

SKRIPSI

**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA DALAM MENINGKATKAN
CAPAIAN PRODUK IB HIJRAH HAJI DI BANK MUAMALAT
KCP PAREPARE**



OLEH

**SRI ASNITA
NIM : 19.2300.091**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PAREPARE**

2025

**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA DALAM MENINGKATKAN
CAPAIAN PRODUK IB HIJRAH HAJI DI BANK MUAMALAT
KCP PAREPARE**



OLEH

**SRI ASNITA
NIM : 19.2300.091**

Skripsi sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)
pada Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri Parepare

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PAREPARE**

2025

PERSETUJUAN KOMISI PEMBIMBING

Judul Skripsi : Strategi Pengembangan Usahadalam Meningkatkan
Capaian Produk Ib Hijrah Haji di Bank Muamalat
Kcp Parepare

Nama Mahasiswa : Sri Asnita

NIM : 19.2300.091

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Program Studi : Perbankan Syariah

Dasar Penetapan Pembimbing : Surat Penetapan Pembimbing Skripsi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Nomor: B.2789/In.39.8/PP.00.9/07/2022.

Disetujui oleh:

Pembimbing Utama : Dr.Zainal Said, M.H.

NIP : NIP 19761118 20050 1 002

Pembimbing Pendamping : I Nyoman Budiono, M.M

NIDN : 2015066907

Mengetahui :

Dekan,
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. Muzdalifan Muhammadun, M.Ag.
NIP 19710208 200112 2 002

PENGESAHAN KOMISI PENGUJI

Judul Skripsi : Strategi Pengembangan Usaha dalam Meningkatkan
Capaian Produk IB Hijrah Haji di Bank Muamalat
Kcp Parepare

Nama Mahasiswa : Sri Asnita

Nomor Induk Mahasiswa : 19.2300.091

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Program Studi : Perbankan Syariah

Dasar Penetapan Pembimbing : Surat Penetapan Pembimbing Skripsi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Nomor: B.2789/In.39.8/PP.00.9/07/2022.

Tanggal Ujian : 9 Januari 2025

Disahkan oleh Komisi Penguji

Dr.Zainal Said, M.H. (Ketua)

I Nyoman Budiono, M.M. (Sekertaris)

Dr. Damirah, S.E., M.M. (Anggota)

Hj. Ulfa Hidayati, M.M. (Anggota)



Mengetahui :

Dekan,
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. Muzdalifah Muhammadun, M.Ag.
NIP. 19710208 200112 2 002

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan atas ke hadirat Allah swr, berkat hidayah, rahmat, taufik dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan tulisan ini sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi dan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Parepare. Salawat serta salam semoga selalu tercurah pada beliau Nabi Muhammas saw. beserta keluarga dan sahabatnya yang kita nanti-nanti syafaatnya di yaumul akhir.

Penulis menghanturkan terima kasih yang setulus-tulusnya kepada Ayahanda dan Ibunda tersayang,tercinta yang telah membesarkan, mendidik dan mendoakan saya tiada henti dengan tulus sehingga penulis mendapatkan kemudahan dalam menyelesaikan tugas akademik ini.

Penulis juga mengucapkan terima kasih banyak atas bimbingan dan bantuannya selama ini kepada Bapak Dr. Zainal Said, M.H selaku dosen Pembimbing Utama dan Bapak I Nyoman Budiono, M.M selaku dosen Pembimbing Pendamping saya.Terimakasih untuk kalian berdua karena telah menjadi dosen terbaik, tulus, dan mengajarkan saya banyak hal. Kemudian saya mengucapkan terimakasih kepada Ibu Hj. Ulfa Hidayati, M.M dan Ibu Dr.Damirah, S.E., M.M selaku dosen pengujii. Semoga Bapak dan Ibu selalu diberikan kesehatan dan dipanjangkan umurnya oleh Allah SWT.

Selanjutnya, Penulis juga mengucapkan dan menyampaikan terima kasih kepada:

1. Kedua orang tua penulis, Bapak Sappewali dan Ibu Sahlang yang senantiasa menjadi orang tua terbaikku di dunia, yang selalu memberikan kasih sayang, semangat,nasehat dan doa-doa serta dukungan moril dan materil kepada penulis dalam menyusun skripsi ini.
2. Bapak Prof. Dr. Hannani, M.Ag. Selaku Rektor IAIN Parepare yang telah bekerja keras dengan penuh tanggungjawab dalam pngembangan dan pengelolaan media pembelejaraan di IAIN Parepare menuju ke arah yang lebih baik.

3. Ibu Dr. Muzdalifah Muhammadun, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam atas pengabdianya dalam menciptakan suasana pendidikan yang positif dan menyenangkan bagi mahasiswa.
4. Bapak dan Ibu Dosen Pengajar di IAIN Parepare yang telah meluangkan waktunya dalam mendidik saya selama melakukan studi di IAIN Parepare.
5. Kedua saudara kandungku tersayang Muh.Ahlun Nasab S.Psi dan Ainun Mutmainna yang senantiasa selalu mendoakan saya, memberikan saya semangat dan nasihat sepanjang masa .
6. Sahabat saya tersayang Riska, Puji, Ekkay, Dinda, Devi, Riana, Dian, dan seluruh teman-teman angkatan 2019 yang tidak bisa kusebutkan satu persatu. Terimakasih atas semangat dan doa-doa baiknya.
7. Supriadi Syam S.M yang selalu mengulurkan tangannya dalam memberikan bantuan apapun bentuknya . Terimakasih atas segala kebaikan, dukungan, dan dorongannya.

Penulis tidak lupa pula mengucapkan banyak terima kasih kepada semua pihak yang telah memberi bantuan, baik bantuan moril maupun bantuan material hingga tulisan ini dapat diselesaikan. Semoga Allah SWT berkenan menilai segala kebajikan sebagai amal jariyah dan memberikan rahmat dan pahala-Nya.

Akhir kata, penulis menyampaikan. Sekiranya pembaca berkenan memberikan saran konstruktif demi kesempurnaan skripsi ini.

Parepare, 15 Juli 2024 M
9 Muharram 1446 H
Penulis,



Sri Asnita
Nim: 19.2300.091

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Mahasiswa yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Mahasiswa : Sri Asnita

NIM : 19.2300.091

Tempat/Tanggal Lahir : Dusung, 26 November 2000

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Judul Skripsi : Strategi Pengembangan Usaha dalam Meningkatkan
Capaian Produk IB Hijrah Haji di Bank Muamalat KCP
Parepare

Menyatakan dengan sesungguhnya dan penuh kesadaran bahwa skripsi ini benar merupakan hasil karya saya sendiri. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa skripsi ini merupakan duplikat, tiruan, plagiat, atau dibuat oleh orang lain, sebagian atau seluruhnya, maka skripsi dan gelar yang diperoleh karenanya batal demi hukum.

Parepare, 5 Desember 2024

Penulis,



Sri Asnita
Nim:19.2300.091

ABSTRAK

Sri Asnita, *Strategi Pengembangan Usaha dalam Meningkatkan Capaian Produk Ib Hijrah Haji di Bank Muamalat Kcp Parepare*. (di bimbing oleh Zainal Said dan I Nyoman Budiono)

Produk IB Hijrah Haji di Bank Muamalat KCP Parepare adalah tabungan syariah yang memberikan solusi komprehensif bagi nasabah dalam persiapan dana untuk ibadah haji. Dengan menawarkan kepastian nomor porsi haji setelah mencapai setoran tertentu, produk ini tidak hanya memudahkan perencanaan keberangkatan haji, tetapi juga memberikan kemudahan dan keamanan melalui prinsip-prinsip perbankan syariah yang tidak melibatkan bunga.

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*) yang bersifat deskriptif kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Sumber data yang digunakan yaitu data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data yang digunakan observasi, wawancara, dokumentasi dan menggunakan teknik pengolahan data *coding*. Uji keabsahan data dalam penelitian ini menggunakan kredibilitas dengan uji triangulasi yakni triangulasi sumber dan triangulasi teknik. Informan pada penelitian ini Relationship Marketing, Customer Service, dan Teller Hybrid Produk Ib Hijrah Haji di Bank Muamalat KCP Parepare. Teknik analisis data yang digunakan meliputi reduksi data (*data reduction*), penyajian data (*display data*), dan verifikasi (*verification*).

Hasil dari penelitian ini dapat diketahui bahwa: 1.) Pencapaian Produk IB Hijrah Haji di Bank Muamalat KCP Parepare terus menerus mendapatkan nasabah dalam jumlah yang banyak selama 4 tahun terakhir meskipun belum mencapai target yang ditentukan perusahaan, 2.) Faktor Yang Mempengaruhi Capaian Produk IB Hijrah Haji di Bank Muamalat KCP Parepare yaitu Faktor Penunjang terdiri dari kualitas pelayanan, sosialisasi dan promosi, kepuasan nasabah, kerjasama dengan pihak ketiga, fasilitas dan teknologi, serta program khusus. Faktor Penghambat terdiri dari kurangnya kesadaran masyarakat, persaingan dengan produk serupa, keterbatasan sumber daya manusia, keterbatasan infrastruktur dan teknologi, ketidakstabilan ekonomi serta birokrasi dan regulasi. 3.) Strategi Yang Dapat di Terapkan untuk Meningkatkan Capaian Produk IB Hijrah Haji di Bank Muamalat KCP Parepare yaitu strategi pengembangan produk, strategi pengembangan kualitas pelayanan, strategi pengembangan sumber daya manusia, dan strategi pengembangan pasar.

Kata kunci : *Bank Muamalat, Haji, Strategi*

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
PERSETUJUAN KOMISI PEMBIMBING	ii
PENGESAHAN KOMISI PENGUJI.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	vi
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
PEDOMAN TRANSLITERASI DAN SINGKATAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian	7
D. Kegunaan Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
A. Tinjauan Penelitian Relevan	9
B. Tinjauan Teoretis	13
1. Strategi	13
2. Strategi Pengembangan Usaha	15
3. Fungsi Strategi Bank.....	19
4. Minat.....	20
5. Produk.....	24
C. Kerangka Konseptual.....	29
D. Kerangka Pikir	33
BAB III METODE PENELITIAN.....	35
A. Jenis Penelitian	35
B. Lokasi dan Waktu	35

C.	Fokus Penelitian.....	35
D.	Jenis dan Sumber Data Penelitian.....	36
E.	Teknik Pengumpulan Data.....	36
F.	Uji Keabsahan Data	38
G.	Teknik Analisis Data	39
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		41
A.	HASIL PENELITIAN	41
1.	Pencapaian Produk IB Hijrah Haji Di Bank Muamalat KCP Parepare	41
2.	Faktor Yang Mempengaruhi Capaian Produk IB Hijrah Haji Di Bank Muamalat KCP Parepare	44
3.	Strategi yang dapat di Terapkan Untuk Meningkatkan Capaian Produk IB Hijrah Haji Di Bank Muamalat KCP Parepare	50
B.	PEMBAHASAN	65
1.	Pencapaian Produk IB Hijrah Haji Di Bank Muamalat KCP Parepare	65
2.	Faktor Yang Mempengaruhi Capaian Produk IB Hijrah Haji Di Bank Muamalat KCP Parepare	67
3.	Strategi Yang Dapat Di Terapkan Untuk Meningkatkan Capaian Produk IB Hijrah Haji Di Bank Muamalat KCP Parepare	74
BAB V PENUTUP.....		83
A.	Kesimpulan	83
B.	Saran	83
DAFTAR PUSTAKA		84
LAMPIRAN.....		88
BIODATA PENULIS		106

DAFTAR GAMBAR

No. Gambar	Judul Gambar	Halaman
2.1	Kerangka Pikir	34



DAFTAR TABEL

No. Tabel	Judul Tabel	Halaman
1.1	Jumlah Nasabah Tabungan IB Hijrah Haji	5



DAFTAR LAMPIRAN

No. Lampiran	Judul Lampiran	Halaman
1	Surat Permohonan Izin Pelaksanaan Penelitian dari Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare	89
2	Surat Rekomendasi Penelitian dari Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Parepare	90
3	Surat Keterangan Selesai Meneliti dari Bank Muamalat Indonesia KCP Kota Parepare	91
4	Surat Keterangan Wawancara	92
5	Transkrip Wawancara	99
6	Dokumentasi Wawancara	95
7	Biodata Penulis	106

PEDOMAN TRANSLITERASI DAN SINGKATAN

A. Transliterasi

1. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lain lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda.

Daftar huruf bahasa Arab dan transliterasinya ke dalam huruf Latin:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	<i>Alif</i>	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	<i>Ba</i>	B	Be
ت	<i>Ta</i>	T	Te
ث	<i>Ṣa</i>	Ṣ	Es (dengan titik diatas)
ج	<i>Jim</i>	J	Je
ح	<i>Ḥa</i>	Ḥ	Ha (dengan titik dibawah)
خ	<i>Kha</i>	Kh	Ka dan Ha
د	<i>Dal</i>	D	De
ذ	<i>Dhal</i>	Dh	De dan Ha
ر	<i>Ra</i>	R	Er
ز	<i>Zai</i>	Z	Zet
س	<i>Sin</i>	N	Es
ش	<i>Syin</i>	Sy	Es dan Ye
ص	<i>Ṣad</i>	Ṣ	Es (dengan titik dibawah)
ض	<i>Ḍad</i>	Ḍ	De (dengan titik dibawah)
ط	<i>Ṭa</i>	Ṭ	Te (dengan titik dibawah)
ظ	<i>Za</i>	Ẓ	Zet (dengan titik dibawah)
ع	<i>‘Ain</i>	‘	Koma Terbalik Keatas
غ	<i>Gain</i>	G	Ge
ف	<i>Fa</i>	F	Ef

ق	<i>Qof</i>	Q	Qi
ك	<i>Kaf</i>	K	Ka
ل	<i>Lam</i>	L	El
م	<i>Mim</i>	M	Em
ن	<i>Nun</i>	N	En
و	<i>Wau</i>	W	We
هـ	<i>Ha</i>	H	Ha
ء	<i>Hamzah</i>	'	Apostrof
ي	<i>Ya</i>	Y	Ye

Hamzah (ء) yang terletak diawal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apa pun. Jika ia terletak ditengah atau diakhir, maka ditulis dengan tanda (')

2. Vokal

Vokal tunggal (*monoftong*) bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
أ	<i>Fathah</i>	A	A
إ	<i>Kasrah</i>	I	I
أ	<i>Dammah</i>	U	U

Vokal rangkap (*diftong*) bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
يَـ	<i>Fathah dan Ya</i>	Ai	a dan i
وَـ	<i>Fathah dan Wau</i>	Au	a dan u

Contoh:

كَيْفَ : *kaifa*

حَوْلَ : *hauula*

3. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
آ/أِي	<i>Fathah dan Alif</i> atau <i>Ya</i>	Ā	a dan garis diatas
إِي	<i>Kasrah dan Ya</i>	Ī	i dan garis diatas
وُ	<i>Dammah dan Wau</i>	Ū	u dan garis diatas

Contoh:

مَاتَ : *Māta*

رَمَى : *Ramā*

قِيلَ : *Qīla*

يَمُوتُ : *yamūtu*

4. Ta Marbutah

Transliterasi untuk *ta marbutah* ada dua:

- Ta marbutah* yang hidup atau mendapat harkat fathah, kasrah, dan dammah, transliterasinya adalah [t]
- Ta marbutah* yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah [h].

Kalau pada kata yang terakhir dengan *ta marbutah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al-* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *ta marbutah* itu ditransliterasikan dengan *ha (h)*.

Contoh:

رَوْضَةُ الْجَنَّةِ : *Raudah al-jannah* atau *Raudatul jannah*

الْمَدِينَةُ الْفَاضِلَةُ : *Al-madīnah al-fādilah* atau *Al-madīnatul fādilah*

الْحِكْمَةُ : *Al-hikmah*

5. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda tasydid (ّ), dalam transliterasi ini dilambangkan dengan perulangan huruf (konsonan ganda) yang diberi tanda syaddah. Contoh:

رَبَّنَا : *Rabbanā*

نَجَّيْنَا : *Najjainā*

الْحَقُّ : *Al-Haqq*

الْحَجُّ : *Al-Hajj*

نُعْمٌ : *Nu'ima*

عُدُوٌّ : *'Aduwwun*

Jika huruf ى bertasydid diakhir sebuah kata dan didahului oleh huruf kasrah (يَ), maka ia litransliterasi seperti huruf *maddah* (i).

Contoh:

عَرَبِيٌّ : 'Arabi (bukan 'Arabiyy atau 'Araby)

عَلِيٌّ : 'Ali (bukan 'Alyy atau 'Aly)

6. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf لا (*alif lam ma'rifah*). Dalam pedoman transliterasi ini, kata sandang ditransliterasikan

seperti biasa, *al-*, baik ketika ia diikuti oleh huruf *syamsiah* maupun huruf *qamariah*. Kata sandang tidak mengikuti bunyi huruf langsung yang mengikutinya. Kata sandang ditulis terpisah dari katayang mengikutinya dan dihubungkan dengan garis mendatar (-). Contoh:

Contoh:

الشَّمْسُ	:	<i>al-syamsu</i> (bukan <i>asy-syamsu</i>)
الزَّلْزَلَةُ	:	<i>al-zalzalalah</i> (bukan <i>az-zalzalalah</i>)
الْفَلْسَفَةُ	:	<i>al-falsafah</i>
الْبِلَادُ	:	<i>al-biladu</i>

7. Hamzah

Aturan transliterasi huruf hamzah menjadi apostrof (‘) hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan akhir kata. Namun bila hamzah terletak di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan arab ia berupa alif. Contoh:

تَأْمُرُونَ	:	<i>ta'muruna</i>
النَّوْءُ	:	<i>al-naun ' </i>
شَيْءٌ	:	<i>syai'un</i>
أُمِرْتُ	:	<i>umirtu</i>

8. Kata arab yang lazim digunakan dalam bahasa Indonesia

Kata, istilah atau kalimat Arab yang ditransliterasi adalah kata, istilah atau kalimat yang belum dibakukan dalam bahasa Indonesia. Kata, istilah atau kalimat yang sudah lazim dan menjadi bagian dari pembendaharaan bahasa Indonesia, tidak lagi ditulis menurut cara transliterasi di atas. Misalnya kata *Al-Qur'an* (dar *Qur'an*), *Sunnah*.

Namun bila kata-kata tersebut menjadi bagian dari satu rangkaian teks Arab maka mereka harus ditransliterasi secara utuh. Contoh:

Fi zilal al-qur'an

Al-sunnah qabl al-tadwin

Nasr Hamid Abu Zaid, ditulis menjadi Abu Zaid, Nasr Hamid (bukan: Zaid, Nasr Hamid Abu)

11. Singkatan

Beberapa singkatan yang di bakukan adalah:

Swt	=	<i>subhanahu wa ta 'ala</i>
Saw	=	<i>sallallahu 'alaihi wa sallam</i>
a.s	=	<i>'alaihi al-sallam</i>
H	=	Hijriah
M	=	Masehi
SM	=	Sebelum Masehi
l.	=	Lahir Tahun
w.	=	Wafat Tahun
QS../...: 4	=	QS al-Baqarah/2:187 atau QS Ibrahim/..., ayat 4
HR	=	Hadis Riwayat

Beberapa singkatan dalam bahasa Arab

ص	=	صفحة
دم	=	بدون مكان
صلعم	=	صلى الله عليه وسلم
ط	=	طبعة
دن	=	بدون ناشر
الخ	=	إلى آخرها/إلى آخره
ج	=	جزء

beberapa singkatan yang digunakan secara khusus dalam teks referensi perlu di jelaskan kepanjangannya, diantaranya sebagai berikut:

- ed. : editor (atau, eds. [kata dari editors] jika lebih dari satu orang editor). Karena dalam bahasa Indonesia kata "editor" berlaku baik untuk satu atau lebih editor, maka ia bisa saja tetap disingkat ed. (tanpa s).
- et al. :: "dan lain-lain" atau "dan kawan-kawan" (singkatan dari *et alia*). Ditulis dengan huruf miring. Alternatifnya, digunakan singkatan dkk. ("dan kawan-kawan") yang ditulis dengan huruf biasa/tegak.
- Cet. :: Cetakan. Keterangan frekuensi cetakan buku atau literatur sejenis.
- Terj :: Terjemahan (oleh). Singkatan ini juga untuk penulisan karta terjemahan yang tidak menyebutkan nama penerjemahnya
- Vol. Volume. Dipakai untuk menunjukkan jumlah jilid sebuah buku atau ensiklopedia dalam bahasa Inggris. Untuk buku-buku berbahasa Arab biasanya digunakan juz.
- No. Nomor. Digunakan untuk menunjukkan jumlah nomor karya ilmiah berkala seperti jurnal, majalah, dan sebagainya

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Bank syariah ialah salah satu jenis bank yang system operasionalnya berdasarkan prinsip bagi hasil, tidak mengandalkan pada bunga. Bank Islam atau Bank Syariah disebut dengan Bank tanpa bunga artinya lembaga keuangan yang pengoprasionalnya berdasarkan Al-Qur'an dan Hadist.¹ Pada Undang-Undang No.21 Tahun 2008 tentang perbankan syariah disebutkan, bahwa Bank Syariah adalah Bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah. Adapun Bank Syariah adalah lembaga keuangan yang mempunyai peran sebagai perantara (*Finansial Intermediary*), yaitu menghimpun dana dari masyarakat yang mengalami kelebihan (*Surplus*) dan menyalurkan kembali kepada masyarakat yang membutuhkan dana (*Deficit*).² Saat ini perkembangan Bank banyak mengalami perubahan, setiap bank dihadapkan dengan masalah terkait pengembangan, oleh karena itu bank perlu mengetahui pesaingnya, bank harus bisa merumuskan strategi pengembangan yang tepat. Bank juga harus terus membandingkan harga, produk dan promosi miliknya dengan milik pesaingnya. Dengan cara ini bank dapat menemukan keunggulan atau kekurangan yang ada.

Pengembangan perusahaan ditentukan dengan kemampuan membangun strategi. Karena strategi memaksa perusahaan untuk memandang masa depan dan berusaha membentuk masa depannya secara proaktif. Strategi membantu memberikan kesadaran tentang arah yang dituju perusahaan dan menjaga kesinambungannya.³ Setiap perusahaan harus menggunakan strategi untuk mengembangkan usahanya.

¹Muhamad, *Manajemen Dana Bank Syariah* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2014). H. 2

²Muhamad, *Manajemen Dana Bank Syariah*, (Yogyakarta: Ekonisia, 2014), H. 43

³AB Susanto, *Manajemen Strategik Komprehensif*, (Jakarta: Penerbit Erlangga, 2014).

Manajemen strategi merupakan sekumpulan tindakan dan keputusan yang dirancang untuk mencapai sasaran perusahaan. Dengan demikian manajemen strategi melibatkan pengambilan keputusan jangka panjang dan sedikit rumit serta berorientasi ke masa depan.⁴ Perencanaan strategi memiliki tiga tahapan utama. Fase pertama adalah menyelaraskan kepentingan organisasi dengan kepentingan para pemangku kepentingan (stakeholder), yaitu setiap pihak yang berkontribusi terkena dampak dari berbagai aktivitas yang dilakukan organisasi. Fase kedua adalah merumuskan atau memformulasikan apa strategi organisasi, yang dimulai dengan visi misi. Selanjutnya akan menerapkan sasaran strategi, yaitu hasil spesifik yang ingin dituju agar dapat mencapai visi misi yang telah dirancang. Fase ketiga menyusun rencana kemudian mengimplementasikan.

Pemasaran merupakan suatu proses pelaksanaan, perencanaan, promosi, penetapan harga, pelayanan, pendistribusian produk dan ide yang ditunjukkan untuk mewujudkan kepuasan antara konsumen dan perusahaan.⁵ Adapun tujuan pemasaran bank yaitu, menarik masyarakat untuk membeli produk yang ditawarkan bank, memaksimalkan kepuasan konsumen dengan berbagai pelayanan yang diinginkan oleh masyarakat memaksimalkan beraneka ragam produk dalam artian bank menyediakan berbagai jenis produk sehingga nasabah memiliki beraneka ragam pilihan.⁶ Pemasaran juga bertujuan menarik nasabah untuk membeli produk yang ditawarkan bank serta menjaga produk-produk bank agar tetap populer. Oleh karena itu bank dituntut untuk melakukan strategi, dan diperlukan penyusunan strategi yang

⁴M. Suyanto, *Strategic Management Global Most Admired Companies*, (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2013), h. 10.

⁵Donni Juni Priansa, *Komunikasi Pemasaran Terpadu Pada Era Media Sosial*, (Bandung: Pustaka setia 2017), 31.

⁶Kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: PT Raja Grafindo, 2015), 197.

tepat dalam mengembangkan suatu usaha agar sesuai dengan apa yang hendak dicapai. Salah satunya adalah melakukan proses pemasaran dengan tujuan untuk menarik minat masyarakat karena banyaknya persaingan. Pemasaran yang diimplementasikan harus memiliki strategi yang tepat, untuk menarik kalangan masyarakat menjadi nasabah, serta mempertahankan nasabah yang sudah ada sebelumnya. Proses penyusunan strategi sangat dibutuhkan karena merupakan perencanaan jangka panjang. Konsep strategi berkembang mulai alat untuk mencapai tujuan kemudian berkembang menjadi alat untuk menciptakan keunggulan bersaing.⁷ Dengan demikian strategi bisnisnya dapat dilihat dari usaha yang dilakukan pada perusahaan tersebut apakah berhasil atau gagal dalam menjalankannya.

Strategi pengembangan memiliki peran yang sangat penting untuk mencapai keberhasilan usaha.⁸ Dalam melakukan pengembangan usaha seperti pemasaran, bank memiliki beberapa sasaran yang hendak dicapai. Artinya, nilai penting pemasaran bank terletak dari tujuan yang ingin dicapai tersebut seperti dalam hal meningkatkan mutu pelayanan dan menyediakan ragam produk yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan nasabah serta lingkungan pemasaran yang mempengaruhinya memudahkan bank untuk melakukan strategi guna merebut hati masyarakat dan nasabah. Strategi yang dilakukan meliputi penentuan strategi produk, harga, lokasi, promosi, orang, bukti fisik dan proses. Strategi ini kita kenal dengan nama bauran pemasaran (marketing mix). Bauran pemasaran adalah kegiatan pemasaran yang terpadu saling menunjang satu sama lain, keberhasilan perusahaan dibidang

⁷Freddy Rangkuti, Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2016), h. 12.

⁸Afnan I. Abbas, Strategi Pemasaran, Vol. 8 No 1.2019, 55.

pemasaran didukung oleh keberhasilan dalam memilih produk yang tepat, harga yang layak, dan promosi yang efektif.⁹

Bisnis adalah sebuah aktivitas yang mengarah pada peningkatan nilai tambah untuk membangun keunggulan dalam persaingan untuk memenuhi dan mencapai tujuan usaha. Minat adalah perasaan mendorong seseorang untuk melakukan suatu kegiatan atau dorongan yang melatarbelakangi seseorang melakukan sesuatu. Pelopor Bank Syariah di Indonesia sendiri adalah BMI (Bank Muamalat Indonesia) yang mulai beroperasi pada tanggal 1 Mei 1992. Bank Muamalat Indonesia merupakan Bank umum pertama di Indonesia yang menjalankan operasionalnya dengan menerapkan prinsip syariah. Bank sebagai lembaga keuangan perlu mempromosikan produk yang ditawarkan oleh Bank kepada masyarakat. Hal ini dilakukan supaya masyarakat memahami, mengetahui, dan memiliki minat untuk menggunakan produk yang ditawarkan oleh Bank sesuai dengan keinginan dan kebutuhan nasabah atau konsumen, agar dapat meningkatkan target tercapainya usaha yang dijalankan.

Produk yang ditawarkan oleh bank, baik produk terbaru maupun produk lama yang dikembangkan. Diantara bank yang menawarkan produk tersebut banyak berhasil dalam merebut minat masyarakat, namun tidak sedikit produk yang tidak sukses dipasaran¹⁰. Dari pengalaman penulis yang diperoleh selama menjalani proses praktik pengalaman lapangan (PPL) di Bank Muamalat Kantor Cabang Parepare dari berbagai produk tabungan yang tersedia di Bank Muamalat Kantor Cabang Parepare tabungan IB Hijrah Haji merupakan salah satu produk unggul yang ada. Oleh karena itu agar dapat bertahan dan terus berkembang serta menang dalam persaingan, tentu

⁹Nur Asnawi & Muhammad Asnan Fanani, Pemasaran Syari'ah Teori, Filosof & Isu-isu Kontemporer, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2017), 161

¹⁰www.bankmuamalat.co.id. Pada 12 September 2020

saja Bank Muamalat Kantor Cabang Parepare mempunyai strategi yang berbeda dengan yang lain . Strategi itulah yang bertujuan sebagai arus informasi yang diberikan kepada nasabah terhadap produk yang ditawarkan sehingga dapat tertarik dan menumbuhkan rasa kepuasan dan kepercayaan nasabah.

Tabel 1.1 Target Nasabah Produk Tabungan IB Hijrah Haji

TARGET	
BULANAN	TAHUNAN
50 Nasabah	600 Nasabah

Sumber : *Wawancara Costumer Service Bank Muamalat KCP Parepare*

Data diatas selama 4 tahun terakhir, target nasabah yang ditetapkan Bank Muamalat KCP Parepare terhadap produk tabungan IB Hijrah Haji lumayan tinggi,dimana selama perbulan ditargetkan sebanyak 50 nasabah dan pertahunnya ditargetkan sebanyak 600 nasabah.

Penelitian dengan tema yang hampir sama telah dilakukan, misalnya penelitian yang dilakukan oleh Panji Wijaya & Mokh.Adib Sultan (2019) yang menyebutkan bahwa untuk mengetahui bagaimana rancangan strategi Business Model Canvas yang tepat untuk Distro Blackjack dalam menghadapi persaingan usaha, Distro Blackjack perlu menambah beberapa aspek bisnis dalam

mengembangkan usahanya kedepan seperti, menambah kuantiti penjualan produk, lebih inovasi lagi dalam design produk, menentukan mitra usaha, pengembangan kualitas SDM, memperbanyak jualan offline dengan mengikuti event, bazaar, pengaturan pengeluaran, dan penambahan segmentasi pasar. Lalu penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Afridhal (2017) yang menyebutkan bahwa alternatif strategi yang dapat diterapkan dalam mengembangkan usaha adalah adalah perbaikan sarana dan prasarana produksi dan sumber daya manusia. Penelitian yang dilakukan oleh Ahmad Faisal Musthofa (2023) yang menyebutkan bahwa strategi yang digunakan pedagang kaki lima di alun-alun Bondowoso agar usaha tetap berkembang yaitu menngutamakan kualitas baik barang, jasa, tempat, serta pelayanan kepada konsumen. Beberapa penelitian di atas dapat diperoleh bahwa setiap perusahaan memiliki strategi yang mempunyai konsep serta kesuksesan yang berbeda-beda untuk mengembangkan usaha. Berdasarkan latar belakang dan pemaparan diatas, penulis akan melakukan penelitian dan menjadikan skripsi dengan judul “Strategi Pengembangan Usaha dalam Meningkatkan Capaian Produk IB Hijrah Haji di Bank Muamalat KCP Parepare.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah di jelaskan di atas, maka rumusan masalah penelitian ini sebagai berikut :

1. Bagaimana pencapaian produk IB Hijrah Haji di Bank Muamalat KCP Parepare?
2. Faktor apa saja yang mempengaruhi capaian produk IB Hijrah Haji di Bank Muamalat KCP Parepare?

3. Strategi apa yang dapat di terapkan untuk meningkatkan capaian produk IB Hijrah Haji di Bank Muamalat KCP Parepare?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian merupakan jawaban atau sasaran yang ingin dicapai penulis dalam sebuah penelitian. Oleh sebab itu, berdasarkan rumusan masalah diatas, tujuan penelitian adalah :

1. Mengetahui pencapaian produk tabungan IB Hijrah Haji di Bank Muamalat KCP Parepare.
2. Mengetahui faktor yang mempengaruhi capaian produk IB Hijrah Haji di Bank Muamalat KCP Parepare.
3. Mengetahui strategi yang dapat diterapkan untuk meningkatkan capaian produk IB Hijrah Haji di Bank Muamalat KCP Parepare.

D. Kegunaan Penelitian

Kegunaan yang akan dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Kegunaan Teoritis
 - a. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan informasi ilmiah terkait dengan strategi pengembangan dalam meningkatkan capaian produk ib hijrah haji, sehingga dapat menjadi rujukan jika nantinya ada yang melakukan penelitian yang sama.
 - b. Memperluas dan menambah wawasan khususnya yang berkaitan dengan Ilmu Perbankan Syariah.
2. Kegunaan Praktis
 - a. Bagi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, yaitu diharapkan bisa digunakan sebagai sumber pembelajaran pada materi strategi pengembangan usaha dalam meningkatkan capaian produk tabungan ib hijrah haji.

- b. Bagi akademik, sebagai informasi bahwa tabungan haji merupakan simpanan yang dikhususkan untuk masyarakat yang ingin menjalankan rukun Islam yang ke lima serta dibantu untuk memperoleh daftar tunggu haji.
- c. Bagi peneliti sendiri, penelitian ini bermanfaat sebagai proses dalam menambah pemahaman ilmiah dalam disiplin ilmu yang digeluti dan sebagai syarat menyelesaikan perkuliahan program Sarjana Strata Satu (S1) dan sebagai syarat memenuhi gelar Sarjana Ekonomi Syariah (S.E) pada prodi Ekonomi dan Bisnis Islam fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Parepare (IAIN).



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Penelitian Relevan

Penelitian relevan menjadi referensi yang digunakan peneliti sebagai subjek pembeda dan perbandingan dengan penelitian terdahulu. Kegunaan penelitian relevan menunjang masalah yang berkaitan dengan objek penelitian. Dalam penelitian ini, ada tiga penelitian terdahulu yang dijelaskan pada pembahasan ini :

1. Penelitian yang dilakukan oleh Panji Wijaya & Mokh. Adib Sultan (2019) yang berjudul “Formulasi Perancangan Strategi Pengembangan Usaha Menggunakan Analisis SWOT dan Business Model Canvas” . Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Business Model Canvas dari Distro Blackjack, untuk mengevaluasi Distro Blackjack dengan menganalisis Strengths, Weakness, Opportunities, dan Threats serta untuk mengetahui strategi usaha yang tepat dalam mengembangkan usaha Distro Blackjack di Indonesia Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Distro Blackjack sudah memiliki semua elemen Business Model Canvas yang menjadi acuan berjalannya usaha, tetapi masih ada yang perlu diperbaiki atau dikembangkan lagi dari Sembilan elemen yang dimiliki Distro Blackjack terdapat Strengths, Weakness, Opportunities, dan Threats dari setiap elemen yang ada pada business model canvas tersebut. Distro Blackjack perlu menambah beberapa aspek bisnis dalam mengembangkan usahanya kedepan seperti, menambah kuantiti penjualan produk, lebih inovasi lagi dalam design produk, menentukan mitra usaha, pengembangan kualitas SDM, memperbanyak jualan offline dengan mengikuti event, bazaar, pengaturan pengeluaran, dan penambahan segmentasi pasar. Persamaan dari penelitian ini yaitu Kedua penelitian menggunakan analisis terhadap kekuatan (strengths), kelemahan (weaknesses), peluang (opportunities), dan ancaman (threats) untuk

mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi pencapaian target usaha atau produk. Selain itu, keduanya menyoroti pentingnya strategi pengembangan dalam meningkatkan kinerja. Penelitian pada Distro Blackjack menekankan pengembangan desain, pemasaran, dan sumber daya manusia, sedangkan penelitian pada Bank Muamalat fokus pada pengembangan produk, pelayanan, SDM, dan pasar. Kedua penelitian juga mengidentifikasi adanya faktor pendukung dan penghambat yang memengaruhi keberhasilan, serta memberikan rekomendasi konkret untuk perbaikan seperti inovasi produk, peningkatan kualitas pelayanan, dan kerja sama strategis. Perbedaan kedua penelitian ini adalah Objek penelitian pada Distro Blackjack berfokus pada usaha di sektor fashion, sedangkan penelitian Bank Muamalat menitikberatkan pada produk perbankan syariah, yaitu IB Hijrah Haji. Dari segi ruang lingkup, Distro Blackjack lebih menyoroti aspek internal bisnis seperti inovasi desain, pengaturan pengeluaran, dan segmentasi pasar, sementara Bank Muamalat mencakup faktor internal seperti pelayanan, SDM, dan teknologi, serta faktor eksternal seperti kesadaran masyarakat, persaingan, dan regulasi. Jenis strategi pengembangan yang disarankan juga berbeda; Distro Blackjack menekankan inovasi produk dan pemasaran offline melalui event atau bazar, sementara Bank Muamalat lebih fokus pada pengembangan pasar, kualitas pelayanan, dan kerja sama dengan pihak ketiga. Dari sisi capaian, penelitian Distro Blackjack tidak membahas target spesifik secara kuantitatif, sedangkan penelitian Bank Muamalat mencatat bahwa meskipun produk IB Hijrah Haji menarik banyak nasabah, pencapaiannya belum memenuhi target perusahaan.¹¹

2. Penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Afridhal (2017) yang berjudul “Strategi Pengembangan Usaha Roti Tanjong di Kecamatan Samalanga Kabupaten Bireuen” . Tujuan penelitian ini yaitu untuk merumuskan strategi

¹¹ Panji Wijaya & Mokh. Adib Sultan, "Formulasi Perancangan Strategi Pengembangan Usaha Menggunakan Analisis SWOT dan Business Model Canvas," Jurnal Ilmu Manajemen & Bisnis Vol 10, No.2 (2019)

yang tepat dalam pengembangan usaha, Roti Tanjong di kecamatan Samalanga Kabupaten Bireuen. Penelitian ini menggunakan metode analisis data menggunakan analisis SWOT dan analisis Matriks SWOT. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa alternatif strategi yang dapat diterapkan dalam mengembangkan usaha adalah perbaikan sarana dan prasarana produksi dan sumber daya manusia, sedangkan prioritas strategi yang dapat diterapkan dalam mengembangkan industri rumah tangga roti tanjong di Kecamatan Samalanga Kabupaten Bireuen berdasarkan analisis matriks QSP didapatkan hasil bahwa perbaikan sarana dan prasarana produksi, dan sumber daya manusia serta penanaman modal swasta akan berhasil dengan adanya dukungan dari pemerintah. Persamaan dari penelitian ini yaitu Kedua penelitian ini mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi pencapaian tujuan yang telah ditetapkan. Pada penelitian pertama, faktor-faktor yang mempengaruhi perkembangan industri rumah tangga roti Tanjong meliputi perbaikan sarana dan prasarana produksi serta kualitas sumber daya manusia. Demikian pula, pada penelitian kedua, faktor-faktor yang mempengaruhi pencapaian produk IB Hijrah Haji melibatkan kualitas pelayanan, kepuasan nasabah, dan kerja sama dengan pihak ketiga. Keduanya juga menyarankan penerapan strategi untuk mengatasi tantangan yang dihadapi, baik itu strategi pengembangan produk, sumber daya manusia, atau peningkatan kualitas. Perbedaan kedua penelitian terletak pada konteks dan sektor yang diteliti. Penelitian pertama berfokus pada pengembangan industri rumah tangga roti di sektor produksi lokal dengan perhatian pada sarana dan prasarana, serta dukungan pemerintah dan modal swasta. Sedangkan penelitian kedua berfokus pada layanan perbankan dengan produk IB Hijrah Haji, yang mencakup faktor eksternal seperti persaingan industri dan keterbatasan teknologi. Selain itu, strategi yang diterapkan pada masing-masing penelitian juga berbeda, di mana penelitian pertama menekankan pada perbaikan produksi dan investasi, sedangkan penelitian

kedua lebih berfokus pada kualitas pelayanan, sumber daya manusia, dan pengembangan pasar untuk meningkatkan capaian produk.¹²

3. Penelitian milik Ahmad Faisal Mustofa (2023) yang berjudul “Strategi Pengembangan Bisnis Dalam Meningkatkan Pendapatan Pedagang Kaki Lima di Alun-Alun Bondowoso”. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis strategi bisnis yang diterapkan oleh pedagang kaki lima di Alun-Alun Bondowoso, serta mengidentifikasi faktor-faktor yang menghambat pengembangan bisnis mereka, dan merumuskan strategi pengembangan bisnis untuk meningkatkan pendapatan. Penelitian ini menggunakan metode Metode yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif . Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa (1) Strategi yang digunakan oleh pedagang kaki lima di Alun-alun Bondowoso yaitu kebanyakan mengutamakan kualitas, baik barang, rasa, tempat serta pelayanan kepada konsumennya. Sedangkan dalam segi harga yang dijual oleh penjual masih bisa dijangkau oleh masyarakat dikarenakan sebagian besar masyarakat Bondowoso mempunyai penghasilan menengah kebawah. (2) Faktor penghambat Pedagang Kaki Lima yaitu sebagian besar Pedagang Kaki Lima di Alun-alun Bondowoso mengatakan untuk faktor pengambatnya adalah faktor cuaca yang tidak bisa diprediksi. (3) Strategi pengembangan yang digunakan oleh Pedagang Kaki Lima di Alun-alun Bondowoso yaitu: Menjual produk terbaru yang banyak diminati oleh masyarakat dan memanfaatkan lokasi Alun-alun. Persamaan Kedua penelitian ini memiliki fokus pada analisis strategi pengembangan usaha dan faktor-faktor yang mempengaruhi pencapaian tujuan. Pada penelitian pertama, fokusnya adalah pada pengembangan produk IB Hijrah Haji di Bank Muamalat KCP Parepare, sedangkan pada penelitian kedua, fokusnya adalah pada

¹² Muhammad Afridhal, "Strategi Pengembangan Usaha Roti Tanjong di Kecamatan Samalanga Kabupaten Bireuen", Jurnal S.Pertanian, Vol 1, No.3(2017)

pengembangan usaha pedagang kaki lima di Alun-Alun Bondowoso. Kedua penelitian juga mencakup identifikasi faktor-faktor penunjang dan penghambat dalam pencapaian tujuan, serta merumuskan strategi untuk meningkatkan hasil yang diperoleh. Analisis data dilakukan melalui wawancara dengan informan kunci, dan keduanya menggunakan teknik triangulasi untuk memastikan kredibilitas data. Perbedaan kedua penelitian ini terletak pada konteks dan sektor usaha yang diteliti. Penelitian pertama berfokus pada sektor perbankan dengan produk syariah (IB Hijrah Haji), sedangkan penelitian kedua berfokus pada usaha perdagangan kaki lima. Faktor-faktor yang mempengaruhi pencapaian juga berbeda, di mana penelitian pertama menyoroti faktor-faktor seperti kualitas pelayanan, sosialisasi, dan kerjasama dengan pihak ketiga, sementara penelitian kedua lebih menekankan faktor cuaca sebagai hambatan utama. Dalam hal strategi, penelitian pertama mencakup pengembangan produk, pelayanan, sumber daya manusia, dan pasar, sedangkan penelitian kedua menyoroti penjualan produk terbaru dan pemanfaatan lokasi sebagai strategi pengembangan.¹³

B. Tinjauan Teoretis

1. Strategi

Menurut kamus besar bahasa Indonesia, strategi adalah ilmu dan seni menggunakan semua sumber daya bangsa untuk melaksanakan kebijaksanaan tertentu dalam perang dan damai.¹⁴ Strategi adalah pusat dan inti yang khas dari manajemen strategik. Strategi mengacu pada perumusan tugas, tujuan, dan sasaran organisasi, strategi kebijakan dan sasaran organisasi.

Strategi berasal dari bahasa Yunani *strategos* yang berarti jenderal. Oleh karena itu kata strategi secara harfiah berarti “Seni dan Jenderal”. Kata ini

¹³ Ahmad Faisal Mustofa, "Strategi Pengembangan Bisnis Dalam Meningkatkan Pendapatan Pedagang Kaki Lima di Alun-Alun Bondowoso", Skripsi UIN Jawa Timur Jember, 2023

¹⁴ Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Keempat (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2008).

mengacu pada apa yang merupakan perhatian utama manajemen puncak organisasi. Secara khusus, strategi adalah penempatan misi perusahaan, penempatan sasaran organisasi dengan mengikat kekuatan eksternal dan internal, perumusan kebijakan dan strategi tertentu mencapai sasaran dan memastikan implementasinya secara tepat, sehingga tujuan sasaran dan memastikan implementasinya secara tepat, sehingga tujuan dan sasaran utama organisasi akan tercapai.¹⁵

Strategi adalah pendekatan secara keseluruhan yang berkaitan dengan gagasan, perencanaan, dan eksekusi, sebuah aktivitas dalam kurun waktu tertentu. Di dalam strategi yang baik terdapat koordinasi tim kerja, memiliki tema mengidentifikasi faktor pendukungnya sesuai dengan prinsip-prinsip pelaksanaan gagasan secara rasional, efisiensi dalam pendanaan dan memiliki taktik untuk mencapai tujuan secara efektif.¹⁶

Strategi menunjukkan arahan umum yang hendak ditempuh oleh organisasi untuk mencapai tujuannya. Strategi ini merupakan rencana besar dan rencana penting. Setiap organisasi yang dikelola secara baik memiliki strategi, walaupun tidak dinyatakan secara eksplisit. Mengenai definisi strategi berikut beberapa definisi strategi menurut para ahli:

Menurut Kenneth Andrew strategi adalah pola sasaran, maksud atau tujuan kebijakan serta rencana. Rencana penting untuk mencapai tujuan itu yang dinyatakan dengan cara seperti menetapkan bisnis yang dianut dan jenis organisasi tersebut.¹⁷ Sedangkan menurut Buzzel dan Gale strategi adalah kebijakan dan keputusan kunci yang digunakan untuk manajemen, yang memiliki dampak besar pada kinerja keuangan. Kebijakan dan keputusan ini

¹⁵ Syafi'I Antonio, *Bank Syariah Dan Teori Praktek*, Cet.1 (Jakarta: Gemalnsani, 2011).

¹⁶ Fandi Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, Cet.II (Yogyakarta: Andi, 2002).

¹⁷ Mudrajad Kuncoro, *Strategi Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif* (Jakarta: Erlangga, 2005).

biasanya melibatkan sumber daya yang penting dan tidak dapat diganti dengan mudah.¹⁸ Menurut Grif fin strategi adalah suatu rencana permainan untuk mencapai tujuan organisasi.¹⁹

Strategi adalah rencana tentang bagaimana organisasi tersebut akan menang bersaing, dan bagaimana organisasi akan menarik serta memuaskan para pelanggannya untuk mencapai tujuan.

Dari beberapa penjelasan diatas, maka yang dimaksud dengan strategi yaitu suatu rencana atau teknik yang dilaksanakan perusahaan, tentang bagaimana mencapai tujuan yang telah ditentukan.

2. Strategi Pengembangan Usaha

a. Pengertian Strategi Pengembangan Usaha

Strategi adalah penetapan sasaran dan tujuan jangka panjang suatu perusahaan dan arah tindakan serta sumber daya diperlakukan untuk mencapai sasaran dan tujuan itu²⁰. Pengembangan adalah upaya terstruktur oleh organisasi yang digunakan untuk meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan kemampuan karyawannya. Usaha adalah pengejaran terus menerus dari kegiatan yang bertujuan untuk menghasilkan keuntungan. Dari uraian di atas dapat diketahui bahwa strategi pengembangan usaha adalah suatu cara atau proses yang menggerakkan pikiran, tenaga, dan tubuh untuk mengembangkan usaha, meningkatkan kualitas dan kuantitas produksi dari kegiatan ekonomi, serta meningkatkan lapangan pekerjaan saat ini dan yang akan

¹⁸ Agustinus Sri Wahyuni, *Manajemen Strategi* (Jakarta: Binarupa Aksara, 2013).

¹⁹ Ernie Trisnawati Sule and Kurniawan Saefullah, *Pengantar Manajemen* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2005).

²⁰ Pandji Anoraga, *Manajemen Bisnis*, (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2013), 339

datang.²¹ Menurut Hughes dan Kapoor bahwa perkembangan usaha ialah suatu kegiatan usaha individu yang terorganisasi untuk menghasilkan dan menjual barang dan jasa dengan tujuan mendapat keuntungan.

b. Strategi Pengembangan Usaha

Strategi pengembangan usaha meliputi :

1) Pengembangan Produk

Pengembangan produk bertujuan untuk meningkatkan penjualan dengan meningkatkan kualitas produk yang ada atau pengembangan produk. Perusahaan menjalankan strategi pengembangan produk dengan memodifikasi produk yang sudah ada atau membuat produk baru yang berhubungan dengan produk saat ini. Oleh karena itu dengan memodifikasi produk yang sudah ada atau membuat produk baru, dapat dipasarkan kepada pelanggan yang sudah ada melalui saluran pemasaran yang sudah dijalankan. Strategi ini dilaksanakan dengan tujuan untuk memuaskan pelanggan.

2) Pengembangan Kualitas Pelayanan

Pelayanan yang berkualitas akan mampu menarik minat seseorang untuk menggunakan produk yang ditawarkan oleh bank, namun jika pelayanan yang diberikan kurang efektif, cenderung akan membuat seseorang merasa kurang puas. Dengan maraknya persaingan saat ini, bank yang menjadi pilihan masyarakat adalah yang memiliki servis yang baik dan kenyamanan yang tinggi.

²¹John A. Pearce II, Manajemen strategik, (Jakarta: Salemba Empat, 2014), 7

3) Pengembangan SDM

Pengembangan SDM dalam arti karyawan semakin berkualitas tentunya akan semakin meningkatkan kinerja perusahaan yang bersangkutan. Maka dapat dikatakan bahwa pengembangan SDM adalah proses yang dilakukan oleh sebuah perusahaan dalam meningkatkan kualitas karyawannya.²²Faktor sumber daya manusia (SDM) menjadi modal yang penting untuk mengembangkan dan memajukan suatu organisasi. Oleh karena itu, pengembangan kualitas SDM yang baik bermanfaat untuk mewujudkan visi, misi, dan tujuan organisasi. Pengembangan kualitas Sumber Daya Manusia dijalankan suatu perusahaan untuk meningkatkan dan melatih kemampuan teoritis, teknis, konseptual serta moral karyawan sesuai dengan kebutuhan pekerjaan atau jabatan melalui pendidikan dan pelatihan.²³

4) Pengembangan Pasar

Pengembangan pasar adalah pengenalan produk atau jasa saat ini ke wilayah baru. fokus dari strategi ini adalah pada pemasaran produk yang saat ini dijalankan dengan pertimbangan telah dimilikinya keahlian dan keterampilan dalam pengoperasian baik untuk pelanggan yang ada, maupun untuk pelanggan baru.²⁴Dalam pengembangan pasar yang dijadikan sebagai

²²Sedarmayanti, Manajemen Sumber Daya Manusia, Reformasi Birokrasi dan Manajemen Pegawai Negeri Sipil, Bandung, Refika Aditama, 2011, Hlm. 181.

²³Malayu S.P. Hasibuan, Manajemen Sumber Daya Manusia, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2009), 79

²⁴Freddy Rangkuti, Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication (Jakarta: PT Gramedia pustaka utama, 2009), 14.

alat pemasaran taktis untuk menghasilkan respon yang diinginkan dalam pasar sasaran diantaranya:

a) Strategi Produk

Produk adalah sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk memenuhi kebutuhan. Strategi produk merupakan penyediaan produk dan penetapan cara yang tepat untuk pasar yang dituju, yang dapat dilakukan dengan menyempurnakan produk atau memodifikasi produk yang memiliki tujuan untuk memuaskan pelanggan dan sekaligus dapat meningkatkan keuntungan suatu usaha dalam jangka waktu panjang. Dalam situasi persaingan yang sangat ketat, perusahaan tidak hanya hanya mengandalkan produk yang ada tanpa upaya pengembangan khusus. Strategi produk merupakan faktor yang paling penting karena dapat mempengaruhi strategi pemasaran lainnya.²⁵

b) Strategi Harga

Harga adalah elemen penting dari strategi pemasaran dan harus selalu dilihat dalam konteks strategi pemasaran. Salah satu keputusan tersulit yang dihadapi bisnis adalah penetapan harga. Harga yang wajar adalah harga yang sepadan dengan kualitas produk dan merupakan harga yang memuaskan pelanggan, namun saat kondisi mendukung untuk menaikkan atau menurunkan harga sesuai dengan pangsa pasar maka perubahan harga juga harus dilakukan.

²⁵Kasmir dan Jakfar, *Studi Kelayakan Bisnis*, (Jakarta: Kencana Prenada Media, 2016), 32.

c) Strategi Promosi

Strategi promosi adalah aktivitas yang dilakukan dengan memberikan informasi tentang barang atau produk yang bertujuan untuk menambah nilai suatu barang atau produk. Informasi yang disampaikan berupa jenis produk, harga, dan yang lainnya dapat membuat pelanggan mengerti tentang kebutuhan dan keinginannya dan akan berpengaruh terhadap keputusan pembelian, sehingga terjadi pertukaran yang memuaskan. Selain keuntungan promosi dalam hal memperkenalkan produk, penting juga untuk menjaga selera konsumen terhadap produk.²⁶

d) Strategi Distribusi

Distribusi adalah aktifitas membagikan atau mengirimkan kepada orang atau beberapa tempat.⁸ Strategi distribusi adalah aktifitas penyaluran atau menyampaikan produk atau jasa ke konsumen pada waktu yang tepat. Strategi distribusi memiliki peran penting bagi sebuah usaha yang menentukan bagaimana untuk mencapai target pasar atau pelanggan serta bagaimana untuk melaksanakan fungsi-fungsi distribusi dalam usaha yang berbeda-beda.

3. Fungsi Strategi Bank

Strategi dalam bank bertujuan untuk mencari menciptakan kondisi paling menguntungkan untuk penjual produk. Secara umum, sebuah strategi memiliki komponen-komponen strategi yang dipertimbangkan dalam menentukan strategi yang akan dilaksanakan yaitu:

²⁶Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, Manajemen Pemasaran, (Jakarta: PT Indeks, 2007), 23-24

- a. Kompetensi yang berbeda, Kompetensi yang berbeda adalah suatu yang dimiliki oleh perusahaan dimana perusahaan melakukan dengan baik dibandingkan dengan perusahaan lainnya,
- b. Ruang lingkup, Ruang lingkup adalah lingkungan dimana organisasi atau perusahaan tersebut beraktivitas, lokal, regional, dan internasional merupakan salah satu contoh ruang lingkup dari kegiatan organisasi.²⁷

4. Minat

Minat adalah konsumen terangsang untuk mencari informasi mengenai inovasi terhadap barang dan jasa.²⁸ Minat sebagai aspek kejiwaan bukan hanya mewarnai perilaku seseorang untuk melakukan aktivitas yang menyebabkan seseorang merasa tertarik kepada sesuatu.²⁹ Minat dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia diartikan sebagai sebuah kecenderungan hati yang tinggi terhadap suatu gairah atau keinginan.³⁰ Minat adalah suatu perangkat internal yang terdiri dari suatu campuran perasaan, harapan, pendirian, prasangka, rasa takut atau kecenderungan-kecenderungan lain yang mengarahkan individu kepada suatu pilihan tertentu.³¹

Slameto mengatakan bahwa suatu minat dapat diekspresikan melalui suatu pernyataan yang menunjukkan bahwa lebih menyukai suatu hal dari pada hal lainnya, dapat pula dimanifestasikan melalui partisipasi dalam suatu aktivitas. Memiliki minat terhadap suatu subjek tertentu akan cenderung untuk memberikan

²⁷Ernie Trisnawati dan Kurniawan Saefullah, *Pengantar Manajemen Edisi I, Cet 2* (Jakarta: Kencana, 2006).

²⁸Philip Kotler Dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: PT. Macanan Jaya Cemerlan, 2015), 357.

²⁹Depatemen, Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2013) CET III, 67

³⁰Hasan Alwi, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Edisi Ketu (Jakarta: Balai Pustaka, 2016).

³¹Abdul Rachman Saleh dan Muhib Abdul Wahab, *Psikologi Suatu Pengantar (Dalam Perspektif Islam)* (Jakarta: Prenada Media, 2004).

perhatian yang lebih besar terhadap subjek tertentu.³² Sedangkan menurut Sumadi Suryabrata definisi minat merupakan suatu rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktivitas tanpa ada yang menyuruh. Minat pada dasarnya adalah penerimaan akan suatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu hal diluar dirinya. Semakin kuat atau dekat hubungan tersebut semakin besar minatnya.³³ Berdasarkan pengertian minat diatas maka dapat dikatakan bahwa minat adalah kecenderungan keinginan yang dirasakan seseorang terhadap suatu barang, yang kemudian menimbulkan perasaan tertarik terhadap barang tersebut sehingga menimbulkan rasa ingin memiliki.

Nasabah adalah orang yang bisa berhubungan langsung dengan bank atau menjadi pelanggan bank (dalam hal keuangan).³⁴ Pelanggan atau konsumen merupakan aset atau kekayaan utama perusahaan karena tanpa konsumen, pelanggan tidak berarti apaapa bahkan ada istilah yang mengatakan “Pelanggan adalah Raja” yang semua kebutuhan dan keinginan pelanggannya atau nasabahnya harus dipenuhi. Maka minat nasabah adalah kecenderungan seorang sehingga tertarik untuk melakukan aktivitas barang dan jasa pada perbankan. Minat juga didefinisikan sebagai perpaduan antara keinginan dan kemauan yang dapat berkembang³⁵. Minat merupakan salah satu faktor yang cukup penting dalam mempengaruhi preferensi nasabah dalam menabung. Terdapat tiga batasan minat yakni pertama, suatu sikap yang dapat mengikat perhatian seseorang ke arah objek tertentu secara selektif. Kedua, suatu perasaan bahwa aktivitas dan kegemaran

³²Slameto, *Belajar dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi*, Cet. 6 (Jakarta: Rineka Cipta, 2013).

³³Sumadi Suryabrata, *Psikologi Pendidikan* (Jakarta: PT Grafindo Perkasa Rajawali, 2010).

³⁴Hasan Alwi, *Kamus Umum Bahasa Indonesia Edisi Ketiga*, 795.

³⁵Djali, *Psikologi Pendidikan* (Jakarta: Bumi Aksara, 2013), 121

terhadap objek tertentu sangat berharga bagi individu. Ketiga, sebagai bagian dari motivasi atau kesiapan yang membawa tingkah laku ke suatu arah atau tujuan tertentu.

Minat merupakan salah satu aspek psikologis yang mempunyai pengaruh cukup besar terhadap sikap perilaku dan minat juga merupakan sumber motivasi yang akan mengarahkan seseorang dalam melakukan apa yang mereka lakukan. Menurut Gunarso mengartikan bahwa minat adalah sesuatu yang pribadi dan berhubungan dengan sikap, individu yang berminat terhadap suatu obyek akan mempunyai kekuatan atau dorongan untuk melakukan serangkaian tingkah laku untuk mendekati atau mendapatkan objek tersebut.³⁶ Minat secara umum dapat diartikan sebagai rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktivitas, tanpa ada yang menyuruh. Minat juga pada dasarnya adalah penerimaan akan suatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu diluar diri. Semakin kuat atau dekat hubungan tersebut, semakin besar minat.³⁷ Minat merupakan suatu kemauan. Minat menimbulkan rasa senang terhadap suatu objek dan mempunyai rasa ingin memiliki objek tersebut agar kepuasan dapat tercapai. Seseorang yang berminat terhadap sesuatu yang diminati itu sama sekali tidak akan menghiraukan sesuatu yang lain. Dengan demikian minat dapat diartikan sebagai kecenderungan sifat yang terorganisir berdasarkan dari pengalaman seseorang, yang mendorong seseorang atau individu untuk mencari keterangan atau fakta-fakta dari sebuah

³⁶Gersom Hendarsono & Sugiono Sugiharto, "Analisa Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Cafe Buntos 99 Sidoarjo", *Jurnal of Manajemen Pemasaran*, Vol 1, No 2 (2013), 3.

³⁷Slameto, *Belajar dan Faktor-faktor yang Mempengaruhi*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2013), 180.

objek, aktivitas atau kegiatan, pemahaman, skill, tujuan perhatian atau murni ingin mahir dalam hal tertentu.³⁸

Minat merupakan faktor yang berasal dari dalam diri manusia dan berfungsi sebagai pendorong dalam berbuat sesuatu yang akan terlihat pada indikator “rasa senang, memberi perhatian, dan berperan serta dalam kegiatan/kemauan. Minat seseorang yang satu dengan yang lain tidaklah sama, minat dapat dikelompokkan menjadi beberapa macam, yaitu Berdasarkan timbulnya minat.³⁹

Berdasarkan timbulnya, minat dibagi menjadi dua, yaitu:

- a. Minat Primitif atau minat biologis, yaitu minat yang muncul karena adanya dorongan untuk memenuhi kebutuhan biologis atau jaringan-jaringan tubuh. Contohnya minat individu pada sesuatu hal untuk mempertahankan hidup seperti kebutuhan makanan, kenyamanan, kebebasan beraktivitas dan seks.
- b. Minat Kulturil atau minat sosial, merupakan minat yang timbul karena proses atau yang didapat dari lingkungan sekitarnya, tidak secara langsung berhubungan dengan diri individu. Manusia sebagai makhluk sosial tidak dapat memenuhi kebutuhannya sendiri, manusia selalu membutuhkan bantuan dari orang lain, sehingga individu memiliki minat untuk melakukan kegiatan, komunikasi dan berinteraksi dengan lingkungan sekitar. Contohnya minat untuk memiliki mobil, kekayaan, rumah mewah.

³⁸Syaiful Bahri Djamarah, Psikologi Belajar, (Jakarta:Rineka Cipta , 2011), 75

³⁹Muhbib Abdul Wahan, Psikologi suatu Pengantar (dalam Perspektif Islam), (Jakarta: Kencana, 2014), 265.

5. Produk

a. Pengertian Produk

Produk adalah segala sesuatu baik yang bersifat fisik maupun non fisik yang dapat ditawarkan kepada konsumen untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya. Pengertian produk menurut Philip Kotler adalah sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar guna mendapatkan perhatian untuk dibeli, digunakan, atau dikonsumsi sehingga dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan. Dari pengertian ini dapat dijabarkan bahwa produk merupakan sesuatu, baik berupa barang maupun jasa, yang ditawarkan ke konsumen agar diperhatikan, dan dibeli oleh konsumen.⁴⁰

Sesuai dengan definisi di atas, produk dapat dikelompokkan menjadi dua jenis, berikut:

- 1) Produk yang berupa benda fisik atau benda berwujud, seperti buku, meja, kursi, rumah, mobil, dan lain-lain.
- 2) Produk yang tidak berwujud, biasanya disebut jasa. Jasa dapat disediakan dalam berbagai wahana, seperti pribadi, tempat kegiatan, organisasi, dan ide-ide.⁴¹ Sebenarnya secara umum terdapat banyak produk yang secara teknis-finansial dapat dikembangkan Bank untuk dapat menjalankan usahanya.

b. Pengertian Tabungan

Tabungan merupakan jenis simpanan yang sangat populer di lapisan masyarakat umum, mulai dari masyarakat kota sampai pedesaan. Pada awalnya menabung masih secara sederhana, menyimpan di dalam celengan dan

⁴⁰Kasmir, Kewirausahaan, Jakarta: PT Raja Grafindo. 2014, h.174.

⁴¹Makhalul Ilmi, Teori dan Praktek Lembaga Mikro Keuangan Syariah, Yogyakarta: UII Press, 2012, h.

disimpan di rumah, namun faktor resiko menyimpan uang di rumah begitu besar seperti resiko kehilangan dan kerusakan. Dalam perkembangan zaman, masyarakat saat ini membutuhkan bank, disebabkan karena faktor keamanan uangnya. Pengertian Tabungan Menurut Undang-Undang Perbankan No. 10 Tahun 1998 adalah simpanan masyarakat yang penarikannya dapat dilakukan oleh penabung sewaktu-waktu pada saat dikehendaki dan menurut syarat-syarat tertentu yang telah ditetapkan oleh bank penyelenggara. Tetapi penarikannya tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet giro atau alat lainnya yang dipersamakan dengan itu.⁴²

Syarat-syarat yang dimaksud antara lain ialah:

- 1) Penarikan hanya dapat dilakukan dengan mendatangi kantor bank atau alat yang disediakan untuk keperluan tersebut dan tidak dapat dilakukan dengan menggunakan cek, bilyet giro dan surat perintah pembayaran lainnya yang sejenis.
- 2) Penarikan tidak boleh melebihi jumlah tertentu sehingga menyebabkan saldo tabungan lebih kecil dari saldo minimum, kecuali penabung tidak akan melanjutkan tabungannya. Pengertian penarikan hanya dapat dilakukan menurut syarat-syarat tertentu yang disepakati, menarik uang yang disimpan di rekening tabungan antara satu bank dengan bank lainnya berbeda, tergantung dari bank yang mengeluarkannya. Hal ini puladengan perjanjian yang telah dibuat antara bank dengan si penabung.⁴³

⁴²Kasmir, Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2013, Edisi Revisi, Cet. 7, h. 74.

⁴³Kasmir, Dasar-dasar Perbankan, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2013, Edisi Revisi, Cet.-3, h. 84

c. Pengertian Produk Tabungan iB Hijrah Haji

Tabungan iB Hijrah adalah tabungan nyaman untuk digunakan kebutuhan transaksi dan berbelanja dengan kartu Shar-E Debit yang berlogo Visa plus dengan manfaat berbagai macam program subsidi belanja di merchant lokal dan luar negeri.⁴⁴ Berbagai ragam layanan seperti realtime transfer/SKN/RTGS, isi ulang Prabayar, bayar tagihan listrik, tagihan kartu pasca bayar, pembelian tiket dan pembayaran ZIS (zakat, infaq, sedekah) dengan Tabungan iB Hijrah melalui Mobile Banking dan Internet Banking. Setiap umat muslim di seluruh dunia pasti mendambakan pergi haji ke Tanah Suci. Perasaan itu dialami pula oleh muslim yang ada di Indonesia. Tidak heran banyak sekali orang yang rela mengeluarkan uang dalam jumlah besar demi bisa menjalankan ibadah haji. Biaya yang diperlukan memang tidak sedikit oleh sebab itulah tidak semua orang dapat pergi ke tanah suci. Masyarakat dengan dana yang terbatas dan dapat pergi ke tanah suci. Masyarakat dengan dana yang terbatas dan memiliki banyak kebutuhan yang lain yang mesti dipenuhi harus jatuh bangun mengumpulkan uang belum tentu bisa melakukan ibadah haji. Terkait dengan hasrat untuk menunaikan ibadah haji yang merupakan bagian kewajiban dari rukun Islam yang kelima, fakta yang terjadi menggambarkan bahwa banyak jamaah haji yang dapat menunaikan ibadah haji melalui cara menabung selama puluhan tahun yang dilakukan oleh masing-masing pribadi muslim. Dengan menabung dalam jangka panjang yang dilakukan penuh

⁴⁴<http://www.bankmuamalat.co.id/tabungan-consumer/tabungan-ib-hijrah haji>. (diakses pada 19 Oktober 2023, jam 16.34)

kesabaran dari setiap pribadi muslim itu telah membuahkan hasil dengan dapat dilaksanakan ibadah haji nya.⁴⁵

Tabungan iB Hijrah Haji pada dasarnya merupakan tabungan dalam rangka mempermudah masyarakat untuk menabung yang nantinya akan digunakan oleh yang bersangkutan untuk menunaikan ibadah haji. Pada perkembangannya, setelah adanya pembatasan/kuota jamaah haji pada masing-masing negara pengirim jamaah, maka tabungan haji mempunyai hubungan dengan sistem komputerisasi terpadu (SISKOHAT), yaitu sistem yang dirancang untuk alat kontrol, penampungan data dan pengolahan data dalam pelaksanaan dan penyelenggaraan urusan haji antara lembaga dengan Departemen agama RI. Untuk membantu masyarakat yang mempunyai rencana menunaikan ibadah haji, Lembaga Keuangan Syariah mengeluarkan inovasi baru berupa produk simpanan haji.

Simpanan Haji adalah tabungan anggota pada Koperasi Jasa Keuangan Syariah dengan akad Wadiah Yadh Dhamanah. Diperuntukkan bagi calon anggota/anggota yang telah berniat untuk menunaikan ibadah haji/umrah ke tanah suci, untuk mewujudkan niat anggota dengan menyisihkan sebagian danayang anggota miliki untuk ditabung. Simpanan Haji membantu secara disiplin dan rutin menyisihkan dana untuk mewujudkan niat beribadah ke tanah suci. Dengan adanya Tabungan iB Hijrah Haji maka nasabah dapat menabung seperti biasa di Lembaga Keuangan Syariaiah yang bekerjasama dengan Kemenag sebagai penerima setoran haji. Jika dana nasabah sudah terkumpul

⁴⁵Annisa Rahma, "Kuranganya Minat Nasabah Terhadap Produk Tabungan Haji di KJKSBMT AL-HIKMAH Ungaran Cabang Babadan", Skripsi (Semarang: UIN Walisongo, 2017), 18.

minimal 25 juta, pihak Lembaga baru akan melakukan proses pendaftaran dan pemorsian haji di Kemenag.⁴⁶

Bank Muamalat Indonesia yaitu Bank Muamalat Indonesia sebagai bank umum syariah pertama di Indonesia, ingin memberikan layanan perbankan syariah yang profesional bagi Sobat Muamalat yang ingin bisa menunaikan ibadah haji atau umrah. Sejak tahun 1999, Bank Muamalat Indonesia telah dipercaya oleh Kementerian Agama menjadi salah satu Bank Penerima Setoran Biaya Penyelenggara Ibadah Haji (BPS BPIH) sehingga komitmennya untuk mengantarkan Sobat Muamalat ke tanah suci telah teruji.⁴⁷ Sobat Muamalat telah mendapat kepastian kuota keberangkatan ibadah haji. Dengan menjadi salah satu BPS BPIH, ada berbagai kemudahan yang tersedia bagi nasabah Bank Muamalat Indonesia agar Sobat Muamalat bisa menjalankan ibadah di tanah suci dengan tenang. Tabungan haji dan umrah di Bank Muamalat Indonesia merupakan layanan perbankan syariah yang menggunakan akad Wadi'ah, yang dikelola secara fleksibel dan praktis. Tabungan ini hanya bisa dicairkan untuk membiayai perjalanan haji atau umrah. Adapun untuk penutupan yang dilakukan sebelum keberangkatan haji terdapat biaya administrasi sebesar 50.000 rupiah atau \$ 5. Tabungan haji dan umrah Bank Muamalat Indonesia adalah tabungan yang fleksibel, karena Sobat Muamalat bisa memilih dan mengatur jumlah setoran serta jangka waktu menabung sesuai dengan paket haji atau umrah yang tersedia. Jumlah uang yang sudah ditentukan inilah yang akan didebit secara otomatis dari tabungan Sobat Muamalat pada waktu yang telah ditentukan. Sobat Muamalat juga tidak akan

⁴⁶<http://www.bankmuamalat.co.id/tabungan-consumer/tabungan-ib-hijrah-haji>.

⁴⁷<http://www.bankmuamalat.co.id/tabungan-consumer/tabungan-ib-hijrah-haji>.

dikenakan biaya administrasi maupun biaya pemindahan dana ke rekening haji dan umrah. Syarat untuk membuka Tabungan iB Hijrah Haji di Bank Muamalat juga cukup mudah yaitu:

- 1) WNI: KTP/SIM/Paspor yang masih berlaku dan NPWP atau surat pernyataan
- 2) WNA: KITAS/KIMS/Paspor/Surat Referensi
- 3) Mengisi formulir pembukaan rekening & tax registration untuk WNA

Tabungan haji dan umrah Bank Muamalat Indonesia juga praktis karena Sobat Muamalat tidak perlu khawatir kekurangan uang tunai berkat adanya kartu Shar-E Gold untuk bertransaksi di tempat-tempat yang menerima kartu berlogo VISATidak hanya itu, dengan mendaftarkan haji Anda di Bank Muamalat Indonesia, Sobat Muamalat berkesempatan mendapatkan bonus atas dana simpanan dan memenangkan berbagai souvenir, perlengkapan haji, bahkan umrah gratis setiap bulannya. Pihak Bank Muamalat Indonesia juga menjelaskan tarif-tarif untuk Produk Tabungan iB Hijrah Haji kepada setiap nasabah. Hal ini dilakukan pihak bank karena untuk menarik minat nasabah untuk membuka rekening tabungan haji di Bank Muamalat Indonesia .⁴⁸

C. Kerangka Konseptual

Penelitian ini berjudul “Strategi Pengembangan Usaha dalam Meningkatkan Capaian Produk Ib Hijrah Haji di Bank Muamalat Kcp Parepare”. Untuk memperjelas tinjauan konseptual pada penelitian ini , maka peneliti mengemukakan istilah-istilah terkait ppenelitian yang dirangkum sebagai berikut.

⁴⁸<http://www.bankmuamalat.co.id/tabungan-consumer/tabungan-ib-hijrah-haji>.

1. Strategi

Strategi adalah rencana yang menyeluruh dalam rangka pencapaian tujuan organisasi. Bagi perusahaan, strategi diperlukan tidak hanya untuk memperoleh proses sosial dan manajerial dengan mana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan cara menciptakan, mempertukarkan produk dan nilai dengan pihak lain. Strategi merupakan faktor yang paling penting dalam mencapai tujuan perusahaan, keberhasilan suatu usaha tergantung pada kemampuan pemimpin yang busa dalam merumuskan strategi yang digunakan. Strategi perusahaan sangat tergantung dari tujuan perusahaan, keadaan dan lingkungan yang ada. Strategi adalah keseluruhan upaya, dalam rangka mencapai sasaran dan mengarah pengembangan rencana marketing yang terinci.⁴⁹

2. Pengembangan

Pengembangan adalah upaya terstruktur oleh organisasi yang digunakan untuk meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan kemampuan karyawannya.

3. Usaha

Usaha adalah pengejaran terus menerus dari kegiatan yang bertujuan untuk menghasilkan keuntungan.

4. Pengembangan Usaha

Pengembangan usaha adalah suatu cara atau proses yang menggerakkan pikiran, tenaga, dan tubuh untuk mengembangkan usaha, meningkatkan kualitas dan kuantitas produksi dari kegiatan ekonomi, serta meningkatkan lapangan pekerjaan saat ini dan yang akan datang.

⁴⁹Philip Kotler. Marketing Management, (Jakarta: Pren Hallindo 2015), hal: 8

5. Bank Muamalat

Bank Muamalat merupakan Bank pertama di Indonesia yang menggunakan konsep perbankan secara syariah dalam menjalankan operasionalnya.

6. Minat

Minat merupakan kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu keinginan terhadap sesuatu. Menurut Jahja, Yudrik (2015:63) Minat adalah dorongan yang menyebabkan terikatnya perhatian individu pada objek tertentu seperti pekerjaan, pelajaran, orang dan benda.

Minat memiliki sifat dan karakter khusus sebagai berikut :

- a. Minat bersifat pribadi (individu) ada perbedaan antara minat seseorang dan orang lain.
- b. Erat hubungannya dengan motivasi, mempengaruhi dan dipengaruhi motivasi.
- c. Minat merupakan suatu yang dipelajari bukan bawaan lahir dan dapat berubah tergantung pada keutuhan pengalaman .

7. Masyarakat

Masyarakat adalah sekumpulan individu-individu yang hidup bersama. Bekerja sama untuk memperoleh kepentingan bersama yang telah memiliki tatanan kehidupan, norma-norma dan adat istiadat yang ditaati dalam lingkungannya.

8. Nasabah

Nasabah adalah pelanggan (customer) yaitu individu atau perusahaan yang mendapatkan manfaat atau produk dan jasa dari sebuah perusahaan perbankan,

meliputi kegiatan pembelian, penyewaan serta layanan jasa.⁵⁰Nasabah menurut Pasal 1 ayat (17) UU No. 10 tahun 1998 adalah “Pihak yang menggunakan jasa bank.” Nasabah mempunyai peran penting dalam industri perbankan, dimana dana yang disimpan nasabah di bank merupakan dana yang terpenting dalam operasional bank untuk menjalankan usahanya. Adapun pengertian nasabah menurut para ahli, sebagai berikut:

Menurut Kasmir “Nasabah merupakan konsumen yang membeli atau menggunakan produk yang dijual atau ditawarkan oleh bank. Menurut Saladin nasabah adalah “Konsumen-konsumen sebagai penyedia dana”. Menurut Tjiptono pengertian nasabah adalah “Setiap orang yang membeli dan menggunakan produk atau jasa perusahaan”. Menurut Komaruddin nasabah adalah “Seseorang atau suatu perusahaan yang mempunyai rekening koran, deposito atau tabungan serupa lainnya pada sebuah bank. Dari pengertian tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa nasabah adalah seseorang atau badan usaha (korporasi) yang mempunyai rekening simpanan dan pinjaman dan melakukan transaksi simpanan dan pinjaman tersebut pada sebuah bank.⁵¹

9. Produk

Produk adalah barang atau jasa yang dapat diperjualbelikan atau ditawarkan kepasar untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.

⁵⁰Mislah Hayati Nasution, Sutisna.2015. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Terhadap Internet Banking. Jurnal Nisbah. Volume 1 Nomor 1, hlm 65

⁵¹Dwi Perwitasari Wiryaningtyas. 2016. Pengaruh Keputusan Nasabah Dalam Pengambilan Kredit Pada Bank Kredit Desa Kabupaten Jember. Jurnal Ekonomi dan Bisnis

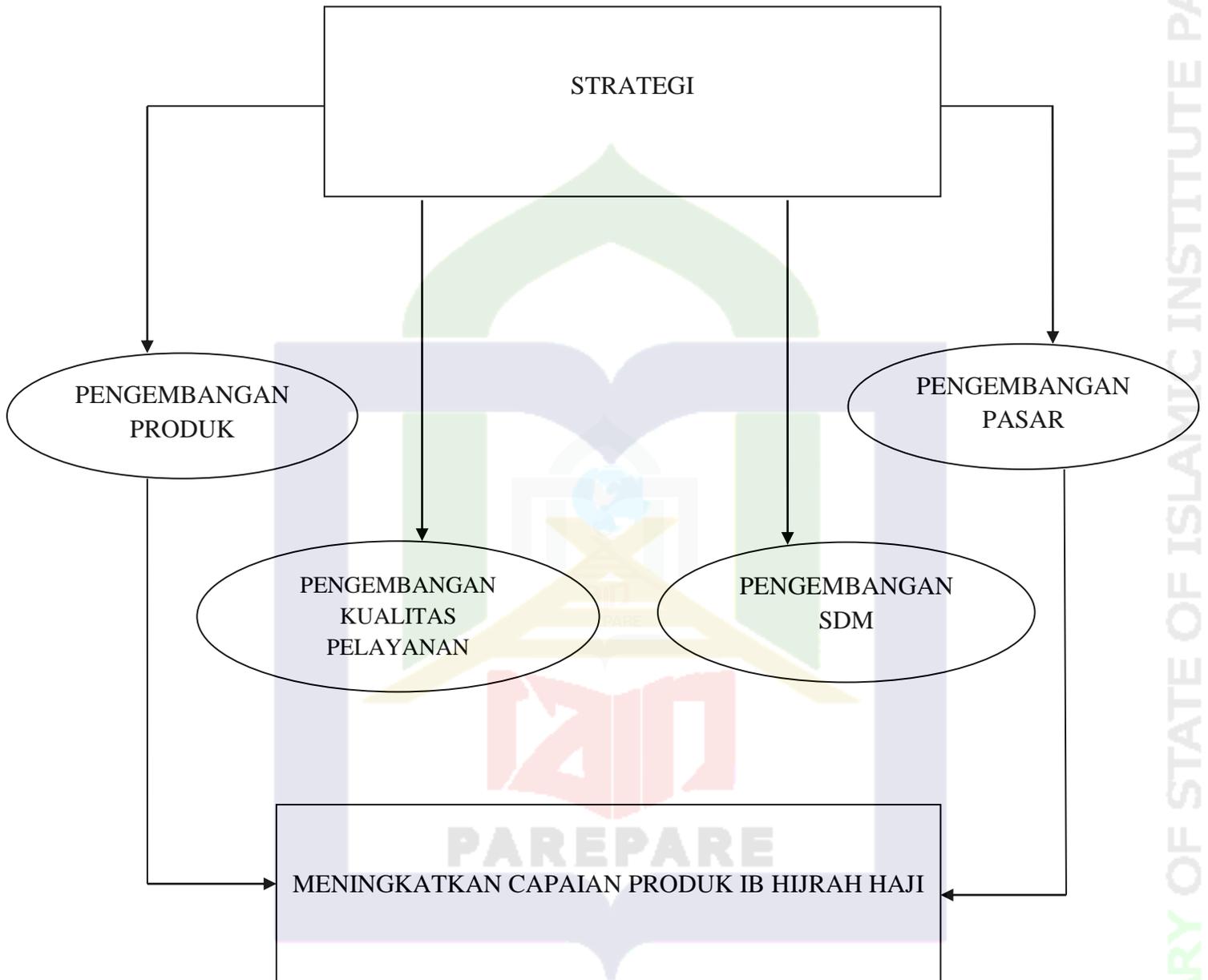
10. IB Hijrah Haji

IB Hijrah Haji adalah Tabungan Hijrah Haji dengan akad Wadi'ah Yad Dhamanah pada Bank Muamalat yang ditujukan untuk keperluan ibadah haji bagi masyarakat muslim Indonesia baik anak-anak maupun dewasa.

D. Kerangka Pikir

Kerangka pikir merupakan model konseptual akan teori yang saling berhubungan satu sama lain terhadap berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting. Menurut Uma Sekara, *Business Research*, 1992 dalam (Sugiono, 2010) menyatakan bahwa kerangka berfikir adalah suatu model konseptual mengenai bagaimana teori berhubungan itu segala macam faktor yang telah atau sudah diidentifikasi yaitu sebagai masalah yang penting. Kerangka berfikir ini juga dapat dikatakan yaitu sebagai rumusan masalah yang telah dibuat dengan berdasarkan adanya suatu proses deduktif di dalam rangka menghasilkan beberapa dari konsep serta juga proposisi yang digunakan untuk dapat memudahkan seorang peneliti itu di dalam mermuskan hipotesis penelitiannya.

Penelitian ini merupakan penelitian yang menggunakan metode penelitian kualitatif dengan judul penelitian tentang Strategi Pengembangan Usaha dalam Meningkatkan Capaian produk iB Hijrah Haji di Bank Muamalat KCP Parepare. Berikut adalah bagan kerangka pikir :



Gambar 2.1 Kerangka Pikir

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian Kualitatif, Penelitian ini melibatkan pendekatan deskriptif untuk memperoleh pemahaman mendalam tentang capaian produk IB Hijrah Haji di Bank Muamalat KCP Parepare. Pendekatan ini menggunakan wawancara mendalam dengan manajer produk, staf penjualan, dan pelanggan yang menggunakan produk tersebut untuk mengeksplorasi persepsi, pengalaman, dan tantangan yang mereka hadapi. Selain itu, observasi langsung terhadap proses penjualan dan pelayanan produk juga akan dilakukan untuk memperoleh wawasan langsung tentang bagaimana produk ini diposisikan dan diterima di pasar.

B. Lokasi dan Waktu

1. Tempat Penelitian

Peneliti melaksanakan Penelitian ini di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Parepare, yang beralamat di Jl.Sultan Hasanuddin No.3,Ujung Sabbang, Kec.Ujung , Kota Parepare, Sulawesi Selatan .

2. Waktu Penelitian

Adapun waktu penulis dalam melaksanakan penelitian ini Mulai Tanggal 05 juni 2024 sampai 05 juli 2024

C. Fokus Penelitian

Peneliti fokus terhadap Strategi Pengembangan Usaha dalam meningkatkan Capaian Produk IB Hijrah Haji di Bank Muamalat KCP Parepare

D. Jenis dan Sumber Data Penelitian

Jenis data yang digunakan dalam peneliti yaitu data kualitatif dan sumber data penelitian ini ada dua (2) yaitu data primer dan data sekunder.

1. Data Primer

Tempat penelitian yaitu Bank Muamalat Kantor Cabang Parepare yang dimana data diperoleh dengan melakukan wawancara dengan pegawai Bank Muamalat sebanyak 3 orang dan observasi tentang bagaimana strategi pengembangan usaha yang dilakukan bank untuk meningkatkan capaian produk ib hijrah haji di bank muamalat kcp parepare.

2. Data Sekunder

Data yang diperoleh dari pengumpulan data dari dokumentasi seperti buku, artikel, jurnal, dan sumber lain yang terkait dengan penelitian dan segala sumber yang dibutuhkan nantinya di Bank Muamalat Kantor Cabang Parepare.

E. Teknik Pengumpulan Data

Data merupakan suatu hal terpenting dalam penelitian, karena untuk menjawab rumusan masalah dan menguji hipotesis penelitian perlu adanya kumpulan data. Berikut adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini.

1. Observasi

Observasi adalah kemampuan seseorang untuk menggunakan pengamatannya melalui hasil kerja pancaindra mata serta dibantu dengan pancaindra lainnya. Metode observasi adalah metode pengumpulan data yang digunakan untuk menghimpun data penelitian melalui pengamatan pancaindra peneliti. Sutrisno Hadi (1986) mengemukakan bahwa, observasi merupakan suatu

proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis. Dua diantara yang terpenting adalah proses-proses pengamatan dan ingatan.⁵²

2. Wawancara

Wawancara merupakan proses memperoleh keterangan dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara seseorang yang berusaha menggali informasi dengan orang yang diwawancarai untuk menapatis informasi yang kognitif terkait dengan permasalahan yang diteliti. Teknik pengumpulan data ini mendasarkan diri pada laporan tentang diri sendiri atau *self-report*, atau setidaknya pada pengetahuan dan atau keyakinan⁵³ pribadi. Wawancara juga dilakukan secara terstruktur maupun tidak terstruktur, dan dapat dilakukan melalui tatap muka (*face to face*) maupun dengan menggunakan telepon.⁵⁴

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah metode untuk mengumpulkan data melalui pengumpulan dan analisis berbagai jenis dokumen, termasuk dokumen tertulis, gambar, karya seni, dan elektronik. Pemeriksaan dokumen sistematis digunakan untuk menilai bentuk komunikasi tekstual yang dipertahankan sebagai catatan objektif.⁵⁵ Teknik pengumpulan data berupa dokumentasi juga sangat berperan

⁵²Prof. Dr. Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D* (Bandung: Alfabeta, 2017), h. 145.

⁵³Bungin B, *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik Dan Ilmu Social Lainnya* (Jakarta: Kencana Prenada Media Grup, 2010), h. 108.

⁵⁴Prof. Dr. Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D* (Bandung: Alfabeta, 2017), h. 138.

⁵⁵Natalina Nilamsari, "Memahami Sruji Dokumen Dalam Penelitian Kualitatif," *Jurnal Ilmu Komunikasi* XIII (2014): h. 179.

besar dalam penelitian karena data berupa dokumen tersebut bisa dijadikan informai dan bukti baha peneliti sudah melakukan penelitian di tempat tersebut.

F. Uji Keabsahan Data

Teknik pengecekan dalam triangulasi untuk menguji keabsahan data, antara lain :

1. Triangulasi Sumber

Triangulasi data adalah proses menentukan kebenaran informasi tertentu dengan memanfaatkan berbagai metode pengumpulan datadn sumber data. Misalnya, selain dengan wawancara dan observasi, peneliti dapat memanfaatkan karya tulis, arsip, dokumen sejarah, catatan resmi, catatan atau tulisan pribadi, dan foto atau gambar lain untuk mendokumentasikan penelitiannya.⁵⁶ Dalam penelitian ini peneliti mencari informasi yang dilakukan melalui wawancara dengan pihak Bank Muamalat Kantor Cabang Parepare (Relationship Marketing, Teller, Costumer Service).

2. Triangulasi Teknik

Triangulasi teknik dilakukan dengan mengecek data kepada sumber data yang sama dengan teknik berbeda. Hal ini dilakukan untuk mengecek kredibilitas data. Misalnya, data yang diperoleh dari teknik wawancara, maka perlu dicek kembali dengan teknik observasi dan dokumentasi. Apabila diperoleh kondisi yang berbeda, maka perlu dilakukan diskusi lebih lanjut dengan sumber data atau yang lain untuk menentukan data yang dianggap benar.

⁵⁶Raharjo dan Mudjia, “Triangulasi Dalam Penelitian Kualitatif,” *Jurnal Metodologi Penelitian*, 2010, h. 2.

Penelitian ini menggunakan wawancara sebagai triangulasi teknik. Sebagaimana hasil observasi akan diperiksa melalui wawancara dengan para informan dan dibuktikan dengan dokumentasi terkait penelitian. Hal tersebut dilakukan untuk mengecek kelengkapan data dan memastikan bahwa datanya valid.

G. Teknik Analisis Data

1. Reduksi Data (*Data Reduction*)

Reduksi data adalah proses pemilihan, pemutusan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan. Proses ini berlangsung secara terus menerus selama penelitian berlangsung, bahkan sebelum data benar-benar terkumpul sebagaimana terlihat dari kerangka konseptual penelitian, permasalahan studi, dan pendekatan pengumpulan data yang dipilih peneliti.⁵⁷

Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya, dan mencarinya bila diperlukan.⁵⁸

2. Penyajian Data (*Data Display*)

Teknik penyajian data dalam penelitian kualitatif dapat dilakukan dalam berbagai bentuk tabel, grafik dan sejenisnya. Lebih dari itu, penyajian data dapat dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antara kategori,

⁵⁷Ahmad Rijal, "Analisis Data Kualitatif," *Jurnal Alhadharah*, 2018, h. 91.

⁵⁸Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*, 2017.

flowchart dan sejenisnya.⁵⁹Dengan mendisplaykan data, maka akan memudahkan untuk memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahamitersebut.⁶⁰Dalam melakukan penyajian data tentu praktiknya tidak semudah yang dibayangkan, saat peneliti masuk di lapangan ia akan menemukan sesuatu fenomena sosial yang bersifat kompleks dan dinamis, karena data di lapangan selalu berkembang. Sehingga, peneliti harus memantau evolusi data yang dikumpulkan di lapangan. Selama hipotesis tersebut telah dibuktikan dan akan menjadi *grounded theory* dalam jangka waktu yang lama di lapangan.⁶¹

3. Conclusion Drawing/Verification

Langkah ketiga dalam analisi data kualitatif menurut Miles dan Huberman adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berybah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Tetapi apabila kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal, di dukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali ke lapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan kredibel. ⁶²Kesimpulan dalam penelitian kualitatif bisa saja langsung beubah dan bisa saja menjawab rumusan masalah tapi masih perlu dikembangkan karena peneltian kualitatif hanyalah upaya jangka pendek , dan akan ditingkatkan dengan memperoleh data yang dapat diandalkan di lapangan .

⁵⁹Djam'an Satory dan Aan Komariah, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, n.d., h. 219.

⁶⁰Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*, n.d., h. 249.

⁶¹Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & B*, n.d., h. 250.

⁶²Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R & B*, p. h. 252

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. HASIL PENELITIAN

1. Pencapaian Produk IB Hijrah Haji Di Bank Muamalat KCP Parepare

Penelitian ini mendokumentasikan pencapaian produk IB Hijrah Haji di Bank Muamalat KCP Parepare. Data historis menunjukkan bahwa beberapa tahun yang lalu, Bank Muamalat KCP Parepare mengalami tantangan dalam mencapai target yang telah ditetapkan untuk produk IB Hijrah Haji. Analisis mendalam mengungkapkan bahwa faktor-faktor seperti strategi pemasaran yang kurang efektif dan kurangnya inovasi produk telah menjadi penyebab utama dari ketidakmampuan mencapai target yang diinginkan. Namun, dengan adanya perubahan strategis yang diterapkan dalam beberapa tahun terakhir, terjadi pergeseran yang signifikan dalam peningkatan peminat produk tersebut. Bank Muamalat KCP Parepare berhasil menyesuaikan strategi pengembangan mereka dengan lebih baik, meningkatkan fokus pada segmentasi pasar yang tepat dan mengoptimalkan penggunaan teknologi dalam layanan mereka. Implementasi yang efektif dari strategi ini memungkinkan Bank Muamalat KCP Parepare untuk mencapai target yang ditetapkan untuk produk IB Hijrah Haji.

Seperti yang di katakan oleh Rezky Nur Azizah B Palaloi:

“Nasabahmerasapuasdenganlayananproduktabung IB Hijrah Haji ini.Faktor-faktor yang mempengaruhikepuasannasabahadalahkemudahan proses pembukaantabungansertakualitaspelayanan yang responsive.”⁶³

⁶³Rezky Nur Azizah B Palaloi, *Teller Hybrid* (Wawancara di Bank Muamalat Kota Parepare: 14Juni 2024).

Produk IB Hijrah Haji adalah produk terpopuler yang ada di Bank Muamalat KCP Pare-pare yang merupakan produk tabungan untuk membantu nasabah mempersiapkan dana dengan tujuan melaksanakan ibadah haji sesuai prinsip syariah . Hasil penelitian mengenai pencapaian produk IB Hijrah Haji disajikan pada tabel 4.1 berikut ini:

Tabel 4.1 Pencapaian Produk IB Hijrah Haji Bank Muamalat KCP Parepare selama periode Tahun 2020-2023

Tahun	Jumlah Pencapaian	Target	Selisih
2020	320	600	280
2021	415	600	185
2022	331	600	269
2023	380	600	220

Tabel diatas menggambarkan pencapaian produk tabungan IB Hijrah Haji selama 4 tahun terakhir. Data pada tabel 4.1 diatas tampak bahwa Bank Muamalat terus menerus mendapatkan nasabah produk IB Hijrah Haji dalam jumlah yang banyak yaitu sebesar 320 orang nasabah pada (Tahun 2020), 415 nasabah pada (Tahun 2021), 331 nasabah pada (Tahun 2022), dan 380 nasabah pada (Tahun 2023). Namun demikian, jumlah pencapaian tersebut dipandang belum memenuhi target yang ditetapkan oleh Bank Muamalat KCP Parepare, dimana target yang ditetapkan sebanyak 50 nasabah perbulan dan 600 nasabah pertahun. Mengingat penetapan target memang didorong untuk memacu semangat karyawan untuk lebih semangat dalam memasarkan produk tersebut. Namun demikian agar pencapaian target produk tabungan IB Hijrah Haji ini terus mengalami peningkatan, tidak hanya efektivitas dari strategi baru yang diterapkan, tetapi juga komitmen Bank Muamalat KCP Parepare

untuk terus meningkatkan kualitas layanan mereka kepada nasabah. Faktor-faktor kunci dalam keberhasilan ini termasuk pemahaman yang lebih baik terhadap kebutuhan nasabah, peningkatan kualitas produk, dan penguatan infrastruktur pelayanan, dengan mempertahankan komitmen untuk inovasi dan peningkatan kontinu, Bank Muamalat KCP Parepare selalu berusaha semaksimal mungkin untuk mencapai target produk tabungan IB Hijrah Haji dan akan tetap kuat serta berkelanjutan dalam jangka panjang.

Agar lebih jelas mengenai trend pencapaian target dari tabel tahun ke tahun maka kami sajikan gambar 4.1 berikut ini:



Tabel 4.2 Diagram Pencapaian Produk IB Hijrah Haji

Pada tabel 4.2 tampak bahwa pencapaian target tersebut naik turun, dimana puncak pencapaian terjadi di tahun 2021, pencapaian terendah terjadi pada tahun 2020. Hal ini dikarenakan masih terkena dampak covid, sedangkan pada tahun 2022

dan tahun 2023 terjadi penurunan karena berbagai macam produk yang disarankan sehingga target pencapaian produk IB Hijrah Haji teralihkan.

2. Faktor Yang Mempengaruhi Capaian Produk IB Hijrah Haji Di Bank Muamalat KCP Parepare

a. Faktor penunjang

Dalam penelitian ini, terdapat beberapa faktor penunjang yang berperan penting dalam meningkatkan capaian produk IB Hijrah Haji di Bank Muamalat KCP Parepare.

1) Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan yang diberikan oleh Bank Muamalat KCP Parepare kepada nasabah sangat mempengaruhi tingkat capaian produk IB Hijrah Haji. Pelayanan yang ramah, cepat, dan profesional akan meningkatkan kepuasan nasabah sehingga mereka lebih tertarik untuk menggunakan produk ini.

Seperti yang di katakan oleh Rezky Nur Azizah B Palaloi:

“Kualitas pelayanan yang unggul di Bank Muamalat KCP Parepare sangat menentukan keberhasilan produk IB Hijrah Haji, karena pelayanan yang ramah, cepat, dan profesional tidak hanya meningkatkan kepuasan nasabah, tetapi juga membangun kepercayaan dan loyalitas mereka terhadap bank.”⁶⁴

Sebagian besar dari nasabah merasa puas dengan pelayanan yang diberikan pihak bank muamalat terutama dalam hal kemudahan proses pendaftaran dan informasi yang jelas mengenai produk.

⁶⁴Rezky Nur Azizah B Palaloi, *Teller Hybrid* (Wawancara di Bank Muamalat Kota Parepare: 14Juni 2024).

2) Sosialisasi dan Promosi

Seperti yang di katakan oleh Ali Abu Farmadi:

“Sosialisasi dan promosi yang efektif oleh Bank Muamalat KCP Parepare memainkan peran krusial dalam meningkatkan kesadaran dan minat masyarakat terhadap produk IB Hijrah Haji, karena kegiatan ini memperluas jangkauan informasi dan membangun kesadaran yang lebih baik di kalangan potensial nasabah.”⁶⁵

Strategi sosialisasi dan promosi yang efektif juga menjadi faktor penunjang utama. Bank Muamalat KCP Parepare secara aktif mengadakan kegiatan sosialisasi di berbagai komunitas dan institusi, baik melalui seminar, brosur, maupun media sosial. Promosi yang gencar ini membuat produk IB Hijrah Haji lebih dikenal oleh masyarakat luas, sehingga menarik minat mereka untuk menggunakan produk tersebut.

3) Kepuasan Nasabah

Kepuasan nasabah memainkan peran penting dalam meningkatkan capaian produk. Nasabah yang puas dengan layanan dan produk yang mereka terima cenderung merekomendasikan kepada keluarga dan teman-teman mereka.

Seperti yang di katakan oleh Nurainun Najmah:

“Kepuasan nasabah adalah kunci sukses bagi Bank Muamalat KCP Parepare dalam meningkatkan capaian produk IB Hijrah Haji, karena nasabah yang puas tidak hanya menjadi loyal, tetapi juga berperan sebagai promotor yang efektif dengan merekomendasikan produk tersebut kepada orang-orang di sekitar mereka.”⁶⁶

⁶⁵Ali Abu Farmadi, *RM FUND & HAJJ* (Wawancara di Bank Muamalat Kota Parepare: 21Juni 2024).

⁶⁶Nurainun Najmah, *Costumer Serviced* (Wawancara di Bank Muamalat Kota Parepare: 28Juni 2024).

4) Kerjasama dengan Pihak Ketiga

Bank Muamalat KCP Parepare menjalin kerjasama dengan berbagai pihak ketiga seperti agen travel haji dan umrah, lembaga pendidikan, serta organisasi masyarakat.

Seperti yang di katakan oleh Rezky Nur Azizah B Palaloi:

“Kerjasama dengan pihak ketiga, seperti agen travel haji dan umrah serta lembaga keuangan syariah lainnya, dapat memperluas jaringan distribusi dan memperkuat pemasaran produk IB Hijrah Haji di Bank Muamalat KCP Parepare, sehingga meningkatkan aksesibilitas dan daya tarik produk ini bagi masyarakat.”⁶⁷

Kerjasama ini membantu dalam meningkatkan kepercayaan dan mempermudah akses nasabah untuk mendapatkan informasi dan mendaftar produk IB Hijrah Haji. Kolaborasi dengan agen travel, misalnya, memberikan kemudahan bagi nasabah untuk mengurus persiapan haji sekaligus menabung di Bank Muamalat.

5) Fasilitas dan Teknologi

Penyediaan fasilitas dan teknologi yang memadai juga menjadi salah satu faktor penunjang. Bank Muamalat KCP Parepare telah mengimplementasikan sistem teknologi informasi yang canggih untuk mendukung operasional produk IB Hijrah Haji.

Seperti yang di katakan oleh Ali Abu Farmadi:

“Peningkatan fasilitas dan penerapan teknologi modern di Bank Muamalat KCP Parepare, seperti layanan perbankan digital dan sistem pendaftaran online, dapat meningkatkan efisiensi dan kenyamanan nasabah dalam menggunakan produk IB Hijrah Haji, sehingga mendorong peningkatan jumlah nasabah dan capaian produk.”⁶⁸

⁶⁷Rezky Nur Azizah B Palaloi, *Teller Hybrid* (Wawancara di Bank Muamalat Kota Parepare: 14Juni 2024).

⁶⁸Ali Abu Farmadi, *RM FUND & HAJJ* (Wawancara di Bank Muamalat Kota Parepare: 21Juni 2024).

Fasilitas seperti internet banking dan mobile banking mempermudah nasabah dalam melakukan transaksi kapan saja dan di mana saja. Penggunaan teknologi ini tidak hanya meningkatkan efisiensi, tetapi juga memberikan kenyamanan bagi nasabah.

6) Program Khusus dan Insentif

Program-program khusus dan insentif yang ditawarkan oleh Bank Muamalat KCP Parepare turut menjadi daya tarik tersendiri bagi nasabah. Misalnya, adanya program hadiah langsung bagi nasabah yang membuka tabungan IB Hijrah Haji dengan jumlah tertentu, serta penawaran suku bunga yang kompetitif. Insentif-insentif ini meningkatkan motivasi nasabah untuk memilih produk IB Hijrah Haji.

Melalui berbagai faktor penunjang di atas, Bank Muamalat KCP Parepare berhasil meningkatkan capaian produk IB Hijrah Haji. Hal ini menunjukkan bahwa kombinasi antara pelayanan yang baik, strategi promosi yang efektif, kerjasama dengan pihak ketiga, serta penggunaan teknologi dan insentif yang menarik dapat menciptakan kondisi yang kondusif untuk mencapai target yang diinginkan.

b. Faktor penghambat

Faktor penghambat yang mempengaruhi capaian produk IB Hijrah Haji di Bank Muamalat KCP Parepare. Faktor-faktor penghambat ini perlu diidentifikasi dan diatasi agar target capaian produk dapat tercapai dengan optimal.

1) Kurangnya Kesadaran Masyarakat

Salah satu faktor penghambat utama adalah kurangnya kesadaran masyarakat mengenai produk IB Hijrah Haji. Banyak masyarakat yang belum mengetahui atau memahami manfaat dan keunggulan dari produk ini.

Hal ini disebabkan oleh kurangnya informasi yang sampai kepada mereka, meskipun sosialisasi telah dilakukan. Beberapa responden menyebutkan bahwa informasi yang diterima masih terbatas dan kurang menjangkau semua lapisan masyarakat.

Seperti yang di katakan oleh Nurainun Najmah:

“Meskipun sudah dilakukan sosialisasi, masih banyak masyarakat yang belum menyadari keberadaan dan manfaat produk IB Hijrah Haji.”⁶⁹

2) Persaingan dengan Produk Serupa

Persaingan dengan produk serupa dari bank-bank lain juga menjadi faktor penghambat. Bank-bank lain yang juga menawarkan produk tabungan haji memiliki strategi pemasaran yang agresif, sehingga nasabah memiliki banyak pilihan. Persaingan ini membuat Bank Muamalat KCP Parepare harus berusaha lebih keras untuk menarik minat nasabah dan meyakinkan mereka bahwa produk IB Hijrah Haji adalah pilihan terbaik.

3) Keterbatasan Sumber Daya Manusia

Keterbatasan sumber daya manusia yang terlatih dan kompeten dalam mengelola dan memasarkan produk IB Hijrah Haji juga menjadi kendala. Beberapa staf mungkin belum memiliki pemahaman yang mendalam mengenai produk ini, sehingga kurang mampu memberikan informasi yang jelas dan meyakinkan kepada calon nasabah. Pelatihan dan peningkatan kapasitas staf perlu ditingkatkan untuk mengatasi masalah ini.

Seperti yang di katakan oleh Ali Abu Farmadi:

“Jumlah dan kualitas sumber daya manusia yang terbatas dapat menghambat kemampuan Bank Muamalat KCP Parepare dalam memberikan layanan terbaik kepada nasabah.”⁷⁰

⁶⁹Nurainun Najmah, *Costumer Serviced* (Wawancara di Bank Muamalat Kota Parepare: 28Juni 2024).

4) Keterbatasan Infrastruktur dan Teknologi

Meskipun telah ada penggunaan teknologi informasi, masih terdapat keterbatasan infrastruktur dan teknologi yang menghambat optimalisasi layanan. Misalnya, sistem teknologi yang digunakan terkadang mengalami gangguan atau tidak berjalan dengan lancar, yang dapat mengurangi kepercayaan nasabah. Selain itu, fasilitas fisik seperti jumlah kantor cabang dan ATM yang terbatas juga mempengaruhi aksesibilitas nasabah terhadap produk IB Hijrah Haji.

Seperti yang di katakan oleh Nurainun Najmah:

“Infrastruktur dan teknologi yang belum optimal dapat mengurangi efisiensi dan kenyamanan layanan, sehingga mengurangi daya tarik produk IB Hijrah Haji.”⁷¹

5) Ketidakstabilan Ekonomi

Faktor eksternal seperti ketidakstabilan ekonomi juga berpengaruh terhadap capaian produk IB Hijrah Haji. Ketika kondisi ekonomi tidak stabil, daya beli masyarakat cenderung menurun, sehingga mereka lebih berhati-hati dalam mengelola keuangan dan menunda rencana untuk menabung haji. Fluktuasi nilai tukar mata uang dan inflasi juga dapat mempengaruhi minat masyarakat dalam menabung untuk ibadah haji.

Seperti yang di katakan oleh Rezky Nur Azizah B Palaloi:

“Faktor ekonomi yang tidak stabil dapat mempengaruhi kemampuan masyarakat untuk menabung atau berinvestasi dalam produk IB Hijrah Haji.”⁷²

⁷⁰Ali Abu Farmadi, *RM FUND & HAJJ* (Wawancara di Bank Muamalat Kota Parepare: 21Juni 2024).

⁷¹Nurainun Najmah, *Costumer Serviced* (Wawancara di Bank Muamalat Kota Parepare: 28Juni 2024).

⁷²Rezky Nur Azizah B Palaloi, *Teller Hybrid* (Wawancara di Bank Muamalat Kota Parepare: 14Juni 2024).

6) Birokrasi dan Regulasi

Birokrasi dan regulasi yang kompleks dalam pengurusan tabungan haji bisa menjadi hambatan. Proses administrasi yang panjang dan rumit seringkali membuat nasabah enggan untuk melanjutkan proses pendaftaran. Beberapa nasabah mengeluhkan banyaknya dokumen yang harus dilengkapi dan proses verifikasi yang memakan waktu lama.

Seperti yang di katakan oleh Ali Abu Farmadi:

“Prosedur birokrasi yang rumit dan regulasi yang ketat dapat memperlambat proses pendaftaran dan pengelolaan produk, sehingga mengurangi minat masyarakat untuk menggunakan produk IB Hijrah Haji.”⁷³

Untuk mengatasi faktor-faktor penghambat ini, Bank Muamalat KCP Parepare perlu mengembangkan strategi yang komprehensif, termasuk meningkatkan sosialisasi dan edukasi kepada masyarakat, memperkuat kompetensi sumber daya manusia, mengoptimalkan penggunaan teknologi, serta menyederhanakan proses birokrasi. Dengan demikian, diharapkan capaian produk IB Hijrah Haji dapat meningkat secara signifikan.

3. Strategi yang dapat di Terapkan Untuk Meningkatkan Capaian Produk IB Hijrah Haji Di Bank Muamalat KCP Parepare

a. Pengembangan Produk

Pengembangan produk merupakan salah satu strategi utama yang dapat diterapkan oleh Bank Muamalat KCP Parepare untuk meningkatkan capaian produk IB Hijrah Haji. Pengembangan ini mencakup berbagai aspek yang bertujuan untuk meningkatkan daya tarik dan kemudahan penggunaan produk bagi nasabah.

⁷³Ali Abu Farmadi, *RM FUND & HAJJ* (Wawancara di Bank Muamalat Kota Parepare: 21Juni 2024).

1) Inovasi Fitur Produk

Menambahkan fitur-fitur baru yang dapat memberikan nilai tambah bagi nasabah. Misalnya, Bank Muamalat KCP Parepare dapat mengembangkan fitur autodebet untuk memudahkan nasabah dalam menabung secara rutin tanpa harus datang ke bank. Selain itu, fitur peringatan otomatis untuk pembayaran serta informasi saldo melalui SMS atau aplikasi mobile banking dapat meningkatkan kenyamanan dan keamanan nasabah.

Seperti yang di katakan oleh Rezky Nur Azizah B Palaloi:

“Kami Menciptakan fitur-fitur baru (M-DIN) yang menarik dan bermanfaat untuk memenuhi kebutuhan nasabah dan memberikan nilai tambah pada produk IB Hijrah Haji.”⁷⁴

2) Program Insentif dan Reward

Mengembangkan program insentif dan reward untuk menarik minat nasabah. Bank dapat menawarkan hadiah atau poin yang bisa ditukar dengan berbagai keuntungan menarik bagi nasabah yang mencapai target tabungan tertentu. Program ini dapat meningkatkan motivasi nasabah untuk menabung lebih banyak dan lebih sering.

3) Personalisasi Produk

Menawarkan pilihan produk yang lebih personal dan sesuai dengan kebutuhan masing-masing nasabah. Misalnya, menyediakan paket tabungan dengan berbagai pilihan tenor dan jumlah setoran yang fleksibel. Personalisasi ini memungkinkan nasabah memilih produk yang paling sesuai

⁷⁴Rezky Nur Azizah B Palaloi, *Teller Hybrid* (Wawancara di Bank Muamalat Kota Parepare: 14Juni 2024).

dengan kondisi finansial mereka, sehingga meningkatkan minat dan kepuasan mereka.

Seperti yang di katakan oleh Nurainun Najmah:

“Kami Menyesuaikan produk dengan kebutuhan dan preferensi individu nasabah untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas mereka.”⁷⁵

4) Kolaborasi dengan Lembaga Lain

Mengembangkan kerjasama dengan lembaga lain seperti agen travel haji, lembaga pendidikan, dan organisasi keagamaan. Kolaborasi ini dapat menciptakan produk yang lebih terintegrasi dan memberikan manfaat tambahan bagi nasabah. Misalnya, nasabah yang menabung di Bank Muamalat KCP Parepare bisa mendapatkan diskon atau fasilitas khusus dari agen travel haji yang bekerjasama.

Seperti yang di katakan oleh Rezky Nur Azizah B Palaloi:

“Kami Bekerja sama dengan lembaga lain, seperti agen travel haji, lembaga keuangan syariah, dan komunitas lokal untuk memperluas jangkauan dan meningkatkan promosi produk.”⁷⁶

5) Pengembangan Platform Digital

Meningkatkan platform digital untuk memudahkan akses dan penggunaan produk IB Hijrah Haji. Pengembangan aplikasi mobile banking dan internet banking yang lebih user-friendly dan aman dapat menarik minat nasabah yang lebih muda dan tech-savvy. Fitur-fitur seperti simulasi tabungan haji, kalkulator biaya haji, dan update berita haji dapat ditambahkan untuk memberikan informasi yang lengkap dan membantu nasabah merencanakan tabungan mereka dengan lebih baik.

⁷⁵Nurainun Najmah, *Costumer Serviced* (Wawancara di Bank Muamalat Kota Parepare: 28Juni 2024).

⁷⁶Rezky Nur Azizah B Palaloi, *Teller Hybrid* (Wawancara di Bank Muamalat Kota Parepare: 14Juni 2024).

Seperti yang di katakan oleh Ali Abu Farmadi:

“Kami Memperkuat platform digital untuk memudahkan akses dan transaksi nasabah, seperti aplikasi mobile banking dan sistem pendaftaran online.”⁷⁷

6) Edukasi dan Literasi Keuangan

Mengembangkan program edukasi dan literasi keuangan yang berfokus pada pentingnya menabung untuk haji. Bank dapat mengadakan seminar, workshop, dan kegiatan edukatif lainnya yang mengajarkan nasabah tentang manajemen keuangan yang baik, manfaat menabung sejak dini, dan informasi terkait produk IB Hijrah Haji. Edukasi ini akan meningkatkan kesadaran dan pemahaman nasabah, sehingga mereka lebih tertarik untuk menggunakan produk ini.

Seperti yang di katakan oleh Nurainun Najmah:

“Kami Menyelenggarakan program edukasi dan literasi keuangan untuk meningkatkan pemahaman masyarakat tentang pentingnya menabung dan berinvestasi dalam produk IB Hijrah Haji.”⁷⁸

7) Peningkatan Kualitas Layanan

Melakukan pengembangan dalam hal peningkatan kualitas layanan yang diberikan kepada nasabah. Pelayanan yang prima, ramah, dan cepat akan membuat nasabah merasa dihargai dan puas. Bank dapat melatih staf secara berkala untuk memastikan mereka memiliki pengetahuan yang cukup dan mampu memberikan pelayanan terbaik kepada nasabah.

Seperti yang di katakan oleh Rezky Nur Azizah B Palaloi:

⁷⁷Ali Abu Farmadi, *RM FUND & HAJJ* (Wawancara di Bank Muamalat Kota Parepare: 21Juni 2024).

⁷⁸Nurainun Najmah, *Costumer Serviced* (Wawancara di Bank Muamalat Kota Parepare: 28Juni 2024).

“Kami Terus meningkatkan kualitas pelayanan melalui pelatihan staf, penyediaan fasilitas yang memadai, dan penerapan teknologi terbaru untuk memastikan kepuasan nasabah.”⁷⁹

Bank Muamalat KCP Parepare diharapkan dapat meningkatkan capaian produk IB Hijrah Haji dengan mengimplementasikan strategi-strategi pengembangan produk tersebut. Pengembangan produk yang inovatif dan berorientasi pada kebutuhan nasabah akan menciptakan nilai tambah yang signifikan dan menjadikan produk ini lebih kompetitif di pasar.

b. Pengembangan Kualitas Pelayanan

Pengembangan kualitas pelayanan merupakan strategi krusial untuk meningkatkan kepuasan nasabah dan capaian produk IB Hijrah Haji di Bank Muamalat KCP Parepare. Pelayanan yang prima akan menciptakan pengalaman positif bagi nasabah dan meningkatkan loyalitas mereka.

1) Pelatihan dan Pengembangan Staf

Memberikan pelatihan yang berkelanjutan kepada staf bank untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan mereka dalam melayani nasabah. Pelatihan ini mencakup pemahaman mendalam tentang produk IB Hijrah Haji, teknik komunikasi yang efektif, dan keterampilan interpersonal. Staf yang kompeten dan terampil akan mampu memberikan informasi yang akurat dan pelayanan yang memuaskan bagi nasabah.

Seperti yang di katakan oleh Ali Abu Farmadi:

“Melakukan pelatihan rutin dan pengembangan kompetensi untuk meningkatkan keterampilan dan pengetahuan staf dalam memberikan pelayanan yang lebih baik kepada nasabah.”⁸⁰

⁷⁹Rezky Nur Azizah B Palaloi, *Teller Hybrid* (Wawancara di Bank Muamalat Kota Parepare: 14Juni 2024).

⁸⁰Ali Abu Farmadi, *RM FUND & HAJJ* (Wawancara di Bank Muamalat Kota Parepare: 21Juni 2024).

2) Peningkatan Layanan Pelanggan

Mengembangkan sistem layanan pelanggan yang responsif dan efisien. Bank dapat menyediakan layanan pelanggan melalui berbagai kanal, seperti telepon, email, live chat, dan media sosial. Sistem ini harus mampu memberikan solusi cepat dan tepat untuk setiap pertanyaan atau keluhan nasabah. Selain itu, penyediaan layanan 24/7 dapat meningkatkan aksesibilitas dan kenyamanan bagi nasabah.

Seperti yang di katakan oleh Nurainun Najmah:

“Memperluas layanan pelanggan dengan menanggapi kebutuhan nasabah secara lebih cepat dan efektif, termasuk pengaturan waktu layanan yang lebih fleksibel.”⁸¹

3) Penyederhanaan Proses Administrasi

Menyederhanakan proses administrasi dan birokrasi yang terkait dengan pembukaan dan pengelolaan tabungan IB Hijrah Haji. Prosedur yang lebih sederhana dan cepat akan mengurangi waktu tunggu dan meningkatkan efisiensi pelayanan. Bank dapat memanfaatkan teknologi untuk mempercepat proses verifikasi dan validasi data nasabah.

Seperti yang di katakan oleh Rezky Nur Azizah B Palaloi:

“Mengurangi birokrasi dan menyederhanakan proses administrasi untuk mempercepat pelayanan dan meminimalkan kesalahan.”⁸²

4) Penerapan Teknologi Informasi

Memanfaatkan teknologi informasi untuk meningkatkan kualitas pelayanan. Penggunaan aplikasi mobile banking dan internet banking yang

⁸¹Nurainun Najmah, *Costumer Serviced* (Wawancara di Bank Muamalat Kota Parepare: 28Juni 2024).

⁸²Rezky Nur Azizah B Palaloi, *Teller Hybrid* (Wawancara di Bank Muamalat Kota Parepare: 14Juni 2024).

canggih dan mudah digunakan akan memberikan kenyamanan bagi nasabah dalam mengakses informasi dan melakukan transaksi. Selain itu, teknologi seperti chatbot dapat digunakan untuk memberikan pelayanan otomatis yang cepat dan efisien.

Seperti yang di katakan oleh Ali Abu Farmadi:

“Menggunakan teknologi informasi terbaru untuk memperbaiki efisiensi operasional dan memberikan pengalaman nasabah yang lebih baik melalui layanan online dan mobile banking.”⁸³

5) Umpan Balik dan Evaluasi

Mengumpulkan umpan balik dari nasabah secara rutin untuk mengevaluasi kualitas pelayanan yang diberikan. Bank dapat menggunakan survei kepuasan nasabah, kotak saran, atau wawancara langsung untuk mendapatkan masukan yang konstruktif. Berdasarkan umpan balik ini, bank dapat melakukan perbaikan dan inovasi untuk meningkatkan pelayanan.

Seperti yang di katakan oleh Nurainun Najmah:

“Mengumpulkan umpan balik dari nasabah secara teratur dan melakukan evaluasi untuk terus meningkatkan kualitas layanan sesuai dengan kebutuhan mereka.”⁸⁴

6) Personal Touch dalam Pelayanan

Menerapkan pendekatan personal dalam pelayanan untuk menciptakan hubungan yang lebih erat dengan nasabah. Staf bank dapat mengenali dan mengingat preferensi serta kebutuhan khusus dari masing-masing nasabah, sehingga mereka merasa dihargai dan diperhatikan.

Pendekatan ini akan meningkatkan loyalitas nasabah dan mendorong mereka untuk merekomendasikan produk IB Hijrah Haji kepada orang lain.

⁸³Ali Abu Farmadi, *RM FUND & HAJJ* (Wawancara di Bank Muamalat Kota Parepare: 21Juni 2024).

⁸⁴Nurainun Najmah, *Costumer Serviced* (Wawancara di Bank Muamalat Kota Parepare: 28Juni 2024).

Seperti yang di katakan oleh Rezky Nur Azizah B Palaloi:

“Menyediakan pendekatan pelayanan yang personal dan ramah, mengenali kebutuhan individual nasabah untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas.”⁸⁵

7) Peningkatan Fasilitas Fisik

Memperbaiki dan meningkatkan fasilitas fisik di kantor cabang untuk menciptakan lingkungan yang nyaman dan profesional. Ruang tunggu yang nyaman, ketersediaan fasilitas seperti Wi-Fi gratis, serta area layanan yang bersih dan rapi akan memberikan kesan positif bagi nasabah. Selain itu, peningkatan jumlah ATM dan lokasi cabang juga dapat mempermudah akses nasabah ke layanan bank.

Seperti yang di katakan oleh Ali Abu Farmadi:

“Menyediakan fasilitas fisik yang nyaman dan memadai bagi nasabah, seperti ruang tunggu yang bersih dan nyaman serta aksesibilitas yang baik.”⁸⁶

8) Komunikasi yang Efektif

Meningkatkan komunikasi antara bank dan nasabah melalui berbagai kanal informasi. Bank dapat memberikan update rutin mengenai produk, promosi, dan informasi penting lainnya melalui SMS, email, atau media sosial. Komunikasi yang jelas dan teratur akan membantu nasabah merasa lebih terinformasi dan terlibat dengan bank.

Seperti yang di katakan oleh Nurainun Najmah:

“Meningkatkan komunikasi dengan nasabah melalui berbagai saluran, termasuk sosial media dan kampanye promosi yang terukur, untuk meningkatkan kesadaran dan kepercayaan terhadap produk IB Hijrah Haji.”⁸⁷

⁸⁵Rezky Nur Azizah B Palaloi, *Teller Hybrid* (Wawancara di Bank Muamalat Kota Parepare: 14Juni 2024).

⁸⁶Ali Abu Farmadi, *RM FUND & HAJJ* (Wawancara di Bank Muamalat Kota Parepare: 21Juni 2024).

⁸⁷Nurainun Najmah, *Costumer Serviced* (Wawancara di Bank Muamalat Kota Parepare: 28Juni 2024).

Dengan menerapkan strategi-strategi pengembangan kualitas pelayanan tersebut, Bank Muamalat KCP Parepare dapat meningkatkan kepuasan nasabah dan capaian produk IB Hijrah Haji. Pelayanan yang unggul akan menjadi keunggulan kompetitif yang membantu bank dalam menarik dan mempertahankan nasabah.

c. Pengembangan Sdm

Pengembangan SDM adalah strategi penting untuk memastikan bahwa staf bank memiliki kompetensi dan motivasi yang diperlukan untuk meningkatkan capaian produk IB Hijrah Haji.

1) Pelatihan dan Pendidikan Berkala

Melaksanakan program pelatihan dan pendidikan berkala untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan staf mengenai produk IB Hijrah Haji dan layanan perbankan syariah. Pelatihan ini dapat mencakup aspek teknis, seperti proses administrasi dan penggunaan teknologi, serta aspek non-teknis, seperti komunikasi efektif dan layanan pelanggan. Pelatihan berkala memastikan bahwa staf selalu update dengan perkembangan terbaru dan siap memberikan pelayanan terbaik.

Seperti yang di katakan oleh Rezky Nur Azizah B Palaloi:

“Menyelenggarakan pelatihan dan pendidikan secara berkala untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan SDM dalam industri perbankan syariah dan produk IB Hijrah Haji.”⁸⁸

2) Program Pengembangan Karir

Mengembangkan program pengembangan karir yang jelas dan transparan untuk memotivasi staf. Program ini mencakup jalur karir yang terstruktur, peluang promosi, dan pengembangan keterampilan yang

⁸⁸Rezky Nur Azizah B Palaloi, *Teller Hybrid* (Wawancara di Bank Muamalat Kota Parepare: 14Juni 2024).

diperlukan untuk mencapai posisi yang lebih tinggi. Dengan adanya program pengembangan karir, staf akan merasa dihargai dan termotivasi untuk memberikan kinerja terbaik.

Seperti yang di katakan oleh Nurainun Najmah:

“Menyediakan program pengembangan karir yang jelas dan terstruktur untuk memberikan kesempatan bagi SDM Bank Muamalat KCP Parepare untuk berkembang dan naik jabatan.”⁸⁹

3) Kesejahteraan dan Insentif Karyawan

Memberikan kesejahteraan dan insentif yang adil kepada karyawan.

Insentif dapat berupa bonus berdasarkan kinerja, penghargaan atas kontribusi, serta program kesejahteraan seperti asuransi kesehatan dan tunjangan lainnya. Insentif yang baik akan meningkatkan kepuasan kerja dan loyalitas staf.

Seperti yang di katakan oleh Rezky Nur Azizah B Palaloi:

“Memberikan paket kesejahteraan yang kompetitif dan insentif yang mendorong motivasi serta kinerja optimal dari karyawan dalam mendukung pencapaian target produk IB Hijrah Haji.”⁹⁰

4) Evaluasi Kinerja dan Umpan Balik

Melakukan evaluasi kinerja secara rutin dan memberikan umpan balik yang konstruktif kepada staf. Evaluasi ini membantu staf memahami kekuatan dan area yang perlu ditingkatkan. Umpan balik yang jelas dan tepat waktu akan membantu staf dalam pengembangan pribadi dan profesional mereka.

Seperti yang di katakan oleh Ali Abu Farmadi:

“Melakukan evaluasi kinerja secara berkala serta mengumpulkan umpan balik dari karyawan untuk memahami

⁸⁹Nurainun Najmah, *Costumer Serviced* (Wawancara di Bank Muamalat Kota Parepare: 28Juni 2024).

⁹⁰Rezky Nur Azizah B Palaloi, *Teller Hybrid* (Wawancara di Bank Muamalat Kota Parepare: 14Juni 2024).

kebutuhan pengembangan lebih lanjut dan peningkatan efisiensi.”⁹¹

5) Pelatihan Soft Skills

Mengadakan pelatihan soft skills seperti kepemimpinan, kerja tim, dan manajemen waktu. Soft skills sangat penting untuk meningkatkan efektivitas kerja dan kolaborasi di antara staf. Dengan keterampilan ini, staf akan lebih mampu menghadapi tantangan sehari-hari dan bekerja dengan lebih efisien.

Seperti yang di katakan oleh Nurainun Najmah:

“Memberikan pelatihan soft skills seperti kemampuan komunikasi, kepemimpinan, dan kerjasama tim untuk meningkatkan hubungan internal dan eksternal yang lebih efektif.”⁹²

6) Budaya Kerja yang Positif

Membangun budaya kerja yang positif dan inklusif. Budaya kerja yang baik akan menciptakan lingkungan yang kondusif untuk pertumbuhan dan perkembangan staf. Bank dapat mengadakan kegiatan team-building, program kesejahteraan karyawan, dan forum diskusi untuk membangun semangat kerja yang positif.

Seperti yang di katakan oleh Rezky Nur Azizah B Palaloi:

“Membangun dan memelihara budaya kerja yang positif dan kolaboratif untuk meningkatkan motivasi, kepuasan, dan produktivitas karyawan dalam mendukung produk IB Hijrah Haji.”⁹³

⁹¹Ali Abu Farmadi, *RM FUND & HAJJ* (Wawancara di Bank Muamalat Kota Parepare: 21Juni 2024).

⁹²Nurainun Najmah, *Costumer Serviced* (Wawancara di Bank Muamalat Kota Parepare: 28Juni 2024).

⁹³Rezky Nur Azizah B Palaloi, *Teller Hybrid* (Wawancara di Bank Muamalat Kota Parepare: 14Juni 2024).

7) Rotasi dan Pengembangan Multi-Skills

Menerapkan program rotasi kerja dan pengembangan multi-skills. Dengan rotasi kerja, staf dapat memperoleh pengalaman di berbagai posisi dan departemen, yang akan memperluas wawasan dan keterampilan mereka. Pengembangan multi-skills memungkinkan staf untuk memiliki berbagai keterampilan yang dapat digunakan dalam berbagai situasi.

Seperti yang di katakan oleh Ali Abu Farmadi:

“Menerapkan rotasi pekerjaan dan pengembangan multi-skill untuk memperluas pengetahuan dan pengalaman karyawan dalam berbagai aspek perbankan syariah dan produk IB Hijrah Haji.”⁹⁴

Bank Muamalat KCP Parepare dapat memastikan bahwa staf memiliki kemampuan dan motivasi yang diperlukan untuk meningkatkan capaian produk IB Hijrah Haji dengan mengimplementasikan strategi-strategi pengembangan SDM tersebut. SDM yang berkualitas dan termotivasi adalah aset utama yang akan membantu bank mencapai target yang diinginkan.

d. Pengembangan Pasar

Pengembangan pasar merupakan strategi yang bertujuan untuk memperluas jangkauan dan meningkatkan penetrasi produk IB Hijrah Haji.

1) Segmentasi Pasar yang Lebih Mendalam

Melakukan segmentasi pasar yang lebih mendalam untuk mengidentifikasi segmen-segmen potensial yang belum tersentuh. Bank dapat mengkategorikan pasar berdasarkan demografi, geografis, perilaku, dan psikografis untuk memahami kebutuhan dan preferensi masing-masing

⁹⁴Ali Abu Farmadi, *RM FUND & HAJJ* (Wawancara di Bank Muamalat Kota Parepare: 21Juni 2024).

segmen. Dengan segmentasi yang tepat, strategi pemasaran dapat disesuaikan untuk menarik minat dari setiap kelompok target.

Seperti yang di katakan oleh Nurainun Najmah:

“Melakukan analisis lebih mendalam terhadap pasar potensial untuk menentukan segmen nasabah yang paling cocok dan membutuhkan produk IB Hijrah Haji.”⁹⁵

2) Ekspansi Geografis

Mengembangkan jaringan distribusi dengan membuka cabang baru atau kantor pelayanan di lokasi-lokasi strategis yang belum terjangkau.

Ekspansi geografis ini dapat membantu bank mencapai lebih banyak nasabah potensial di daerah-daerah yang memiliki permintaan tinggi untuk produk tabungan haji. Selain itu, kerjasama dengan agen atau mitra lokal dapat memperluas jangkauan pasar.

Seperti yang di katakan oleh Rezky Nur Azizah B Palaloi:

“Mengembangkan jangkauan geografis untuk menjangkau lebih banyak nasabah potensial di berbagai daerah, baik melalui kantor cabang baru maupun kerjasama dengan agen distribusi.”⁹⁶

3) Pemasaran Digital

Mengoptimalkan pemasaran digital untuk meningkatkan kesadaran dan minat terhadap produk IB Hijrah Haji. Bank dapat memanfaatkan media sosial, website, dan platform digital lainnya untuk mengkampanyekan keunggulan produk. Strategi pemasaran digital yang efektif mencakup konten informatif, iklan berbayar, SEO, dan email marketing untuk menjangkau audiens yang lebih luas.

Seperti yang di katakan oleh Ali Abu Farmadi:

⁹⁵Nurainun Najmah, *Costumer Serviced* (Wawancara di Bank Muamalat Kota Parepare: 28Juni 2024).

⁹⁶Rezky Nur Azizah B Palaloi, *Teller Hybrid* (Wawancara di Bank Muamalat Kota Parepare: 14Juni 2024).

“Memanfaatkan platform digital seperti media sosial, website, dan aplikasi mobile untuk meningkatkan visibilitas dan memperluas cakupan pemasaran produk IB Hijrah Haji.”⁹⁷

4) Promosi dan Diskon Khusus

Mengadakan promosi dan diskon khusus untuk menarik nasabah baru. Program seperti potongan biaya administrasi, bonus saldo awal, atau hadiah langsung bagi nasabah yang membuka tabungan dalam periode tertentu dapat meningkatkan minat masyarakat. Promosi ini dapat diiklankan melalui berbagai media, termasuk online dan offline.

Seperti yang di katakan oleh Nurainun Najmah:

“Menyediakan promosi dan diskon khusus untuk produk IB Hijrah Haji dalam rangka menarik perhatian dan meningkatkan minat masyarakat.”⁹⁸

5) Kerjasama dengan Institusi dan Komunitas

Menjalin kerjasama dengan institusi pendidikan, perusahaan, dan komunitas lokal untuk memperkenalkan produk IB Hijrah Haji. Bank dapat mengadakan seminar, workshop, atau presentasi di tempat-tempat tersebut untuk memberikan edukasi mengenai manfaat menabung haji. Kerjasama dengan institusi dan komunitas juga dapat menciptakan program tabungan haji kolektif atau payroll saving.

Seperti yang di katakan oleh Rezky Nur Azizah B Palaloi:

“Bekerja sama dengan institusi keuangan lain, agen travel haji, dan komunitas lokal untuk memperluas jaringan distribusi dan memperkenalkan produk IB Hijrah Haji kepada lebih banyak calon nasabah.”⁹⁹

⁹⁷Ali Abu Farmadi, *RM FUND & HAJJ* (Wawancara di Bank Muamalat Kota Parepare: 21Juni 2024).

⁹⁸Nurainun Najmah, *Costumer Serviced* (Wawancara di Bank Muamalat Kota Parepare: 28Juni 2024).

⁹⁹Rezky Nur Azizah B Palaloi, *Teller Hybrid* (Wawancara di Bank Muamalat Kota Parepare: 14Juni 2024).

6) Penyuluhan dan Edukasi Masyarakat

Mengadakan program penyuluhan dan edukasi masyarakat mengenai pentingnya menabung untuk haji dan keunggulan produk IB Hijrah Haji. Bank dapat menyelenggarakan acara-acara di tempat umum, seperti pameran atau bazar, untuk memberikan informasi dan konsultasi langsung kepada masyarakat. Edukasi yang baik akan meningkatkan kesadaran dan mendorong masyarakat untuk mulai menabung.

Seperti yang di katakan oleh Ali Abu Farmadi:

“Melakukan kegiatan penyuluhan dan edukasi secara teratur kepada masyarakat mengenai manfaat dan prosedur penggunaan produk IB Hijrah Haji.”¹⁰⁰

7) Diversifikasi Produk

Mengembangkan variasi produk tabungan haji yang dapat menarik minat segmen pasar yang berbeda. Misalnya, menawarkan paket tabungan haji yang disesuaikan dengan usia, status ekonomi, atau preferensi lainnya. Diversifikasi produk memungkinkan bank untuk memenuhi kebutuhan yang lebih luas dan menarik berbagai kelompok nasabah.

Seperti yang di katakan oleh Nurainun Najmah:

“Menambah variasi produk IB Hijrah Haji yang sesuai dengan kebutuhan dan preferensi nasabah, seperti produk investasi dengan jangka waktu yang berbeda atau opsi pembayaran yang fleksibel.”¹⁰¹

8) Testimoni dan Kisah Sukses Nasabah

Memfaatkan testimoni dan kisah sukses nasabah yang telah berhasil menabung dan melaksanakan ibadah haji dengan produk IB Hijrah

¹⁰⁰Ali Abu Farmadi, *RM FUND & HAJJ* (Wawancara di Bank Muamalat Kota Parepare: 21Juni 2024).

¹⁰¹Nurainun Najmah, *Costumer Serviced* (Wawancara di Bank Muamalat Kota Parepare: 28Juni 2024).

Haji. Testimoni ini dapat dipublikasikan di media sosial, website, atau brosur promosi untuk memberikan bukti nyata tentang manfaat produk. Kisah sukses dapat menjadi inspirasi bagi calon nasabah untuk memulai tabungan haji mereka.

Seperti yang di katakan oleh Rezky Nur Azizah B Palaloi:

“Memanfaatkan testimoni dan kisah sukses dari nasabah yang telah menggunakan produk IB Hijrah Haji untuk membangun kepercayaan dan menginspirasi masyarakat potensial untuk menggunakan produk tersebut.”¹⁰²

Bank Muamalat KCP Parepare dapat memperluas jangkauan produk IB Hijrah Haji dan meningkatkan capaian dengan menerapkan strategi-strategi pengembangan pasar tersebut. Pengembangan pasar yang efektif akan memastikan bahwa produk ini dikenal luas dan diminati oleh berbagai segmen masyarakat.

B. PEMBAHASAN

1. Pencapaian Produk IB Hijrah Haji Di Bank Muamalat KCP Parepare

Hasil Pencapaian menunjukkan bahwa produk IB Hijrah Haji di Bank Muamalat KCP Parepare mengalami perubahan yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Sebelumnya, Bank ini menghadapi tantangan dalam mencapai target yang ditetapkan untuk produk IB Hijrah Haji, karena seperti yang kita lihat bahwa target yang ditetapkan memang lumayan tinggi, akan tetapi Bank Muamalat terus menerus mendapatkan nasabah produk IB Hijrah Haji dalam jumlah yang banyak di 4 tahun terakhir yaitu pada tahun 2020 sampai dengan 2023. Secara teoritis memang benar bahwa, pencapaian terendah pada tahun 2020 dikarenakan pandemi Covid . Ketika terjadi covid orang cenderung tidak meninggalkan rumah, aktivitas untuk menabung di Bank juga terbatas. Analisis

¹⁰²Rezky Nur Azizah B Palaloi, *Teller Hybrid* (Wawancara di Bank Muamalat Kota Parepare: 14Juni 2024).

menyeluruh terhadap faktor-faktor penyebab ketidakmampuan mencapai target menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang kurang tepat sasaran dan kurangnya inovasi dalam produk merupakan faktor utama yang mempengaruhi. Namun demikian, dengan adanya evaluasi mendalam dan perubahan strategis yang diterapkan dalam beberapa tahun terakhir, Bank Muamalat KCP Parepare berhasil mengubah paradigma peningkatan pencapaian produk IB Hijrah Haji. Bank ini memperkuat strategi pengembangan dengan lebih fokus pada segmentasi pasar yang tepat dan meningkatkan penggunaan teknologi dalam mendukung layanan kepada nasabah.

Hasil dari perubahan strategis ini terlihat pada 2 tahun ini, di mana pencapaian produk IB Hijrah Haji di Bank Muamalat KCP Parepare cukup mengembirakan meskipun belum berhasil mencapai target yang telah ditetapkan. Data aktual menunjukkan peningkatan yang signifikan dalam jumlah nasabah yang menggunakan produk ini.

Faktor-faktor kunci yang berkontribusi terhadap keberhasilan ini termasuk peningkatan pemahaman terhadap kebutuhan nasabah, pengembangan produk yang lebih inovatif, dan peningkatan efisiensi dalam operasional pelayanan. Bank Muamalat KCP Parepare juga telah sukses dalam memperkuat infrastruktur teknologi informasi mereka untuk mendukung pertumbuhan yang berkelanjutan dalam pencapaian produk ini.¹⁰³ Sebagai rekomendasi ke depan, penting bagi Bank Muamalat KCP Parepare untuk terus mempertahankan momentum positif ini dengan terus mengembangkan strategi pengembangan yang adaptif dan meningkatkan kualitas layanan kepada nasabah. Dengan tetap

¹⁰³Philip Kotler Dan Kevin Lane Keller, Manajemen Pemasaran, (Jakarta: PT. Macanan Jaya Cemerlan, 2015), 357.

mengutamakan inovasi dan responsif terhadap perubahan dalam lingkungan bisnis, bank ini dapat memastikan bahwa pencapaian produk IB Hijrah Haji tetap berkelanjutan dan dapat meningkatkan pangsa pasar mereka dalam industri perbankan syariah.

2. Faktor Yang Mempengaruhi Capaian Produk IB Hijrah Haji Di Bank Muamalat KCP Parepare

Penelitian ini telah memaparkan data tentang Faktor Yang Mempengaruhi Capaian Produk IB Hijrah Haji Di Bank Muamalat KCP Parepare, Yaitu faktor penunjang dan faktor penghambat dimana kedua faktor ini, faktor penunjang tersebut saling terkait dan saling mendukung untuk menciptakan lingkungan yang kondusif bagi pengembangan dan keberlanjutan produk IB Hijrah Haji di Bank Muamalat KCP Parepare. Dengan memahami dan mengelola faktor-faktor ini secara efektif, bank dapat memperkuat posisinya di pasar dan memberikan nilai tambah yang signifikan bagi nasabah serta komunitas secara luas. Sedangkan faktor penghambat ini penting dalam merancang strategi yang efektif untuk mengatasi hambatan-hambatan tersebut. Dengan mengidentifikasi dan mengatasi faktor-faktor penghambat ini, Bank Muamalat KCP Parepare dapat meningkatkan efektivitas pemasaran, edukasi masyarakat, serta adopsi produk IB Hijrah Haji. Hal ini akan memungkinkan bank untuk lebih efektif dalam mencapai target pasar dan memberikan manfaat yang lebih besar bagi masyarakat dalam rangka persiapan ibadah haji.

a. Faktor penunjang

Faktor-faktor penunjang memiliki peran krusial dalam mendukung keberhasilan produk IB Hijrah Haji di Bank Muamalat KCP Parepare.

Kepercayaan yang kuat dari masyarakat terhadap lembaga keuangan syariah, seperti yang dimiliki oleh Bank Muamalat, menjadi fondasi utama yang mempengaruhi minat nasabah untuk mengadopsi produk IB Hijrah Haji. Kepercayaan ini tidak hanya berkaitan dengan aspek kepatuhan syariah, tetapi juga dengan reputasi bank dalam memberikan layanan yang berkualitas dan mendukung kebutuhan nasabah secara efektif. Selain kepercayaan, kualitas layanan yang diberikan oleh bank juga memainkan peran penting. Kemudahan dalam proses pembukaan rekening, kemudahan akses informasi mengenai produk, serta responsif terhadap kebutuhan nasabah merupakan faktor-faktor yang meningkatkan kepuasan nasabah. Layanan yang ramah, profesional, dan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah dapat memperkuat hubungan jangka panjang antara bank dan nasabah, serta mendorong penggunaan produk IB Hijrah Haji.

Inovasi produk juga menjadi faktor penunjang yang signifikan. Dengan terus mengembangkan fitur-fitur baru yang mempermudah dan memperkaya pengalaman nasabah dalam menabung untuk haji, bank dapat menarik lebih banyak nasabah potensial. Inovasi tersebut dapat berupa penggunaan teknologi digital untuk memfasilitasi transaksi dan monitoring tabungan haji, serta pengembangan produk-produk tambahan yang sesuai dengan kebutuhan pasar.

Pendidikan dan penyuluhan kepada masyarakat tentang manfaat menabung untuk haji juga berkontribusi besar dalam meningkatkan partisipasi dalam produk IB Hijrah Haji. Program-program edukasi yang efektif dapat meningkatkan pemahaman masyarakat tentang pentingnya

ibadah haji dan cara-cara untuk mencapai tujuan tersebut melalui produk yang ditawarkan oleh Bank Muamalat. Terakhir, komitmen yang konsisten dari Bank Muamalat terhadap prinsip-prinsip syariah menjadi fondasi yang kuat dalam membangun kepercayaan dan preferensi nasabah terhadap produk IB Hijrah Haji. Dengan meneguhkan komitmen ini dalam semua aspek operasional, bank tidak hanya memenuhi harapan nasabah akan kepatuhan syariah, tetapi juga membentuk citra yang positif sebagai lembaga keuangan yang bertanggung jawab secara sosial dan etis.

Hal ini sejalan dengan penelitian teori Menurut Pandji Anoraga yang mengatakan Strategi Bank adalah suatu proses pengevaluasian kekuatan dan kelemahan perusahaan dibandingkan dengan peluang dan ancaman yang ada dalam lingkungan yang dihadapi dan memutuskan strategi pasar, produk yang menyesuaikan kemampuan perusahaan dengan peluang lingkungan.¹⁰⁴ Q.S Al-Baqarah 2:278

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَذَرُوا مَا بَقِيَ مِنَ الرِّبَا إِن كُنْتُمْ مُؤْمِنِينَ ﴿٢٧٨﴾

Terjemahnya:

“Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan tinggalkan sisa Riba (yang belum dipungut) jika kamu orang-orang yang beriman.”¹⁰⁵

Ayat ini menegaskan pentingnya kepatuhan terhadap prinsip-prinsip syariah, khususnya dalam konteks yang disebutkan dalam pernyataan Anda tentang kepercayaan masyarakat terhadap lembaga keuangan syariah. Dalam konteks ekonomi syariah, riba (bunga) dianggap sebagai praktik yang

¹⁰⁴Pandji Anoraga, Manajemen Bisnis, (Jakarta: Renika Cipta, 2019), 339.

¹⁰⁵Kementrian Agama RI, Al-Qur'an Al Qarim

dilarang karena bertentangan dengan prinsip keadilan dan keberkahan dalam transaksi. Ayat ini menyeru orang-orang beriman untuk menjauhi riba dan mengamalkan takwa kepada Allah, yang merupakan dasar kepercayaan masyarakat terhadap lembaga keuangan syariah seperti Bank Muamalat. Dengan mengikuti prinsip-prinsip syariah yang melarang riba, lembaga keuangan syariah seperti Bank Muamalat dapat membangun kepercayaan yang kuat dari masyarakat Muslim. Kepercayaan ini tidak hanya berdasarkan aspek hukum syariah yang dipatuhi, tetapi juga karena keyakinan bahwa transaksi dan layanan yang diberikan oleh lembaga tersebut sesuai dengan nilai-nilai moral dan etika Islam. Oleh karena itu, ayat tersebut menunjukkan bahwa kepatuhan terhadap prinsip syariah adalah fundamental dalam membangun dan mempertahankan kepercayaan serta dukungan dari masyarakat Muslim terhadap produk-produk keuangan syariah seperti IB Hijrah Haji.

Faktor-faktor penunjang tersebut saling terkait dan saling mendukung untuk menciptakan lingkungan yang kondusif bagi pengembangan dan keberlanjutan produk IB Hijrah Haji di Bank Muamalat KCP Parepare. Dengan memahami dan mengelola faktor-faktor ini secara efektif, bank dapat memperkuat posisinya di pasar dan memberikan nilai tambah yang signifikan bagi nasabah serta komunitas secara luas.

b. Faktor penghambat

Faktor-faktor penghambat merupakan tantangan utama yang dapat menghalangi adopsi dan kesuksesan produk IB Hijrah Haji di Bank Muamalat KCP Parepare. Pertama-tama, kurangnya kesadaran dan

pemahaman masyarakat terkait manfaat menabung untuk haji menjadi penghambat signifikan. Banyak masyarakat masih kurang memahami pentingnya menabung secara terstruktur untuk mempersiapkan biaya perjalanan haji, serta manfaat produk tabungan haji yang ditawarkan oleh bank syariah seperti Bank Muamalat. Selain itu, kompleksitas proses administrasi dalam membuka rekening atau mengelola tabungan haji juga menjadi kendala. Proses yang rumit atau memakan waktu dapat membuat calon nasabah enggan untuk melanjutkan atau bahkan memilih alternatif lain yang lebih mudah diakses. Persepsi risiko terkait investasi jangka panjang juga dapat menghambat minat masyarakat, terutama dalam menghadapi fluktuasi pasar atau ketidakpastian ekonomi yang mungkin mempengaruhi nilai investasi mereka.

Keterbatasan finansial juga menjadi faktor penghambat yang signifikan. Bagi sebagian masyarakat, prioritas keuangan lainnya seperti kebutuhan sehari-hari atau pendidikan anak dapat mengurangi kesiapan untuk mengalokasikan dana untuk tabungan haji. Hal ini dapat mengakibatkan penundaan atau pengurangan niat untuk berinvestasi dalam produk IB Hijrah Haji, di samping itu, keterbatasan akses terhadap layanan keuangan syariah di daerah pedesaan atau terpencil juga menjadi hambatan. Kurangnya infrastruktur perbankan syariah yang memadai atau ketersediaan kantor cabang dapat menyulitkan masyarakat untuk mengakses dan menggunakan produk IB Hijrah Haji dengan mudah.

Tingkat persaingan yang ketat dari produk-produk keuangan lainnya, termasuk dari lembaga keuangan konvensional, juga merupakan faktor

penghambat potensial. Persaingan ini dapat mengurangi permintaan terhadap produk IB Hijrah Haji jika produk lain menawarkan keunggulan atau kemudahan yang lebih menarik bagi nasabah. Hal ini sejalan dengan penelitian teori Menurut Pandji Anoraga yang mengatakan Strategi Bank adalah suatu proses pengevaluasian kekuatan dan kelemahan perusahaan dibandingkan dengan peluang dan ancaman yang ada dalam lingkungan yang dihadapi dan memutuskan strategi pasar, produk yang menyesuaikan kemampuan perusahaan dengan peluang lingkungan.¹⁰⁶Q.S At-Tawbah 9:60

﴿ إِنَّمَا الصَّدَقَتُ لِلْفُقَرَاءِ وَالْمَسْكِينِ وَالْعَمِلِينَ عَلَيْهَا وَالْمُؤَلَّفَةِ قُلُوبِهِمْ
 وَفِي الرِّقَابِ وَالْغَرَمِينَ وَفِي سَبِيلِ اللَّهِ وَأَبْنِ السَّبِيلِ فَرِيضَةً مِّنَ اللَّهِ
 وَاللَّهُ عَلِيمٌ حَكِيمٌ ﴾

Terjemahnya:

“Sesungguhnya zakat-zakat itu, hanyalah untuk orang-orang fakir, orang-orang miskin, pengurus-pengurus zakat, Para mu'allaf yang dibujuk hatinya, untuk (memerdekakan) budak, orang-orang yang berhutang, untuk jalan Allah dan untuk mereka yuang sedang dalam perjalanan, sebagai suatu ketetapan yang diwajibkan Allah, dan Allah Maha mengetahui lagi Maha Bijaksana”¹⁰⁷

Ayat ini dari Surah At-Tawbah ayat 60 menjelaskan kewajiban dan tanggung jawab sosial umat Muslim terhadap mereka yang berada dalam keadaan kesulitan finansial, termasuk yang terbebani hutang. Ayat ini menegaskan bahwa di antara tugas umat Islam adalah untuk memberikan bantuan kepada mereka yang membutuhkan, baik untuk membebaskan diri

¹⁰⁶Pandji Anoraga, Manajemen Bisnis, (Jakarta: Renika Cipta, 2019), 339.

¹⁰⁷Kementrian Agama RI, Al-Qur'an Al Qarim

dari kemiskinan, membayar hutang, atau untuk kepentingan umum seperti mengumpulkan zakat.

Ayat ini berkaitan dengan konsep keuangan dalam Islam yang menekankan pentingnya solidaritas sosial dan keadilan ekonomi. Hal ini juga relevan dengan konteks keterbatasan finansial yang disebutkan dalam pernyataan sebelumnya, di mana banyak masyarakat yang mungkin tidak mampu mengalokasikan dana untuk tabungan haji karena memiliki prioritas keuangan lain seperti kebutuhan sehari-hari atau pendidikan anak. Dalam konteks ini, umat Muslim diingatkan untuk saling membantu dan mendukung sesama dalam menghadapi tantangan finansial mereka, dengan memahami dan menerapkan nilai-nilai seperti yang terdapat dalam ayat ini, masyarakat dapat membangun kebersamaan dalam mengatasi keterbatasan finansial dan meningkatkan kesempatan untuk berpartisipasi dalam produk-produk keuangan syariah seperti IB Hijrah Haji, yang menawarkan solusi untuk menabung secara syariah untuk ibadah haji.

Pemahaman mendalam terhadap faktor-faktor penghambat ini penting dalam merancang strategi yang efektif untuk mengatasi hambatan-hambatan tersebut. Dengan mengidentifikasi dan mengatasi faktor-faktor penghambat ini, Bank Muamalat KCP Parepare dapat meningkatkan efektivitas pemasaran, edukasi masyarakat, serta adopsi produk IB Hijrah Haji. Hal ini akan memungkinkan bank untuk lebih efektif dalam mencapai target pasar dan memberikan manfaat yang lebih besar bagi masyarakat dalam rangka persiapan ibadah haji.

3. Strategi Yang Dapat Di Terapkan Untuk Meningkatkan Capaian Produk IB Hijrah Haji Di Bank Muamalat KCP Parepare

a. Pengembangan Produk

Pengembangan produk menjadi kunci utama dalam meningkatkan daya saing dan adopsi produk IB Hijrah Haji di Bank Muamalat KCP Parepare. Salah satu strategi utama dalam pengembangan produk adalah melalui inovasi fitur. Bank Muamalat dapat mengembangkan fitur-fitur baru yang lebih sesuai dengan kebutuhan nasabah, seperti integrasi teknologi digital yang mempermudah proses transaksi dan monitoring tabungan haji. Misalnya, dengan memperkenalkan aplikasi mobile yang memungkinkan nasabah untuk melakukan transaksi secara langsung dan mendapatkan informasi terkini mengenai progres tabungan haji mereka.¹⁰⁸Selain inovasi fitur, penyesuaian produk dengan kebutuhan pasar juga krusial. Bank perlu terus memantau tren dan perubahan dalam perilaku konsumen terkait dengan tabungan haji, sehingga dapat menyesuaikan produk secara tepat waktu. Hal ini melibatkan tidak hanya pengembangan produk fisik, tetapi juga perubahan dalam proses layanan yang lebih efisien dan ramah pengguna.

Peningkatan kualitas layanan juga merupakan bagian integral dari strategi pengembangan produk. Bank Muamalat perlu terus memperbaiki layanan pelanggan untuk meningkatkan pengalaman nasabah. Layanan yang responsif, efisien, dan berorientasi pada kepuasan nasabah dapat membangun kepercayaan dan loyalitas yang kuat terhadap produk IB Hijrah

¹⁰⁸Pandji Anoraga, Manajemen Bisnis, (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2013), 339

Haji. Ini termasuk peningkatan dalam pelatihan karyawan untuk meningkatkan keterampilan komunikasi dan pelayanan kepada nasabah.¹⁰⁹

Edukasi dan pelatihan juga harus ditekankan sebagai bagian dari strategi pengembangan produk. Bank dapat meluncurkan program edukasi yang intensif untuk memberikan informasi yang jelas dan mendalam tentang manfaat tabungan haji serta prosedur yang terlibat. Program ini dapat mencakup seminar, workshop, atau materi edukasi online yang mudah diakses, sehingga dapat menjangkau lebih banyak masyarakat dan meningkatkan pemahaman mereka tentang pentingnya perencanaan keuangan syariah, di samping itu, kolaborasi dengan pihak terkait seperti lembaga pendidikan, komunitas, atau perusahaan juga dapat memperluas jangkauan produk IB Hijrah Haji.

Kolaborasi ini dapat menghasilkan inisiatif baru seperti program tabungan haji kolektif atau paket tabungan haji yang disesuaikan dengan kebutuhan kelompok tertentu. Ini tidak hanya membantu dalam menjangkau lebih banyak nasabah potensial, tetapi juga memperkuat citra bank sebagai lembaga keuangan yang peduli terhadap kebutuhan masyarakat. Terakhir, pengujian dan evaluasi produk secara berkala menjadi langkah penting untuk memastikan keberhasilan strategi pengembangan produk. Evaluasi ini akan membantu bank untuk mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan produk serta melakukan perbaikan yang diperlukan untuk menjaga keunggulan kompetitif di pasar. Dengan menerapkan strategi pengembangan produk yang komprehensif dan terintegrasi, Bank Muamalat KCP Parepare dapat

¹⁰⁹John A.Pearce II, Manajemen strategik, (Jakarta: Salemba Empat, 2014), 7

mengoptimalkan potensi produk IB Hijrah Haji dan meningkatkan penetrasi pasar. Pengembangan produk yang berhasil tidak hanya akan memperkuat posisi bank dalam industri keuangan syariah, tetapi juga memberikan nilai tambah yang signifikan bagi nasabah serta komunitas secara luas.



b. Pengembangan Kualitas Pelayanan

Pengembangan kualitas pelayanan menjadi fokus utama dalam strategi Bank Muamalat KCP Parepare untuk meningkatkan adopsi dan kepuasan nasabah terhadap produk IB Hijrah Haji. Salah satu langkah penting adalah melalui investasi dalam pelatihan dan pengembangan karyawan. Dengan meningkatkan pemahaman mereka tentang produk, serta keterampilan dalam komunikasi dan penyelesaian masalah, bank dapat memastikan bahwa setiap interaksi dengan nasabah berjalan dengan baik. Selanjutnya, bank perlu memastikan penyediaan layanan yang responsif. Ini mencakup layanan di kantor cabang, pusat layanan telepon, dan platform digital. Respons yang cepat terhadap pertanyaan nasabah, pengelolaan keluhan dengan baik, serta kemudahan dalam proses transaksi akan

membantu meningkatkan kepercayaan dan loyalitas nasabah terhadap produk IB Hijrah Haji.



Pemanfaatan teknologi juga menjadi kunci dalam meningkatkan kualitas layanan. Bank dapat memanfaatkan sistem CRM (Customer Relationship Management) untuk melacak preferensi nasabah dan memberikan layanan yang lebih personal. Implementasi teknologi ini tidak hanya mempercepat proses layanan, tetapi juga meningkatkan efisiensi dalam pengelolaan tabungan haji nasabah.¹¹⁰ Terakhir, pengukuran dan evaluasi secara berkala terhadap kualitas layanan sangat penting. Bank perlu aktif mengumpulkan umpan balik dari nasabah dan menggunakan data tersebut untuk melakukan perbaikan yang berkelanjutan. Evaluasi ini membantu bank untuk tetap responsif terhadap perubahan kebutuhan nasabah dan memastikan bahwa setiap aspek dari pengalaman nasabah terhadap produk IB Hijrah Haji berjalan dengan lancar, dengan menerapkan strategi pengembangan kualitas pelayanan ini secara komprehensif, Bank Muamalat KCP Parepare dapat memperkuat posisinya sebagai pilihan utama

¹¹⁰Agus Sucipto, *Studi Kelayakan Bisnis* (Malang: UIN Maliki Press, 2017).

dalam layanan keuangan syariah. Kualitas layanan yang lebih baik tidak hanya akan meningkatkan kepuasan nasabah saat ini, tetapi juga membuka peluang untuk menarik lebih banyak nasabah baru yang tertarik dengan nilai-nilai syariah dan kualitas layanan yang superior.

c. Pengembangan Sdm

Pengembangan SDM menjadi salah satu pilar utama dalam strategi Bank Muamalat KCP Parepare untuk meningkatkan efektivitas dan keberlanjutan produk IB Hijrah Haji. Hal ini dimulai dengan investasi dalam pelatihan dan pengembangan karyawan. Melalui program ini, bank dapat memastikan bahwa setiap anggota tim memiliki pemahaman yang mendalam tentang produk tabungan haji, termasuk aspek syariah dan manajemen keuangan yang relevan. Pelatihan ini juga mencakup pengembangan keterampilan komunikasi dan pelayanan agar karyawan dapat memberikan nasihat yang akurat dan solusi yang tepat kepada nasabah. Selain pelatihan, bank juga dapat memperluas inisiatif dengan menyediakan sertifikasi atau program akreditasi. Langkah ini tidak hanya meningkatkan kompetensi individual karyawan, tetapi juga menegaskan komitmen bank terhadap standar keuangan syariah yang tinggi dan kepercayaan nasabah dalam manajemen dana haji mereka. Dengan sertifikasi ini, karyawan dapat lebih percaya diri dalam memberikan layanan berkualitas tinggi dan membangun hubungan yang kuat dengan nasabah.

Pengembangan kepemimpinan juga penting dalam mengarahkan visi strategis bank. Bank Muamalat perlu memastikan bahwa manajer dan pemimpin di setiap tingkatan tidak hanya memiliki keahlian dalam

manajemen operasional, tetapi juga mampu menginspirasi tim untuk mencapai tujuan bersama. Dengan mendukung budaya organisasi yang inklusif dan mendukung inovasi, bank dapat memotivasi SDM untuk berkontribusi pada pengembangan produk yang lebih baik dan pengalaman nasabah yang lebih memuaskan.¹¹¹

Evaluasi kinerja secara teratur menjadi alat penting dalam pengembangan SDM. Bank perlu mengevaluasi pencapaian individu dan tim, memberikan umpan balik yang konstruktif, dan mengidentifikasi kebutuhan pengembangan lebih lanjut. Proses ini tidak hanya membantu dalam mempertahankan standar kualitas yang tinggi, tetapi juga memastikan bahwa bank selalu siap menghadapi tantangan pasar yang berubah dengan cepat.



¹¹¹Slameto, *Belajar dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi*, Cet. 6 (Jakarta: Rineka Cipta, 2013).

Bank Muamalat KCP Parepare dapat membangun fondasi yang kuat dengan menerapkan strategi pengembangan SDM yang holistik dan terencana dengan baik untuk meningkatkan capaian produk IB Hijrah Haji. SDM yang terlatih dan terampil tidak hanya akan membantu bank dalam mencapai tujuan bisnisnya, tetapi juga membantu dalam mempertahankan keunggulan kompetitif di pasar layanan keuangan syariah

d. Pengembangan Pasar

Pengembangan pasar menjadi aspek krusial dalam upaya Bank Muamalat KCP Parepare untuk memperluas penetrasi dan adopsi produk IB Hijrah Haji di pasar lokal. Langkah pertama dalam strategi ini adalah melakukan segmentasi pasar yang lebih mendalam. Bank perlu mengidentifikasi dengan jelas segmen nasabah potensial yang paling mungkin tertarik dengan produk keuangan syariah seperti tabungan haji ini. Dengan pemahaman yang lebih baik tentang kebutuhan dan preferensi pasar, bank dapat menyesuaikan strategi pemasaran dan produk secara lebih efektif. Selanjutnya, pengembangan produk dan paket penawaran yang relevan menjadi kunci dalam menarik minat pasar. Bank dapat mengembangkan fitur produk yang lebih menarik dan inovatif serta menawarkan paket-paket penawaran yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat lokal. Misalnya, dengan mengintegrasikan teknologi untuk mempermudah transaksi dan memberikan akses yang lebih baik kepada nasabah potensial.

Promosi yang efektif juga memainkan peran penting dalam pengembangan pasar. Bank perlu menggunakan media dan saluran promosi

yang tepat untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang produk IB Hijrah Haji. Kampanye pemasaran yang terarah dan menggunakan media sosial serta iklan digital dapat membantu bank mencapai target pasar dengan lebih efisien dan efektif.¹¹² Selain itu, kolaborasi dengan pihak terkait seperti lembaga keuangan syariah lainnya, lembaga pemerintah, atau komunitas lokal dapat menjadi strategi tambahan untuk memperluas jangkauan pasar. Kolaborasi ini tidak hanya meningkatkan visibilitas produk, tetapi juga memperkuat citra bank sebagai lembaga keuangan yang berkomitmen pada pengembangan ekonomi syariah dan masyarakat.

Bank perlu fokus pada peningkatan kualitas layanan dan pengalaman nasabah secara keseluruhan. Pelayanan yang baik dan responsif terhadap kebutuhan nasabah dapat membedakan bank dari pesaing dan membangun loyalitas nasabah yang kuat. Dengan menjaga standar kualitas yang tinggi dalam setiap aspek operasional, Bank Muamalat KCP Parepare dapat memperkuat posisinya dalam pasar layanan keuangan syariah.



¹¹²Ernie Trisnawati dan Kurniawan Saefullah, *Pengantar Manajemen Edisi 1, Cet 2* (Jakarta: Kencana, 2006).

Bank Muamalat KCP Parepare dapat mengoptimalkan potensi produk IB Hijrah Haji dan meningkatkan pangsa pasarnya dengan menerapkan strategi pengembangan pasar yang komprehensif dan terintegrasi. Strategi ini tidak hanya bertujuan untuk pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan, tetapi juga untuk memberikan nilai tambah yang signifikan bagi nasabah dan komunitas secara luas.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasar pada hasil penelitian diatas maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Pencapaian Produk IB Hijrah Haji di Bank Muamalat KCP Parepare terus menerus mendapatkan nasabah dalam jumlah yang banyak selama 4 tahun terakhir meskipun belum mencapai target yang telah ditentukan perusahaan.
2. Faktor-faktor yang mempengaruhi capaian produk IB Hijrah Haji di Bank Muamalat KCP Parepare ada dua yaitu faktor penunjang yang terdiri dari kualitas pelayanan, sosialisasi dan promosi, kepuasan nasabah, kerjasama dengan pihak ketiga, fasilitas dan teknologi, serta program khusus. Faktor penghambat terdiri dari kurangnya kesadaran masyarakat, persaingan dengan produk serupa, keterbatasan sumber daya manusia, keterbatasan infrastruktur dan teknologi, ketidakstabilan ekonomi serta birokrasi dan regulasi,
3. Strategi yang dapat dilakukan untuk meningkatkan capaian produk IB Hijrah Haji di Bank Muamalat KCP Parepare yaitu strategi pengembangan produk, strategi pengembangan kualitas dan pelayanan, strategi pengembangan SDM, serta strategi pengembangan pasar.

B. Saran

1. Untuk Bank Muamalat KCP Parepare hendaknya senantiasa terus meningkatkan pengembangan produk, pengembangan kualitas dan pelayanan, pengembangan sumber daya manusia dan memperluas pasar.
2. Untuk Penulis selanjutnya hendaknya dapat melakukan penelitian seperti ini tetapi dalam aspek kajian kuantitatif.

DAFTAR PUSTAKA

- AB Susanto, *Manajemen Strategik Komprehensif*, (Jakarta: Penerbit Erlangga, 2014).
- Afnan I.Abbas, *Strategi Pemasaran*, Vol. 8 No 1.2019, 55.
- Agus Sucipto, *Studi Kelayakan Bisnis*, (Malang: UIN Maliki Press, 2012), 68-69
- Agus Sucipto, *Studi Kelayakan Bisnis*, (Malang: UIN Maliki Press, 2011), 71-72
- Agustinus Sri Wahyuni, *Manajemen Strategi* (Jakarta: Binarupa Aksara, 2013).
- Ahmad Faisal Mustofa, "Strategi Pengembangan Bisnis Dalam Meningkatkan Pendapatan Pedagang Kaki Lima di Alun-Alun Bondowoso", Skripsi UIN Jawa Timur Jember, 2023
- Amin Widjaya Tunggal, *Manajemen Suatu Pengantar*, (Jakarta : PT. Rineka Cipta, 2016) 159
- Annisa Rahma, "Kurangnya Minat Nasabah Terhadap Produk Tabungan Haji di KJKSBMT AL-HIKMAH Ungaran Cabang Babadan", Skripsi (Semarang: UIN Walisongo, 2017), 18.
- Bahri, Andi, and Moh Yasin Soumena. "Efektivitas Sosialisasi Bank Muamalat KCP Parepare Terhadap Peningkatan Minat Menabung Masyarakat." *Jurnal Mirai Management* 8.3 (2023).
- Budiono, I. Nyoman. "Manajemen Pemasaran Bank Syariah." (2022).
- Burhan Bungin, *Metode Penelitian Sosial & Ekonomi Format-Format (Kuantitatifig Untuk Studi Soaial, Kebijakan Publik, Komunikasi , Manajemen dan Pemasaran)* (Jakarta: Kencana, 2013).
- Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Keempat (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2008).
- Depatermen, Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2013) CET III, 67
- Djali, *Psikologi Pendidikan* (Jakarta: Bumi Aksara, 2013), 121

- Donni Juni Priansa, *Komunikasi Pemasaran Terpadu Pada Era Media Sosial*, (Bandung: Pustaka setia 2017), 31.
- Dwi Perwitasari Wiryaningtyas. 2016. Pengaruh Keputusan Nasabah Dalam Pengambilan Kredit Pada Bank Kredit Desa Kabupaten Jember. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*
- Ernie Trisnawati Sule and Kurniawan Saefullah, *Pengantar Manajemen* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2005).
- Fandi Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, Cet.II (Yogyakarta: Andi, 2002).
- Freddy Rangkuti, *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2016), h. 12.
- Freddy Rangkuti, *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication* (Jakarta: PT Gramedia pustaka utama, 2014), 14.
- Gersom Hendarsono & Sugiono Sugiharto, “Analisa Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Cafe Buntos 99 Sidoarjo”, *Jurnal of Manajemen Pemasaran*, Vol 1, No 2 (2013), 3.
- Hasan Alwi, *Kamus Umum Bahasa Indonesia Edisi Ketiga*, 795.
- <http://www.bankmuamalat.co.id/tabungan-consumer/tabungan-ib-hijrah haji>.(diakses pada 19Oktober 2023, jam 16.34)
- <http://www.bankmuamalat.co.id/tabungan-consumer/tabungan-ib-hijrah-haji>.
- John A.Pearce II, *Manajemen strategik*, (Jakarta: Salemba Empat, 2014), 7
- Kasmir dan Jakfar, *Studi Kelayakan Bisnis*, (Jakarta: Kencana Prenada Media, 2016), 32.
- Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2013, Edisi Revisi, Cet. 7, h. 74.
- Kasmir, *Dasar-dasar Perbankan*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2013, Edisi Revisi, Cet.-3, h. 84
- Kasmir, *Kewirausahaan*, Jakarta: PT Raja Grafindo. 2014, h.174.
- Kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: PT Raja Grafindo, 2015), 197.
- Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung PT.Remaja Rosda Karya,2014)

- M. Suyanto, *Strategic Management Global Most Admired Companies*, (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2013), h. 10.
- Makhalul Ilmi, *Teori dan Praktek Lembaga Mikro Keuangan Syariah*, Yogyakarta: UII Press, 2012, h.
- Malayu S.P. Hasibuan, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2009), 79
- Mislah Hayati Nasution, Sutisna.2015. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Terhadap Internet Banking. *Jurnal Nisbah*. Volume 1 Nomor 1, hlm 65H. 2
- Mudrajad Kuncoro, *Strategi Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif* (Jakarta: Erlangga, 2005).
- Muhamad, *Manajemen Dana Bank Syariah*, (Yogyakarta:Ekonisia, 2014), H. 43
- Muhammad Afridhal, "Strategi Pengembangan Usaha Roti Tanjong di Kecamatan Samalanga Kabupaten Bireuen", *Jurnal S.Pertanian*, Vol 1, No.3(2017)
- Muhbib Abdul Wahan, *Psikologi suatu Pengantar (dalam Perspektif Islam)*, (Jakarta: Kencana, 2014), 265.
- Nur Asnawi & Muhammad Asnan Fanani, *Pemasaran Syari'ah Teori, Filosof & Isu-isu Kontemporer*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2017), 161
- Nyoman, Budiono I., Muhtar Lutfi, and Nasrullah Bin Sapa. "Implementasi Multi Akad (Hybrid Contract) Pada Pembiayaan Murabahah Bank Syariah." (2024).
- Pandji Anoraga, *Manajemen Bisnis*, (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2013), 339.
- Panji Wijaya & Mokh. Adib Sultan, "Formulasi Perancangan Strategi Pengembangan Usaha Menggunakan Analisis SWOT dan Business Model Canvas," *Jurnal Ilmu Manajemen & Bisnis* Vol 10, No.2 (2019)
- Philip Kotler Dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: PT. Macanan Jaya Cemerlan, 2015), 357.
- Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: PT Indeks, 2007), 23-24
- Philip Kotler. *Marketing Management*, (Jakarta: Pren Hallindo 2015), hal: 5

Said, Zainal. "Pengembangan ekonomi: Usaha memberdayakan pelaku ekonomi kecil dan menengah." *KURIOSITAS* 6.1 (2014): 35-41.

Sedarmayanti, *Manajemen Sumber Daya Manusia, Reformasi Birokrasi dan Manajemen Pegawai Negeri Sipil*, Bandung, Refika Aditama, 2011, Hlm. 181.

Slameto, *Belajar dan Faktor-faktor yang Mempengaruhi*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2013), 180.

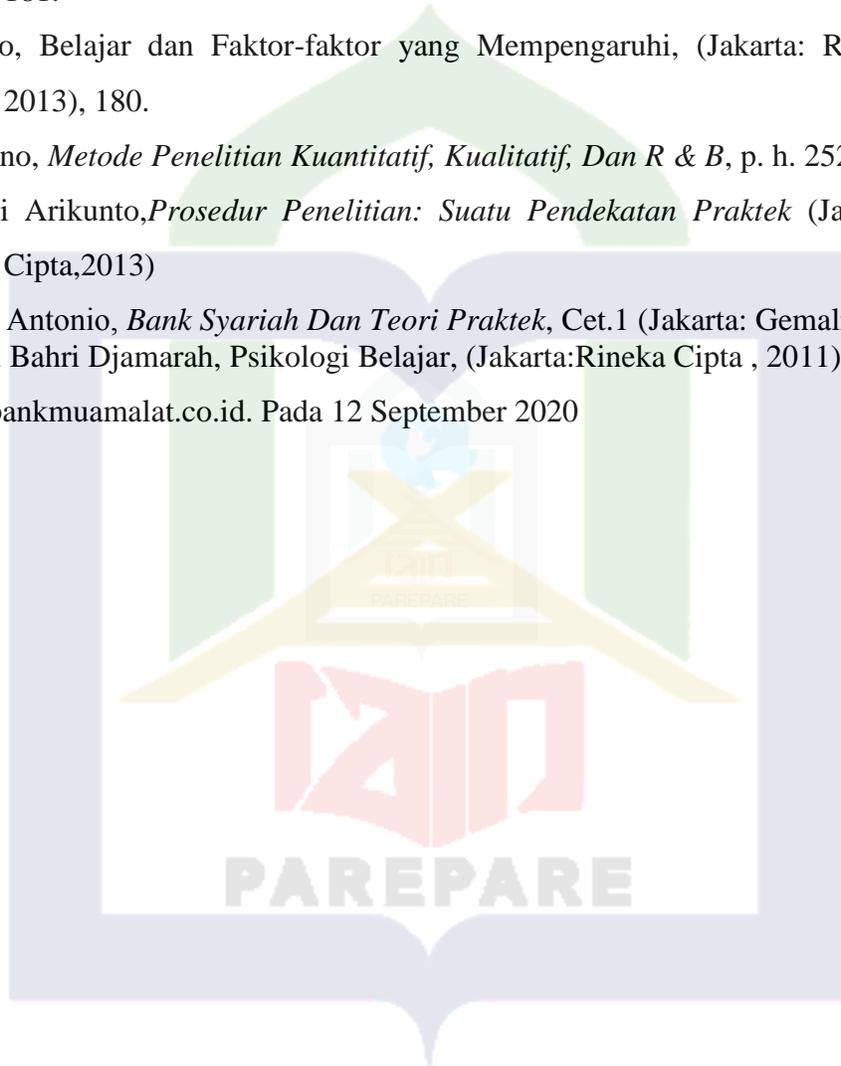
Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R & B*, p. h. 252

Suharni Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek* (Jakarta:Rineka Cipta,2013)

Syafi'I Antonio, *Bank Syariah Dan Teori Praktek*, Cet.1 (Jakarta: Gemalnsani, 2011).

Syaiful Bahri Djamarah, *Psikologi Belajar*, (Jakarta:Rineka Cipta , 2011), 75

www.bankmuamalat.co.id. Pada 12 September 2020



LAMPIRAN





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

Alamat : JL. Amal Bakti No. 8, Soreang, Kota Parepare 91132 ☎ (0421) 21307 📠 (0421) 24404
PO Box 909 Parepare 9110, website : www.iainpare.ac.id email: mail.iainpare.ac.id

Nomor : B-2162/In.39/FEBI.04/PP.00.9/06/2024

05 Juni 2024

Sifat : Biasa

Lampiran : -

H a l : Permohonan Izin Pelaksanaan Penelitian

Yth. WALIKOTA PAREPARE

Cq. Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu
di

KOTA PAREPARE

Assalamu Alaikum Wr. Wb.

Dengan ini disampaikan bahwa mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Parepare :

Nama : SRI ASNITA
Tempat/Tgl. Lahir : DUSUNG, 26 November 2000
NIM : 19.2300.091
Fakultas / Program Studi : Ekonomi dan Bishis Islam / Perbankan Syariah
Semester : X (Sepuluh)
Alamat : JLN.MATTIROWALIE DUSUNG DESA CILELLANG KEC.MALLUSETASI
KAB.BARRU

Bermaksud akan mengadakan penelitian di wilayah WALIKOTA PAREPARE dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul :

STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA DALAM MENINGKATKAN CAPAIAN PRODUK IB HIJRAH HAJI DI BANK MUAMALAT KCP PAREPARE

Pelaksanaan penelitian ini direncanakan pada tanggal 05 Juni 2024 sampai dengan tanggal 05 Juli 2024.

Demikian permohonan ini disampaikan atas perkenaan dan kerjasamanya diucapkan terima kasih.

Wassalamu Alaikum Wr. Wb.

Dekan,



Dr. Muzdalifah Muhammadun, M.Ag.
NIP 197102082001122002

Tembusan :

1. Rektor IAIN Parepare

SRN IP000512



PEMERINTAH KOTA PAREPARE
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
Jl. Bandar Madani No. 1 Telp (0421) 23594 Faksimile (0421) 27719 Kode Pos 91111, Email : dpmpstp@pareparekota.go.id

REKOMENDASI PENELITIAN
Nomor : 512/IP/DPM-PTSP/6/2024

Dasar : 1. Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2002 tentang Sistem Nasional Penelitian, Pengembangan, dan Penerapan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi.
2. Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 64 Tahun 2011 tentang Pedoman Penerbitan Rekomendasi Penelitian.
3. Peraturan Walikota Parepare No. 23 Tahun 2022 Tentang Pendelegasian Wewenang Pelayanan Perizinan dan Non Perizinan Kepada Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu.

Setelah memperhatikan hal tersebut, maka Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu :

M E N G I Z I N K A N

KEPADA
NAMA : **SRI ASNITA**

UNIVERSITAS/ LEMBAGA : **INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PAREPARE**
Jurusan : **PERBANKAN SYARIAH**

ALAMAT : **DUSUNG, KEC. MALLUSETASI, KAB. BARRU**
UNTUK : melaksanakan Penelitian/wawancara dalam Kota Parepare dengan keterangan sebagai berikut :

JUDUL PENELITIAN : **STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA DALAM MENINGKATKAN CAPAIAN PRODUK IB HIDRAH HAJI DI BANK MUAMALAT KCP PAREPARE**

LOKASI PENELITIAN : **BANK MUAMALAT KCP PAREPARE**

LAMA PENELITIAN : **20 Juni 2024 s.d 20 Juli 2024**

a. Rekomendasi Penelitian berlaku selama penelitian berlangsung
b. Rekomendasi ini dapat dicabut apabila terbukti melakukan pelanggaran sesuai ketentuan perundang - undangan

Dikeluarkan di: **Parepare**
Pada Tanggal : **24 Juni 2024**

**KEPALA DINAS PENANAMAN MODAL
DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
KOTA PAREPARE**



Hj. ST. RAHMAH AMIR, ST, MM
Pembina Tk. 1 (IV/b)
NIP. 19741013 200604 2 019

Biaya : Rp. 0.00

- UU ITE No. 11 Tahun 2008 Pasal 5 Ayat 1
- Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik dan/atau hasil cetaknya merupakan alat bukti hukum yang sah
- Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan **Sertifikat Elektronik** yang diterbitkan **BSrE**
- Dokumen ini dapat dibuktikan keasliannya dengan terdaftar di database DPMPSTP Kota Parepare (scan QRCode)



Balai
Sertifikasi
Elektronik



SURAT KETERANGAN

Yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : Abu Ali Farmadi
Umur : 36 Tahun
Jabatan : Relationship Marketing

Menerangkan bahwa :

Nama : Sri Asnita
Tempat tanggal lahir : Dusung, 26 November 2000
Universitas : Institut Agama Islam Negeri Parepare
Alamat rumah : Jln.Mattirowalie Dusung Desa Cilellang

Bahwa yang bersangkutan di atas adalah benar Mahasiswa INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PAREPARE yang telah melakukan penelitian dengan judul **“STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA DALAM MENINGKATKAN CAPAIAN PRODUK IB HIJRAH HAJI DI BANK MUAMALAT KCP PAREPARE”** mulai tanggal 05 Juni sampai dengan tanggal 05 Juli 2024 sebagai kelengkapan dalam proses penyelesaian Pendidikan Strata (S1) dan yang bersangkutan saat ini telah menyelesaikan penelitian tersebut.

Demikian surat keterangan ini kami berikan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Parepare, 8 Juli 2024

Yang menerangkan,



Abu Ali Farmadi

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Murainun Hajmah
Alamat : Buaka
Umur : 23
Jenis Kelamin : Perempuan
Pekerjaan : CS

Menerangkan bahwa telah memberikan keterangan wawancara kepada saudari SRI ASNITA, yang sedang melakukan penelitian yang berkaitan dengan “Strategi Pengembangan Usaha dalam Meningkatkan Capaian Produk Iq Hijrah Haji di Bank Muamalat KCP Parepare”. Demikian surat keterangan ini diberikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Parepare, Juni 2024


Murainun Hajmah


PAREPARE

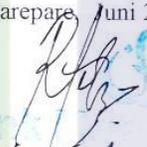
SURAT KETERANGAN WAWANCARA

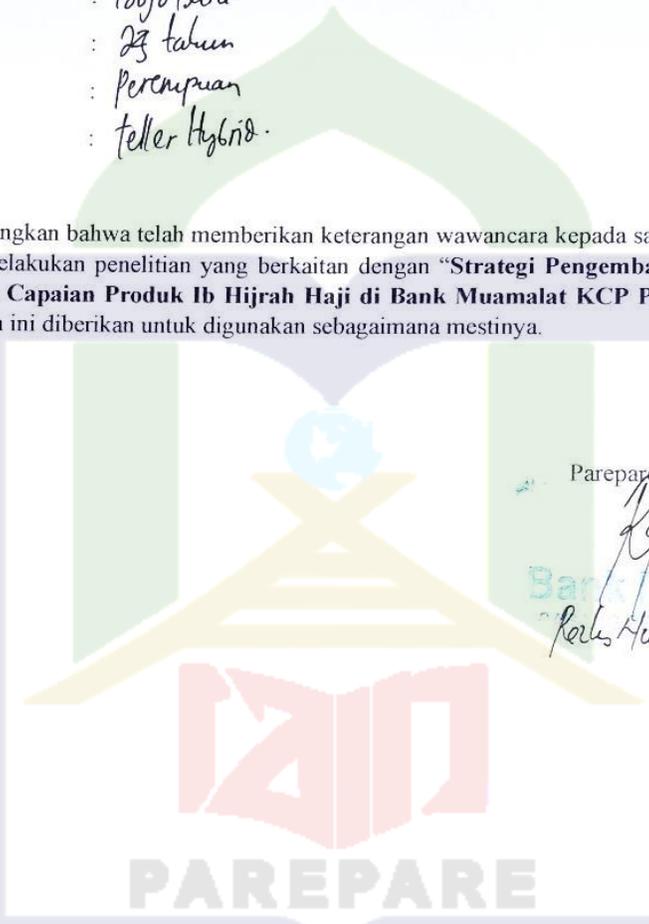
Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Rizky Nur Azizah S. B. Palali
Alamat : Bojo Baru
Umur : 23 tahun
Jenis Kelamin : Perempuan
Pekerjaan : Teller Hybrid

Menerangkan bahwa telah memberikan keterangan wawancara kepada saudari SRI ASNITA, yang sedang melakukan penelitian yang berkaitan dengan “Strategi Pengembangan Usaha dalam Meningkatkan Capaian Produk Iq Hijrah Haji di Bank Muamalat KCP Parepare”. Demikian surat keterangan ini diberikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Parepare, Juni 2024


Rizky Nur Azizah S. B. Palali


PAREPARE

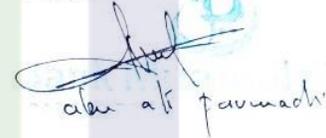
SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : ABU ALI FARMADI
Alamat : BTN D'NAIHA PARE PARE
Umur : 36 TAHUN
Jenis Kelamin : LAKI-LAKI
Pekerjaan : RM FUND & HAJJ

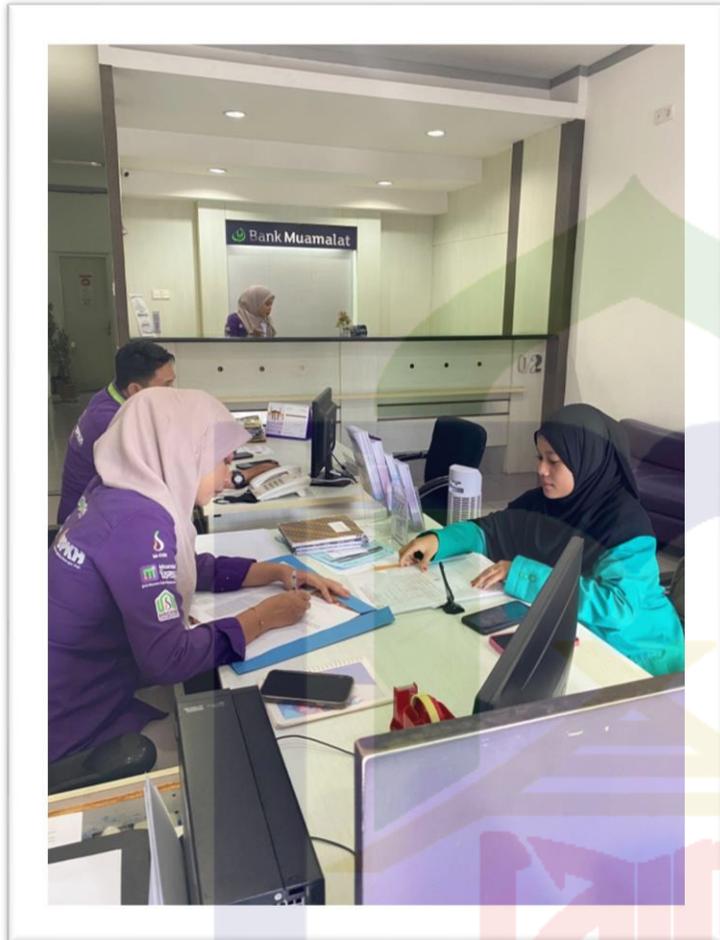
Menerangkan bahwa telah memberikan keterangan wawancara kepada saudari SRI ASNITA, yang sedang melakukan penelitian yang berkaitan dengan "Strategi Pengembangan Usaha dalam Meningkatkan Capaian Produk Iq Hijrah Haji di Bank Muamalat KCP Parepare". Demikian surat keterangan ini diberikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Parepare, Juni 2024


abu ali farmadi


PAREPARE

DOKUMENTASI







TRANSKIP WAWANCARA

I. Pencapaian Produk IB Hijrah Haji Bank Muamalat KCP Parepare

1. Apa saja produk tabungan yang ada di bank Muamalat KCP Parepare?

“Produk tabungan yang ada di Bank Muamalat KCP Parepare yaitu tabunganku, tabungan haji wadiah, tabungan haji prima, tabungan dollar, dan tabungan ib hijrah haji.

2. Apa yang dimaksud dengan tabungan IB Hijrah Haji ?

“Tabungan IB Hijrah Haji adalah tabungan yang diperuntukkan untuk orang yang mau mendaftar haji.

3. Bagaimana persyaratan untuk membuka tabungan IB hijrah Haji?

“Persyaratan untuk membuka tabungan IB Hijrah Haji cukup menggunakan KTP saja, lampirkan NPWP jika ada, dan kartu keluarga. Kalau anak dibawah umur persyaratannya KTP orang tua, kartu keluarga, akta kelahiran.

4. Bagaimana prosedur produk tabungan IB Hijrah Haji Bank Muamalat KCP Parepare?

“Prosedur produk tabungan IB Hijrah Haji di Bank Muamalat KCP Parepare setoran awalnya cukup 25.000 bisa 50.000, 100.000, nah setelah sampai 25 juta baru bisa di daftarkan haji.

5. Mengapa produk tabungan IB Hijrah Haji lebih banyak diminati dibandingkan produk lain ?

“Produk tabungan IB Hijrah Haji lebih banyak diminati karena mengandung pesan emosional, bukan hanya untuk menabung tetapi menyarankan orang untuk beribadah, mengajak orang untuk melaksanakan rukun islam yang ke 5.

6. Akad apa yang digunakan dalam produk tabungan IB Hijrah Haji Bank Muamalat KCP Parepare?

“Akad yang digunakan dalam produk tabungan IB Hijrah Haji adalah akad wadiah.

7. Bagaimana proses akad yang dilakukan dalam produk tabungan ini ?

“Proses akad wadiah pada produk IB Hijrah Haji di Bank Muamalat melibatkan beberapa tahapan sebagai berikut :

- 1) Pembukaan Rekening:
 - Nasabah yang berminat membuka rekening IB Hijrah Haji harus mendatangi cabang Bank Muamalat terdekat dengan membawa dokumen-dokumen yang diperlukan seperti KTP, NPWP (jika ada), dan dokumen lainnya yang mungkin diminta oleh bank.
 - Petugas bank akan membantu nasabah mengisi formulir pembukaan rekening dan memberikan penjelasan mengenai syarat dan ketentuan produk IB Hijrah Haji.
- 2) Penandatanganan Akad Wadiah:
 - Setelah semua dokumen lengkap dan formulir diisi, nasabah akan menandatangani akad wadiah.
 - Akad wadiah adalah akad titipan di mana nasabah menitipkan dananya kepada bank untuk disimpan dengan aman. Bank Muamalat sebagai penerima titipan (wadi) akan menjaga dana tersebut tanpa memberikan imbalan tertentu kepada nasabah.
 - Nasabah akan menerima buku tabungan atau bukti lainnya sebagai tanda bukti bahwa dana tersebut telah dititipkan kepada bank.
- 3) Setoran Awal dan Selanjutnya:
 - Nasabah harus melakukan setoran awal sesuai dengan ketentuan yang berlaku untuk produk IB Hijrah Haji.
 - Setoran dapat dilakukan secara tunai di teller, melalui transfer bank, atau metode lainnya yang disediakan oleh Bank Muamalat.
 - Nasabah dapat melakukan setoran tambahan kapan saja sesuai keinginan hingga mencapai jumlah yang diperlukan untuk mendaftar haji.
- 4) Pengelolaan Dana:
 - Dana yang dititipkan dalam rekening IB Hijrah Haji akan dikelola oleh Bank Muamalat sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.
 - Meskipun bank tidak memberikan imbalan (bunga) atas dana titipan, bank dapat memberikan bonus secara sukarela sebagai bentuk apresiasi kepada nasabah. Namun, bonus ini tidak dijanjikan dalam akad.

- 5) Penggunaan Dana:
 - Dana yang terkumpul dalam rekening IB Hijrah Haji hanya boleh digunakan untuk keperluan pendaftaran dan pelaksanaan ibadah haji.
 - Nasabah dapat memantau saldo dan mutasi rekening melalui buku tabungan, internet banking, atau layanan perbankan lainnya yang disediakan oleh Bank Muamalat.
 - 6) Pendaftaran Haji:
 - Setelah saldo rekening mencapai jumlah yang diperlukan, nasabah dapat mendaftar haji melalui Bank Muamalat.
 - Bank akan membantu proses pendaftaran ke SISKOHAT (Sistem Informasi dan Komputerisasi Haji Terpadu) yang dikelola oleh Kementerian Agama Republik Indonesia.
 - 7) Penutupan Rekening:
 - Rekening IB Hijrah Haji dapat ditutup setelah nasabah selesai melaksanakan ibadah haji atau sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Bank Muamalat.
 - Penutupan rekening juga dapat dilakukan atas permintaan nasabah, dengan syarat dan ketentuan yang berlaku.
8. **Berapa setoran minimum untuk melakukan pembukaan rekening tabungan IB Hijrah Haji di Bank Muamalat KCP Parepare?**
 “Tidak ada setoran minimum untuk melakukan pembukaan rekening tabungan IB Hijrah Haji (0 rupiah), tetapi alangkah baiknya jika ada.
 9. **Siapa saja yang menjadi target calon nasabah dalam produk ini ?**
 “Semua umat muslim se ajatappareng yang belum haji menjadi target calon nasabah.
 10. **Berapa target nasabah produk tabungan IB Hijrah Haji pertahun ?**
 “Target nasabah produk tabungan IB Hijrah Haji pertahun sebanyak 600 orang, perbulan sebanyak 50 orang.
 11. **Bagaimana target pencapaian untuk tahun 2023?**
 “Untuk pencapaian tahun 2023, bulan juni Alhamdulillah mencapai target bahkan sudah melebihi target.
 12. **Siapa saja SDM yang bertanggungjawab terhadap pencapaian produk tersebut ?**

“Abu Ali Farmadi selaku Relationship Marketing yang bertanggungjawab atas pencapaian produk tersebut.

13. Bagaimana kaitan tabungan **IB Hijrah Haji** dengan **SISKOHAT**?

“Sistem Komputerisasi Haji Terpadu (SISKOHAT) adalah sistem yang digunakan oleh Kementerian Agama Indonesia untuk mengelola dan memonitor seluruh proses pelaksanaan haji, mulai dari pendaftaran hingga keberangkatan dan kepulangan jamaah haji. SISKOHAT membantu memastikan bahwa pelaksanaan haji berjalan dengan lancar, teratur, dan transparan.

Produk **IB Hijrah Haji** adalah salah satu produk perbankan syariah yang menawarkan layanan tabungan khusus untuk persiapan biaya haji. Dengan produk ini, nasabah dapat menabung secara berkala untuk mencapai biaya haji yang diperlukan.

Kaitannya antara SISKOHAT dengan produk **IB Hijrah Haji** adalah sebagai berikut:

- a. **Pendaftaran Haji:** Ketika seseorang membuka rekening tabungan haji (seperti **IB Hijrah Haji**), bank akan membantu proses pendaftaran haji melalui SISKOHAT. Data nasabah akan dimasukkan ke dalam sistem untuk mendapatkan nomor porsi haji, yang merupakan nomor antrian keberangkatan haji.
- b. **Verifikasi dan Validasi:** SISKOHAT berfungsi untuk memverifikasi dan memvalidasi data calon jamaah haji yang didaftarkan oleh bank. Hal ini memastikan bahwa data yang masuk adalah akurat dan sah.
- c. **Pembayaran dan Pelunasan:** Melalui produk **IB Hijrah Haji**, nasabah dapat menyetor dana secara bertahap untuk biaya haji. SISKOHAT akan memonitor pembayaran dan pelunasan biaya haji tersebut.
- d. **Transparansi dan Akuntabilitas:** SISKOHAT membantu memastikan bahwa seluruh proses pendaftaran dan pembayaran biaya haji dilakukan dengan transparan dan akuntabel. Ini termasuk pemantauan dana yang disetor oleh nasabah ke rekening tabungan haji mereka.
- e. **Koordinasi antara Bank dan Kementerian Agama:** Melalui integrasi antara produk perbankan syariah seperti **IB Hijrah Haji** dan

SISKOHAT, bank dan Kementerian Agama dapat berkoordinasi dengan lebih baik untuk memastikan bahwa calon jamaah haji mendapatkan pelayanan yang optimal.

Dengan demikian, SISKOHAT dan produk IB Hijrah Haji bekerja sama untuk memberikan kemudahan dan kepastian bagi calon jamaah haji dalam merencanakan dan melaksanakan ibadah haji.

II. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Capaian Produk

1. Faktor apa saja yang berpengaruh dalam pencapaian target produk tabungan IB Hijrah Haji di Bank Muamalat KCP Parepare?

“Broadcast, presentasi, sosialisasi di kemenag-kemenag, kadang juga apabila nasabah datang ke Bank dengan kepentingan disuruh orang untuk menabungkan sejumlah uangnya atau perintah dari nasabah bank muamalat, kita memberikan brosur tabungan IB Hijrah Haji agar dikenal dan diketahui calon nasabah.

2. Apa saja kendala yang biasa dialami nasabah saat pembukaan rekening tabungan tersebut ?

“Pembukaan rekening tabungan haji, seperti Tabungan Poruk IB Hijrah Haji, sering kali mengalami berbagai kendala yang dapat menghambat prosesnya. Beberapa kendala umum yang biasa dialami nasabah antara lain:

- a. **Dokumen yang Tidak Lengkap atau Tidak Sesuai:** Nasabah sering kali lupa membawa atau menyediakan dokumen yang diperlukan, seperti KTP, NPWP, dan surat-surat lainnya yang dibutuhkan untuk pembukaan rekening.
- b. **Proses Verifikasi yang Lama:** Proses verifikasi data dan dokumen oleh bank atau lembaga terkait bisa memakan waktu lebih lama dari yang diharapkan, mengakibatkan penundaan dalam pembukaan rekening.
- c. **Kurangnya Pemahaman Nasabah:** Beberapa nasabah mungkin kurang memahami prosedur dan persyaratan untuk membuka

rekening tabungan haji, sehingga mengalami kesulitan dalam memenuhi semua persyaratan.

- d. **Masalah Teknis atau Sistem:** Gangguan pada sistem IT atau jaringan bank bisa menyebabkan keterlambatan atau kegagalan dalam proses pembukaan rekening.
- e. **Antrian Panjang di Kantor Cabang:** Jika banyak nasabah yang membuka rekening pada waktu yang sama, antrian panjang di kantor cabang bank dapat menjadi kendala yang signifikan.
- f. **Keterbatasan Layanan Online:** Tidak semua bank atau lembaga keuangan memiliki sistem yang memungkinkan pembukaan rekening secara online dengan mudah, sehingga nasabah harus datang langsung ke kantor cabang.

3. Faktor apa saja yang menjadi penghambat tercapainya target produk tabungan tersebut ?

“Ada beberapa faktor yang bisa menjadi penghambat tercapainya target produk tabungan IB Hijrah Haji

- a. **Kurangnya Kesadaran dan Informasi**
- b. **Persaingan dengan Produk Serupa**
- c. **Talangan haji**
- d. **Kondisi Ekonomi**
- e. **Perubahan Kebijakan Pemerintah**
- f. **Masalah Teknis dan Layanan**
- g. **Kurangnya Inovasi Produk**
- h. **Pelayanan yang Kurang Optimal**
- i. **Promosi dan Pemasaran yang Kurang Efektif**

4. Faktor apa saja yang menjadi penunjang tercapainya target produk tabungan tersebut?

“Tercapainya target produk tabungan IB Hijrah Haji dipengaruhi oleh berbagai faktor. Berikut adalah beberapa faktor penunjang yang dapat berkontribusi terhadap keberhasilan produk tersebut:

- a. **Kualitas Layanan**
- b. **Promosi dan Pemasaran**

- c. **Kemudahan Akses dan Proses**
- d. **Sosialisasi**
- e. **Kerjasama dengan Lembaga Lain**
- f. **Inovasi Produk**
- g. **Pelayanan Nasabah yang Proaktif**

III. Strategi Pencapaian Produk

1. Bagaimana cara menarik minat masyarakat untuk mengambil produk tabungan Ib Hijrah Haji Bank Muamalat KCP Parepare?

“Kita melakukan pendekatan emosional, bukan hanya presentase, tetapi kita jelaskan kepada masyarakat bahwa ini adalah ibadah, kita mengarahkan seluruh warga untuk beribadah melaksanakan rukun islam yang ke 5. Kita juga melakukan promosi dan berkolaborasi dengan komunitas dan organisasi.

2. Bagaimana bentuk kegiatan pihak bank dalam mempromosikan produk tabungan tersebut ?

“Selalu presentasi di mesjid-mesjid islam, presentasi di travel haji, presentasi di daerah-daerah, sekolah islam.

3. Selama ini bentuk pemasaran apa yang paling efektif dalam menggaet nasabah ?

“Bentuk pemasaran yang paling efektif adalah broadcast dan presentase.

4. Dimana tempat yang biasa digunakan untuk mempromosikan produk tabungan tersebut?

“Kementrian agama, sekolah-sekolah islam dan travel-travel haji.

5. Media apa yang digunakan dalam memasarkan produk tabungan Ib Hijrah Haji ?

“Kalau untuk media kan sekarang sudah teknologi jadi kami pasarakan di media sosial seperti whatsapp, instagram, facebook.

6. Apa yang harus dijaga untuk mempertahankan usaha tersebut?

“Yang harus kita jaga dalam mempertahankan usaha tersebut adalah kekonsistenan dalam mempromosikan atau mempresentasikan produk tersebut.

7. Bagaimana strategi yang dilakukan untuk meningkatkan capaian produk tabungan tersebut ?

“Strategi yang dilakukan untuk meningkatkan capaian produk tersebut ada 4 yaitu:

- a. Strategi Pengembangan Produk
- b. Strategi Pengembangan Pasar
- c. Strategi Pengembangan Sumber Daya Manusia
- d. Strategi Pengembangan Kualitas dan Pelayanan



BIODATA PENULIS



Sri Asnita, biasa dipanggil Itaa,Sri,Asnita,Sasmita. Lahir di Dusung 26 November 2000. Anak kedua dari pasangan Bapak Sappewali dan Ibu Sahlang . Penulis memiliki 2 saudara kandung .Kakak saya bernama Muhammad Ahlun Nasab S.Psi, dan adek saya bernama Ainun Mutmainna . Penulis mulai masuk TK pada tahun 2006-2007 dan melanjutkan pendidikan di SDN 4 Cilellang pada tahun 2007-2013,kemudian masuk di SMP NEGERI 1 MALLUSETASI pada tahun 2013-2016, dan melanjutkan pendidikannya lagi di SMA NEGERI 1 MALLUSETASI pada tahun 2016-2019. Ditahun yang sama, yaitu tahun 2019 penulis melanjutkan pendidikannya di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare dengan mengambil Program Studi Perbankan Syariah di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Penulis melaksanakan Kuliah Pengabdian Masyarakat (KPM) di Desa Leppangeng,Kab Pinrang Provinsi Sulawesi Selatan dan melaksanakan Praktik Pengalaman Lapangan (PPL) di Bank Muamalat Kantor Cabang Parepare. Semasa kuliah , penulis juga menghabiskan sebagian besar waktu dengan fokus belajar sambil menjalankan usaha bisnis (olshop), penulis juga menghabiskan sebagian besar waktu dirumah untuk membantu orang tua. Dan mengerjakan tugas akhirnya sebagai mahasiswa Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare dan berhasil menyelesaikan studinya pada tahun 2024 dengan judul skripsi : *Strategi Pengembangan Usaha dalam Meningkatkan Capaian Produk IB Hijrah Haji di Bank Muamalat KCP Parepare.*