

**STRATEGI PEMASARAN TABUNGAN IB HIJRAHHAJI
PADA BANK MUAMALAT KCP CURUP
DIMASA PANDEMI COVID-19**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi syarat
guna memperoleh gelar sarjana Ekonomi (S.E)
Dalam Ilmu Perbankan Syari'ah



Oleh:

BERRY

NIM: 17631018

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
IAIN CURUP**

2022

Hal : Pengajuan Skripsi
Kepada
Yth. Bapak Rektor IAIN Curup
Di
Curup

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah melakukan pemeriksaan dan perbaikan seperlunya, maka kami berpendapat skripsi saudara:

Nama : BERRY
Nim : 17631018
Fakultas : Syariah dan Ekonomi Islam
Program Studi : Perbankan Syariah
Judu : **Strategi Pemasaran Tabungan iB Hijrah Haji Pada Bank Muamalat KCP Curup Dimasa Pandemi Covid-19**

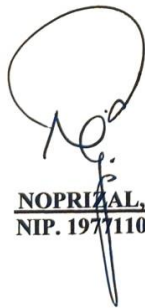
Sudah dapat diajukan dalam sidang Munaqasah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup.

Demikianlah permohonan ini kami ajukan, kami ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Curup, 27 juli, 2022

Pembimbing I



NOPRIYAL, M.Ag
NIP. 197711052009011007

Pembimbing II



KHAIRUL UMAM KHUDHORI, M.E.I
NIP.199007252018011001

PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : BERRY
Nomor Induk Mahasiswi : 17631018
Jurusan Program Studi : Perbankan Syariah

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan penulis juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali secara tertulis diajukan atau dirujuk dalam naskah ini dan disebutkan dalam referensi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, semoga dapat dipergunakan seperlunya.

Curup, 2 Agustus 2022



NIM. 17631018



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) CURUP
FAKULTAS SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM**

Jln. Dr. AK Gani Kotak Pos 108 Telp. (0732) 21010-7003044 Fax. (0732) 21010 Curup 39119RUP
Website/facebook: Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Curup
Email: Fakulassyariah&Ekonomiislam@gmail.com

PENGESAHAN SKRIPSI MAHASISWA

No 359 /In.34/FS/PP.00.9/08/2022

Nama : **BERRY**
NIM : **17631018**
Fakultas : **Syariah dan Ekonomi Islam**
Prodi : **Perbankan Syariah**
Judul : **Strategi Pemasaran Tabungan iB Hijrah Haji Pada Bank Muamalat
KCP Curup Pada Masa Pandemi Covid-19**

Telah sidang terbuka Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup, pada:


Hari Tanggal : **Senin 15 Agustus 2022**
Pukul : **08:00-09:30 WIB**
Tempat : **Ruang II Gedung Fakultas Dan Ekonomi Islam**

Dan telah diterima untuk melengkapi sebagai syarat-syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam bidang Ilmu Perbankan Syariah.

TIM PENGUJI

Ketua,


Sekretaris,



Prof. Dr. H. Budi Kisworo, M.Ag
NIP. 19550111 197603 1 002


Elkhairati, S.H.I, MA
NIP. 197805172011012009

Penguji I,

Penguji II,


Ratih Komala Dewi, M.M
NIP. 19900619 201801 2 001


Harianto Wijaya, M, M.E
NIDN. 2020079003

Mengesahkan

Dekan Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam,


Dr. Yusri, M. Ag

NIP. 19700202 199803 1 007

KATA PENGANTAR

BISMILLAHIRAHMANIRRAHIM

Segala puji bagi Allah swt yang maha kuasa barakat rahmat dan nikmat nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Sholawat beserta salam tak lupa pula kita kirimkan kepada nabi Muhammmad saw, beserta para keluarga dan sahabatnya, yang telah membawa kita dari alam jahiliah menuju alam yang sangat modern seperti sekarang ini.

Adapun skripsi ini berjudul “strategi pemasaran tabungan IB hijrah haji pada Bank muamalat KCP Curup dimasa pandemi covid-19” yang disusun dalam rangka memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan studi tingkat sarjana (S. 1) pada Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup, Fakultas Syari’ah dan Ekonomi Islam Program Studi Perbankan Syariah.

Penulis menyadari bahwa tanpa adanya bantuan dan support dari berbagai pihak tidak mungkin penulis dapat menyelesaikan skripsi ini, maka dari itu dalam kesempatan kali ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang memberikan sumbangsi dalam menyelesaikan skripsi ini terutama kepada:

1. Rektor IAIN Curup, Prof Dr. Idi Warsah M.pdI
2. Dekan Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam, Bapak Dr. Yusefri, M.Ag
3. Ketua Program Studi Perbankan Syariah IAIN Curup, Bapak Khairul umam khudhori, M.E.I

4. Pembimbing Akademik, Dr. M Istan, S.E, Mpd, M.M
5. Pembimbing I, Bapak Noprizal, Mag
6. kedua orang tua, Bapak Azman dan Ibu Tati, trimakasih atas doa-doa nya yang tak henti mengalir
7. Segenap Karyawan Bank Muamalat KCP Curup, yang sudah meluangkan waktunya membantu saaya dalam menyelesaikan skripsi ini
8. Teman –teman Perbankan Syari’ah A yang telah banyak membantu saya dari awal masa perkulihan sampai sekarang ini
9. Semua teman-teman yang sudah memberikan bantuan dan sudah memotivasi saya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini.

Penulis juga mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun terutama dari dosen pembimbing dan para pembaca. Mungkin dalam penyusunan skripsi ini masih terdapat banyak sekali kesalahan dan kekurangan. Atas kritik dan saran nya penulis mengucapkan terima kasih dan semoga dapat menjadi pembelajaran pada pembuatan karya-karya lainnya pada masa yang akan datang.

Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca semuanya.

Curup, juli 2022

Penulis



Berry
NIM. 17631018

PERSEMBAHAN

Bismillahirrahmanirrahim

Alhamdulillah puji syukur atas rahmat dan rhido-mu ya ALLAH atas segala kesuksesan yang ku raih ini semata-mata atas kehendak-mu, maka dengan segala kerendahan hati skripsi ini saya persembahkan kepada semua orang-orang yang saya cintai dan saya sayangi serta yang telah membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini:

1. Ayah dan Ibu saya tercinta (Azman dan Tati) yang telah merawat, membesarkan serta yang telah mendidik saya hingga saya bisa seperti sekarang ini, dengan kasih dan sayang dari kalian saya berjuang sampai saat sekarang ini.
2. kedua saudara ku (Ferdy dan Rizki Ramadhan) yang selalu memberi saya dukungan dan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Bapak Noprizal, M.Ag. selaku pembimbing I yang telah membimbing saya selama proses penyelesaian skripsi ini.
4. Bapak Khairul umam khudhori, M.E.I, selaku pembimbing II yang telah memberikan arahan dan bimbingan nya seelama penyelesaian skripsi ini.
5. Bapak Dr. M istan, SE. Mpd. MM, selaku pembimbing akademik yang telah membimbing saya dari awal perkuliahan sampai sekarang.
6. teman seperjuangan yang tidak dapat disebut satu per satu saya ucapkan terima kasih atas segala bantuan, masukan dan motivasinya untuk saya dalam menyelesaikan skripsi ini.

7. keluarga besar perbankan syariah local A yang dari semester satu dan sampai saat ini yang senantiasa selalu kompak dalam perkuliahan dan selalu memberikan arahan dan motivasi sampai saat sekarang ini.
8. Teman-teman perbankan syariah angkatan 2017 yang senantiasa memberikan respon positif di masa perkuliahan.
9. Untuk semua orang yang senantiasa selalu menemani di saat suka maupun duka.

MOTTO

“ MANFAATKAN LAH WAKTU YANG ADA DENGAN SEBAIK-BAIK
NYA

KARENA WAKTU ADALAH SESUATU YANG SANGAT BERHARGA
DAN TIDAK DAPAT DI ULANG KAMBALI”

&

“PERCAYA AKAN TAKDIR TUHAN, SEMOGA SEGALA URUSAN KITA
DI PERLANCARKAN OLEH ALLAH SWT”

AMIIN YA RABBAL ALAMIIN

ABSTRAK

STRATEGI PEMASARAN TABUNGAN IB HIJRAH HAJI PADA BANK MUAMALAT KCP CURUP DIMASA PANDEMI COVID-19

Oleh : berry (17631018)

Perbankan syari'ah merupakan lembaga keuangan yang melakukan kegiatan penghimpunan dan penyaluran dana dari masyarakat dengan ketentuan islam baik dari produk yang dimiliki ataupun akad yang digunakan. Strategi merupakan rancangan untuk setiap kegiatan yang akan dilaksanakan guna mencapai tujuan suatu perusahaan. Untuk mengetahui bagaimana strategi Bank syari'ah dalam memasarkan produknya maka di adakan penelitian terhadap Bank syari'ah.

Jenis penelitian ini adalah deskriptif kualitatif yaitu menggambarkan keadaan objek penelitian pada saat sekarang dengan melihat fakta yang ada. Penelitian yang akan dilakukan ini menggunakan metode kualitatif, pendekatan ini dilakukan untuk melihat atau mengetahui peristiwa-peristiwa yang terjadi. data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer yang diperoleh dari hasil observasi yang dilakukan dengan karyawan Bank muamalat KCP Curup dengan melakukan wawancara. Data sekunder dapat diperoleh dari arsip-arsip dari Bank muamalat, data para karyawan dan struktur kepemimpinan Bank muamalat KCP Curup.

Hasil dari pelaksanaan penelitian yang sudah dilakukan oleh peneliti dapat disimpulkan bahwa Bank muamalat melakukan kegiatan pemasran tabungan iB hijrah haji di masa pandemic covid-19 ini yaitu dengan cara mempromosikan produk tersebut dengan melakukan kegiatan zoom pada setiap minggunya dengan melibatkan tokoh-tokoh masyarakat, lewat pengiklanan seperti brosur dan lainnya serta juga mempromosikan produk ini dengan menggunakan media sosial seperti Instagram, facebook, whatsapp dan lainnya. Dengan strategi yang telah dilakukan terebut jumlah masyarakat yang menggunakan produk tabungan iB hijrah haji ini semakin meningkat di bandingkan dari awal terjadinya pandemic covid-19.

Kata kunci: *strategi, promosi, Bank muamalat, covid-19, dampak*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	i
PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
PERSEMBAHAN	vii
MOTTO	viii
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI	x
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar belakang	1
B. Batasan masalah	4
C. Rumusan Masalah	5
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian	5
E. Kajian Pustaka.....	6
F. Defenisi Operasional	12
G. Metode Penelitian.....	15
BAB II LANDASAN TEORI	20
A. Teori Strategi.....	20
B. Pemasaran	23
C. Bauran Pemasaran (Marketing Mix)	25
D. Tabungan	28
E. Tabungan IB Hijrah Haji	28
F. Coronavirus Desease Covid-19.....	30
BAB III GAMBARAN OBJEK PENELITIAN	32

A. Keadaan Umum Bank Muamalat KCP Curtup	32
B. Sejarah Singkat.....	34
C. Visi, Misi, dan Tujuan Bank Muamalat Indonesia KCP Curup	37
D. Logo dan Makna dari PT. Bank Muamalat KCP Curup	38
E. Struktur Organisasi.....	39
F. Tugas dan Fungsi	40
G. Produk-Poduk Bank Muamalat Indonesia KCP Curup	43
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	52
A. Strategi Pemasaran Produk Tabungan IB Hijrah Haji Pada Bank Muamalat KCP Curup Sebelum dan Dimasa Pandemi Covid-19	52
1. Strategi Pemasaran Tabungan IB Hijrah Haji Pada Bank Muamalat KCP Curup Sebelum Pandemi Covid-19	52
2. Strategi Pemasaran Tabungan IB Hijrah Haji Dimasa Pandemi Covid-19	
B. Dampak Dari Strategi Pemasaran Produk Tabungan IB Hijrah Haji Pada Masa Pandemi Covid-19.....	59
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	61
A. Kesimpulan	61
B. Saran	62
DAFTAR PUSTAKA.....	
LAMPIRAN	

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perbankan syariah merupakan suatu pengembangan yang berdasarkan pada konsep ekonomi Islam dan paling utama adalah dalam bidang keuangan. Bank syariah dikembangkan dalam suatu lembaga bisnis keuangan dengan melaksanakan aktivitas usahanya berdasarkan pada prinsip utama didalam ekonomi Islam. Peranan perbankan dalam memajukan perekonomian suatu negara sangatlah besar. Hampir semua sektor yang berhubungan dengan berbagai kegiatan keuangan selalu membutuhkan jasa bank. Oleh karena itu, saat ini dan dimasa yang akan datang kita tidak akan lepas dari dunia perbankan jika hendak menjalankan aktivitas keuangan, baik perorangan maupun lembaga, baik sosial maupun perusahaan.¹

Aktivitas perbankan yang pertama adalah menghimpun dana dari masyarakat luas yang dikenal dengan istilah di dunia perbankan adalah kegiatan menghimpun dana (*funding*). Pengertian menghimpun dana maksudnya adalah mengumpulkan atau cari dana dari masyarakat luas. Hal ini dilakukan oleh bank dengan cara memasang berbagai strategi agar masyarakat menanamkan dananya dalam bentuk simpanan.

¹ Muhammad Sandy, *Market Share*, (Jakarta: Kencana, 2017), Hal 95.

Bank syariah memiliki berbagai macam produk yang disediakan atau ditawarkan sesuai pada kebutuhan masyarakat. Didalam penawaran atau suatu produk akan timbul persaingan pada bank-bank syariah dan perlu adanya suatu strategi dalam melakukan pemasaran. Hal ini dilakukan agar masyarakat mengetahui dan berminat untuk mengambil manfaat dari produk yang ditawarkan sesuai dengan kebutuhan. Pemasaran merupakan suatu proses perencanaan dan pelaksanaan, penetapan harga, promosi, pendistribusian produk, pelayanan, dan ide yang ditujukan untuk menciptakan kepuasan antara perusahaan dan konsumennya.² Tujuan pemasaran Bank yaitu untuk menarik nasabah membeli produk yang ditawarkan bank dan untuk mempertahankan produk-produk yang sudah ada agar tetap eksis.³

Bank syariah diharapkan untuk dapat melakukan proses pemasaran yang dapat menarik minat calon nasabah, karena banyaknya persaingan antar Bank. Pemasaran yang diterapkan haruslah mempunyai suatu strategi yang tepat untuk menarik minat masyarakat menjadi nasabah dan mempertahankan nasabah yang sudah ada. Strategi pemasaran sebuah perusahaan memiliki peran yang sangat penting untuk dapat mencapai keberhasilan usaha, oleh karena itu bagian pemasaran menjadi bagian yang berperan sangat penting dalam mewujudkan rencana usaha.

² Donni Juni Priansa, *Komunikasi Pemasaran Terpadu Pada Era Media Sosial*, (Bandung: Pustaka Setia 2017), Hal 31.

³ M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Alfabeta 2012), Hal 193.

Produk yang dipasarkan atau ditawarkan salah satunya adalah tabungan iB Hijrah Haji adalah tabungan yang akan membantu mewujudkan impian nasabah untuk meringankan yang memiliki niat menuanikan ibadah haji, tabungan ini menggunakan akad wadiah atau titipan yang terbebas dari biaya administrasi bulanan dan tabungan ini mempunyai keunggulan. Tabungan iB hijrah haji menawarkan solusi lengkap untuk perjalanan ibadah anda.⁴ Adapun keuntungan atau keunggulan tabungan iB hijrah haji pertama online dengan siskohat (sistem komputerisasi haji terpadu) kementerian agama kedua, tahun keberangkatan dan besarnya setoran dapat disesuaikan serta bebas biaya fasilitas autodebet.

Pemasaran dari tahun ke tahun berbeda bahkan dengan adanya pandemi covid-19 beberapa sektor usaha terdampak oleh wabah pandemi covid-19, termasuk didalamnya sektor perbankan. Oleh karena itu, agar sektor perbankan dapat tetap eksis di tengah pandemi covid-19 maka perbankan harus mengonversikan strategi pemasaran secara cermat, serta menggunakan strategi kreatif menghadapi kondisi yang serba tidak menentu saat ini. Sebagaimana kita ketahui bahwa bank muamalat adalah bank yang beroperasi dengan tidak mengandalkan bunga, tetapi beroperasi dengan system bagi hasil. Pada tahun 2020 para marketing melakukan upaya strategi pemasaran yang lebih baik supaya produk tetap diminati oleh masyarakat.

⁴ www.muamalat.co.id. Diakses Pada Tanggal 30 Agustus 2021.

Berdasarkan wawancara awal, Bapak Aditya Dian Eko Putra selaku Sub Branch Manager di Bank Muamalat KCP Curup beliau menuturkan bahwasanya pemasaran tabungan iB Hijrah Haji pada masa pandemi covid -19 terjadi penurunan mencapai lebih dari 50% dari tahun-tahun sebelumnya. Dikarenakan adanya beberapa faktor yang terjadi, pertama adanya pembatasan jam kerja, kedua haji tidak terlaksana, ketiga masa tunggu haji yang ditambah masa tundanya selama dua tahun sehingga membuat masyarakat merasa ragu untuk membuka tabungan haji tersebut.⁵

Untuk strategi pemasaran tabungan iB hijrah haji pada Bank muamalat sebelum pandemi covid-19 mereka melibatkan agen haji dan juga agen trevel, agen haji ini adalah orang yang dapat merekomendasikan calon Jemaah haji pada Bank muamalat untuk membuka tabungan haji, agen haji ini sendiri bisa melibatkan siapa saja yang mau merekomendasikan bakal calon Jemaah haji untuk membuka tabungan haji di muamalat.

Berdasarkan hasil permasalahan tersebut maka disini peneliti tertarik untuk membahas masalah tersebut dalam penelitian dengan judul **“Strategi Pemasaran Tabungan iB Hijrah Haji Pada Bank Muamalat KCP Curup dimasa Pandemi Covid-19”** .

B. Batasan Masalah

⁵ Aditya, *Wawancara*, Tanggal 14 Desember 2021 Pukul 15:30 WIB.

Supaya peneliti lebih terarah dan dapat dipahami dengan jelas, maka peneliti harus memberikan batasan masalah. Masalah ini memfokuskan pada Tabungan iB Hijrah Haji Curup.

C. Rumusan Masalah

Dari uraian latar belakang yang telah dipaparkan terdapat permasalahan yang akan dibahas dan diteliti lebih lanjut. Masalah-masalah tersebut antara lain:

1. Bagaimana strategi pemasaran tabungan iB hijrah haji pada bank Muamalat KCP Curup dimasa pandemi covid-19?
2. Bagaimana dampak strategi pemasaran tabungan iB hijrah haji muamalat pada bank Muamallat KCP Curup dimasa pandemi covid-19.

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian
 - a. Untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran tabungan iB hijrah haji pada bank Muamalat KCP Curup dimasa pandemi covid-19.
 - b. Untuk mengetahui bagaimana dampak strategi pemasaran tabungan iB hijrah haji pada bank Muamalat KCP Curup dimasa pandemi covid-19.
2. Manfaat Penelitian
 - a. Manfaat Teoritis

Penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi lembaga keuangan dalam strategi pemasaran dimasa pandemi covid-19 serta sebagai masukan yang patut diperhitungkan dalam melaksanakan strategi bersaing.

b. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan kepada masyarakat luas untuk mengetahui sejauh mana strategi pemasaran yang dilakukan oleh Bank Muamalat KCP Curup dalam memasarkan tabungan iB hijrah haji pada masa pandemi covid-19.

E. Tinjauan Pustaka

1. Penelitian ini dilakukan oleh Erwin Safrudin dengan judul “Pemasaran Tabungan iB Hijrah Haji Untuk Menarik Minat Masyarakat Pada Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Za Pagar Alam Bandar Lampung”. Metode penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Adapun hasil penelitian yang diperoleh menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang dilakukan oleh Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Za Pagar Alam Bandar Lampung yaitu menggunakan bauran pemasaran yang terdiri atas 6P yaitu: Produk (*Product*), Harga (*Price*), Tempat (*Place*), Promosi (*Promotion*), Orang (*People*), dan Proses (*Proces*). Analisis Strategi Pemasaran Tabungan iB Hijrah Haji (studi dengan pendekatan analisis SWOT), bahwa kekuatan strategi pemasarannya adalah strategi harga dan strategi tempat. Kekurangannya yaitu strategi promosi, strategi orang, strategi produk dan strategi proses. Peluangnya adalah populasi penduduk beragama islam, lamanya daftar tunggu (*waiting list*), dan Bank Muamalat sebagai Bank syariah pertama penyalur haji. Dan Ancamanya yaitu banyaknya Bank

syariah, semakin gencarnya promosi dari Bank lainya, dan ditutupnya program talangan haji.⁶

Penelitian pertama, membahas tentang strategi apa yang akan digunakan oleh bank muamalat indonesia kantor cabang pembantu za pagar alam bandar lampung dalam memasarkan pruduk mereka yaitu tabungan iB hijrah haji demi menarik minat masyarakat.

2. Penelitian ini dilakukan oleh Halimah Rakhmayani dengan judul “Strategi Pemasaran Produk Tabungan iB Hijrah Haji Pada Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu Ponorogo Di Masa Pandemi Covid-19”. Metode penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Adapun hasil penelitian yang diperoleh menunjukkan bahwa strategi pemasaran produk tabungan iB Hijrah Haji pada masa pandemi covid-19 bauran pemasaran/marketing. Pada bauran pemasaran (marketing mix) yang terdiri dari 4P yaitu strategi Product, Price, Place, Promotion. Strategi pemasaran yang diterapkan bank Muamalat yaitu dengan media online, brosur, mengikuti event sekolah, bekerja samadengan pihak eksternal program ujah porsi haji, menawarkan kepada nasabah secara personal yang dilakukan oleh SDM Muamalat.⁷

⁶ Erwin Safrudin, “Pemasaran Tabungan Ib Hijrah Haji Untuk Menarik Minat Masyarakat Pada Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Za Pagar Alam Bandar Lampung”, Skripsi (Institut Agama Islam Negeri (IAIN) METRO 2020) vi.

⁷ Halimah Rakhmayani, “Strategi Pemasaran Produk Tabungan IB Hijrah Haji Pada Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu Ponorogo Di Masa Pandemi Covid-19” Skripsi (IAIN Ponorogo, 2021) Hal ii.

Penelitian kedua, membahas tentang strategi pemasaran yang digunakan oleh bank muamalat kantor cabang pembantu Ponorogo dimasa pandemi covid-19 dan bagaimana dampak dari strategi dalam meningkatkan jumlah nasabah yang menggunakan produk tersebut.

3. Penelitian ini dilakukan oleh Muhammad Nadzif dengan judul “Strategi Pemasaran Produk Tabungan iB Muamalat Haji Dan Umrah Di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Semarang”. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah dekriptif analisis data. Adapun hasil penelitian yang diperoleh menunjukkan bahwa diketahui BMI KC Semarang dalam memasarkan produk tabungan iB Muamalat haji dan umrah dengan merumuskan pasar yang dituju yaitu masyarakat muslim semarang dan sekitarnya dari berbagai usia dan kalangan profesi. Serta mengembangkan *marketing mix* atau bauran pemasaran. Menciptakan produk dengan branding iB Muamalat Haji dan Umrah yang menerapkan akad wadi’ah. Dalam harga menawarkan Rp. 50.000 untuk setoran awal minimal. Tempat atau distribusi dengan menerapkan sistem jemput bola. Dan dalam promosi dengan brosur, website, penjualan pribadi dan membuat program Rezeki Haji Berkah yang berhadiah umrah gratis untuk lima pemenang setiap bulannya. Analisis yang dilakukan terhadap strategi pemasaran produk

tabungan iB Muamalat Haji dan Umrah menemukan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman.⁸

Penelitian ketiga, membahas tentang strategi pemasaran tabungan iB hijrah haji dan umroh dibank muamalat indonesia kantor cabang Semarang, dengan merumuskan pasar yang dituju yaitu masyarakat muslim semarang sekitarnya, dan berbagai kalangan usia maupun profesi, serta juga pengembangan marketing mix atau bauran pemasaran.

3. Penelitian ini dilakukan oleh Dahniel Ahyar Siregar dengan judul “Strategi Pemasaran Tabungan iB Muamalat Haji Dan Umrah Di PT. Bank Muamalat Capem Serdang Medan”. Metode penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Adapun hasil penelitian yang diperoleh diketahui BMI KCP Serdang dalam memasarkan produk tabungan iB Muamalat Haji dan Umrah dengan merumuskan pasar yang dituju yaitu masyarakat muslim medan dan sekitarnya dari berbagai usia dan kalangan profesi. Serta mengembangkan maketing mix atau bauran pemasaran. Menciptakan produk dengan *branding* iB Muamalat Haji dan Umrah yang menerapkan akad wadiah. Dalam harga menawarkan Rp.50.000 untuk setoran awal minimal. Tempat atau distribusi dengan menerapkan sistem jemput bola dan dalam promosi dengan brosur, website,

⁸ Muhammad Nadzif “*Strategi Pemasaran Produk Tabungan Ib Muamalat Haji Dan Umrah Di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Semarang*”. (Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang 2016) Hal vii.

penjualan pribadi dan membuat program Rezeki Haji Berkah yang berhadiah umrah gratis untuk lima pemenang setiap bulannya.⁹

Penelitian keempat, membahas tentang strategi pemasaran tabungan iB hijrah haji dan umrah di PT bank muamalat capem serdang medan, dengan merumuskan pasar yang dituju yaitu masyarakat muslim medan dan sekitarnya serta dari berbagai kalangan profesi dan usia, serta pengembangan marketing mix atau bauran pemasaran.

4. Penelitian ini dilakukan oleh Resti Dwi Suryani dengan judul “Strategi Pemasaran Tabungan iB Hijrah Haji Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Yang Mengambil Porsi Haji Pada Bank Muamalat Indonesia KCP Bukittinggi”. Metode penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Adapun hasil penelitian ini bahwa, strategi pemasaran Tabungan iB Hijrah Haji pada Bank Muamalat Indonesia KCP Bukittinggi adalah sebagai berikut: pertama, strategi pemasaran melalui produk (*product*) dengan menawarkan keunggulan baru yaitu mengeluarkan kartu ATM baru dengan memiliki gambar ka’bah pada kartunya. Kedua, strategi pemasaran melalui harga (*price*) dalam pembukaan rekening Tabungan iB Hijrah Haji sudah sangat terjangkau yang bebas biaya administrasi dan sudah sesuai dengan peraturan dari pusat. Ketiga, strategi pemasaran melalui tempat (*place*) pada Bank Muamalat Indonesia KCP Bukittinggi sudah

⁹ Dahniel Ahyar Siregar, “*Strategi Pemasaran Tabungan iB Muamalat Haji Dan Umrah Di PT. Bank Muamalat Capem Serdang Medan*”, (Universitas Islam Negeri Sumatera Utara 2018) Hal ii.

sangat strategis karena terletak di tengah-tengah kota Bukittinggi. Keempat, strategi pemasaran melalui promosi (*promotion*) yang dilakukan oleh Bank Muamalat Indonesia KCP Bukittinggi adalah dengan memanfaatkan media sosial yang sudah mengarah ke 4.0 yang mengacu pada generasi milenial. Kelima, strategi pemasaran melalui *people* yang dilakukan oleh Bank Muamalat Indonesia KCP Bukittinggi adalah lebih memperhatikan human capital (HC). Keenam, strategi pemasaran melalui proses Bank Muamalat Indonesia KCP Bukittinggi adalah dengan menggunakan *International Organization for Standardization* (ISO) yang prosesnya tersertifikasi. Ketujuh, strategi pemasaran melalui lingkungan fisik (*Physical Evidence*) Bank Muamalat Indonesia KCP Bukittinggi adalah dengan memperhatikan sisi demografis yang mayoritas penduduknya Islam.¹⁰

Penelitian ini akan dilakukan di Bank Muamalat KCP Curup, dengan judul Strategi Pemasaran Tabungan iB Hijrah Haji Pada Bank Muamalat KCP Curup Dimasa Pandemi Covid-19, metode yang akan digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan menggunakan metode deskriptif. Tentunya penelitian-penelitian yang terdahulu mempunyai kesamaan-kesamaan, yakni sama-sama membahas tentang bagaimana pemasaran tabungan iB hijrah haji.

¹⁰ Resti Dwi Suryani, “Strategi Pemasaran Tabungan iB Hijrah Haji Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Yang Mengambil Porsi Haji Pada Bank Muamalat Indonesia Kcp Bukittinggi”, (Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Batusangkar 2020) Hal i.

Penelitian kelima, membahas tentang bagaimana strategi pemasaran yang akan dilakukan oleh bank muamalat dalam meningkatkan jumlah nasabahnya yang mengambil porsi haji pada bank muamalat indonesia KCP bukit tinggi, penelitian ini berfokus pada bagaimana strategi pemasaran dalam upaya meningkatkan jumlah nasabahnya.

Sedangkan penelitian yang akan dilakukan ini adalah penelitian tentang bagaimana strategi yang dilakukan oleh bank muamalat kantor cabang curup dalam memasarkan produk tabungan iB hijrah haji dimasa pandemi covid-19 yang mengalami penurunan minat dari masyarakat dalam menggunakan produk tabungan iB hijrah haji serta bagaimana hasil atau dampak dari strategi yang telah dilakukan tersebut.

F. Definisi operasional

1. Strategi

Menurut Pearce dan Robinson Strategi adalah „rencana main“ suatu perusahaan. Strategi mencerminkan kesadaran perusahaan mengenai bagaimana, kapan dan di mana ia harus bersaing menghadapi lawan dan dengan maksud dan tujuan untuk apa. Menurut Lynch seperti yang dikutip oleh Wibisono, strategi perusahaan merupakan pola atau rencana yang mengintegrasikan tujuan utama atau kebijakan perusahaan dengan rangkaian tindakan dalam sebuah pernyataan yang saling mengikat. Strategi perusahaan

biasanya berkaitan dengan prinsip-prinsip secara umum untuk mencapai misi yang dicanangkan perusahaan, serta bagaimana perusahaan memilih jalur yang spesifik untuk mencapai misi tersebut.¹¹

2. Pemasaran

Definisi pemasaran secara sosial menunjukkan peran pemasaran dalam masyarakat sosial dengan definisi bahwa pemasaran adalah suatu proses sosial dimana individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan, penawaran, dan secara bebas bertukar nilai produk dan layanan dengan orang lain.¹²

3. Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran merupakan rencana yang menjabarkan ekspektasi perusahaan akan dampak dari berbagai aktivitas atau program pemasaran terhadap permintaan produk atau lini produknya di pasar sasaran tertentu. Program pemasaran meliputi tindakan-tindakan pemasaran yang dapat mempengaruhi permintaan terhadap produk, diantaranya dalam hal mengubah harga, memodifikasi kampanye iklan, merancang promosi khusus, menentukan pilihan saluran distribusi, dan sebagainya.¹³

¹¹ H. Abd. Rahman Rahim & Enny Radjab, *MANAJEMEN STRATEGI* (Makasar: Lembaga Perpustakaan Dan Penerbitan Universitas Muhamadiyah Makasar 2017) Hal 37.

¹² Rahmawati, "Manajemen Pemasaran" (Samarinda: Mulawarman University Press, 2016) Hal 2.

¹³ Dimas Hendika Wibowo, "Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing Umkm (Studi Pada Batik Diajeng Solo)", *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* Vol. 29 No.1 Desember (2015) Hal 59.

Teori menurut William J. Stanton Pemasaran merupakan sistem keseluruhan dari berbagai kegiatan bisnis/usaha yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga barang/jasa, mempromosikan, mendistribusikan dan memuaskan konsumen.¹⁴

4. Bauran Pemasaran/Marketing mix

Marketing mix atau bauran pemasaran adalah perangkat alat pemasaran taktis yang dapat dikendalikan yang dipadukan oleh firm untuk menghasilkan respon yang diinginkan pasar sasaran. Marketing mix adalah semua faktor yang dapat dikuasai oleh seseorang manajer pemasaran dalam rangka mempengaruhi permintaan konsumen terhadap barang dan jasa. Faktor-faktor yang mempengaruhi, yaitu : *Product, Place, Price, Promotion*.¹⁵

5. Tabungan iB Hijrah Haji

Tabungan iB Hijrah Haji adalah tabungan yang akan membantu mewujudkan impian nasabah untuk meringankan yang memiliki niat menuanikan ibadah haji, tabungan ini menggunakan akad wadiah atau titipan tang terbebas dari biaya administri bulanan dan tabungan ini mempunyai keunggulan. Adapun keuntungan atau keunggulan tabungan ib hijrah haji pertama online dengan siskohat (sistem kumpoterisasi haji terpadu) kementrian agama kedua, tahun

¹⁴ *Ibid* Hal 10-14.

¹⁵ Agustina Shinta, “*Manajemen Pemasaran*” (Malang: Universitas Brawijaya Press UB Press, 2011) Hal 76.

keberangkatan dan besarnya setoran dapat disesuaikan serta bebas biaya fasilitas autodebet. Ketiga, ketenangan batin karena dana dikelola secara syariah. Keempat, setoran mudah, dapat dapat melalui counter teller, e-banking dan transfer terjadwal (baik harian maupun bulanan). Kelima, umrah gratis melalui program Rezeki Haji Berkah.¹⁶

G. Metode Penelitian

1. Rancangan Penelitian

Jenis penelitian ini digolongkan pada penelitian (*field research*) yaitu penelitian lapangan, disebut juga penelitian kaneah kehidupan sebenarnya. Penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dengan menggunakan metode deskriptif.

Pendapat sama dikemukakan oleh Nasution menjelaskan bahwa penelitian desriptif dimaksudkan untuk memberi gambaran yang lebih jelas tentang situasi-situasi sosial dengan memusatkan pada aspek-aspek tertentu dan sering menunjukkan pengaruh antara berbagai variabel.¹⁷

¹⁶ www.muamallat.co.id. Diakses Pada Tanggal 15 Oktober 2021

¹⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*, (Bandung: ALFABETA, 2017) Hal 80-81.

2. Lokasi Penelitian

Penelitian ini berlokasi pada Bank Muamalat KCP Curup, di kota Curup yang beralamatkan di Jl. Merdeka No.732, Pasar baru, Curup Tengah, Kabupaten Rejang Lebong, Bengkulu.

3. Data dan Sumber Data

Data adalah sekumpulan informasi yang akan digunakan dan dilakukan analisa agar tercapai tujuan penelitian. Sumber data dalam penelitian dibedakan menjadi dua jenis data, yaitu:

a. Data Primer

Data primer yaitu data yang didapatkan peneliti secara langsung dari informan yang berhubungan dengan pokok permasalahan penelitian. Data primer yang peneliti maksudkan adalah bersumber dari ibu Maharani selaku *Sub Branch Manager*, Ibu Depisa selaku *Relationship Manager* dan Ibu Diah selaku *Customer Service* di Bank Muamalat KCP Curup.

b. Data Sekunder

Data sekunder merupakan sumber data tambahan yang diambil tidak secara langsung di lapangan, melainkan dari sumber yang sudah dibuat orang lain, misalnya: buku, dokumen, foto, dan statistik. Sumber data sekunder dapat digunakan dalam penelitian, dalam fungsinya sebagai

sumber data pelengkap ataupun yang utama bila tidak tersedia narasumber dalam fungsinya sebagai sumber data primer.¹⁸

4. Pengumpulan Data

Pengumpulan data dapat dilakukan dalam berbagai setting, berbagai sumber, dan berbagai cara. Penelitian ini akan mengemukakan pengumpulan data berdasarkan tekniknya, yaitu melalui wawancara, dan dokumentasi.

a. Observasi

Nasution yang dikutip oleh Sugiyono dengan bukunya *Metodologi Penelitian Bisnis* menyatakan bahwa, observasi adalah dasar semua ilmu pengetahuan. Para ilmuwan hanya dapat bekerja berdasarkan data, yaitu fakta mengenai dunia nyata yang diperoleh melalui observasi.¹⁹ Observasi merupakan bagian yang sangat penting dalam penelitian kualitatif. Melalui observasi peneliti dapat mendokumentasikan dan merefleksi secara sistematis terhadap kegiatan dan interaksi subjek penelitian. Semua yang dilihat dan didengar dalam observasi dapat dicatat dan direkam dengan teliti jika itu sesuai dengan tema dan masalah yang dikaji dalam penelitian.²⁰

¹⁸ Farida Nugrahani, *Metode Penelitian Kualitatif Dalam Penelitian Pendidikan Bahasa*, (Surakarta: ,2014), Hal 113.

¹⁹ Sugiyono, *Metodologi Penelitian Bisnis* (Bandung: Alfabeta, 2017), Hal 457.

²⁰ *Ibid*, Hal 124-132.

b. Wawancara

Wawancara yang digunakan oleh peneliti menggunakan wawancara terstruktur, dalam wawancara terstruktur pewawancara menetapkan sendiri masalah dan pertanyaan-pertanyaan yang akan diajukan. Pewawancara (*interviewer*) adalah orang yang memberikan pertanyaan, sedangkan orang yang diwawancarai (*interview*) berperan sebagai narasumber yang akan memberikan jawaban atas pertanyaan yang disampaikan.

5. Analisis Data

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif, dalam teknik analisis data yang akan digunakan adalah deskriptif kualitatif. Analisis deskriptif adalah suatu metode analisis dengan terlebih dahulu mengumpulkan data, mengklarifikasikan serta menafsirkan data sehingga dapat memberikan gambaran yang jelas mengenai masalah yang akan diteliti. Penulis dapat menjelaskan secara rinci serta sistematis sehingga dapat tergambar secara utuh dan dapat dipahami secara jelas kesimpulan akhirnya.

- a. *Data Reduction* (Reduksi Data) merupakan data yang diperoleh dari lapangan dicatat secara teliti dan rinci, mereduksi data dan merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal hal yang penting di cari tema dan polanya.

- b. *Data display* (penyajian data), penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, *flowchart* dan sejenisnya.
- c. *Conclucion darwing/verification*, kesimpulan dalam penelitian kualitatif yang diharapkan adalah merupakan temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada. Kesimpulan awal dikemukakan masih bersifat sementara dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data.²¹

²¹ Syamsir Salam, *Metodelogi Penelitian Sosial* (Jakarta: UIN Jakarta Prees, 2006), Hal.13.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Teori Strategi

1. Pengertian Strategi

Menurut Stephanie K Marrus, seperti yang dikutip oleh H Abd. Rahman Rahim dan Enny Rajab dalam buku yang berjudul manajemen strategi, strategi didefinisikan sebagai suatu proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka' panjang organisasi, disertai penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat dicapai.¹

Selain definisi-definisi strategi yang sifatnya umum, ada juga yang lebih khusus, Hamei" dan Prahalad, yang mengangkat kompetensi inti sebagai hal yang penting. Mereka berdua mendefinisikan strategi yang terjemahannya sebagai berikut : "Strategi merupakan tindakan yang bersifat *incremental* (senantiasa meningkat) dan terus menerus, serta dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan oleh para pelanggan dimasa depan.² Dengan demikian.strategi hampir selalu dimulai dari apa yang dapat terjadi dan bukan dimulai dari apa yang terjadi. terjadinya kecepatan inovasi pasar

¹ H Abd. Rahman Rahim dan Enny Radjab," *Manajemen Strategi*", (Makasar: Lembaga Perpustakaan dan Penerbitan, 2016), Hal 4.

² *Ibid* hal 5.

yang baru dan perubahan pola konsumen memerlukan kompetensi inti (*core 5 competencies*). Perusahaan perlu mencari kompetensi inti didalam bisnis yang dilakukan".

2. Perumusan Strategi

Perumusan strategi adalah pengembangan rencana jangka panjang untuk manajemen efektif dari kesempatan dan ancaman lingkungan. Setelah mengetahui yang menjadi ancaman yang dihadapi perusahaan, peluang atau kesempatan yang dimiliki, serta kekuatan dan kelemahan yang ada pada perusahaan, maka selanjutnya kita dapat menentukan atau merumuskan strategi perusahaan. Perumusan strategi meliputi menentukan misi perusahaan, menentukan tujuan-tujuan yang dapat dicapai, pengembangan strategi, dan penetapan pedoman kebijakan.³

3. Tujuan strategi

Setelah kita telah mengetahui tentang pengertian strategi, maka tentunya kita juga harus mengetahui apa saja tujaun srtategi tersebut. Seperti halnya dalam manajemen strategi seorang manajer itu bertugas untuk menyusun serangkaian strategi perusahaanserta biasanya lebih dikaitkan

³ *Ibid*, hal 12-13.

dengan pemasaran. Dibawah ini merupakan 4 (empat) tujuan utama strategi dalam bisnis:⁴

- a. Memberikan arah dalam mencapai tujuan
- b. Menjaga kepentingan berbagai pihak
- c. Mengantisipasi setiap perubahan secara merata
- d. Berkaitan dengan efektivitas dan efisiensi

4. Peran Strategi

Strategi memiliki 3 peranan penting dalam mengisi tujuan manajemen, yaitu :

- a. Strategi sebagai pendukung untuk pengambilan keputusan

Strategi sebagai suatu elemen untuk mencapai sukses. Strategi merupakan suatu bentuk atau tema yang memberikan kesatuan hubungan antara keputusan-keputusan yang diambil oleh individu atau organisasi.

- b. Strategi sebagai sarana koordinasi dan komunikasi

Salah satu peranan penting strategi sebagai sarana koordinasi dan komunikasi adalah untuk memberikan kesamaan arah bagi perusahaan.

⁴ *Ibid*, 22.

c. **Strategi sebagai target**

Konsep strategi akan digabungkan dengan misi dan visi untuk menentukan di mana perusahaan berada dalam masa yang akan datang. Penetapan tujuan tidak hanya dilakukan untuk memberikan arah bagi penyusunan strategi, tetapi juga untuk membentuk aspirasi bagi perusahaan.⁵

5. **Dampak Strategi**

Beberapa dampak utama tentang pentingnya peranan strategi bagi perusahaan, yaitu:

- a. Keterlibatan karyawan dalam perusahaan strategi akan lebih memotivasi
- b. Mengidentifikasi keunggulan komparatif
- c. Kegiatan pembuatan strategi akan mempertinggi kemampuan dan untuk mencegah munculnya masalah

B. Pemasaran

1. **Pengertian Pemasaran**

Pemasaran merupakan aktifitas yang bertujuan untuk mengidentifikasi dan menemukan kebutuhan manusia. Secara ringkas pemasaran bisa diartikan dengan sebagai “*meeting needs profitably*” yaitu bagaimana perusahaan bisa

⁵ Eris Juliansyah, “*Strategi Pengembangan Sumber Daya Perusahaan Dalam Meningkatkan Kinerja Pdam Kabupaten Sukabumi*”, *Jurnal Ekonomak* Vol. 3 No. (2017) Hal 19-20.

melayani kebutuhan konsumen dengan cara yang menguntungkan bagi konsumen dan perusahaan.⁶

Definisi pemasaran secara sosial menunjukkan peran pemasaran dalam masyarakat sosial dengan definisi bahwa pemasaran adalah suatu proses sosial dimana individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan, penawaran, dan secara bebas bertukar nilai produk dan layanan dengan orang lain.⁷

2. Konsep Pemasaran

Konsep-konsep inti pemasaran meliputi: kebutuhan, keinginan, permintaan, produksi, utilitas, nilai dan kepuasan, pertukaran, transaksi dan hubungan pasar, pemasaran dan pasar. Kita dapat membedakan antara kebutuhan, keinginan dan permintaan. Kebutuhan adalah suatu keadaan dirasakannya ketiadaan kepuasan dasar tertentu. Keinginan adalah kehendak yang kuat akan pemuas yang spesifik terhadap kebutuhan-kebutuhan yang lebih mendalam. Sedangkan Permintaan adalah keinginan akan produk yang spesifik yang didukung dengan kemampuan dan kesediaan untuk membelinya.

3. Sistem Pemasaran

⁶ Rahmawati, “*Manajemen Pemasaran*” (Samarinda: Mulawarman University Press, 2016), Hal

⁷ *Ibid*, Hal 2.

Sistem adalah sekelompok item atau bagian-bagian yang saling berhubungan dan saling berkaitan secara tetap dalam membentuk satu kesatuan terpadu. Jadi dapat diartikan sistem pemasaran adalah kumpulan lembaga-lembaga yang melakukan tugas pemasaran barang, jasa, ide, orang, dan faktor-faktor lingkungan yang saling memberikan pengaruh dan membentuk serta mempengaruhi hubungan perusahaan dengan pasarnya.. Dalam pemasaran kelompok item yang saling berhubungan dan saling berkaitan itu mencakup :⁸

- a. Gabungan organisasi yang melaksanakan kerja pemasaran.
- b. Produk, jasa, gagasan atau manusia yang dipasarkan.
- c. Target pasar.
- d. Perantara (pengecer, grosir, agen transportasi, lembaga keuangan).

Kendala lingkungan (*environmental constraints*)

C. Bauran Pemasaran (Marketing mix)

Marketing Mix merupakan variabel-variabel terkendali (*controllable*) yang dapat digunakan perusahaan untuk mempengaruhi tanggapan konsumen dari segmen pasar tertentu yang dituju perusahaan. Adapun aktivitas-aktivitas bauran pemasaran menjadi empat kelompok yang dikenal sebagai 4P yaitu *product*, *price*, *place* dan *promotion* variabel 4P tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut :⁹

⁸ *Ibid*, hal 8.

⁹ Leo Hedi Daryanto, "The Influence Of Marketing Mix On The Decision To Purchase Martabak "Setiabudi" Pak M an Semarang", *Journal of Management*, Vol. 5, No. 5, (2019) Hal 7.

1. Produk (*Product*)

Menurut Kotler yang dikutip oleh Ahmad Mas'ari et all dalam buku yang berjudul *Analisa Strategi Marketing MIX Menggunakan Konsep 4p (Price,Product, Place, Promotion)* Produk adalah sesuatu yang ditawarkan ke dalam pasar untuk di perhatikan, dimiliki, dipakai, atau dikonsumsi, sehingga dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan. Intensitas kompetisi di pasar memaksa perusahaan untuk mengupayakan adaptasi produk yang tinggi guna meraih keunggulan yang kompetitif atas pesaing, karena adaptasi produk dapat memperluas basis pasar lokal dan ditingkatkan untuk preferensi lokal tertentu. Konsumen semakin banyak memiliki alternatif dan sangat hati-hati dalam menentukan keputusan untuk melakukan pembelian dengan mempertimbangkan faktor-faktor kebutuhan, keunggulan produk, pelayanan dan perbandingan harga sebelum memutuskan untuk membeli.¹⁰

2. Harga (*Price*)

Menurut Kotler dan Amstrong harga adalah sejumlah uang yang dibayarkan untuk memperoleh barang atau jasa sejumlah nilai yang konsumen tukarkan untuk menukarkannya dengan keuntungan untuk memperoleh barang atau jasa. Dari definisi di atas dapat diketahui bahwa harga yang dibayar oleh

¹⁰ Ahmad Mas'ari, et all," *Analisa Strategi Marketing Mix Menggunakan Konsep 4p (Price, Product, Place, Promotion)* Pada Pt. Haluan Riau" Riau: UIN Sultan Syarif Kasim, 2019, Hal 82

pembeli sudah termasuk layanan yang diberikan oleh penjual. Banyak perusahaan mengadakan pendekatan terhadap penentuan harga berdasarkan tujuan yang hendak dicapainya. Adapun tujuan tersebut dapat berupa meningkatkan penjualan, mempertahankan *market share*, mempertahankan stabilitas harga, mencapai laba maksimum dan sebagainya.¹¹

3. Lokasi (*Place*)

Menurut Tjiptono menyatakan bahwa lokasi fasilitas jasa merupakan salah satu faktor krusial yang berpengaruh terhadap kesuksesan suatu jasa, karena lokasi erat kaitannya dengan pasar potensial penyedia jasa. Lokasi atau tempat seringkali ikut menentukan kesuksesan perusahaan, karena lokasi erat kaitannya dengan pasar potensial sebuah perusahaan.¹²

4. Promosi (*Promotion*)

Menurut Tanton promosi adalah unsur dalam bauran-bauran pemasaran perusahaan yang didayagunakan untuk memberitahu, membujuk, dan mengingatkan tentang produk pada suatu perusahaan. Promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran yang merupakan aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi atau membujuk dan meningkatkan sasaran pasar atas produknya agar bersedia menerima, membeli, dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan¹³

¹¹ *Ibid* hal 82

¹² *Ibid* hal 82

¹³ *Ibid* hal 82

D. Tabungan

1. Pengertian Tabungan

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 tentang Perubahan atas Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992 tentang Perbankan, yang dimaksud dengan tabungan adalah simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat tertentu yang disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet giro, dan atau alat lainnya yang dipersamakan dengan itu.

E. Tabungan iB Hijrah Haji

Tabungan iB Hijrah Haji adalah tabungan yang akan membantu mewujudkan impian nasabah untuk meringankan yang memiliki niat menuanikan ibadah haji, tabungan ini menggunakan akad wadiah atau titipan tang terbebas dari biaya administri bulanan dan tabungan ini mempunyai keunggulan. Adapun keuntungan atau keunggulan tabungan iB hijrah haji pertama online dengan siskohat (sistem kumpsoterisasi haji terpadu) kementrian agama kedua, tahun keberangkatan dan besarnya setoran dapat disesuaikan serta bebas biaya fasilitas autodebet. Ketiga, ketenangan batin karena dana dikelola secara syariah. Keempat, setoran mudah, dapat dapat melalui teller, e-banking dan transfer terjadwal (baik harian maupun bulanan). Kelima, umrah gratis melalui program Rezeki Haji Berkah.

1. Syarat Pembukaan Tabungan iB Hijrah Haji

a. Persyaratan Dokumen untuk Pendaftaran Porsi Haji :

- 1) Asli KTP sesuai domisili dan mengikuti ketentuan KTP-el atau bukti identitas lainnya yang sah
- 2) Asli Kartu Keluarga
- 3) Asli Akte Kelahiran atau Surat Kenal Lahir atau Kutipan Akte Nikah atau Ijazah
- 4) Buku Tabungan
- 5) Pas foto berwarna ukuran 3 x 4 sebanyak 5 lembar (untuk Bank)
- 6) Pas foto untuk Kantor KEMENAG sesuai identitas
- 7) Wajib ke Kantor KEMENAG sesuai identitas maksimal 5 hari kerja setelah dapat nomor validasi dari Bank

b. Untuk orang dewasa

- 1) Fotokopi KTP/SIM
- 2) NPWP

c. Untuk anak-anak

- 1) Identitas orang tua (KTP dan NPWP)
- 2) Akte kelahiran atau Kartu Keluarga.¹⁴

d. Tarif

- 1) Akad yang digunakan Wadi'ah Yad Dhamanah
- 2) Biaya Layanan, gratis

¹⁴ www.muamallat.co.id. Diakses pada tanggal 1 Maret 2022.

- 3) Setoran awal, tidak ada (RTJH : Rp 25 Juta)
- 4) Saldo minimal, tidak ada
- 5) Biaya penggantian buku tabungan rusak/hilang sebesar Rp10.000,-
- 6) Biaya penutupan rekening, gratis

F. Coronavirus Disease Covid-19

Di awal tahun 2020, dunia digemparkan dengan merebaknya virus baru yaitu coronavirus jenis baru (SARS-CoV-2) dan penyeakitnya disebut *Coronavirus Disease* (COVID-19). Diketahui, bahwa asal mula virus ini berawal dari Wuhan, Tiongkok. Ditemukan pada akhir Desember tahun 2019. Sampai saat ini sudah dipastikan terdapat ratusan negara yang telah terjangkit virus ini. *Corona Virus Disease* 2019 (COVID-19) telah dinyatakan oleh WHO sebagai pandemic dan Pemerintah Indonesia berdasarkan Keputusan Presiden Nomor 11 Tahun 2020 tentang Penetapan Kedaruratan Kesehatan Masyarakat *Corona Virus Disease* 2019 (COVID-19) telah menyatakan COVID-19 sebagai kedaruratan kesehatan masyarakat yang wajib dilakukan upaya penanggulangan. *World Health Organization* (WHO) memberi nama virus baru tersebut *Severe acute respiratory syndrome coronavirus-2* (SARS-CoV-2) dan nama penyeakitnya sebagai penyeakitnya disebut *Coronavirus Disease* (COVID-19).¹⁵

¹⁵ Word Health Organization

Pada mulanya transmisi virus ini belum dapat ditentukan apakah dapat melalui antara manusia-manusia. Jumlah kasus terus bertambah seiring dengan berjalannya waktu. Akhirnya dikonfirmasi bahwa transmisi pneumonia ini dapat menular dari manusia ke manusia. Sampai saat ini virus ini dengan cepat menyebar masih misterius dan berbagai penelitian masih berlanjut. Berbagai tindakan dan kebijakan diambil oleh pemerintah untuk dapat memutus rantai penyebaran virus ini. Mulai dari upaya sosialisasi, penerapan sosial distancing sampai penetapan undang-undang sebagai dasar hukum penindakan. Masih banyak masyarakat yang dibingungkan dengan munculnya pandemic virus corona ini, terlebih ketika wabah ini memiliki pengaruh dan berdampak pada sektor ekonomi hingga pemerintah mengeluarkan berbagai kebijakan untuk menyelamatkan perekonomian rakyat agar tetap terjaga kestabilan perekonomian baik yang skala mikro maupun makro.¹⁶

¹⁶ Achmad Syauqi, “*JALAN PANJANG COVID19 (sebuah refleksi dikala wabah merajalela berdampak pada perekonomian)*”, *JKUBS* Vol.1 No.1 (2020) Hal 1-19.

BAB III

GAMBARAN UMUM BANK MUAMALAT KCP CURUP

A. Keadaan Umum Bank Muamalat KCP Curup

Bank Umum Syari'ah (BUS) adalah bank syari'ah yang dalam kegiatannya memberi jasa dalam lalu lintas pembayaran. Bank Syariah atau biasa disebut dengan bank tanpa bunga, adalah lembaga keuangan/perbankan yang operasional dan produknya dikembangkan berlandaskan pada al-Qur'an dan al-hadits. Bank Syari'ah dapat menjalankan operasionalnya sebagai bank devisa dan bank non devisa. Bank devisa ialah bank yang dapat melaksanakan transaksi ke luar negeri atau yang berhubungan dengan mata uang asing secara keseluruhan.

Bank Syari'ah di Indonesia mendapatkan kemungkinan dapat berdiri setelah adanya deregulasi sektor perbankan pada tahun 1983 yang berisikan tentang Bank berkemungkinan mengeluarkan tingkat bunga 0%. Disamping hal tersebut posisi perbankan syari'ah semakin diperkuat setelah disahkan Undang-Undang No.10 tahun 1998, yang mengakui keberadaan bank syari'ah dan bank konvensional serta memperkenankan bank konvensional membuka kantor cabang syariah (*dual banking*).

Bank Muamalat Indonesia merupakan bank syari'ah yang pertama kali beroperasi di Indonesia dan menjadi satu-satunya bank syari'ah yang berekspansi ke luar negeri dengan membuka kantor cabang di Kuala Lumpur, Malaysia nasabah dapat memanfaatkan jaringan *VISA to around the world*. Bank Muamalat

Indonesia sebagai pelopor perbankan syariah ini selalu berkomitmen untuk menghadirkan layanan perbankan syariah yang kompetitif dan mudah dijangkau bagi masyarakat hingga ke berbagai pelosok nusantara, tentunya dengan keyakinan untuk memajukan perbankan berbasis syariah yang beroperasi di Indonesia.

Lokasi Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Curup terletak di Jalan Merdeka No. 732 Kelurahan Pasar Baru Kecamatan Curup Tengah Kabupaten Rejang Lebong.¹ Posisi ini sangat strategis yakni terletak di pusat kota Curup dan tidak jauh dari sumber aktivitas masyarakat Curup yaitu Lapangan Setia Negara dan Pasar Tengah Curup. Bank Muamalat Indonesia KCP Curup juga tidak jauh dari Instansi-Instansi Publik lainnya seperti Sekolah-sekolah, Kantor Telkom, Kantor Pos, dan tempat ibadah. Dengan melihat potensi dari tempat yang dipilih sebagai kantor cabang pembantu ini maka akses menuju Bank Muamalat Indonesia KCP Curup sangat mudah dijangkau oleh masyarakat Curup baik dengan menggunakan transportasi umum maupun transportasi pribadi. Bank Muamalat KCP Curup dengan lokasi yang strategis memiliki peluang dalam akses nasabah yang mudah ditambah dengan kondisi kantor yang ditata rapi baik dari *banking hall* hingga *pantry* dengan demikian para karyawan pun sangat nyaman saat bekerja dan diharapkan pula kenyamanan yang nasabah dapatkan baik dari pelayanan bank dan kondisi tata ruang.

¹Arsip PT. Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu (KCP) Curup, hal 4

B. Sejarah Singkat

Bank Muamalat ialah lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan kredit dan jasa-jasa lalu lintas pembayaran serta peredaran uang yang pengoperasiannya disesuaikan dengan prinsip-prinsip syariah Islam sedangkan lembaga keuangan dapat dikatakan sebagai badan usaha yang kekayaannya terutama dalam bentuk aset keuangan atau tagihan (*claim*) serta aset non finansial atau aset riil dan memberikan pelayanan jasa dalam bentuk skim tabungan (deposito), proteksi asuransi, program pensiun, dan penyediaan sistem pembayaran melalui mekanisme transfer dana.

Kantor Cabang Pembantu (KCP) Bank Muamalat Kota Curup didirikan pada 3 Juni 2010, sedangkan PT Bank Muamalat Indonesia Tbk didirikan pada 24 *Rabiul Tsani* 1412 H atau 1 Nopember 1991, diprakarsai oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI) dan Pemerintah Indonesia, dan memulai kegiatan operasinya pada 27 Syawal 1412 H atau 1 Mei 1992. Dengan dukungan nyata dari eksponen Ikatan Cendekiawan Muslim se-Indonesia (ICMI) dan beberapa pengusaha Muslim, pendirian Bank Muamalat juga menerima dukungan masyarakat, terbukti dari komitmen pembelian saham Perseroan senilai Rp 84 miliar pada saat penandatanganan akta pendirian Perseroan.

Selanjutnya, pada acara silaturahmi peringatan pendirian tersebut di Istana Bogor, diperoleh tambahan komitmen dari masyarakat Jawa Barat yang turut

menanam modal senilai Rp 106 miliar. Pada tanggal 27 Oktober 1994, hanya dua tahun setelah didirikan, Bank Muamalat berhasil menyanggah predikat sebagai Bank Devisa. Pengakuan ini semakin memperkuat posisi Perseroan sebagai bank syari'ah pertama dan terkemuka di Indonesia dengan beragam jasa maupun produk yang terus dikembangkan.

Pada akhir tahun 1990-an, Indonesia dilanda krisis moneter yang memporak-porandakan sebagian besar perekonomian Asia Tenggara. Sektor perbankan nasional tergulung oleh kredit macet di segmen korporasi. Bank Muamalat pun terkena imbas dampak krisis di tahun 1998, rasio pembiayaan/kredit macet mencapai lebih dari 60%. Perseroan mencatat kerugian sebesar Rp 105 miliar. Ekuitas mencapai titik terendah yaitu Rp 39,3 miliar, kurang dari sepertiga modal setor awal.

Dalam upaya memperkuat permodalannya, Bank Muamalat mencari permodalan yang potensial, dan ditanggapi secara positif oleh *Islamic Development Bank (IDB)* yang berkedudukan di Jeddah, Arab Saudi. Pada Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS) tanggal 21 Juni 1999 IDB secara resmi menjadi salah satu pemegang saham Bank Muamalat. Dalam kurun waktu antara tahun 1999-2002 merupakan masa-masa yang penuh tantangan sekaligus keberhasilan bagi Bank Muamalat. Dalam kurun waktu tersebut Bank Muamalat berhasil membalikkan kondisi dari rugi menjadi laba berkat upaya dan dedikasi setiap kru Muamalat, ditunjang strategi pembangunan usaha yang tepat serta ketatan terhadap pelaksanaan perbankan syari'ah secara murni.

Melalui masa-masa sulit ini, Bank Muamalat berhasil bangkit dari keterpurukan. Diawali dari pengangkatan kepengurusan baru di mana seluruh anggota direksi diangkat dari dalam tubuh Bank Muamalat. Bank Muamalat kemudian menerapkan rencana kerja lima tahun dengan penekanan pada:

1. Tidak mengandalkan setoran modal tambahan dari para pemegang saham.
2. Tidak melakukan PHK satu pun terhadap sumber daya insani yang ada, dan dalam hal pemangkasan biaya, tidak memotong hak kru Muamalat sedikitpun.
3. Pemulihan kepercayaan dan rasa percaya diri kru Muamalat menjadi prioritas utama di tahun pertama kepengurusan direksi baru.
4. Peletakan landasan usaha baru dengan menegakkan disiplin kerja Muamalat menjadi agenda utama di tahun kedua.
5. Pembangunan tonggak-tonggak usaha dengan menciptakan serta menumbuhkan peluang usaha menjadi sasaran Bank Muamalat pada tahun ketiga dan seterusnya yang membawa Bank Muamalat dengan rahmat Allah *Rabbul Izzati* ke era pertumbuhan baru memasuki tahun 2005 dan seterusnya.²

Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu Curup sudah berdiri selama 11 tahun di Kabupaten Rejang Lebong dan Bank Muamalat ini memiliki *Sub Branch Manager* atau seorang pimpinan yang mengelolanya, dari tahun 2010-2021 Bank Muamalat sudah 5 kali berganti *Sub Branch*

² *Ibid*, hal 5-9

Manager, berikut adalah nama-nama dan lamanya masa jabatan pimpinan Bank Muamalat (KCP) Curup dari tahun 2010-2021 :³

Tabel 3.1
Sub Branch Manager Bank Muamalat KCP Curup dari Tahun 2010-2021

No	Nama	Tahun
1.	Ahmad Muzaki	2010-2011
2.	Yanuar Fahmi	2011-2014
3.	Yulfan Amarudin	2014-2016
4.	Sumardiyanto	2016-2020
5.	Aditya Dian Eko putra	2021-2022
6	Maharani	2022-sekarang

C. Visi, Misi dan Tujuan Bank Muamlat Indonesia Kantor Cabang Curup

Setiap perusahaan mempunyai visi, misi dan tujuan dalam menjalankan bisnisnya, berikut merupakan visi dan misi dari Bank Muamalat KCP Curup :⁴

1. Visi

The Best Islamic Bank and Top 10 Bank in Indonesia with Strong Regional Presence.

2. Misi

³ Maharani, *Wawancara*, tanggal 14 Desember 2021, pukul 15.30 Wib

⁴ *Ibid*, hal 13

Membangun lembaga keuangan syariah yang unggul dan berkesinambungan dengan penekanan pada semangat kewirausahaan berdasarkan prinsip kehati-hatian, keunggulan SDM yang islami dan profesional serta orientasi investasi yang inovatif, untuk memaksimalkan nilai kepada seluruh pemangku kepentingan.

3. Tujuan

- a. Meningkatkan kualitas kehidupan sosial Ekonomi masyarakat muslim Indonesia, sehingga kesenjangan sosial ekonomi semakin berkurang dan semakin melestarikan pembangunan nasional dengan cara, meningkatkan kualitas dan kuantitas usaha, meningkatkan kesempatan kerja, meningkatkan penghasilan masyarakat.
- b. Membangun lembaga bank dan sistem perbankan yang sehat berdasarkan efisiensi dan keadilan, mampu meningkatkan prestasi masyarakat sehingga dapat menggalakan usaha-usaha ekonomi.

D. Logo dan Makna dari Logo PT. Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu Curup

Gambar 3.2 Logo Bank Muamalat



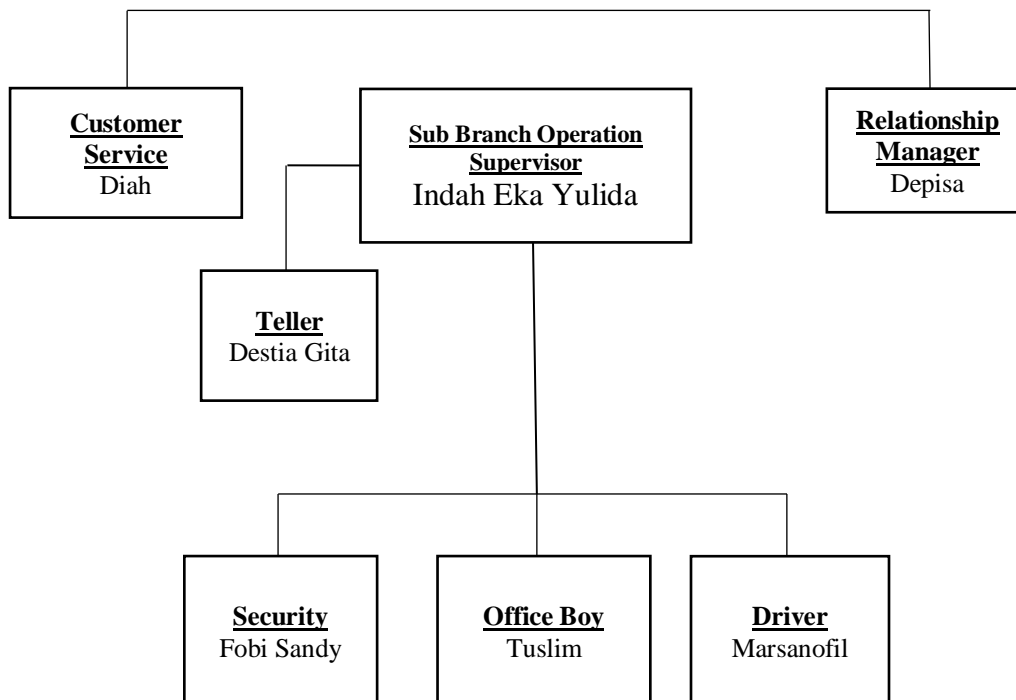
Mengenai logo yang digunakan oleh Bank Muamalat, ada beberapa makna yang terkandung di dalamnya, diantaranya adalah :

1. Jika anda membaca dengan seksama logo tersebut terdiri dari tiga huruf hijaiyah, yaitu Daal, Yaa'Nuun. Logo ini menggambarkan suatu rangkaian kegiatan ekonomi yang aktif dan harmonis didalam suatu negeri yang subur dan peradaban tinggi serta berdasarkan nilai-nilai yang luhur.
2. Adapun makna dibalik lambang air yang digunakan oleh Bank Muamalat memiliki air kemurnian dan mencirikan kekuatan atas akar islami yang digunakan dan menjadi dasar berjalannya bank ini.

E. Struktur Organisasi

Struktur Organisasi Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu (KCP) Curup





F. Tugas dan Fungsi

Di Bank Muamalat Indonesia KCP Curup memiliki beberapa bagian bidang pekerjaan, berikut adalah bagian bidang pekerjaan beserta tugas dan fungsinya:⁵

1. *Sub Branch Manager*

Fungsi utamanya adalah memimpin dan mengkoordinir kelancaran tugas-tugas bank, diantara tugas-tugasnya adalah sebagai berikut:

⁵ *Ibid*, hal 14

- a. Bertanggung jawab atas kelancaran tugas-tugas bank baik dalam lingkup operasional bank dan kegiatan di luar bank secara efektif dan efisien.
- b. Membuat perencanaan untuk kemajuan dan pengembangan bank.
- c. Mengambil dan membuat keputusan yang harus dijalankan oleh bank demi untuk kemajuan bank.
- d. Mengadakan evaluasi atas relasi rencana kerja dan anggaran yang telah ditetapkan secara berkala.

2. *Relationship Manager / Marketing Funding*

Fungsi utamanya adalah penghubung nasabah dengan bank dalam bidang penghimpunan dana. Dengan tugas-tugasnya adalah sebagai berikut:

- a. Memperkenalkan produk bank, terkhusus produk penghimpunan dana kepada calon nasabah atau nasabah.
- b. Mengumpulkan atau menghimpun dana tabungan, giro dan deposito.
- c. Mencari calon nasabah

3. *Sub Branch Operation Service Supervisor / SBOS*

Fungsi utamanya adalah mensupervisi, mengkoordinir, dan memonitor, serta mengarahkan seluruh kegiatan operasional cabang dalam rangka memastikan pelaksanaan operasional Branch telah berjalan dengan baik.

Dengan tugas-tugasnya sebagai berikut :

- a. Mensupervisi, mengkoordinir dan memonitor terhadap bidang operasional.
- b. Mengkoordinasi dan memonitoring tindak lanjut atas prinsip pengenalan nasabah (*Know Your Customer*) dan Anti Pencucian Uang.

- c. Melakukan pengawasan likuiditas dan pengendalian atas biaya– biaya operasional.
- d. Melakukan koordinasi dan permintaan, persetujuan reversal, user ID, cuti, pengajuan mutasi dan rekrutmen karyawan dalam rangka mitigasi risiko dan kelancaran operasional.
- e. Melaksanakan fungsi control dan memastikan akurasi data keuangan.
- f. Melakukan Approval transaksi terhadap seluruh kegiatan operasional.

4. *Teller*

Fungsi utamanya adalah melayani nasabah. Dengan tugas-tugasnya adalah sebagai berikut:

- a. Menerima setoran tunai nasabah atas pembukuan rekening.
- b. Menerima setoran deposito yang telah diregistrasi oleh CS (*customer service*).
- c. Melakukan proses penutupan rekening dengan mendebet rekening nasabah dan membukukan pendapatan atas biaya tutup rekening
- d. Menerima setoran tabungan haji.
- e. Menerima dan melakukan pembayaran.
- f. Melakukan verifikasi tanda tangan.
- g. Menerima penarikan serta transfer yang dibutuhkan nasabah

5. *Customer Service*

Fungsi utamanya adalah melayani dan memberikan pusat informasi kepada nasabah baru maupun nasabah lama. Dengan tugas-tugasnya adalah sebagai berikut:

- a. Melayani nasabah membuka rekening tabungan, rekening giro, dan deposito muamalat.
- b. Menginput data nasabah yang membuka rekening
- c. Transaksi dan membukukan ke rekening masing-masing
- d. Memonitor aktifitas rekening dan memberikan informasi ke nasabah.
- e. Serta melayani *complain* nasabah yang berkaitan dengan produk bank.

6. *Driver*

Driver yang bertugas untuk mengantar dan menjemput karyawan bank yang sedang melaksanakan tugas.

7. *Office Boy*

Office Boy yang bertugas membersihkan dan menjaga kebersihan ruang kantor, selama aktifitas bank berjalan selama hari kerja serta memastikan keadaan ruang kantor rapi dan tertata.

8. *Security*

Security yang memiliki tugas yaitu menjaga keamanan kantor agar tidak terjadi sesuatu yang tidak diinginkan baik saat jam operasional maupun tidak pada saat jam operasional.

G. Produk-Produk Bank Muamalat Indonesia KCP Curup

Adapun produk-produk pendanaan dan pembiayaan pada Bank Muamalat Indonesia KCP Curup adalah sebagai berikut :⁶

1. Produk Penghimpunan dana (*Funding*)

a. Tabungan

1) Tabungan iB Hijrah

Tabungan iB Hijrah merupakan produk tabungan regular dari Bank Muamalat Indonesia. Tabungan ini memiliki dua akad, yang mana nasabah diberi pilihan untuk menentukan akad dari tabungan yang akan dibuat, akadnya ialah *mudharabah* dan *wadi'ah*, yang memberikan kemudahan akses oleh nasabah. Tabungan Muamalat iB memfasilitaskan dengan kartu ATM/Debit yaitu *Shar-e Regular* atau *Shar-e Gold*.

2) Tabungan iB Hijrah Dollar

Tabungan iB Hijrah Dollar adalah tabungan syariah dalam denominasi valuta asing US Dollar (USD) ditujukan untuk melayani kebutuhan transaksi dan investasi yang lebih beragam, khususnya yang melibatkan mata uang USD.

3) Tabungan iB Hijrah Rencana

Tabungan ini didesain agar setiap orang yang memiliki keinginan untuk melakukan perencanaan dapat mewujudkan niatnya sesuai dengan

⁶ *Ibid*, hal 17-20

kemampuan. Tabungan ini memiliki nisbah bagi hasil yang kompetitif, mempercepat penambahan saldo dana anda secara optimal, sehingga perencanaan yang dibuat *Insyah Allah* akan sesuai dengan target yang telah ditentukan, dan tabungan berencana ini menggunakan akad *mudharabah* (bagi hasil). Tabungan Rencana Muamalat iB, dapat digunakan untuk, Pendidikan, Wisata, Pernikahan, Umrah dan lain sebagainya.

4) Tabungan iB Hijrah Rencana Berhadiah

Tabungan iB Hijrah Rencana Berhadiah adalah tabungan yang menawarkan bagi hasil yang optimal sekaligus hadiah pilihan dimuka sesuai dengan setoran awal dan setoran tabungan setiap bulannya dalam jangka yang disepakati nasabah.

5) Tabungan iB Hijrah Haji Umrah

Tabungan iB Hijrah Haji Umrah adalah jenis simpanan dana pihak ketiga pada bank muamalat bagi nasabah perorangan yang berminat untuk melaksanakan ibadah haji dan umroh secara terencana sesuai dengan kemampuan dan jangka waktu yang disepakati, akad yang digunakan adalah *mudharabah*..

6) TabunganKU

TabunganKU adalah tabungan untuk perseorangan dengan persyaratan mudah dan ringan yang diterbitkan secara bersama oleh bank-bank di Indonesia guna menumbuhkan budaya menabung serta

meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Adapun akad yang digunakan adalah *wadi'ah*.

7) Tabungan iB Hijrah Prima

Tabungan dengan bagi hasil hampir setara dengan bagi hasil deposito. Tabungan ini bisa di ambil setiap saat seperti layaknya tabungan. Adapun akad yang digunakan adalah *mudharabah mutlaqah*.

8) Tabungan iB Hijrah Prima Berhadiah

Tabungan iB Hijrah Prima Berhadiah adalah tabungan yang menawarkan bagi hasil optimal sekaligus hadiah pilihan dimuka sesuai saldo tanpa mengurangi nilai tabungan.

b. Giro

1) Giro Muamalat Ultima iB Hijrah

Giro Muamalat Ultima iB Hijrah adalah produk giro berbasis akad *mudharabah* yang memberikan kemudahan bertransaksi dan bagi hasil yang kompetitif. Sarana bagi nasabah perorangan maupun non perorangan untuk memenuhi kebutuhan transaksi bisnis sekaligus memberikan imbal hasil yang optimal. Minimal pembukaan giro muamalat sebesar Rp 25.000.000.

2) Giro Muamalat Attijary iB Hijrah

Giro Muamalat Attijary iB Hijrah adalah produk giro berbasis akad *wadi'ah* yang memberikan kemudahan dan kenyamanan dalam bertransaksi dan merupakan sarana untuk memenuhi kebutuhan transaksi

bisnis nasabah perorangan maupun non-perorangan yang didukung oleh kebutuhan fasilitas *cash management*. Adapun bukti kepemilikan muamalat berupa cek atau bilyet giro. Minimal pembukaan giro muamalat attijary iB sebesar Rp 1.000.000.

3) Deposito Mudharabah

Deposito Mudharabah adalah tabungan berjangka yang terdapat pilihan jangka waktu 1 bulan, 3 bulan, 6 bulan dan 12 bulan, minimal pembukaan deposito sebesar Rp 5.000.000,- dengan tingkat bagi hasil deposito yang kompetitif, adapun bukti kepemilikan deposito berupa bilyet deposito.

2. Produk Penyaluran Dana/Pembiayaan (*Lending*)

a. KPR Muamalat iB Hijrah

KPR (Kredit Pembiayaan Rumah) Muamalat adalah produk pembiayaan yang akan membantu Anda untuk pembelian property *ready stock* ataupun indent, berupa rumah tinggal, rumah susun, apartemen, condotel, pembangunan rumah, renovasi rumah, maupun pengalihan *take-over* KPR dari bank lain (bank konvensional maupun bank syari'ah).

b. Pembiayaan Multiguna

Pembiayaan multiguna adalah fasilitas pembiayaan konsumen berdasarkan akad *murabahah* atau akad *ijarah* multijasa atau akad *kafalah*, yang:

- 1) Didukung oleh jaminan/agunan (*collateral*) berupa: hunian yaitu rumah, rumah susun (apartemen/flat/kondominium), kios, rumah toko (ruko), atau rumah kantor (rukan) – kendaraan bermotor, serta deposito.
- 2) Diwajibkan adanya agunan yaitu seperti SK kerja, jika *payroll* di BMI (*collateral*) untuk nominal pembiayaan iB Muamalat Multiguna maksimal Rp 50.000.000,-

c. Pembiayaan Modal Kerja

Pembiayaan Modal Kerja adalah produk pembiayaan yang akan membantu kebutuhan modal kerja usaha anda sehingga kelancaran operasional dan rencana pengembangan usaha anda akan terjamin.

d. Pembiayaan Investasi

Pembiayaan Investasi adalah produk pembiayaan yang akan membantu kebutuhan investasi usaha anda sehingga mendukung rencana ekspansi yang telah anda susun.

3. Produk Jasa (*Service Products*)

a. *Wakalah*

Berarti penyerahan, pendelegasian atau pemberian mandat. Secara teknis Perbankan, *Wakalah* adalah akad pemberian wewenang/kuasa dari lembaga/seseorang (sebagai pemberi mandat) kepada pihak lain (sebagai

wakil) untuk melaksanakan urusan dengan batas kewenangan dan waktu tertentu. Segala hak dan kewajiban yang diemban wakil harus mengatasnamakan yang memberikan kuasa.

b. *Kafalah*

Kafalah Merupakan jaminan yang diberikan oleh penanggung (*kafil*) kepada pihak ketiga untuk memenuhi kewajiban pihak kedua atau yang ditanggung. Dalam pengertian lain, *kafalah* juga berarti mengalihkan tanggung jawab seseorang yang dijamin dengan berpegang pada tanggung jawab orang lain sebagai penjamin.

c. *Hawalah*

Hawalah Adalah pengalihan hutang dari orang yang berhutang kepada orang lain yang wajib menanggungnya. Dalam pengertian lain, merupakan pemindahan beban hutang dari *muhil* (orang yang berhutang) menjadi tanggungan *muhal 'alaih* atau orang yang berkewajiban membayar hutang.

4. Jasa Layanan (*Services*)

a. ATM (*Automatic Teller Machine*) Muamalat

Layanan ATM memudahkan nasabah melakukan penarikan dana tunai, pemindahbukuan antara rekening, pemeriksaan saldo, pembayaran Zakat, Infaq, Sedekah (hanya pada ATM Muamalat), tagihan telepon, serta pembayaran seperti:

- 1) PLN Persero
- 2) Asuransi : Takaful dan Sinarmas

- 3) *Virtual Account*
- 4) Telkom Indonesia
- 5) *Telcom Speddy*
- 6) ZIS
- 7) Tiket Pesawat: Garuda Indonesia
- 8) TV Berlangganan: Indovision digital, Orange TV, Top TV, Yes TV, Nex Media.
- 9) PDAM: PDAM Banyumas, PDAM Cilacap, PDAM Banjarmasin
- 10) Selular

ATM muamalat sudah terintegrasi dengan ATM PRIMA dan ATM Bersama, dapat digunakan untuk transfer maupun tarik tunai. Dengan bekerja samanya Bank Muamalat Indonesia dengan VISA around to world sehingga kartu ATM Bank Muamalat dapat digunakan secara luas.

b. Salam Muamalat

Merupakan layanan *Phone Banking* 24 jam dan *call center* yang memberikan kemudahan bagi nasabah, setiap saat dan di manapun nasabah berada untuk memperoleh informasi mengenai produk, saldo dan informasi transaksi, serta transfer antara rekening. Menggunakan SalamMuamalat dapat menghubungi 021-1500016.

c. Pembayaran Zakat, Infaq dan Sedekah (ZIS)

Jasa yang memudahkan nasabah dalam membayar ZIS, baik ke lembaga pengelola ZIS Bank Muamalat maupun ke lembaga-lembaga ZIS lainnya yang bekerjasama dengan Bank Muamalat, melalui *Phone Banking* dan ATM Muamalat di seluruh cabang Bank Muamalat.

d. Internet Banking Muamalat

Layanan perbankan elektronik melalui akses internet dengan menggunakan sms token yang dapat beroperasi 24 jam 7 hari seminggu dengan mudah, kapan saja, dan dimana saja. Nasabah bisa melakukan *monitoring* atas transaksi keuangan pribadi maupun bisnis dari seluruh rekening anda di Bank Muamalat dalam CIF (*Customer Information File*).

e. Muamalat DIN (Digital Islamic Network)

Layanan perbankan untuk melakukan transaksi *financial* dan *non-financial* yang dapat diakses dengan mengunduh aplikasi melalui ponsel android atau ponsel yang telah didukung oleh *javaplatform versiMIDP 2.0*.

f. Jasa-jasa lain

Bank Muamalat juga menyediakan jasa-jasa Perbankan lainnya kepada masyarakat luas, seperti *transfer, collection, standing instruction, bank draft, virtual account, cash management, gerai muamalat, referensi Bank*.

g. DPLK (Dana Pensiun Lembaga Keuangan) Muamalat

Dana Pensiun Lembaga Keuangan (DPLK) Muamalat adalah penyelenggara Program Pensiun Iuran Pasti (PPIP) yang didirikan oleh Bank Muamalat Indonesia yang disahkan berdasarkan SK Menteri Keuangan No. KEP-485/KM.17/1997 tanggal 10 Oktober 1997. PT Bank Muamalat Indonesia, Tbk sebagai pendiri adalah perusahaan yang bergerak dalam bidang perbankan dengan pengelolaan berdasarkan Syariat Islam. Bank Muamalat menunjukkan kinerja yang senantiasa terus meningkat, baik dari aspek peningkatan aset maupun perluasan jaringan. Di samping itu, adanya Dewan Pengawas Syariah yang beranggotakan ulama lebih memberikan kenyamanan dalam bertransaksi dengan memberikan hasil pengelolaan yang kompetitif, aman dan kepastian pengelolaan secara syariah. Dengan dukungan jaringan Bank Muamalat tersebar di 34 provinsi di Indonesia, DPLK Muamalat siap memberikan layanan di setiap outlet baik untuk pendaftaran, setoran, maupun pembayaran manfaat pensiun di kemudian hari. Mengingat bahwa program pensiun merupakan program kesejahteraan jangka panjang, maka yang diperlukan adalah hasil yang optimal, pengelolaan yang aman dan efisien, serta layanan yang mudah dan menyenangkan.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Strategi pemasaran yang digunakan dalam pemasaran produk tabungan IB Hijrah Haji Pada Bank Muamalat KCP Curup sebelum pandemi dan dimasa pandemi covid-19

1. Strategi pemasaran tabungan iB hijrah haji sebelum covid-19

Strategi adalah langkah-langkah yang harus dijalankan oleh perusahaan untuk mencapai tujuannya. kadang-kadang langkah yang harus dihadapi terjal dan berliku-liku, namun adapula langkah yang *relatif* mudah. Disamping itu, banyak rintangan dan cobaan yang dihadapi untuk mencapai tujuan tersebut. Oleh karena itu setiap langkah harus dijalankan secara hati-hati dan terarah.¹

Strategi dijadikan cara atau taktik sebuah lembaga untuk bisa mencapai sebuah tujuan yang telah direncanakan sebelumnya. Dengan memiliki strategi yang baik, suatu organisasi dengan mudah dapat mencapai tujuannya. Secara khusus strategi merupakan penempatan misi perusahaan, penetapan sasaran organisasi dengan mengingat kekuatan eksternal dan internal, perumusan kebijakan dan strategi tertentu untuk

¹ Kasmir, *kewirausahaan*. (jakarta: rajawali pers, 2013). Hal 186

mencapai sasaran dan memastikan implementasinya secara tepat, sehingga tujuan dan sasaran utama organisasi akan tercapai.²

Setiap perusahaan memiliki strategi tersendiri untuk memasarkan produk yang mereka miliki untuk mencapai keinginan dari perusahaan, demikian juga dengan bank muamalat KCP Curup untuk memasarkan produk tabungan iB Hijrah Haji kepada masyarakat luas.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka penulis akan memaparkan hasil dari wawancara dengan karyawan dari bank muamalat KCP Curup selaku, berikut adalah hasil dari wawancara yang telah dilakukan dengan Ibu Maharani sub branch manager bank muamalat KCP Curup. Dengan menanyakan pertanyaan yaitu, bagaimana strategi pemasaran tabungan iB hijrah haji sebelum masa pandemi covid-19?

Narasumber pertama menjelaskan tentang bagaimana strategi pemasaran dari produk tabungan iB hijrah haji pada saat sebelum masa pandemi covid-19, atas pertanyaan di atas, Maharani selaku sub branch manager dari Bank muamalat KCP Curup menjawab yaitu:

“Pada masa sebelum terjadinya pandemi covid-19 perusahaan gencar untuk melakukan sosialisasi-sosialisasi ke masyarakat secara langsung baik itu sosialisasi ke perorangan ataupun sosialisasi ke sekelompok masyarakat seperti dalam pengajian ibu-ibu, kesekolah-sekolah seperti sd it atau muhamadiyah dan juga dikantor-kantor yang

² Setiawan Hari Purnomo & ulkiflimansyah, *Manajemen Strategi*, jakarta: Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi UI, 2007. Hal 8

sedang melakukan suatu acara bisa juga dimanfaatkan sebagai salah satu wadah untuk melakukan sosialisasi tentang tabungan iB hijrah haji ini”³

Untuk pertanyaan selanjutnya yaitu tentang bagaimana penerapan bauran pemasaran atau marketing mix yang diterapkan oleh bank muamalat KCP curup untuk menjalankan strategi pemasaran produk tabungan iB hijrah haji ini, disini ibu Depisa selaku relationship manager dari Bank muamalat KCP Curup menjawab, yaitu:

a. Strategi Produk

“Strategi yang dilakukan oleh bank muamalat kcp curup adalah dengan menampilkan kualitas produknya karena produk tabungan IB hijrah haji ini merupakan salah satu produk yang utama di bank muamalat. Dan juga pada saat ini untuk masyarakat yang ingin mendaftarkan diri sebagai calon Jemaah haji itu harus melalui bank syari’ah.”

b. Strategi Harga

“Bank muamalat KCP curup memberikan harga yang cukup terjangkau untuk tabungan IB hijrah haji ini yakni dengan hanya Rp 50.000 untuk setoran awal. Dan juga tabungan ini tidak membatasi masyarakat dari kalangan mana saja untuk menabung dan menjadi nasabah bank muamalat, Sehingga semua kalangan masyarakat dapat menikmati produk ini. Tentunya dengan harga yang di tawarkan tadi masyarakat akan lebih mudah untuk membuka tabungan iB hijrah haji ini yakni dengan hanya Rp 50.000 sebagai setoran awal. Tentunya akan lebih memudahkan lagi masyarakat-masyarakat yang mempunyai niat untuk menunaikan iBadah haji”

c. Strategi Tempat

“Lokasi perusahaan Bank muamalat KCP Curup ini dinilai sudah sesuai dengan target market dari perusahaan hal tersebut dapat dilihat dengan lokasi perusahaan yang dekat dengan pusat kota dan mudah untuk dijangkau oleh masyarakat”

³ Maharani, Sub. Branch Manager, *wawancara*, tgl 13 juli 2022 Pukul 09:00 WIB

d. strategi promosi

Promosi adalah informasi yang memberi penjelasan untuk meyakinkan calon konsumen tentang produk atau jasa yang ditawarkan sehingga dapat menarik minat calon konsumen untuk menggunakan produk yang ditawarkan. Agar kegiatan promosi dapat berjalan dengan efektif dan efisien, tentunya harus menentukan target pasar terlebih dahulu, menentukan siapa saja yang akan menjadi target pasar dari produk atau jasa yang ingin ditawarkan. Promosi yang dilakukan oleh bank muamalat KCP Curup yaitu:

“bank muamalat KCP Curup melakukan kegiatan pemasaran pada saat sebelum covid 19 dengan melakukan pengiklanan produk tabungan iB hijrah haji dengan melalui brosur, koran, pengajian ibu-ibu, kantor-kantor, promosi ke sekolah seperti sd it, muhamadiyah dan lainnya, dan juga media sosial seperti instagram, facebook, whatsapp dan lain sebagainya.”⁴

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti maka peneliti mengambil kesimpulan bahwa bauran pemasaran yang dilakukan bank muamalat KCP Curup sudah berjalan dengan baik. Hal tersebut dapat dilihat dengan berjalan lancarnya semua strategi-stratgi yang telah dilakukan oleh pihak Bank muamalat KCP curup baik dari aspek produk yang ditawarkan, aspek harga yang ditawarkan ke masyarakat, aspek lokasi yang sangat-sangat mudah untuk dijangkau oleh masyarakat dengan fasilitas yang ada, dan juga dari aspek promosi atau pemasaran yang telah dilakukan dengan sangat baik oleh pihak Bank muamalat KCP Curup.

⁴ Depisa,,relationship manager, *wawancara* tgl 18 juli 2022 Pukul 16:00 WIB

2. Strategi pemasaran tabungan iB hijrah haji dimasa covid-19

pertanyaan selanjutnya yang di tanyakan oleh peneliti adalah tentang bagaimana strategi-strategi yang dilakukan oleh Bank muamalat KCP Curup untuk mengatasi persoalan-persoalan yang dihadapi pada masa pandemi covid-19 ini, atas pertanyaan di atas ibu Maharani selaku sub branch manager dari Bank muamalat KCP Curup menjawab, yaitu:

“Pada masa pandemi covid-19 ini tentu ada banyak skali hal-hal yang akan menghambat berjalannya proses promosi atau pemasaran yang akan dilakukan karena banyaknya pembatasan-pembatasan yang diterapkan, oleh karena itu dalam menghadapi hal tersebut disini pihak bank muamalat KCP Curup mncoba membuat langkah yang sekiranya dapat mengatasi persoalan yang ada oleh pandemi covid-19 ini, disini beberapa langkah yang dilakukan adalah dengan melakukan kegiatan zoom secara rutin pada setiap minggunya dengan melibatkan sejumlah tokoh-tokoh agama yang diprcaya oleh masyarakat dan juga promosi-promosi lewat media-media sosial seperti Instagram, facebook, wharsapp dan media sosial yang lainnya, dan juga prmosi lewat brosur dan lain sebagainya”⁵

Pertanyaan selanjutnya adalah tentang bagaimana bauran pemasaran atau marketing mix yang diterapkan oleh Bank muamalat KCP Curup di masa pandemi covid-19 seperti sekarang ini, atas pertanyaan yang diajukan tersebut disini ibu Depisa selaku relationship manager dari Bank muamalat KCP Curup menjawab, yaitu:

a. Strategi Produk

“Strategi yang dilakukan oleh bank muamalat kcp curup pada masa pandemi covid-19 adalah berusaha dengan lebih baik lagi dalam manampilakan kualitas produk karena produk tabungan IB hijrah haji ini bisa dikatkan sebagai produk

⁵ Maharani, sub branch manager, *wawancara*, tgl 13 juli 2022 pukul 16:00 WIB

utama dalam Bank muamalat dan juga untuk nasabah yang belum cukup uangnya bisa menggunakan tabungan ib hijrah haji ini”

b. Strategi Harga

“untuk harga yang ditawarkan Bank muamalat KCP curup menawarkan harga yang cukup terjangkau untuk tabungan IB hijrah haji ini yakni dengan hanya Rp 50.000 untuk setoran awal. Dan juga tabungan ini tidak membatasi masyarakat dari kalangan mana saja untuk menabung dan menjadi nasabah bank muamalat, Sehingga semua kalangan masyarakat dapat menikmati produk ini. Tentunya dengan harga yang ditawarkan tadi masyarakat akan lebih mudah untuk membuka tabungan ib hijrah haji ini yakni dengan hanya Rp 50.000 sebagai setoran awal. Tentunya akan lebih memudahkan lagi masyarakat-masyarakat yang mempunyai niat untuk menunaikan ibadah haji”

c. Strategi Tempat

“Penentuan lokasi Bank muamalat pada saat ini dinilai sudah sesuai dengan target market karena lokasi perusahaan Bank muamalat KCP Curup berada dipinggir jalan raya dan dekat dengan pusat kota”

d. strategi promosi

Promosi merupakan sumber informasi yang memberikan penjelasan sekaligus meyakinkan calon nasabah untuk menggunakan produk yang ditawarkan.

“kegiatan promosi yang dilakukan oleh Bank muamalat KCP Curup pada masa pandemi covid019 adalah dengan melakukan kegiatan promosi lewat media-media sosial seperti Instagram, facebook, whatsapp, dan lain sebagainya. Selain itu pihak perusahaan juga gencar melakukan kegiatan zoom pada setiap minggunya dengan melibatkan tokoh-tokoh masyarakat yang dipercaya contohnya imam masjid, disamping itu promosi menggunakan brosur-brosur juga masih dilakukan”⁶

⁶ Depisa, relationship manager, wawancara, tgl 18 juli 2022 pukul 16:00 WIB

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti maka peneliti mengambil kesimpulan bahwa bauran pemasaran yang dilakukan pada masa pandemi ini dapat dikatakan berhasil karena dengan strategi yang sudah dilakukan oleh Bank muamalat ini dapat mengangkat atau menaikkan lagi minat masyarakat untuk menggunakan produk tabungan ib hijrah haji.

Untuk pertanyaan selanjutnya mengenai persyaratan-persyaratan yang harus dilengkapi oleh calon nasabah untuk membuka tabungan ib hijrah haji, atas pertanyaan diatas Diah selaku customer service menjawab yaitu:

Persyaratan untuk membuka tabungan ib hijrah haji:

a. Persyaratan Dokumen untuk Pendaftaran Porsi Haji :

- 8) Asli KTP sesuai domisili dan mengikuti ketentuan KTP-el atau bukti identitas lainnya yang sah
- 9) Asli Kartu Keluarga
- 10) Asli Akte Kelahiran atau Surat Kenal Lahir atau Kutipan Akte Nikah atau Ijazah
- 11) Buku Tabungan
- 12) Pas foto berwarna ukuran 3 x 4 sebanyak 5 lembar (untuk Bank)
- 13) Pas foto untuk Kantor KEMENAG sesuai identitas
- 14) Wajib ke Kantor KEMENAG sesuai identitas maksimal 5 hari kerja setelah dapat nomor validasi dari Bank

c. Untuk orang dewasa

- 3) Fotokopi KTP/SIM
- 4) NPWP

d. Untuk anak-anak

- 3) Identitas orang tua (KTP dan NPWP)
- 4) Akte kelahiran atau Kartu Keluarga.

e. Tarif

- 7) Akad yang digunakan Wadi'ah Yad Dhamanah
- 8) Biaya Layanan, gratis
- 9) Setoran awal, tidak ada (RTJH : Rp 25 Juta)
- 10) Saldo minimal, tidak ada

- 11) Biaya penggantian buku tabungan rusak/hilang sebesar Rp10.000,-
- 12) Biaya penutupan rekening, gratis⁷

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan disini peneliti membuat kesimpulan bahwa strategi yang dilakukan oleh bank muamalat KCP Curup pada masa sebelum pandemi covid-19 adalah dengan lebih dominan terjun langsung ke masyarakat dengan mempromosikan secara langsung baik itu secara dor to dor, ke sekolah sekolah seperti sd it atau muhadiyah, dinas-dinas, kantor-kantor, pengajian ibu-ibu sedangkan pada masa pandemi covid-19 promosi yang dilakukan dengan cara melakukan kegiatan zoom pada setiap minggunya dengn melibatkan tokoh masyarakat, dan juga lebih giat lagi menggunakan media sosial seperti imstagram, facebook, whatsapp dan lainnya.

B. Dampak dari strategi pemasaran produk iB hijrah haji pada masa pandemi covid-19

Pertanyaan selanjutnya adalah tentang bagaimana dampak dari strategi produk yang dilakukan bank muamalat KCP Curup pada masa pandemi covid-19,atas pertanyaan di atas Maharani selaku sub branch manager bnk muamalat KCP Curup menjawab yaitu :

“pada masa pandemi covid-19 masyarakat yang membuka tabungan iB hijrah haji ini mengalami penurunan yang drastis dan penurunan ini bisa sekitaran 50 persen atau lebih dari masa sebelum pandemi covid-19. Tetapi hal tersebut dapat dikatakan terjadi pada beberapa awal terjadinya pandemi covid-19, maka dari itu pihak Bank muamalat melakukan langkah-langkah yang dapat mengatasi permasalahan tersebut yakni dengan melakukan beberapa strategi-strategi lain seperti dengan melakukan kegiatan zoom secara rutin pada setiap minggunya dengan melibatkan tokoh-tokoh masyarakat, brosur-brosur, juga dengan lebih gencar lagi melakukan promosi pada media-media sosial seperti Instagram, facebook, whatsapp dan lainnya. Dengan beberapa tambahan strategi tersebut

⁷ Diah, costumer service, *wawancara*, tgl 18 juli 2022 pukul 16:00 WIB

minat masyarakat yang membuka tabungan iB hijrah haji ini pun perlahan mulai meningkat ”⁸

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan tersebut disini peneliti membuat kesimpulan bahwa pandemi covid-19 berdampak pada kegiatan pemasaran produk yang dilakukan Bank muamalat sehingga jumlah masyarakat yang membuka tabungan iB hijrah haji ini mengalami penurunan yang drastis dari sebelum adanya pandemi covid-19, akan tetapi dampak tersebut di alami pada beberapa bulan awal pandemi saja. Dengan beberapa langkah-langkah yang dilakukan oleh bank muamalat hal itu dapat di atasi secara perlahan, hal tersebut dapat kita lihat dari keterangan dari pihak Bank muamalat yang mengatakan bahwa nasabah atau masyarakat yang membuka tabungan iB hijrah haji ini pelan-pelan mengalami peningkatan lagi.

⁸ Maharani, sub branch manager *wawancara* Tgl 13 juli 2022 Pukul 09:00 WIB

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan penelitian yang telah dilakukan diatas maka dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran yang dilakukan oleh bank muamalat KCP Curup adalah:

1. Strategi sebelum dan di masa pandemi covid-19

Strategi yang dilakukan oleh bank muamalat KCP Curup pada masa sebelum pandemi adalah dengan melakukan sosialisasi-sosialisasi ke masyarakat baik perorangan atau sekelompok masyarakat, sosialisasi ke sekolah seperti sd it atau muhamadiyah, dengajian ibu-ibu, promosi dikantor-kantor, brosur dan lain sebagainya.

Kegiatan promosi yang dilakukan oleh Bank muamalat KCP Curup pada masa pandemi covid019 adalah dengan melakukan kegiatan promosi lewat media-media sosial seperti Instagram, facebook, whatsapp, dan lain sebagainya. Selain itu pihak perusahaan juga gencar melakukan kegiatan zoom pada setiap minggunya dengan melibatkan tokoh-tokoh masyarakat yang dipercaya contohnya imam masjid, disamping itu promosi menggunakan brosur-brosur juga masih dilakukan.

2. Dampak dari strategi pemasaran pada masa pandemi covid-19

Dampak dari strategi yang telah dilakukan dapat dikatakan berhasil karena dengan strategi yang telah dilakukan tersebut minat masyarakat untuk menggunakan produk tabungan ib hijrah haji tersebut semakin meningkat di bandingkan dengan bulan-bulan awal saat terjadinya pandemi covid-19 yang pada awalnya mengalami penurunan dan sekarang perlahan mulai meningkat dan mulai normal kembali seperti biasanya.

B. SARAN

Dengan demikian melihat dari hasil penelitian yang dilakukan di bank muamalat KCP Curup, maka peneliti memiliki beberapa saran kepada bank muamalat KCP Curup dalam strategi pemasaran produk tabungan ib hijrah haji terutama pada masa pandemi covid-19. Bank muamalat KCP Curup harus menambah sumber daya manusia yang lebih banyak lagi tentunya sumber daya manusia yang mampu membantu bank muamalat KCP Curup ini dalam memasarkan produk tabungan ib hijrah haji ini.

Bank muamalat KCP Curup juga harus lebih giat lagi mempromosikan produk tabungan ib hijrah haji ini dengan mencetak spanduk atau bener, membuat iklan seperti di radio untuk menambah informasi untuk masyarakat luas, serta tikaah kalah pentingnya adalah menggencarkan lagi kegiatan promosi dengan menggunakan media-media sosial yang lebih banyak lagi dalam upaya menarik minat masyarakat untuk menggunakan produk tabungan ib hijrah haji.

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Al-Arif, M. Nur Rianto, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, Bandung: Alfabeta, 2012.
- Kasmir, *Kewirausahaan*. Jakarta: Rajawali Pers, 2013.
- Mas'ari, Ahmad, Et All, *Analisa Strategi Marketing Mix Menggunakan Konsep 4p (Price, Product, Place, Promotion) Pada Pt. Haluan Riau*, Riau: Uin Sultan Syarif Kasim, 2019.
- Nugrahani, Farida, *Metode Penelitian Kualitatif Dalam Penelitian Pendidikan Bahasa*, Surakarta: T.P, 2014.
- Priansa, Donni Juni Priansa, *Komunikasi Pemasaran Terpadu Pada Era Media Sosial*, Bandung: Pustaka Setia, 2017.
- Purnomo, Setiawan Hari Dan Ulkiflimansyah, *Manajemen Strategi*, Jakarta: Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Ui, 2007.
- Rahim, Abd. Rahman Rahim Dan Enny Radjab, *Manajemen Strategi*, (Makasar: Lembaga Perpustakaan Dan Penerbitan, 2016.
- Rahmawati, *Manajemen Pemasaran*, Samarinda: Mulawarman University Press, 2016.
- Salam, Syamsir, *Metodelogi Penelitian Sosial* ,Jakarta: Uin Jakarta Prees, 2006.
- Sandy, Muhammad, *Market Share*, Jakarta: Kencana, 2017.
- Shinta, Agustina Shinta, *Manajemen Pemasaran*, Malang: Universitas Brawijaya Press Ub Press, 2011.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2017.

Skripsi:

- Nadzif, Muhammad, “*Strategi Pemasaran Produk Tabungan Ib Muamalat Haji Dan Umrah Di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Semarang*”. (Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang 2016).
- Rakhmayani, Halimah, “*Strategi Pemasaran Produk Tabungan Ib Hijrah Haji Pada Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu Ponorogo Di Masa Pandemi Covid-19*” Skripsi (Iain Ponorogo, 2021).
- Safrudin, Erwin, “*Pemasaran Tabungan Ib Hijrah Haji Untuk Menarik Minat Masyarakat Pada Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Za Pagar Alam Bandar Lampung*”, Skripsi (Institut Agama Islam Negeri (Iain) Metro 2020).
- Siregar, Dahniel Ahyar Siregar, “*Strategi Pemasaran Tabungan Ib Muamalat Haji Dan Umrah Di Pt. Bank Muamalat Capem Serdang Medan*”, (Universitas Islam Negeri Sumatera Utara 2018).

Suryani, Resti Dwi, “Strategi Pemasaran Tabungan Ib Hijrah Haji Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Yang Mengambil Porsi Haji Pada Bank Muamalat Indonesia Kcp Bukittinggi”, (Institut Agama Islam Negeri (Iain) Batusangkar 2020).

Jurnal:

Daryanto, Leo Hedi, “The Influence Of Marketing Mix On The Decision To Purchase Martabak “Setiabudi” Pak M An Semarang”, *Journal Of Management*, Vol. 5, No. 5, (2019): 7.

Juliansyah, Eris, “Strategi Pengembangan Sumber Daya Perusahaan Dalam Meningkatkan Kinerja Pdam Kabupaten Sukabumi”, *Jurnal Ekonomak* Vol. 3 No. (2017): 19-20.

Syauqi, Achmad, “Jalan Panjang Covid19 (Sebuah Refleksi Dikala Wabah Merajalela Berdampak Pada Perekonomian)”, *Jkubs* Vol.1, No.1, (2020):1-19.

Wibowo, Dimas Hendika, “Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing Umkm (Studi Pada Batik Diajeng Solo)”, *Jurnal Administrasi Bisnis (Jab)* Vol. 29, No.1 Desember (2015).

Dokumen Bank Muamalat:

Arsip PT. Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu (KCP) Curup.

Internet:

Word Health Organization

www.muamalat.co.id

Wawancara:

Aditya, *Wawancara*, Tanggal 14 Desember 2021 Pukul 15:30 WIB.

Depisa, Relationship Manager, *wawancara* tgl 18 juli 2022 Pukul 16:00 WIB

Diah, Costumer Service, *wawancara*, tgl 18 juli 2022 pukul 16:00 WIB

Maharani, Sub. Branch Manager, *wawancara*, tgl 13 juli 2022 Pukul 09:00 WIB

L

A

M

P

I

R

A

N



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI CURUP
FAKULTAS SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM

Jl. Dr. A.K. Gani Kotak Pos 108 Telp. (0732) 21010-7003044 Fax (0732) 21010 Curup 391119
Website/facebook: Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Curup Email: fakultas.sei@iaincurup.ac.id

Nomor : 0462/In.34/FS/PP.00.9/06/2022
Lamp : Proposal dan Instrumen
Hal : Rekomendasi Izin Penelitian

Curup, 28 Juni 2022

Kepada Yth,
Pimpinan Bank Muamalat KCP Curup
Di-
Curup

Assalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Dalam rangka penyusunan skripsi strata satu (S1) pada Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup.

Nama : Berry
Nomor Induk Mahasiswa : 17631018
Progran Studi : Perbankan Syari'ah (PS)
Fakultas : Syari'ah dan Ekonomi Islam
Judul Skripsi : Strategi Pemasaran Tabungan iB Hijrah Haji Pada Bank Muamalat KCP Curup Dimasa Pandemi Covid-19
Waktu Penelitian : 28 Juni 2022 Sampai Dengan 28 Agustus 2022
Tempat Penelitian : Bank Muamalat KCP Curup

Mohon kiranya, Bapak/Ibu berkenan memberikan izin penelitian kepada mahasiswa yang bersangkutan.

Demikian surat rekomendasi izin penelitian ini kami sampaikan, atas kerja sama dan izinnya diucapkan terima kasih.

Wassalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Dekan,



Dr. Yuselfi, M.Ag
NIP.197002021998031007



SURAT KEPUTUSAN
DEKAN FAKULTAS SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM
 Nomor : 0050/In.34/FS/PP.00.9/03/2022

Tentang
PENUNJUKAN PEMBIMBING I DAN PEMBIMBING II
PENULISAN SKRIPSI

DEKAN FAKULTAS SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI CURUP

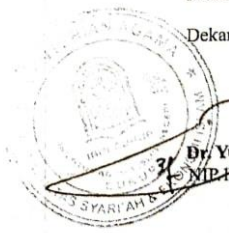
- Menimbang** : 1. Bahwa untuk kelancaran penulisan skripsi mahasiswa perlu ditunjuk dosen pembimbing I dan II yang bertanggung jawab dalam penyelesaian penulisan yang dimaksud;
2. Bahwa saudara yang namanya tercantum dalam surat keputusan ini dipandang cakap dan mampu serta memenuhi syarat untuk disertai tugas tersebut.
- Mengingat** : 1. Undang-undang Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional;
2. Undang-undang Nomor 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi
3. Undang-undang Nomor 14 Tahun 2005 tentang Guru dan Dosen;
4. Peraturan pemerintah Nomor 19 Tahun 2005 tentang Standar Nasional Pendidikan;
5. Peraturan pemerintah Nomor 4 Tahun 2014 tentang Penyelenggaraan Pendidikan Tinggi dan Pengelolaan Perguruan Tinggi;
6. Peraturan Presiden Nomor 24 Tahun 2018 tentang IAIN Curup;
7. Keputusan Menteri Agama RI Nomor: B.II/3/15447, tanggal 18 April 2018 tentang Pengangkatan Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup Periode 2018-2022;
8. Surat Keputusan Rektor IAIN Curup Atas nama Menteri Agama RI Nomor: 0050/In.34/2/KP.07.6/01/2019 tentang Penetapan Dekan Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup.

MEMUTUSKAN

- Menetapkan Pertama** : Menunjuk saudara:
1. Noprizal, M.Ag NIP. 197711052009011007
2. Khairul Umam Khudhori, M.E.I NIP. 199007252018011001
- Dosen Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup masing-masing sebagai Pembimbing I dan Pembimbing II dalam penulisan skripsi mahasiswa:
- NAMA : Berry
- NIM : 17631018
- PRODI/FAKULTAS : Perbankan Syari'ah (PS)/Syari'ah dan Ekonomi Islam
- JUDUL SKRIPSI : "Strategi Pemasaran Tabungan iB Hijrah Haji Pada Bank Muamalat KCP Curup dimasa Pandemi Covid-19"
- Kedua** : Kepada yang bersangkutan diberi honorarium sesuai dengan peraturan yang berlaku;
- Ketiga** : Keputusan ini mulai berlaku sejak tanggal ditetapkan dan berakhir setelah skripsi tersebut dinyatakan sah oleh IAIN Curup atau masa bimbingan telah mencapai satu tahun sejak SK ini ditetapkan;
- Keempat** : Ujian skripsi dilakukan setelah melaksanakan proses bimbingan minimal tiga bulan semenjak SK ini ditetapkan
- Kelima** : Segala sesuatu akan diubah sebagaimana mestinya apabila dikemudian hari terdapat kekeliruan dan kesalahan.
- Keenam** : Surat Keputusan ini disampaikan kepada yang bersangkutan untuk diketahui dan dilaksanakan.

Ditetapkan di : Curup
 Pada tanggal : 02 Maret 2022

Dekan,



Dr. Yusefi, M.Ag
 NIP. 197702021998031007

- Tembusan :**
1. Ka.Biro AU. AK IAIN Curup
 2. Pembimbing I dan II



IAIN CURUP

KARTU KONSULTASI PEMBIMBING SKRIPSI

NAMA : Betty
 NIM : 17631018
 FAKULTAS/PRODI : Syariah Dan Ekonomi Islam / Pendidikan Syariah

PEMBIMBING I : Nopriah, M.Ag
 PEMBIMBING II : Khairul Umam, Khudori, S.E., M.P.
 JUDUL SKRIPSI : Strategi Penanganan Takungan Btpp
 : Hutan Haju Pada Bank Muarakat
 : Ksp Curup Dimasa Pandemi Covid-19

- * Kartu konsultasi ini harap dibawa pada setiap konsultasi dengan pembimbing 1 atau pembimbing 2;
- * Dianjurkan kepada mahasiswa yang menulis skripsi untuk berkonsultasi sebanyak mungkin dengan pembimbing 1 minimal 2 (dua) kali, dan konsultasi pembimbing 2 minimal 5 (lima) kali dibuktikan dengan kolom yang di sediakan;
- * Agar ada waktu cukup untuk perbaikan skripsi sebelum diujikan diharapkan agar konsultasi terakhir dengan pembimbing dilakukan paling lambat sebelum ujian skripsi.




IAIN CURUP


KARTU KONSULTASI PEMBIMBING SKRIPSI

NAMA : Betty
 NIM : 17631018
 FAKULTAS/PRODI : Syariah Dan Ekonomi Islam / Pendidikan

PEMBIMBING I : Nopriah, M.Ag
 PEMBIMBING II : Khairul Umam, Khudori, S.E., M.P.
 JUDUL SKRIPSI : Strategi Penanganan Takungan Btpp
 : Hutan Haju Pada Bank Muarakat Ksp
 : Curup Dimasa Pandemi Covid-19

Kami berpendapat bahwa skripsi ini sudah dapat diajukan untuk ujian skripsi IAIN Curup.

Pembimbing I, 
 Nopriah
 NIP. 1971105190910007

Pembimbing II, 
 NIP. 1978071501001001



IAIN CURUP

NO	TANGGAL	Materi yang Dibicarakan	Paraf Pembimbing I	Paraf Mahasiswa
1	1/5/2022	ACC TUGAS KEBANAWANAN	[Signature]	[Signature]
2	16/3/2022	Tugas dan Materi 3 Prinsip Akhlak	[Signature]	[Signature]
3	23/3/2022	Acc Bab I - II	[Signature]	[Signature]
4	14/4/2022	Perbedaan Warisan	[Signature]	[Signature]
5	19/4/2022	Perbedaan Syariah & Hukum	[Signature]	[Signature]
6	27/7/2022	Acc untuk ujian	[Signature]	[Signature]
7				
8				



IAIN CURUP

NO	TANGGAL	Materi yang Dibicarakan	Paraf Pembimbing II	Paraf Mahasiswa
1	1/3/2022	BAB I Sistem Akh. Pendidikan Muhammadiyah	[Signature]	[Signature]
2	23/3/2022	BAB II & III Sistem Akh. Pendidikan Muhammadiyah & T. pgs. hkn	[Signature]	[Signature]
3	29/3/2022	Acc BAB I - II	[Signature]	[Signature]
4	27/4/2022	ACC Revisi Soal Ujian	[Signature]	[Signature]
5	28/4/2022	Perang BAB IV & V Sistem Akh. Muhammadiyah	[Signature]	[Signature]
6	28/4/2022	ACC BAB IV	[Signature]	[Signature]
7	1/5/2022	Acc Soalnya	[Signature]	[Signature]
8				



BERITA ACARA SEMINAR PROPOSAL SKRIPSI

Nomor : /In.34/FS.02/PP.00.9/02/2022

Pada hari ini Rabu Tanggal 23 Bulan Februari Tahun 2022 telah dilaksanakan Seminar Proposal Skripsi atas :

Nama : Berry / 17631018
 Prodi / Jurusan : Perbankan Syariah / Syariah & Ekonomi Islam
 Judul : Strategi Pemecaran Pembiayaan IB Hiyah Haji di Bank Muamalat pada Masa Pandemi Covid-19

Dengan Petugas Seminar Proposal Skripsi sebagai berikut :

Moderator : Tri Rahayu

Calon Pmbb I : Bapak Nofrizal M.Ag
 Calon Pmbb II : Bapak Khairul Umam Fudhuri M.S.I

Berdasarkan analisis kedua calon pembimbing, serta masukan audiens, maka diperoleh hasil sebagai berikut :

1. Jelaskan perbedaan strategi sebelum dan setelah Pandemi, teori permasalahan yang digunakan
2. masukan data penuncuan nasabah yang mendaftarkan has / Laburan haji
3. Penelitian terdahulu ditambah lagi minimal 11m (5)
4. Jelaskan secara umum data
5. _____

Dengan berbagai catatan tersebut di atas, maka judul proposal ini dinyatakan Layak / Tidak Layak untuk diteruskan dalam rangka penggarapan penelitian skripsi. Kepada saudara presenter yang proposalnya dinyatakan layak dengan berbagai catatan, wajib melakukan perbaikan berdasarkan konsultasi dengan kedua calon pembimbing paling lambat 14 hari setelah seminar ini, yaitu pada tanggal bulan Mei tahun 2022, apabila sampai pada tanggal tersebut saudara tidak dapat menyelesaikan perbaikan, maka hak saudara atas judul proposal dinyatakan gugur.

Demikian agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Curup, 23 Februari 2022

Moderator

Tri Rahayu

Calon Pembimbing II

NIP. 199802151903011001

Calon Pembimbing I

NIP. 1972082009011001

NB: Hasil berita acara yang sudah ditandatangani oleh kedua calon pembimbing silahkan difotocopy sebagai arsip peserta dan yang asli diserahkan ke Fakultas Syariah & Ekonomi Islam : Penunjang untuk penelitian SK Pembimbing Skripsi dan akan ditandatangani kembali dalam 14 hari setelah seminar ini.

Bank Muamalat

No. : 42 /BMI/CRP/VI/2022

Curup,

27 Juli 2022
28 Dzulhijjah 1443 H

Kepada Yth
Dekan Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam
IAIN Curup

Perihal : **Konfirmasi Mahasiswa Penelitian**

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

Menindaklanjuti surat permohonan penelitian mahasiswa berikut:

Nama mahasiswa: Berry

NIM : 17631018

Program studi : Perbankan Syariah

Maka dengan ini kami sampaikan bahwa kami memberikan izin kepada mahasiswa dimaksud untuk melakukan penelitian di PT Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Pembantu Curup dalam rangka penyelesaian skripsi yang bersangkutan dengan judul " **Strategi Pemasaran Tabungan IB Hijrah Haji Pada Bank Muamalat KCP Curup Dimasa Pandemi Covid-19**".

Demikian surat konfirmasi ini kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasamanya kami ucapkan terimakasih
Wassalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh,

PT. BANK MUAMALAT INDONESIA, Tbk
CABANG PEMBANTU CURUP



Maharani

Sub-Branch Manager

PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk
Kantor Cabang Curup
Jl. Merdeka No. 732 Pasar Baru Kota Curup,
Kabupaten Rejang Lebong

0732 - 22290
0732 - 23900
info@muamalatbank.com

PEDOMAN WAWANCARA

1. Bagaimana strategi pemasaran Tabungan iB Hijrah Haji sebelum masa pandemi covid-19?
2. Bagaimana strategi pemasaran Tabungan iB Hijrah Haji pada masa pandemi covid-19?
3. Apa saja kendala yang dihadapi dalam pemasaran Tabungan iB Hijrah Haji pada masa pandemi covid-19?
4. Pada masa pandemi apakah meningkat atau menurun minat masyarakat untuk membuka Tabungan iB Hijrah Haji?
5. Bagaimana dampak dari pemasaran Tabungan iB Hijrah Haji dimasa pandemi covid-19?
6. Bagaimana solusi yang dilakukan jika terdapat suatu kendala dalam pemasaran produk Tabungan iB Hirah Haji tersebut?
7. Jelaskan jika dalam pemasaran produk tabungan iB Hijrah Haji tersebut menggunakan marketing mix 4P?
8. Bagaimana strategi perusahaan untuk bersaing dengan competitor yang lain, yang mungkin lebih memiliki nama yang lebih besar?

DOKUMENTASI



