah tidak tergerus oleh biaya rutin.

Integrasi Langsung dengan SISKOHAT Ini adalah fitur paling menonjol dan banyak disukai. Karena begitu saldo mencukupi, nasabah bisa langsung mendapatkan nomor porsi haji tanpa harus ke Kementerian Agama secara terpisah. Fitur ini sangat membantu dan mengurangi kerepotan dalam proses pendaftaran haji.¹

2. Kelemahan (*weaknesses*)

Kelemahan dari produk tabungan haji di bank muamalat kcp kota metro berdasarkan hasil wawancara kepada salah satu nasabah bank muamalat. Menyatakan, produk Tabungan Haji di Bank Muamalat memiliki banyak keunggulan, tentu tetap ada beberapa hal yang bisa dianggap kurang optimal atau bisa ditingkatkan. Berikut adalah beberapa hal yang menurut saya masih menjadi kekurangan serta kendala yang mungkin dihadapi saat menggunakan produk ini:

- 1) Hal yang Kurang Baik dari Produk Tabungan Haji Bank Muamalat:
Jaringan Kantor Cabang dan ATM Terbatas: Dibandingkan dengan bank konvensional besar, jaringan fisik Bank Muamalat masih terbatas

¹ Siti paryuningsih, nasabah bank muamalt, wawancara , 15 april 2024

di beberapa daerah. Hal ini bisa menyulitkan nasabah yang tinggal di wilayah pelosok atau yang tidak terbiasa dengan layanan digital.

- 2) Layanan Digital Belum Sematang Bank Besar: Walaupun Bank Muamalat memiliki aplikasi mobile banking, fitur dan stabilitasnya terkadang masih tertinggal dibanding aplikasi bank-bank besar. Misalnya, ada keluhan soal kecepatan, antarmuka yang kurang modern, atau fitur yang belum lengkap.
- 3) Proses Administratif Bisa Terasa Lambat: Beberapa nasabah melaporkan bahwa proses verifikasi untuk mendapatkan nomor porsi haji kadang memakan waktu lebih lama dari yang diharapkan, terutama saat musim pendaftaran ramai.
- 4) Kurangnya Edukasi atau Sosialisasi ke Nasabah: Tidak semua nasabah memahami proses menabung hingga mendapatkan nomor porsi haji. Informasi seputar alur, persyaratan, dan estimasi keberangkatan kadang tidak disampaikan dengan cukup jelas atau menyeluruh oleh petugas.

Adapun kendalanya sebagai berikut:

- 1) Sulit Mengetahui Status Antrian Haji Secara Real-Time: Setelah mendapatkan nomor porsi, memantau estimasi tahun keberangkatan tidak selalu bisa dilakukan langsung dari aplikasi atau layanan bank. Nasabah harus mengecek sendiri ke situs Kemenag atau bertanya ke customer service.
- 2) Kurangnya Integrasi Informasi dalam Satu Platform: Idealnya, satu aplikasi bisa memuat: saldo tabungan, status porsi haji, estimasi

keberangkatan, dan update informasi haji. Saat ini, nasabah harus berpindah-pindah platform untuk mendapatkan informasi itu.

- 3) Keterbatasan Customer Service (CS) pada Waktu Tertentu: CS mungkin tidak selalu responsif di luar jam kerja atau saat terjadi lonjakan pertanyaan nasabah, seperti menjelang musim haji atau saat ada perubahan regulasi dari pemerintah.²

3. Peluang (*opportunities*)

Peluang yang Bisa Dimanfaatkan oleh Bank Muamalat: berdasarkan hasil wawancara kepada staff marketing bank muamalat menyatakan bahwa. Bank muamalat harus Meningkatkan Digitalisasi dan Layanan Berbasis Aplikasi, karena saat ini Masyarakat semakin nyaman dengan layanan digital.

- 1) Bank Muamalat bisa: Mengembangkan aplikasi khusus untuk tabungan haji (misalnya Muamalat Hajj Tracker).
- 2) Menyediakan fitur cek status porsi haji, estimasi keberangkatan, progress tabungan, dan pengingat setoran otomatis.
- 3) Kemitraan dengan Travel Haji dan Umrah Menjalinkan kerja sama dengan travel resmi untuk: Menawarkan paket tabungan haji plus (dengan biaya lebih tinggi dan waktu keberangkatan lebih cepat).
- 4) Menyediakan layanan bundling seperti tabungan + umrah + asuransi perjalanan syariah.

² Cici, nasabah bank muamalat, wawancara, 15 april 2024

- 5) Edukasi Keuangan Syariah & Perencanaan Ibadah Haji Bank bisa mengembangkan konten edukatif atau webinar series seputar: Perencanaan keuangan untuk haji, Pentingnya menabung sejak dini, Pemahaman soal antrean haji dan cara memilih layanan Segmentasi Produk Berdasarkan Usia atau Target Nasabah Contoh: tabungan haji anak, remaja, keluarga, atau pegawai swasta. Ini membuka ruang untuk layanan personalisasi dan penawaran yang lebih relevan.

Untuk tren dan Kebutuhan Pasar yang Bisa Diintegrasikan: Naiknya Minat Ibadah Sejak Dini: Banyak keluarga ingin mendaftarkan anaknya sejak kecil agar dapat porsi haji lebih awal. Bank memanfaatkan tren ini dengan menawarkan “Tabungan Haji Anak”.

- 1) Kesadaran Akan Keuangan Syariah: Semakin banyak masyarakat memilih layanan berbasis syariah. Bank Muamalat bisa lebih menonjolkan keunggulan syariahnya dibanding bank konvensional yang punya unit syariah.
- 2) Lifestyle Hijrah dan Komunitas Islami: Meningkatnya tren hijrah dan komunitas muslim digital membuka peluang kerja sama komunitas untuk membuat program tabungan kolektif, referral berbasis komunitas, dan loyalty point.
- 3) Tren Gamifikasi dan Rewarding System: Mengintegrasikan gamifikasi ke dalam aplikasi (contoh: badge progres, tantangan menabung, dan hadiah umrah mini) bisa meningkatkan engagement nasabah muda.

Adapun ntisipasi dan Langkah Strategis yang Dilakukan Bank Muamalat yaitu Modernisasi Infrastruktur Digital:

- 1) Investasi pada teknologi mobile banking dan integrasi real-time dengan sistem Kemenag (SISKOHAT).
- 2) Meningkatkan UX/UI dan fitur personalisasi aplikasi.
- 3) Peningkatan SDM dan Customer Service Syariah.
- 4) Melatih frontliner dan CS untuk lebih edukatif, ramah, dan paham produk haji.
- 5) Menyediakan layanan chatbot atau CS online 24 jam untuk pertanyaan terkait haji.
- 6) Kolaborasi dengan Pemerintah dan Platform Digital Islami
- 7) Ikut serta dalam program edukasi keuangan syariah nasional.
- 8) Bekerja sama dengan marketplace Islami, platform zakat/wakaf, dan aplikasi Muslim.
- 9) Transparansi dan Kejelasan Proses Haji.
- 10) Menyediakan fitur transparan soal proses, waktu tunggu, dan estimasi berangkat.
- 11) Edukasi bahwa keberangkatan tergantung kuota nasional dan kebijakan pemerintah.³

4. Ancaman (*threats*)

Untuk ancaman produk tabungan haji dibank muamalat kep kota metro berdasarkan hasil wawancara kepada staf marketing menyatakan bahwa.

³ Mery silvianica, staff marketing bank muamalat, wawancara, 15 april 2024

- 1) Ancaman: Nasabah bisa beralih ke bank yang menawarkan kemudahan digital, banyak cabang, dan layanan lebih cepat. Digitalisasi yang Masih Tertinggal Jika Bank Muamalat tidak mempercepat transformasi digital, mereka bisa tertinggal dari bank digital berbasis syariah atau fintech Islam yang mulai menawarkan tabungan haji berbasis aplikasi.
- 2) Ancaman: Generasi muda cenderung memilih layanan yang cepat, mudah, dan berbasis aplikasi. Ketergantungan pada Kebijakan Pemerintah (Kuota dan Regulasi Haji) Perubahan kuota, penundaan keberangkatan haji, atau kebijakan luar negeri (misalnya dari pemerintah Arab Saudi) bisa memengaruhi minat masyarakat untuk menabung haji.
- 3) Ancaman: Antusiasme menabung bisa menurun saat antrean makin panjang atau kondisi global tidak menentu. Kurangnya Edukasi Masyarakat tentang Produk Syariah Masih banyak masyarakat yang belum memahami perbedaan dan keunggulan produk syariah.
- 4) Ancaman: Produk Muamalat bisa kalah bersaing hanya karena literasi masyarakat yang rendah terhadap sistem keuangan syariah.

Adapun pendapat anda bagaimana tentang kompetitor lain dalam produk serupa?

Produk tabungan haji di Bank Muamalat merupakan salah satu layanan unggulan yang berlandaskan prinsip syariah. Ketika membandingkannya dengan kompetitor lain, seperti BSI (Bank Syariah Indonesia), BCA Syariah, Bank Mega Syariah, dan BRI Syariah (BRIS),

ada beberapa hal yang patut diperhatikan untuk memberikan evaluasi yang objektif:

1) Keunggulan Bank Muamalat

- a) Pengalaman Panjang: Sebagai bank syariah pertama di Indonesia, Bank Muamalat punya reputasi dan pengalaman dalam layanan haji.
- b) Kemitraan dengan Kemenag: Bank Muamalat adalah salah satu bank penerima setoran BPIH resmi yang diakui pemerintah.
- c) Konsistensi Syariah: Produk Muamalat cukup konsisten menggunakan akad syariah seperti Wadiah atau Mudharabah, dengan transparansi akad yang cukup baik.
- d) Fasilitas digital: Layanan mobile banking dan pemesanan porsi haji secara online juga tersedia.

2) Kompetitor – Kelebihan & Tantangan Bank Syariah Indonesia (BSI)

Kelebihan:

- a) Jaringan luas (hasil merger BRI Syariah, BNI Syariah, Mandiri Syariah).
- b) Integrasi digital kuat, aplikasi BSI Mobile sangat user-friendly.
- c) Banyak pilihan produk tabungan haji (reguler, anak, dan mitra travel).
- d) Tantangan untuk Muamalat: BSI punya skala besar dan dukungan pemerintah, jadi persaingan lebih ketat.

3) Bank Mega Syariah

Kelebihan:

- a) Penempatan dana langsung ke sistem SISKOHAT.
- b) Fokus pada kemudahan pendaftaran porsi haji.
- c) Tantangan untuk Muamalat: Mega Syariah lebih agresif dalam promo kemitraan travel.

4) BCA Syariah

Kelebihan:

Pelayanan prima dan didukung infrastruktur BCA induk. Kemudahan integrasi dengan layanan BCA konvensional. Tantangan: Pelan tapi pasti memperluas pasar nasabah kelas menengah atas.

5) BRI Syariah (sebelum merger ke BSI)

Dulunya punya keunggulan jaringan rural. Sekarang sudah bergabung ke BSI.

Dan antisipasi apa yang dilakukan bank muamalat untuk menghadapi ancaman ini?

Antisipasi yang dilakukan Bank Muamalat Transformasi Digital yang Agresif dan Terfokus Kembangkan aplikasi mobile yang lebih intuitif, lengkap, dan real-time, yaitu:

- 1) Menyediakan fitur: cek nomor porsi, estimasi keberangkatan, reminder setoran, hingga gamifikasi target haji.
- 2) Berfokus pada Niche Market dan Diferensiasi Perkuat citra sebagai bank syariah murni dan fokus pada ibadah.

- 3) Menawarkan program unik: Tabungan Haji Keluarga, Tabungan Haji Anak, Tabungan Haji Plus Terintegrasi.
- 4) Kolaborasi Strategis dan Ekosistem Islami Gandeng platform Muslim digital, travel haji, komunitas hijrah, influencer Islami untuk memperluas jangkauan.
- 5) Menawarkan edukasi berkala (webinar, podcast, workshop) soal perencanaan haji.
- 6) Meningkatkan Kualitas SDM dan Layanan Nasabah Latih staf dengan pemahaman mendalam tentang haji dan produk syariah.
- 7) Meningkatkan kualitas customer service (online & offline), khususnya dalam hal konsultasi ibadah.
- 8) Monitoring Perubahan Regulasi dan Proaktif dalam Komunikasi dan menyediakan update berkala tentang aturan haji, kuota, dan perubahan pemerintah langsung ke nasabah.
- 9) Membangun kepercayaan dengan transparansi dan edukasi yang jujur terkait antrean dan proses haji.⁴

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan dan staf marketing di atas penulis dapat menyimpulkan bawah:

1. Kinerja marketing Bank Muamalat Indonesia KCP Kota Metro sudah sangat maksimal sehingga nasabah merasa puas atas pelayanan yang mereka berikan ini di tunjukkan dari hasil wawancara cara dengan 6 narasumber mereka semua menyatakan sudah puas dengan pelayanan dari

⁴ mery silvianica, staff marketing bank muamalat, wawancara, 15 april 2024

pihak Bank Muamalat Indonesia KCP Kota Metro terutama pada para marketingnya.

2. Ada salah satu Informan yang belum berminat untuk menjadi nasabah tabungan haji pada Bank Muamalat Indonesia KCP Kota Metro yaitu beliau mengatakan belum bergabung di karenakan uangnya belum cukup sedangkan ada juga informan yang lebih memilih langsung mendaftar ke kementerian agama.

Menurut Sofjan Assauri, dalam bukunya yang berjudul “Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep, dan Startegi” upaya peningkatan jumlah nasabah Tabungan Haji dilakukan dengan beberapa cara melakukan strategi promosi, brosur, edukasi dan media internet, hal ini sesuai dengan upaya yang dilakukan oleh marketing Bank Muamalat Indonesia KCP Kota Metro diantaranya:

1. Strategi promosi Memperluas jaringan seperti dari satu nasabah kemudian menawarkan pada pasangan, keluarga, dan teman nasabah melalui telepon atau langsung datang ke rumah. Strategi yang di lakukan Bank Muamalat Metro ialah dengan cara memberikan edukasi-edukasi kepada masyarakat bahwa produk tabungan haji ini membantu calon nasabah untuk menyisihkan uangnya dalam jangka waktu tertentu sampai biaya ongkos haji nasabah tersebut terkumpul
2. Brosur Brosur Bank Muamalat Indonesia KCP Kota Metro dicetak sedetail mungkin terkait penjelasan mengenai seluruh produk yang ditawarkan. Jadi calon nasabah bisa mengetahui dengan detail produk yang ada di

Bank Muamalat Indonesia KCP Kota Metro salah satunya produk tabungan haji. Melalui brosur-brosur yang menarik dan agamis, sehingga masyarakat dengan mudah mengetahui adanya produk maupun jasa layanan khusus untuk keberangkatan ibadah haji. Brosur tersebut memuat tentang persyaratan, ketentuan dalam menyetor, dan fasilitas yang diberikan.

3. Edukasi Edukasi bertujuan untuk memberikan pengetahuan dan penjelasan produk kepada masyarakat, biasanya diadakan melalui event-event khusus. Kegiatan yang akan di lakukan oleh Bank Muamalat KCP Kota Metro adalah memberikan edukasi kepada calon nasabah tabungan haji dengan cara mendatangi rumah nasabah-nasabah produk lain pada Bank Muamalat Metro.
4. Media internet

Melalui website informasi tentang Bank Muamalat Indonesia KCP Kota Metro dapat diketahui dengan mudah mulai dari sejarah, visi dan misi, dan produk-produknya, salah satunya produk tabungan haji. Strategi yang digunakan dalam upaya peningkatan jumlah produk tabungan haji sudah cukup efektif. Hal ini dapat dilihat dari meningkatkannya jumlah nasabah produk tabungan haji pada setiap tahunnya, meskipun dalam peningkatannya belum begitu signifikan. Sehingga marketing harus lebih optimal lagi dalam strategi pemasarannya.

Tabel 4.1 Data Nasabah Tabungan Haji Bank Muamalat Kota Metro

No	Tahun	Jumlah Nasabah
1	2020	245
2	2021	324
3	2022	604
4	2023	689
5	2024	787

Sumber : Data diolah dari Bank Muamalat Kota Metro 2023

Dengan melihat data di atas, untuk 4 tahun terakhir dari tahun 2020 sampai 2024 terkait data nasabah tabungan haji di Bank Muamalat Indonesia KCP kota Metro mengalami peningkatan. Pada tahun 2020 berjumlah 245 nasabah, pada tahun 2024 berjumlah 787 nasabah. Peningkatan jumlah nasabah ini tidak terlepas dari kinerja dan strategi yang dilakukan marketing Bank Muamalat Indonesia KCP Kota Metro

Pada setiap aktivitas perusahaan tidak selalu berjalan sesuai rencana sama halnya dalam pelaksanaan pemasaran. *marketing* terkadang mengalami kendala dalam memasarkan produknya sehingga hal ini akan menghambat proses pemasaran yang dilakukan oleh marketing

Faktor-faktor yang menjadi kendala *marketing* dalam memasarkan produk tabungan hajinya berasal dari faktor eksternal, yaitu biasanya calon-calon nasabah belum ada kesadaran atau keinginan untuk mendaftar haji atau masyarakat lebih memilih langsung mendaftar ke kementerian agama. Jadi disini peran *marketing* harus lebih efektif dan inovatif dalam memberikan edukasi bahwa tabungan haji ini adalah sarana yang membantu calon nasabah menyisihkan uangnya untuk ditabung agar nantinya dapat mendaftar haji.

C. Analisis Pengembangan Produk Tabungan Haji Di Bank Muamalat KCP

Kota Metro

Tahap ini peneliti akan memaparkan bagian terpenting yang menjadi titik fokus utama dalam penelitian ini, peneliti akan menganalisis mengenai hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti guna untuk menjawab pertanyaan penelitian mengenai “Bagaimana Analisis Terhadap Pengembangan Produk Tabungan iB Hijrah Haji di Bank Muamalat KCP Kota Metro.”

Pengembangan produk tabungan haji ini bertujuan untuk memberikan kemudahan bagi masyarakat dalam menabung untuk biaya ibadah haji serta memberikan nilai tambah melalui layanan yang berkualitas. Dalam konteks ini, penting untuk melakukan analisis menyeluruh mengenai kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi dalam pengembangan produk ini.

1. Analisis SWOT

a. Kekuatan (*Strengths*)

Bank Muamalat sebagai bank syariah pertama di Indonesia memiliki reputasi yang kuat dan dapat dipercaya oleh masyarakat. Sehingga Produk bank muamalat KCP Kota Metro: Semua produk yang ditawarkan, termasuk tabungan haji, sesuai dengan prinsip syariah, maka dalam wawancara yang dilakukan oleh peneliti produk yang ditawarkan menarik bagi nasabah dikarenakan mengutamakan aspek agama. Layanan Pelanggan: Bank Muamalat dikenal dengan

pelayanan pelanggan yang baik dan responsif, yang dapat meningkatkan kepuasan nasabah.

b. Kelemahan (*Weaknesses*)

Dalam hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti kesadaran nasabah banyak masyarakat yang belum mengetahui atau kurangnya ekstitensi pada produk tabungan haji yang ditawarkan oleh Bank Muamalat. Fasilitas Terbatas, Keterbatasan fasilitas di bank muamalat kcp kota metro, seperti jaringan mesin atm masih kurang diberbagai tempat yang mengakibatkan masyarakat sekitar tidak tahu atau belum mengetahui bank muamalat secara gamblang, belum menyediakan setoran tabungan haji pada layanan M-Din, yang mana nasabah diharuskan untuk datang menyetorkan dana tabungan hajinya langsung ke kantor bank muamalat, tidak hanya itu keterbatasan tenaga kerja dalam bidang pemasaran juga ikut menjadi kelemahan bank muamalat kcp kota metro yang hanya terdiri satu orang mengakibatkan kewalahan. Sehingga di beberapa cabang juga dapat menghambat aksesibilitas nasabah dalam membuka rekening tabungan haji.

c. Peluang (*Opportunities*)

Dalam hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti, Meningkatnya Minat Beribadah Dengan semakin meningkatnya kesadaran masyarakat akan pentingnya ibadah haji, permintaan terhadap produk tabungan haji juga meningkat. Kerjasama dengan

Lembaga Keagamaan: Menjalin kerjasama dengan organisasi keagamaan untuk meningkatkan promosi dan edukasi tentang produk tabungan haji. Dan upaya yang dilakukan bank muamalat kcp kota metro yaitu Pengembangan Teknologi, Memanfaatkan teknologi informasi untuk mempermudah proses pembukaan rekening dan transaksi. Mengadakan program-program untuk meningkatkan kompetensi karyawan bank muamalat dalam bidang IT. Mempererat kerja sama dengan penanam modal dan bank-bank lain. Melakukan strategi promosi yang lebih gencar disemua media untuk meningkatkan pangsa pasar, danantisipasi bank muamalat untuk menghadapi kendala ini ada 4 cara :

1) Analisis pasar

Dengan cara melakukan riset pasar untuk memahami kebutuhan dan preferensi nasabah terkait produk tabungan haji , serta menganalisis kompetitor untuk mengetahui keunggulan dan kelemahan produk serupa

2) Diversifikasi produk

Dengan cara mengembangkan berbagai jenis produk tabungan haji dengan fitur yang berbeda, seperti tabungan haji reguler, tabungan haji dengan investasi, atau program haji plus, untuk menarik berbagai segmen nasabah.

3) Peningkatan layanan pelanggan

Dengan cara meningkatkan kualitas layanan nasabah dengan memberikan informasi yang jelas dan cepat, serta menyediakan saluran komunikasi yang mudah diakses untuk menjawab pertanyaan atau keluhan nasabah.

4) Promosi dan edukasi

Dengan cara melakukan kampanye promosi yang efektif untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya menabung untuk ibadah haji, serta memberikan edukasi tentang manfaat, dan cara menggunakan produk tabungan haji.

d. Ancaman (*Threats*)

Dalam hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti yaitu persaingan dari Bank lain. Banyak bank lain yang menawarkan produk serupa dengan berbagai keunggulan, sehingga meningkatkan persaingan di pasar. Perubahan Kebijakan Pemerintah, Kebijakan terkait penyelenggaraan haji dapat berubah, mempengaruhi jumlah jamaah dan kebutuhan akan tabungan haji. Krisis Ekonomi, Situasi ekonomi yang tidak stabil juga dapat mengurangi kemampuan masyarakat untuk menabung. Inflasi, kenaikan harga barang dan jasa dapat mengurangi daya beli masyarakat, sehingga tabungan haji menjadi prioritas lebih rendah. Kepuasan nasabah, layanan pelanggan yang buruk, jika layanan pelanggan tidak memuaskan atau ada masalah dalam pengelola tabungan, nasabah mungkin merasa kecewa

dan beralih ke bank lain yang juga mempunyai produk tabungan haji, dan antisipasi bank muamalat untuk menghadapi ancaman ini dengan 4 cara yaitu :

1. Kemitraan strategis

Yaitu berkerja saama dengan lembaga-lembaga terkait. Seperti kementerian agama atau travel umroh dan haji, untuk memberikan nilai tambah bagi nasabah, seperti kemudahan pendaftaran dan informasi yang akurat mengenai pelaksanaan ibadah haji.

2. Inovasi teknologi

Yaitu mengembangkan platfrom digital yang user friendly untuk kemudahan nasabah dalam mengakses layanan tabungan haji, termasuk aplikasi M-DIN yang memungkinkan nasabah untuk melakukan transaksi dan memantau perkembangan tabungan mereka.

3. Program loyalitas

Yaitu menerapkan program loyalitas atau insentif bagi nasabah yang aktif menabung untuk haji, serta bonus setoran atau hadiah menarik, untuk mendorong mereka tetap memilih bank muamalat sebagai tempat menabung.

4. Monitoring dan Evaluasi

Yaitu secara berkala mengevaluasi performa produk tabungan haji dan melakukan penyesuaian berdasarkan feedback dari nasabah serta perkembangan pasar.

2. Bauran produk

a. Produk

Produk tabungan haji merupakan inti dari penawaran Bank Muamalat. Dalam pengembangannya, bank perlu memastikan bahwa produk ini memenuhi kebutuhan nasabah. Beberapa fitur tambahan yang dapat ditawarkan meliputi: Asuransi Jiwa: Memberikan perlindungan kepada nasabah selama masa menabung. Akses Informasi Digital: Memungkinkan nasabah untuk memantau saldo dan transaksi melalui aplikasi mobile. Program Edukasi: Menyediakan informasi mengenai proses ibadah haji dan manajemen keuangan.

b. Harga

Penetapan harga untuk produk tabungan haji harus mempertimbangkan daya beli masyarakat serta memberikan nilai tambah bagi nasabah. Bank Muamalat perlu melakukan analisis pasar untuk menentukan struktur biaya dan imbal hasil yang kompetitif. Selain itu, berbagai promo atau diskon untuk setoran awal dapat menjadi daya tarik tambahan.

c. Tempat

Distribusi produk tabungan haji dilakukan melalui jaringan kantor cabang Bank Muamalat dan platform digital. Dengan memanfaatkan teknologi, nasabah dapat membuka rekening tabungan haji secara online, yang memberikan kemudahan akses bagi masyarakat di

berbagai daerah. Selain itu, kerjasama dengan lembaga keagamaan juga dapat meningkatkan jangkauan pemasaran.

d. Promosi

Strategi promosi yang efektif sangat penting untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang produk tabungan haji. Bank Muamalat dapat menggunakan berbagai saluran komunikasi, seperti: Media Sosial: Menggunakan platform seperti Instagram dan Facebook untuk mengedukasi masyarakat tentang manfaat produk. Iklan Televisi dan Radio: Menyampaikan informasi mengenai produk secara luas. Event dan Seminar: Mengadakan acara yang membahas tentang persiapan ibadah haji dan pentingnya menabung.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan penilitan yang dilakukan peneliti di Muamalat Indonesia KCP Kota Metro terkait peran marketing dalam meningkatkan pengembangan produk tabungan haji, maka dapat kesimpulan bahwa peran marketing dalam meningkatkan tabungan haji di Muamalat Indonesia KCP Kota Metro sudah cukup efektif dengan menjalankan tugas sesuai standar operasional prosedur yang ditentukan, tugas tersebut antara lain riset, promosi, dan Marketing. Ditambah strategi marketing sebagai penunjang dalam meningkatkan tabungan yaitu strategi promosi, penyebaran brosur, edukasi, dan periklanan melalui media internet. Sehingga dengan adanya peran *marketing* maka penjualan diharapkan akan meningkat. Hal ini dapat dilihat dari meningkatkannya jumlah nasabah produk tabungan haji pada tahun 2020 sampai 2024 terkait data nasabah tabungan haji di Bank Muamalat Indonesia KCP Metro mengalami peningkatan. Pada tahun 2020 berjumlah 245 nasabah, pada tahun 2024 berjumlah 787 nasabah, meskipun dalam peningkatannya belum mencapai target pemasaran. Peningkatan ini tidak terlepas dari peran marketing dalam menjalankan tugasnya dan menerapkan startegi marketingnya dengan baik. Hal tersebut dirasakan anggota produk tabungan haji yang merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan Muamalat Indonesia KCP Kota Metro.

B. Saran

1. Bagi kepada pihak Muamalat Indonesia KCP Kota Metro untuk terus meningkatkan Sumber Daya Manusia (SDM) dalam setiap lini atau jabatan, terutama pada bagian marketing yang berperan penting dalam sebuah perusahaan. Dikarenakan marketing-marketing yang sama dari lembaga keuangan lain juga memiliki kemampuan yang sama bahkan lebih baik dari itu. Muamalat Indonesia KCP Metro juga harus melihat kemampuan dan mengevaluasi kinerjanya serta memahami kendala-kendala yang dihadapi marketing, yang kemudian mencari solusi dari kendala yang ada. Selain itu, Muamalat Indonesia KCP Kota Metro harus terus meningkatkan kualitas kinerjanya dan memberikan motivasi berupa materi atau non materi agar seseorang marketing semangat dalam melakukan pekerjaannya.
2. Studi yang dilakukan oleh peneliti masih ada keterbatasan, maka diharapkan penelitian ini bisa dilanjutkan oleh peneliti yang lain dengan objek atau sudut pandang yang berbeda sehingga dapat menambah pengetahuan keilmuan di bidang ilmu pengetahuan terkait ekonomi.

DAFTAR PUSTAKA

- Adhi Kusumastuti, Ahmad Mustamil Khoiron, *Metode Penelitian Kualitatif*, Lembaga Pendidikan Sukarno Pressindo, (Semarang, 2019)
- Agus Wahyudi Salasa Gama, *Manajemen Pemasaran*, 1 Ed. (Desa Tibubeneng, Kec. Kuta Utara, Kab. Badung Bali Indonesia: CV. Noah Aletheia, 2020)
- Arif Fakhrudin Dkk, *Bauran Pemasaran*, 11
- Ash shidiq, pengembangan produk, EUREKA MEDIA AKSARA
- Bank Muamalat Indonesia. (2023). "Produk Tabungan Haji." Diakses dari [website resmi Bank Muamalat](<https://www.bankmuamalat.co.id>).
- Ella Eliyana Dkk, *Dasar-Dasar Pemasaran*, 96
- Fatihudin Dan Firmansyah, *Pemasaran Jasa (Strategi, Mengukur Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan)*
- Hardani Dkk, *Metode Penelitian Kualitatif Dan Kuantitatif*, (Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu, 2020)
- Hassan, M. K., & Lewis, M. K. (2020). *"Islamic Banking: Theory and Practice." In Handbook of Islamic Banking* (1-16). Edward Elgar Publishing.
- <https://www.bankmuamalat.co.id>
- <https://www.bankmuamalat.co.id>
- <https://www.bankmuamalat.co.id/index.php/artikel/muamalat-din-simpel-cepat-dan-aman>
- <https://www.bankmuamalat.co.id/index.php/en/article/4-manfaat-menabung-di-bank-syariah1>
- <https://www.bankmuamalat.co.id/index.php/tabungan/tabungan-ib-hijrah-haji>
- Ismail, *Akuntansi Bank Teori Dan Aplikasi Dalam Rupiah*, (Jakarta, Prenadamedia Group, 2010)
- Jan Setiawan, Darwin, Dkk, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan Kombinasi*, CV. Media Sains Indonesia, (Jawa Barat, 2020)
- Karimuddin Abdullah, Misbahul Jannah, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, Yayasan Penerbit Muhammad Zaini, (Aceh, 2021)

- Kementerian Agama Republik Indonesia. (2023). "Statistik Haji 2023." Diakses dari [website resmi Kementerian Agama](https://www.kemenag.go.id).
- Khairuddin Wahid, Miti Yarmunida, *Produk Tabungan Haji Di Perbankan Syariah Antara Ibadah Dan Bisnis*, CV Zigie Utama, (Bengkulu, 2020)
- Minggir Rahma Nuraini¹, Syafrudin Arif Marah Manunggal, *Efektivitas Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Produk Tabungan Haji Di Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu Tulungagung*, (Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah, 2023)
- Muhammad Ravi Akbar, Nurul Jannah, *Strategi Pemasaran Produk Tabungan Ib Muamalat Haji Pada PT Bank Muamalat Indonesia KCP Rantauprapat*, (Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, 2022)
- Muharram Ritonga, *Manajemen Pemasaran (Konsep Dan Strategi)*.
- Nugroho, A., & Sutrisno, B. (2023). "Analisis Kinerja Produk Tabungan Haji pada Bank Syariah di Indonesia." *Jurnal Ekonomi Syariah*, 12(1)
- Otoritas Jasa Keuangan (OJK). (2022). "Laporan Perkembangan Perbankan Syariah 2022." Diakses dari [website resmi OJK](https://www.ojk.go.id).
- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 5 Tahun 2018 Tentang Pelaksanaan Undang-Undang Nomor 34 Tahun 2014 Tentang Pengelolaan Keuangan Haji Pasal 12.
- Q.S An-Nisa :9
- Rahman, A., & Hasan, M. (2022). "Digital Transformation in Islamic Banking: Implications for Hajj Savings Products." *International Journal of Islamic Banking and Finance Research*, 7(3)
- Rifa'i Abubakar, *Pengantar Metodologi Penelitian*, Suka-Press UIN Sunan Kalijaga, (Yogyakarta, 2021)
- Sari, R. M., & Prabowo, H. (2022). "Evaluasi Produk Tabungan Haji: Studi Kasus pada Bank Syariah di Indonesia." *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 8(1)
- Sena Wahyu Purwanza, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan Kombinasi*, CV. Media Sains Indonesia (Bandung - Jawa Barat, 2020)
- Slameto, *Belajar Dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhinya*, (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2010)
- Sulaeman Jajuli, *Metode Penelitian Ekonomi Islam*, (Banten:Media Madani:2020)

Ujang Sumarwan, Perilaku Konsumen Ed. 2: Teori Dan Penerapannya Dalam pemasaran, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2011)

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 2019 Tentang Penyelenggaraan Ibadah Haji Dan Umroh.

Zuchri Abdussamad, Metode Penelitian Kualitatif. Cetakan I, (Makassar : CV. Syakir Media Press, 2021)

LAMPIRAN-LAMPIRAN



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

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

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

Kepada Yth.,
 Muhammad Ryan Fahlevi (Pembimbing 1)
 (Pembimbing 2)
 di-

Tempat
Assalamu'alaikum Wr. Wb.

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

Nama : **GILANG AKBAR PRATAMA**
 NPM : 2003021024
 Semester : 9 (Sembilan)
 Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
 Jurusan : S1 Perbankan Syariah
 Judul : **ANALISIS PENGEMBANGAN PRODUK TABUNGAN HAJI DI BANK MUAMALAT KCP KOTA METRO**

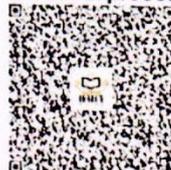
Dengan ketentuan sebagai berikut :

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

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

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Metro,
 Belum di proses,



Muhammad Ryan Fahlevi M.M
 NIP 19920829 201903 1 007

ALAT PENGUMPUL DATA

ANALISI PENGEMBANGAN PRODUK TABUNGAN HAJI DIBANK MUAMALAT KCP KOTA METRO TAHUN 2024

PANDUAN PELAKSANAAN WAWANCARA

A. PENDAHULUAN

1. Perkenalan diri dan tujuan wawancara.
2. Penjelasan singkat tentang produk tabungan haji di Bank Muamalat.
3. Wawancara tidak terstruktur.
4. Selama melakukan penelitian berlangsung, peneliti mencatat dan mendeskripsikan hasil wawancara.

B. ANALISIS SWOT

1. Kekuatan (Strengths):
 - a. Apa yang Anda anggap sebagai keunggulan dari produk tabungan haji di Bank Muamalat?"
 - b. Fitur atau layanan apa yang paling Anda sukai dari produk ini ?
 2. Kelemahan (Weaknesses):
 - a. Apakah ada hal yang menurut Anda kurang baik dari produk tabungan haji ini?
 - b. Apa saja kendala yang Anda hadapi saat menggunakan produk ini?
 3. Peluang (Opportunities):
 - a. Menurut Anda, apa peluang yang bisa dimanfaatkan oleh Bank Muamalat untuk meningkatkan produk tabungan haji ini?
 - b. Adakah tren atau kebutuhan pasar yang bisa diintegrasikan ke dalam produk ini?
 - c. Apa antisipasi yang dilakukan bank muamalat untuk menghadapi kendala ini ?
 4. Ancaman (Threats):
 - a. Apa saja ancaman yang mungkin dihadapi oleh Bank Muamalat dalam pengembangan produk tabungan haji?
 - b. Bagaimana pendapat Anda tentang kompetitor lain dalam produk serupa?
 - c. Apa antisipasi yang dilakukan bank muamalat untuk menghadapi ancaman ini ?
-

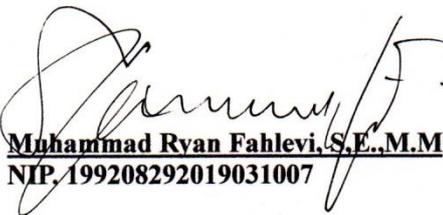
C. BAURAN PRODUK

1. Produk:
 - a. Apa pendapat Anda tentang fitur dan manfaat yang ditawarkan oleh produk tabungan haji ini ?
 - b. Apakah ada fitur tambahan yang Anda harapkan ada dalam produk ini ?
2. Harga:
 - a. Bagaimana menurut Anda tentang harga atau biaya yang terkait dengan produk tabungan haji ini ?
 - b. Apakah Anda merasa harga tersebut sebanding dengan manfaat yang diberikan ?
3. Promosi:
 - a. Bagaimana cara Anda mengetahui tentang produk tabungan haji ini ?
 - b. Apakah promosi yang dilakukan oleh Bank Muamalat cukup menarik perhatian Anda? Apa yang bisa ditingkatkan ?

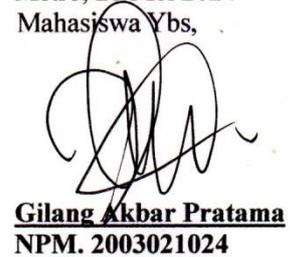
PENUTUP

1. Alat pengumpul data ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang mendalam mengenai pengembangan produk tabungan haji di bank muamalat kcp kota metro, serta memenuhi kebutuhan nasabah dengan lebih baik.
2. Ucapan terima kasih atas waktu dan partisipasi untuk mbak merry silvianica selaku pegawai bank muamalat kcp kota metro dan nasabah.

Mengetahui
Pembimbing,


Muhammad Ryan Fahlevi, S.E., M.M
NIP. 199208292019031007

Metro, 21 Mei 2024
Mahasiswa Ybs,


Gilang Akbar Pratama
NPM. 2003021024

OUTLINE

ANALISIS PENGEMBANGAN PRODUK TABUNGAN HAJI DI BANK MUAMALAT KCP KOTA METRO TAHUN 2024

HALAMAN SAMPUL

HALAMAN JUDUL

HALAMAN PERSETUJUAN

HALAMAN NOTA DINAS

HALAMAN PENGESAHAN

HALAMAN ABSTRAK

HALAMAN ORISINILITAS PENELITIAN

HALAMAN MOTTO

HALAMAN PERSEMBAHAN

KATA PENGANTAR

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL

DAFTAR GAMBAR

DAFTAR LAMPIRAN

BAB I PENDAHULUAN

- A. Latar Belakang Masalah
- B. Pertanyaan Penelitian
- C. Tujuan dan Manfaat Penelitian
- D. Penelitian Relevan

BAB II LANDASAN TEORI

- A. Pengembangan Produk
- B. Faktor – Fakator Yang Mempengaruhi Pengembangan Produk Baru
- C. Strategi Pengembangan Produk
- D. Bauran Produk
 - 1. Pengertian Bauran Produk
 - 2. Unsur Dan Kompeten Produk

3. Strategi Pemasaran Produk
4. Indikator Bauran Produk
- E. Analisis SWOT (*Strength, Opportunities, Weaknesses, Threats*)
 1. Pengertian SWOT
 2. Komponen Analisis SWOT
 3. Matriks SWOT
 4. Tabungan Haji
 5. Akad Tabungan Haji
 6. Mekanisme dan Peraturan Tabungan Haji

BAB III METODE PENELITIAN

- A. Jenis dan Sifat Penelitian
 1. Jenis Penelitian
 2. Sifat Penelitian
- B. Sumber Data
 1. Data Primer
 2. Data Sekunder
- C. Teknik Pengumpulan Data
 1. Wawancara
 2. Dokumentasi
- D. Teknik Keabsahan Data
- E. Teknik Analisis Data
 1. Reduksi Data
 2. Penyajian Data
 3. Penarikan Kesimpulan

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

- A. Deskripsi Lokasi Penelitian
 1. Sejarah Bank Muamalat Indonesia KCP Kota Metro
 2. Sejarah Produk Tabungan Haji Dibank Muamalat
 3. Visi dan Misi Bank MUamalat Indonesia KCP Kota Metro
 4. Struktur Organisasi Bank Muamalat Indonesia KCP Kota Metro

B. Pengembangan Produk Tabungan Hajid di Bank Muamalat KCP Kota Metro

C. Analisis Pengembangan Produk Tabungan Haji di Bank Muamalat KCP Kota Metro

1. Analisis SWOT

2. Bauran Produk

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

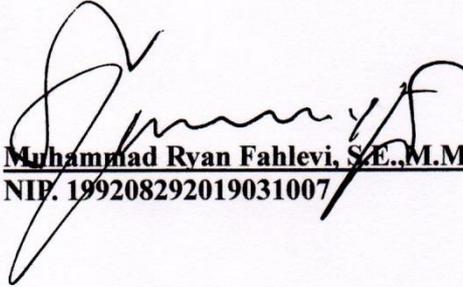
B. Saran

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Mengetahui
Pembimbing,

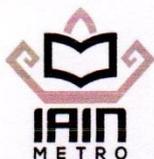


Muhammad Ryan Fahlevi, S.E., M.M
NIP. 199208292019031007

Metro, 21 Mei 2024
Mahasiswa Ybs,



Gilang Akbar Pratama
NPM. 2003021024



**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-0475/In.28/D.I/TL01/04/2025

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

Nama : GILANG AKBAR PRATAMA
NPM : 2003021024
Semester : 10 (Sepuluh)
Jurusan : SI Perbankan Syariah

- Untuk :
1. Mengadakan observasi/survey di Bank Muamalat KCP Kota Metro, guna mengumpulkan data (bahan-bahan) dalam rangka menyelesaikan penulisan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "ANALISIS PENGEMBANGAN PRODUK TABUNGAN HAJI DI BANK MUAMALAT KCP KOTA METRO".
 2. Waktu yang diberikan mulai tanggal dikeluarkan Surat Tugas ini sampai dengan selesai.

Hepada 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 : 17 April 2025

Mengetahui,
Pejabat Setempat


Muamalat
KCP METRO

Wakil Dekan Akademik dan Kelembagaan,



Putri Swastika SE, MIF
NIP 19861030 201801 2 001



**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-1730/In.28/J/TL01/06/2024
Lampiran : -
Perihal : IZIN PRASURVEY

Hepada Yth.
Pimpinan Bank Muamalat KCP Kota Metro
di-
Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dalam rangka penyelesaian Tugas Akhir/Skripsi, mohon kiranya Saudara berkenan memberikan izin kepada mahasiswa kami, atas nama :

Nama : GILANG AHBAR PRATAMA
NPM : 2003021024
Semester : 8 (Delapan)
Jurusan : SI Perbankan Syariah
Judul : SHEMA PEMASARAN DALAM MENINGKATHAN HETERTARIHAN PENGGUNA
PADA PRODUK TABUNGAN HAJI DI BANK MUAMALAT KANTOR CABANG KOTA
METRO

untuk melakukan prasurvey di Bank Muamalat KCP Kota Metro, dalam rangka menyelesaikan Tugas Akhir/Skripsi.

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

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Metro, 07 Juni 2024
Ketua Jurusan,



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-0474/In.28/DI/TL00/04/2025
Lampiran : -
Perihal : IZIN RESEARCH

Hepada Yth.
Pimpinan Bank Muamalat KCP Kota Metro
di-
Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Sehubungan dengan Surat Tugas Nomor: B-0475/In.28/DI/TL01/04/2025, tanggal 17 April 2025 atas nama saudara:

Nama : GILANG AKBAR PRATAMA
NPM : 2003021024
Semester : 10 (Sepuluh)
Jurusan : SI Perbankan Syariah

Maka dengan ini kami sampaikan kepada Pimpinan Bank Muamalat KCP Kota Metro bahwa Mahasiswa tersebut di atas akan mengadakan research/survey di Bank Muamalat KCP Kota Metro, dalam rangka menyelesaikan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "ANALISIS PENGEMBANGAN PRODUK TABUNGAN HAJI DI BANK MUAMALAT KCP KOTA METRO".

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

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Metro, 17 April 2025
Wakil Dekan Akademik dan Kelembagaan.



Putri Swastika SE, M.IF
NIP 19861030 201801 2 001

الرَّحِيمِ الرَّحْمَنِ اللَّهُ بِسْمِ



Nomor :023/BMI/MTR/IV/2025

Metro, Rabu 23 April 2025

Lamp. :

Kepada Ykh.

Bpk. Muhammad Ryan Fahlevi M.M

Di Tempat

Perihal : **SURAT BALASAN**

Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh,

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

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Muhammad Nur Fajrie
 Jabatan : Pimpinan KCP Metro
 Lokasi : Bank Muamalat KCP Metro

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

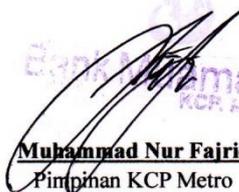
Nama : Gilang Akbar Pratama
 Npm/Semester : 2003021024
 Fakultas : Ekonomi Bidnis Islam
 Jurusan : S1 Perbankan Syariah
 Judul : ANALISIS PENGEMBANGAN PRODUK TABUNGAN HAJI DIBANK MUAMALAT KCP KOTA METRO

Demikian surat ini kami sampaikan atas kerjasamanya kami ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh.

PT. BANK MUAMALAT INDONESIA, tbk

KCP METRO


Muhammad Nur Fajrie
 Pimpinan KCP Metro



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
UNIT PERPUSTAKAAN
NPP: 1807062F0000001

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

SURAT KETERANGAN BEBAS PUSTAKA
Nomor : P-146/ln.28/S/U.1/OT.01/04/2025

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

Nama : GILANG AKBAR PRATAMA
NPM : 2003021024
Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam / Perbankan Syariah

Adalah anggota Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung Tahun Akademik 2024/2025 dengan nomor anggota 2003021024

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, 15 April 2025
Kepala Perpustakaan

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



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

Jl. Ki Hajar Dewantara 15A Iringmulyo, Metro Timur, Kota Metro, Lampung, 34111
Telepon (0725) 41507, Faksimili (0725) 47296

SURAT KETERANGAN LULUS PLAGIASI

Yang bertanda tangan di bawah ini menerangkan bahwa;

Nama : Gilang Akbar Pratama
NPM : 2003021024
Jurusan : S1 Perbankan Syariah

Adalah benar-benar telah mengirimkan naskah Skripsi berjudul **ANALISIS PENGEMBANGAN PRODUK TABUNGAN HAJI DI BANK MUAMALAT KCP KOTA METRO** untuk diuji plagiasi. Dan dengan ini dinyatakan **LULUS** menggunakan aplikasi Turnitin dengan **Score 25%**.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Metro, 25 April 2025
Ketua Jurusan S1 Perbankan Syariah



Muhammad Ryan Fahlevi

NIP.199208292019031007



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

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

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL SKRIPSI

Nama : Gilang Akbar Pratama Jurusan/Fakultas : PBS/FEBI
 NPM : 2003021024 Semester / T A : VIII/2024

No	Hari/ Tanggal	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	6 / 2024 mei	Data tahun 2021 - 2023 Target Nasabah Latar Belakang Masalah	

Dosen Pembimbing

Muhammad Ryan Fauzi, S.E M.M
 NIP. 19920829201903/007

Mahasiswa Ybs,

Gilang Akbar Pratama
 NPM. 2003021024

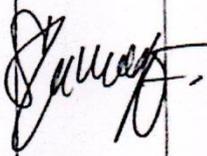


**KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

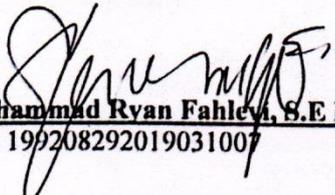
Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo, Metro Timur Kota Metro Telp. (0725) 41507
Fax. (0725) 47296

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL SKRIPSI

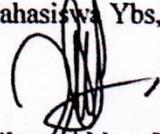
Nama : Gilang Akbar Pratama Jurusan/Fakultas : PBS/FEBI
NPM : 2003021024 Semester / T A : VIII/2024

No	Hari/ Tanggal	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	13 / 2024 mei	Tabel data 2020 - 2023 Persentase kenaikan jumlah nasabah menerapkan FP Footnote Penelitian Relawan dari Jurnal	

Dosen Pembimbing


Muhammad Ryan Fahley, S.E M.M
NIP. 199208292019031007

Mahasiswa Ybs,


Gilang Akbar Pratama
NPM. 2003021024



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. (0725) 41507, Faksimili (0725) 47296, Website www.metroiain.ac.id E-mail: iainmetro@metroiain.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Gilang Akbar Pratama

Jurusan/Fakultas : PBS/ FEBI

NPM : 2003021024

Semester / T A : VIII/ 2024

No	Hari/ Tanggal	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	20 / 2024 mei	Ace Bab I s/d III - Simpro	

Dosen Pembimbing

Muhammad Ryan Fahlevi, S.E., M.M
 NIP. 199208292019031007

Mahasiswa Ybs,

Gilang Akbar Pratama
 NPM. 2003021024



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. (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.metrouniv.ac.id E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL SKRIPSI

Nama : Gilan Akbar Pratama Jurusan/Fakultas : PBS/ FEBI
 NPM : 2003021024 Semester / T A : X/ 2025

No	Hari/ Tanggal	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
		Bimbingan APD dan Outline	

Dosen Pembimbing


Muhammad Ryan Fahlevi, S.E., M.M
 NIP. 199208292019031007

Mahasiswa Ybs,


Gilang Akbar Pratama
 NPM. 2003021024



**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. (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.metrouniv.ac.id E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL SKRIPSI

Nama : Gilan Akbar Pratama Jurusan/Fakultas : PBS/ FEBI
NPM : 2003021024 Semester / T A : X/ 2025

No	Hari/ Tanggal	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
		<p>Bimbingan BAB IV dan V Bagian analisis SWOT</p> <p>analisis SWOT Rinci Per SWOT sesuai Produk tabungun uji & upaya yang sudah diterapkan</p>	

Dosen Pembimbing



Muhammad Ryan Fahlevi, S.E., M.M
NIP. 199208292019031007

Mahasiswa Ybs,



Gilang Akbar Pratama
NPM. 2003021024



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

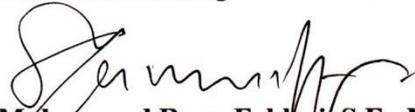
Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.metrouniv.ac.id E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL SKRIPSI

Nama : Gilan Akbar Pratama Jurusan/Fakultas : PBS/ FEBI
NPM : 2003021024 Semester / T A : X/ 2025

No	Hari/ Tanggal	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
		<p>- Penambahan pengembangan produk di landasan teori</p> <p>- Sesuaikan dengan Bab II Teori yang digunakan</p>	

Dosen Pembimbing


Muhammad Ryan Fahlevi, S.E., M.M
 NIP. 199208292019031007

Mahasiswa Ybs,


Gilang Akbar Pratama
 NPM. 2003021024



**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. (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.metrouniv.ac.id E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL SKRIPSI

Nama : Gilan Akbar Pratama Jurusan/Fakultas : PBS/ FEBI
NPM : 2003021024 Semester / T A : X/ 2025

No	Hari/ Tanggal	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
		<ul style="list-style-type: none"> - Acc <li style="padding-left: 40px;">Bab IV s/d V - melengkapi rdn. - Lampiran (Dokumentasi) - Dapus - Turhutan 25%. 	

Dosen Pembimbing



Muhammad Ryan Fahlevi, S.E., M.M
NIP. 199208292019031007

Mahasiswa Ybs,



Gilang Akbar Pratama
NPM. 2003021024

WAWANCARA

1. Saya sudah menjadi nasabah produk tabungan haji sejak 2020, selama saya menjadi nasabah para pekerja terutama marketing di Bank Muamalat, marketing yang ada di Bank Muamalat Indonesia KCP Metro sudah memberikan pelayanan yang maksimal untuk saya pribadi. Dan sangat membantu saya dalam melakukan penyetoran uang tabungan haji. Salah satu nasabah produk tabungan haji di Bank Muamalat Indonesia KCP Kota Metro yang saat ini menjalani masa pensiunnya mengatakan bahwa ia telah bergabung menjadi nasabah tabungan haji di Bank Muamalat Indonesia KCP Kota Metro Sejak tahun 2020. Menurut beliau pelayanan yang diberikan oleh marketing Bank Muamalat Indonesia KCP Kota Metro selama ini kepadanya sudah maksimal. Nasabah sangat dimudahkan dalam proses setoran uang tabungan haji. Dan beliau mengatakan setiap pelayanan yang diberikan marketing selalu bersikap ramah, sopan, dan telaten dalam melayani nasabah
2. saya sudah menjadi nasabah sejak 2021, sarana dan prasarana yang diberikan Bank Muamalat Indonesia KCP Kota Metro terkait produk tabungan haji sudah sangat bagus menurut saya,. Salah satunya dengan adanya sistem setoran melalui sistem online (E-banking) jadi sangat memudahkan saya untuk pembayaran setorannya. produk tabungan haji di Bank Muamalat Indonesia KCP Kota Metro yang bekerja sebagai wirausaha mengatakan bahwa ia bergabung menjadi nasabah produk tabungan haji sejak tahun 2021. Namun beliau sudah menjadi nasabah Bank Muamalat Indonesia KCP Kota Metro dari tahun 2020 dengan produk yang lain. Beliau merasa cukup puas dengan pelayanan yang diberikan oleh Bank Muamalat Indonesia KCP Metro. Terkait pelayanan marketing, beliau mengatakan bahwa marketing yang ada di Bank Muamalat Indonesia KCP Kota Metro sudah memberikan pelayanan yang maksimal untuk nasabahnya. Serta sangat membantu nasabah dalam melakukan penyetoran uang tabungan haji.

3. saya sudah menjadi nasabah sejak 2019, sarana dan prasarana yang diberikan Bank Muamalat Indonesia KCP Kota Metro terkait produk tabungan haji sudah sangat bagus menurut saya,. Salah satunya dengan adanya sistem setoran melalui sistem online (E-banking) jadi sangat memudahkan saya untuk pembayaran setorannya. produk tabungan haji di Bank Muamalat Indonesia KCP Metro menuturkan bahwa beliau sudah bergabung menjadi nasabah produk tabungan haji di Bank Muamalat Indonesia KCP Metro sejak tahun 2019. Beliau mengatakan bahwa sarana dan prasarana yang diberikan Bank Muamalat Indonesia KCP Kota Metro terkait produk tabungan haji sudah cukup maksimal. Salah satunya dengan adanya sistem setorannya melalui sistem online (E-banking) yang memudahkan para nasabah untuk menyetorkan uang tabungan hajinya. Beliau juga mengatakan bahwa sudah cukup puas dengan pelayanan yang diberikan marketing, setiap beliau bertanya terkait produk tabungan haji, beliau menangkap jawabannya dengan jelas. Menurutnya marketing yang ada di Bank Muamalat Indonesia KCP Kota Metro dalam menyelesaikan masalah selalu bersikap sopan, ramah, dan tenang dalam menangani hal tersebut.
4. sampai sekarang saya tidak berminat untuk daftar haji di Bank Muamalat, saya lebih percaya mendaftar haji langsung ke kementerian agama dari pada harus melalui bank, untuk saat ini saya hanya menjadi nasabah Bank Muamalat Metro hanya untuk menabung saja. produk tabungan haji di Bank Muamalat Indonesia KCP Kota Metro yang bekerja sebagai pedagang mengatakan bahwa ia bergabung menjadi nasabah produk tabungan haji sejak tahun 2022. Namun beliau sudah menjadi nasabah Bank Muamalat Indonesia KCP Kota Metro dari tahun 2019 dengan produk yang lain. Beliau merasa cukup puas dengan pelayanan yang diberikan oleh Bank Muamalat Indonesia KCP Metro. Beliau sangat terbantu dalam melakukan penyetoran uang tabungan haji bisa melalui E-banking tanpa harus datang ke Bank langsung.

5. Untuk sekarang saya belum menjadi nasabah tabungan haji di Bank Muamalat Metro, sebenarnya sangat berminat sekali untuk daftar tabungan haji tapi untuk sekarang belum daftar mungkin tahun depan saya akan daftar. di Bank Muamalat Indonesia KCP Metro yang bekerja sebagai wiraswasta mengatakan bahwa ia belum bergabung menjadi nasabah produk tabungan haji. Beliau menjelaskan bahwa ia berkeinginan untuk menjadi nasabah tabungan haji Bank Muamalat Indonesia KCP Metro namun untuk sekarang ini beliau belum mendaftar karna uang yang beliau miliki belum cukup kemungkinan di tahun depan beliau akan mendaftar.

6. Salah satu nasabah di Bank Muamalat Indonesia KCP Metro yang bekerja sebagai wiraswasta mengatakan bahwa ia belum bergabung menjadi nasabah produk tabungan haji. Beliau menjelaskan bahwa ia lebih percaya mendaftar haji langsung ke kementerian agama dari pada harus melalui bank untuk sementara beliau menjadi nasabah Bank Muamalat Indonesia KCP Metro hanya untuk menabung saja.

Dokumentasi Wawancara

1. Wawancara kepada merry silvianica selaku marketing bank muamlat kcp kota metro



2. wawancara kepada ibu siti paryuningsih selaku nasabah bank muamalat kcp kota metro



3. wawancara kepada ibu cici selaku nasabah bank muamalat kcp kota metro



4. wawancara kepada bapak eko susanto selaku nasabah bank muamalat kep kota metro



5. wawancara kepada bapak Sutadiyanto selaku nasabah bank muamalat kep kota metro



6. wawancara kepada bapak Sunanto selaku nasabah bank muamalat kep kota metro



DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Penulis bernama Gilang Akbar Pratama lahir di Metro pada Tanggal 26 Februari 2002, yang merupakan anak kedua dari pasangan bapak muchidin dan ibu citra mayningsih. Pendidikan Taman Kanak-Kanak di TK PEMBINA Yosomulyo, Kota Metro lulus pada tahun 2008, Sekolah dasar di SDN 221 Kertapati, Palembang lulus pada tahun 2014. Kemudian sekolah menengah pertama di SMPN 10 Metro, lulus pada tahun 2017, lalu Sekolah Menengah atas di SMAN 02 Metro lulus pada tahun 2020. Pada tahun 2020 penulis masuk dalam perguruan tinggi dan tercatat sebagai mahasiswa kampus IAIN Metro Lampung jurusan Perbankan Syariah. Besar harapan penulis, semoga dapat menyelesaikan masa study di tahun 2025, serta segala ilmu yang didapatkan selama dibangku perkuliahan kelak dapat bermanfaat bagi masyarakat, nusa bangsa dan agama. Harapan bagi penulis semoga skripsi ini dapat menjadi acuan di waktu yang akan datang dan dapat bermanfaat bagi penulis lain.