

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Konteks Penelitian

Otoritas Jasa Keuangan (OJK) Indonesia dan Dewan Pengawas Syariah (DPS) telah menyetujui produk pembiayaan multiguna Prohaji. Produk ini terutama berfokus pada pendanaan melalui aplikasi dan tautan rencana bagian haji, yang nantinya akan didistribusikan kepada masyarakat umum atau klien. Dengan kata lain, ia harus memenuhi spesifikasi saat ini. Pelanggan yang bekerja, baik karyawan tetap maupun pekerja tidak tetap, menjadi fokus pasar pembiayaan ini. Anggota staf profesional juga menerima merchandise ini. Misalnya, individu yang bekerja sebagai instruktur, pilot, dan karyawan swasta lainnya.<sup>1</sup>

Maksimal Rp 100 juta, atau setara dengan empat bagian haji, dapat dibiayai per orang dengan menggunakan pembiayaan ini jika disepakati dapat mengajukan kontrak dan dokumentasi dapat ditinjau secara virtual. Untuk mendaftar, calon harus berusia minimal 12 tahun, serta orang tua dan anak-anaknya. Syaratnya cukup sederhana: yang diperlukan hanyalah fotokopi KTP, bukti pembayaran pemohon, transfer rekening pemilik usaha, dan untuk pengajuan pembiayaan di atas Rp 50 juta, NPWP. Jangka waktu instrumen pembiayaan multiguna prohaji ini antara 12 hingga 60 bulan. Pembayarannya juga sangat berbeda, dengan jumlah terendah Rp 676.426 dan jumlah terbesar

---

<sup>1</sup> Hilda Sanjaya Wati, Muhammad Romli Muar, Andriati Azizah Syahfitri, Yeni Nur Azizah, "Analisis Persepsi Masyarakat Terhadap Minat Produk Prohaji Dalam Hukum Islam," *Ekonomi Syariah dan Bisnis*, 5, no.1 (Mei, 2022): 82, <https://ejournal.unma.ac.id/index.php/Mr/index>.

sekitar Rp 2.316.321.<sup>2</sup> Adapun jumlah nasabah di Bank Muamlat Indonesia KCP Sumenep masi terbilang cukup sedikit, sebagaimana yang terllihat dalam tabel berikut ini:

Tabel 1.1  
Jumlah Nasabah

No	Tahun	Jumlah Nasabah
1	2021	2
2	2022	1
3	2023	0
Jumlah		3

**Sumber:** Ninin Nur Yantini Farid, Customer Service, *wawancara langsung* (10 Agustus 2023).

Berdasarkan tabel diatas jumlah nasabah di Bank Muamalat Indonesia KCP Sumenep dari tahun 2021 sampai 2023 hanya berjumlah tiga orang, berdasarkan data tersebut bahwasanya strategi pemasaran yang digunakan oleh Bank Muamalat Indonesia KCP Sumenep bisa dibilang masih kurang efisien, karena dilihat dari jumlah nasabah yang setiap tahunnya mengalami penurunan.

Dalam melunasi BPIH (Biaya Perjalanan Haji), Bank Muamalat Indonesia (BMI) menawarkan produk bernama Pembiayaan Haji untuk membantu nasabahnya dalam menutupi kekurangan uang tunai yang dibutuhkan untuk menerima bagian haji. Oleh karena itu, bank syariah menciptakan peluang untuk membantu atau meningkatkan jumlah masyarakat yang akan melakukan perjalanan haji.

Maraknya bank syariah dengan strategi pemasaran produk yang bervariasi menunjukkan semakin ketatnya persaingan antar bank. Salah satunya adalah produk pembiayaan haji alias dana talangan haji yang disediakan oleh Bank Muamalat Indonesia (BMI). Bank syariah lain seperti BSI Syariah juga

---

<sup>2</sup> Ibid, 83.

menyediakan produk ini, meski memiliki keunggulan tersendiri sehingga persaingan antar bank syariah yang menawarkan paket pembiayaan haji semakin meningkat.

Berdasarkan fatwa Dewan Syariah Nasional (DSN) Majelis Ulama Indonesia (MUI), dana talangan haji merupakan produk perbankan syariah. Sebagian besar umat Islam di Indonesia menganut mazhab Imam Syafi'i, mengutip fatwa Dewan Syariah Nasional MUI. Berdasarkan Fatwa DSN-MUI Nomor: 29/DSN-MUI/VI/2002, produk ini diciptakan. Produk ini dalam fatwa ini disebut sebagai Pembiayaan Pengelolaan Haji Lembaga Keuangan Syariah.<sup>3</sup> Produk ini diberi nama yang berbeda di berbagai lembaga keuangan sebagaimana terlihat dalam tabel berikut ini:

Tabel 1.2  
Nama Produk Dana Talangan Haji

No	Nama Bank	Nama Produk
1.	Bank BTN Syariah	Dana Talangan Haji Bank BTN Syariah
2.	Bank Muamalat Indonesia	Program Pembiayaan Pengurusan Haji (prohajj)
3.	Bank DKI Syariah	Pembiayaan Pengurusan Haji IB (talangan haji) Bank DKI Syariah
4.	Bank BJB Syariah	Dana Talangan Haji IB Mashlahah

**Sumber:** Studi evaluasi atas dana talangan haji produk perbankan syariah di Indonesia

Meski tujuannya sama, namun judulnya memberikan aksentuasi yang berbeda-beda. Baik Bank DKI Syariah maupun Bank Muamalat Indonesia sama-sama memberikan penekanan yang kuat pada pembiayaan haji. Bank-

---

<sup>3</sup> Sopa, dan Siti Rahma, "studi evaluasi atas dana talangan haji produk perbankan syariah di Indonesia," *studi atas dana talangan haji XIII*, no. 2 (juni, 2013): 308

bank lainnya seperti Bank BJB Syariah dan Bank BTN Syariah lebih menekankan pada komponen layanan dana talangan.

Tabel berikut ini menggambarkan perbedaan besaran uang talangan yang ditawarkan perbankan syariah tergantung kebijakan masing-masing bank sebagaimana telah tercantum pada tabel 1.3:

Tabel 1.3  
Besaran Dana Talangan Haji Antar Bank

No	Nama Bank	Jumlah Maksimal
1.	Bank BTN Syariah	Rp 24.500.000,-
2.	Bank Muamalat Indonesia	Rp 25.000.000,-
3.	Bank DKI Syariah	Rp 25.000.000,-
4.	Bank BJB Syariah	Rp 23.750.000,-

**Sumber:** Studi evaluasi atas dana talangan haji produk perbankan syariah di Indonesia

Angka tersebut menunjukkan bahwa bank syariah tertentu, seperti Bank Muamalat Indonesia dan Bank Syariah DKI, menawarkan dana talangan haji hingga 100% atau Rp 25.000.000. Karena bank sudah menalangi penuh simpanan awal BPIH, konsumen cukup menyerahkan saldo minimum di buku tabungannya dan membayar ujarah. Ini merupakan jumlah dana talangan terbesar yang ditawarkan bank syariah. Sedangkan Bank BJB Syariah memiliki jumlah uang talangan paling sedikit yaitu Rp23.750.000.

Didirikan berdasarkan akta pendirian No. 1 tanggal 1 November 1991 M atau 24 Rabiul Akhir 1412 Hijriah, dibuat di hadapan Yudo Paripurno, SH, Notaris di Jakarta, PT Bank Muamalat Indonesia merupakan bank pertama di Indonesia yang menganut filosofi perbankan syariah. Pemerintah Indonesia dengan Majelis Ulama Indonesia (MUI) diprakarsai, dan kegiatan oprasinya berguna pada bulan Mei 1992. Menggunakan bahasa eksplisit Ikatan

Cendekiawan Muslim di Indonesia. Visi perusahaan sendiri adalah “Menjadi bank syariah terbaik dan masuk dalam 10 besar bank di Indonesia yang diakui eksistensinya di tingkat regional”. Dan Misi Bank Muamalat adalah “Membangun lembaga keuangan syariah yang unggul dan berkelanjutan dengan menitikberatkan pada jiwa kewirausahaan berdasarkan prinsip kehati-hatian, keunggulan sumber daya manusia yang Islami dan profesional serta orientasi investasi yang inovatif, untuk memaksimalkan nilai bagi seluruh pemangku kepentingan.” Hal ini nampaknya berkembang sangat cepat, terbukti dengan saat ini Bank Muamalat Indonesia memiliki puluhan cabang yang tersebar di kota-kota besar antara lain Makasar, Surabaya, Jakarta, Bandung, dan tempat lainnya.

Pada tanggal 8 November 2018, Bank Muamalat Indonesia (BMI) Kantor Cabang Pembantu (KCP) Sumenep didirikan. Purnomo B. Soetadi, Direktur Ritel Bank Muamalat, meresmikan Kantor Cabang Pembantu (KCP) Sumenep pada Kamis, 8 November 2018. Turut hadir dalam pembukaan tersebut A. Busyro Karim, Bupati Sumenep. Salah satu lokasi utama di Pulau Madura untuk pembukaan cabang adalah Kabupaten Sumenep. Jaringan Bank Muamalat didirikan di pulau itu dengan kantor ini. Kantor cabang KCP di kawasan Mulyosari Surabaya telah pindah ke lokasi baru. Sumenep dipilih karena potensinya yang sangat besar, khususnya dalam mengembangkan industri perbankan syariah.

Kantor Cabang Pembantu Bank Muamalat berlokasi di seluruh Jawa Timur, antara lain Surabaya, Jember, Probolinggo, Sidoarjo, Pasuruan, Gersik, dan tempat lainnya, selain Sumenep. Tentu saja terdapat perbedaan motivasi di

balik pertumbuhan Bank Muamalat di wilayah-wilayah tersebut. Sama halnya dengan KCP Sumenep, salah satu tujuan Rencana Bisnis Bank (RBB) 2018 adalah pertumbuhan Pulau Madura, dan khususnya Sumenep. Sumenep dipilih karena pertumbuhan ekonominya dan potensi perbankan syariah yang signifikan. Sumenep memiliki tingkat pendaftaran haji yang cukup tinggi, dengan rata-rata 3.000 orang mendaftar setiap tahunnya. Salah satu calon nasabah untuk menambah jumlah uang haji di Bank Muamalat adalah pendaftaran haji. 18 pesantren, perguruan tinggi Islam, organisasi pemerintah, dan universitas termasuk di antara kemungkinan klien lainnya. Sektor komersial yang boleh digarap antara lain berpusat pada komoditas hasil laut, kemitraan dengan lembaga pendidikan, serta ibadah haji dan umroh.

Peneliti tertarik untuk mempelajari metode pemasaran item pembiayaan yang berkaitan dengan program haji (prohajj) di Bank Muamalat Indonesia KCP Sumenep guna meningkatkan basis nasabah bank tersebut. Berdasarkan permasalahan yang peneliti temukan seperti rendahnya jumlah nasabah produk prohaji di Bank Muamalat Indonesia KCP Sumenep, dan berbeda dengan keyakinan para ulama atau tokoh masyarakat yang tidak menganjurkan pembiayaan dana talangan haji; Selain itu, peneliti juga menyelidiki apakah ada hubungan antara produk pembiayaan haji dengan daftar tunggu di Indonesia saat ini yang sudah mendekati tiga puluh tahun. Dengan demikian, kajian “Strategi Pemasaran Pembiayaan Produk Program Haji (Prohajj) dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah pada Bank Muamalat Indonesia KCP Sumenep” menggugah minat para sarjana untuk mengkaji Bank Muamalat Indonesia KCP Sumenep.

## **B. Fokus Penelitian**

Berdasarkan pada konteks penelitian tersebut, maka dapat didefinisikan pokok permasalahannya adalah :

1. Bagaimana strategi pemasaran pembiayaan prohajj di Bank Muamalat Indonesia KCP Sumenep?
2. Faktor apa saja yang mendukung penerapan strategi pemasaran pembiayaan Prohajj dalam meningkatkan jumlah nasabah di Bank Muamalat Indonesia KCP Sumenep?
3. Faktor apa saja yang menghambat penerapan strategi pemasaran pembiayaan Prohajj dalam meningkatkan jumlah nasabah di Bank Muamalat Indonesia KCP Sumenep?
4. Bagaimana dampak strategi pemasaran pembiayaan Prohajj dalam meningkatkan jumlah nasabah di Bank Muamalat Indonesia KCP Sumenep?

## **C. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui strategi pemasaran pembiayaan prohajj di Bank Muamalat Indonesia KCP Sumenep.
2. Untuk mengetahui faktor yang mendukung penerapan strategi pemasaran pembiayaan Prohajj dalam meningkatkan jumlah nasabah di Bank Muamalat Indonesia KCP Sumenep.
3. Untuk mengetahui faktor yang menghambat penerapan strategi pemasaran pembiayaan Prohajj dengan dalam meningkatkan jumlah nasabah di Bank Muamalat Indonesia KCP Sumenep.

4. Untuk mengetahui dampak strategi pemasaran pembiayaan Prohajj dalam meningkatkan jumlah nasabah di Bank Muamalat Indonesia KCP Sumenep.

#### **D. Kegunaan Penelitian**

Adapun kegunaan dari hasil penelitian ini diharapkan mempunyai manfaat atau kegunaan makna tersendiri dari beberapa kalangan sebagai berikut:

##### **1. Kegunaan Teoritis**

Untuk memperluas pemahaman pembaca dan menambah pengetahuannya. Selain itu, untuk menawarkan sumber penelitian terkait atau referensi yang dapat digunakan sebagai bahan perbandingan untuk penelitian yang telah selesai.

##### **2. Kegunaan Praktisari**

Adapun kegunaan dari penelitian ini dapat mempunyai kegunaan dan nilai manfaat dari berbagai pihak yaitu:

###### **a) Bagi peneliti**

Melalui penelitian ini, peneliti berharap dapat mengamalkan ilmu perkuliahan, menumbuhkan mentalitas metodis, dan mengetahui lebih jauh teknik pemasaran yang dilakukan Bank Muamalat Indonesia KCP Sumenep dalam membiayai item program ibadah haji (prohajj).

###### **b) Bagi IAIN Madura**

Demi penyempurnaan penelitian-penelitian selanjutnya, diharapkan penelitian ini dapat bermanfaat dan juga dapat digunakan sebagai acuan bagi penelitian-penelitian sejenis.

### **c) Bagi Bank Muamalat Indonesia KCP Sumenep**

Semoga penelitian ini akan memberikan dampak yang baik dan menjadi tolok ukur untuk menyempurnakan rencana pemasaran produk Bank Muamalat Indonesia KCP Sumenep.

### **d) Bagi masyarakat**

Meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap Bank Muamalat Indonesia KCP Sumenep secara umum dan terhadap barang-barang yang dibiayai program haji (prohajj).

## **E. Definisi Istilah**

“Strategi Pemasaran Produk Program Haji Pembiayaan (Prohaj) Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah di Bank Muamalat Indonesia KCP Sumenep” adalah judul proposal ini. Untuk menghindari kesalahpahaman dalam menafsirkan dan memahami judul yang diangkat dalam penelitian di atas, maka perlu didefinisikan istilah-istilah yang digunakan. Berikut ketentuan-ketentuannya:

1. Tujuan strategi pemasaran adalah untuk meningkatkan penjualan dengan menggunakan strategi dan teknik khusus untuk mempromosikan suatu produk, baik berupa jasa maupun barang.<sup>4</sup> Dengan demikian, rencana pemasaran merupakan sarana untuk mendongkrak kuantitas penjualan barang yang kita iklankan.
2. Pembiayaan adalah penyaluran dana sesuai dengan akad antara bank atau pihak lain yang mengamanatkan pihak yang didanai mengembalikan uang tunai atau tagihannya dengan imbalan bagi hasil

---

<sup>4</sup> Marissa Grace Haque-Fawzi, Ahmad Syarif Iskandar, Heri Erlangga, Nurjaya, dan Denok Sunarsi, *strategi pemasaran, konsep, teori dan implementasi* (Banten: pascal book 2022), 9.

setelah jangka waktu yang telah ditentukan.<sup>5</sup> Kesimpulannya, pembiayaan adalah proses memberikan uang kepada orang lain dan meminta mereka mengembalikannya kepada Anda setelah jangka waktu tertentu.

3. Produk adalah segala sesuatu yang diinginkan dan dibutuhkan pelanggan untuk memenuhi permintaan yang telah ditentukan sebelumnya.<sup>6</sup> Jadi produk adalah sesuatu yang di butuhkan konsumen.
4. Setelah syariat Islam sholat, zakat, puasa, dan syahadat, haji merupakan rukun agama yang kelima.<sup>7</sup> Kesimpulannya adalah haji merupakan rukun Islam kelima.

## **F. Kajian Penelitian Terdahulu**

Untuk mengatasi kesulitan-kesulitan yang dihadapi dan sebagai pedoman pemecahan masalah, maka penelitian pendahuluan bertujuan untuk memberikan kerangka kajian empiris dan kerangka kajian teoritis terhadap permasalahan.

Penulis penelitian ini akan melakukan tinjauan literatur ilmiah, yang dapat berupa buku, jurnal, atau publikasi ilmiah lainnya dalam format berikut:

1. Penelitian Halimah Rakhmayani “Strategi Pemasaran Produk Tabungan iB Hijrah Haji di Bank Muamalat Indonesia KCP Ponorogo pada masa pandemi Covid-19” mengungkapkan bahwa Bank Muamalat Indonesia KCP Ponorogo menggunakan strategi produk, artinya tabungan iB

---

<sup>5</sup> Kikit Aziharie, “*pengertian pembiayaan, jenis dan cara memperolehnya*” majoo, di akses dari <https://majoo.id/solusi/detail/pembiayaan>, pada tanggal 9 maret 2023 pukul 14:08 WIB.

<sup>6</sup> Supranto, Nandan Limakrisna, *perilaku konsumen dan strategi pemasaran untuk memenangkan persaingan bisnis*, (Jakarta: mitra wacana media, 2011), 10.

<sup>7</sup> Gus Arifin, *perjalanan haji dan umroh* (Jakarta: Kompas Gramedia, 2009), 6.

Hijrah Haji mempunyai harga , tempat/distribusi, dan strategi promosi yang ada sehingga mudah diingat. Terdapat beberapa persamaan dan perbedaan antara penelitian penulis dengan penelitian Halimah Rakhmayani. Meskipun Halimah Rakhmayani dan penulis sama-sama mempelajari strategi pemasaran dan menggunakan metode penelitian kualitatif, penelitian mereka dilakukan di lokasi yang berbeda. Sedangkan penulis melakukan penelitian di Bank Muamalat Indonesia KCP Sumenep, Halimah Rakhmayani melakukan penelitiannya di Bank Muamalat Indonesia KCP Ponorogo.<sup>8</sup>

2. Berdasarkan penelitiannya Abie Reza Fahryzal “Strategi Pemasaran Produk Dana Talangan Haji Dalam Meningkatkan Calon Jamaah Haji di Kantor Cabang BPRS Kota Bumi Bandar Lampung” menemukan bahwa Kantor Cabang BPRS Kota Bumi menggunakan promosi media sosial berupa media sosial periklanan dan juga melakukan pengelolaan internal dengan memberikan pelatihan kepada karyawan yang dapat menunjang kinerja karyawan. Terdapat persamaan dan ketidaksesuaian antara penelitian penulis dengan penelitian Abie Reza Fahryzal. Sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif dan mempelajari strategi pemasaran dana talangan haji, penelitian Abie Reza Fahryzal dilakukan di kantor cabang BPRS Kota Bumi Bandar Lampung,

---

<sup>8</sup> Halimah Rakhmayani, “strategi pemasaran produk tabungan iB Hijrah Haji pada Bank Muamalat Indonesia KCP Ponorogo di masa pandemi covid-19”, (Skripsi S1 Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, 2021). 4, [https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as\\_sdt=0%2C5&q=Strategi+pemasaran+produk+tabungan+ib+hijrah+haji+pada+bank+Muamalat+indonesia+kcp+ponorogo+di+masa+covid+19&btnG=-d=gs\\_qabs&t=1699718858436&u=%23p%3D7oVfWrmM400J](https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=Strategi+pemasaran+produk+tabungan+ib+hijrah+haji+pada+bank+Muamalat+indonesia+kcp+ponorogo+di+masa+covid+19&btnG=-d=gs_qabs&t=1699718858436&u=%23p%3D7oVfWrmM400J)

sedangkan penelitian penulis dilakukan di Kantor Cabang Pembantu (KCP) Bank Muamalat Indonesia. Sumenep.<sup>9</sup>

3. Temuan penelitian berkaitan dengan taktik yang dilakukan oleh bank BNI Syariah cabang Takalar untuk tabungan haji, yang meliputi strategi segmentasi, penargetan, dan positioning dengan memilih target pasar dan menciptakan bauran pemasaran. Nur Hijrah H.S. “analisis strategi pemasaran dalam meningkatkan nasabah tabungan haji pada bank BNI Syariah cabang Takalar”. Ada beberapa persamaan dan pertentangan antara penelitian penulis dengan penelitian Nur Hijrah H.S. Penelitian yang dilakukan oleh Nur Hijrah H.S. memiliki kesamaan dengan penelitian penulis yaitu sama-sama menggunakan penelitian kualitatif dan fokus pada strategi pemasaran. Namun, lokasi penelitiannya berbeda; penulis melakukan studinya di BNI Syariah cabang Takalar, sedangkan Nur Hijrah H.S. melakukan penelitiannya di Bank Muamalat Indonesia KCP Sumenep.<sup>10</sup>
4. 4. Berdasarkan penelitian Sri Yuliana Dewi, “Strategi Pemasaran Produk Tabungan Haji di Kantor Cabang Pembantu (KCP) BNI Syariah Sumenep” (2019), Kantor Cabang Pembantu (KCP) BNI Syariah

---

<sup>9</sup> Abie Reza Fahryzal, “strategi pemasaran produk dana talangan haji dalam meningkatkan calon jamaah haji di BPRS kota bumi kantor cabang Bandar Lampung”, (Skripsi S1 Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Metro, 2020). 5, [https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as\\_sdt=0%2C5&q=Strategi+pemasaran+produk+dana+talangan+haji+dalam+meningkatkan+calon+jamaah+haji&btnG=-d=gs\\_qabs&t=1699719033824&u=%23p%3DdJPUwTuOZlgJ](https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=Strategi+pemasaran+produk+dana+talangan+haji+dalam+meningkatkan+calon+jamaah+haji&btnG=-d=gs_qabs&t=1699719033824&u=%23p%3DdJPUwTuOZlgJ)

<sup>10</sup> Nur Hijrah H.S. , “analisis strategi pemasaran dalam meningkatkan nasabah tabungan haji pada bank BNI Syariah cabang Takalar”, (Skripsi S1 Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, 2021). 7, [https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as\\_sdt=0%2C5&q=Strategi+pemasaran+produk+tabungan+haji+di+bni+syariah+kcp+Sumenep&btnG=-d=gs\\_qabs&t=1699719244798&u=%23p%3DJBrhQz904UgJ](https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=Strategi+pemasaran+produk+tabungan+haji+di+bni+syariah+kcp+Sumenep&btnG=-d=gs_qabs&t=1699719244798&u=%23p%3DJBrhQz904UgJ)

Sumenep menggunakan saluran distribusi dan pemasaran sebagai bagiannya strategi tabungan haji mereka. Terdapat beberapa persamaan dan perbedaan antara penelitian penulis dengan penelitian Sri Yuliana Dewi. Sri Yuliana Dewi dan penulis menggunakan metode penelitian kualitatif; Namun lokasi penelitiannya berbeda: penulis menempuh studi di Kantor Cabang Pembantu (KCP) Bank Muamalat Indonesia Sumenep, sedangkan Sri Yuliana Dewi menempuh studi di Kantor Cabang Pembantu (KCP) BNI Syariah Sumenep.<sup>11</sup>

5. Penelitian yang dilakukan oleh Eliza Septiani (2021) dengan judul “Strategi Pemasaran Syariah Tabungan iB Hijrah di Bank Muamalat Indonesia KCP Manna” membuahkan hasil yang dimanfaatkan oleh bank tersebut. Secara khusus bank menggunakan strategi bauran pemasaran 4P yang terdiri dari strategi produk, harga, tempat, dan promosi. Terdapat beberapa persamaan dan variasi antara penelitian penulis dengan penelitian Eliza Septiani. Sedangkan penelitian Eliza Septiani dilakukan di Bank Muamalat Indonesia KCP Manna, dan penelitian penulis dilakukan di Kantor Cabang Pembantu (KCP) Bank Muamalat Indonesia (KCP) Sumenep, terdapat beberapa kesamaan antara kedua penelitian tersebut, yaitu sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif dan mencakup pembahasan mengenai strategi pemasaran.<sup>12</sup>

---

<sup>11</sup> Sri Yuliana Dewi, “strategi pemasaran produk tabungan haji di BNI Syariah Kantor Cabang Pembantu (KCP) Sumenep”, (Skripsi S1 Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Madura, 2019). 8, [http://repositori.uin-alauddin.ac.id/19007/1/NUR\\_HIJRAH\\_H.S.\\_FEBI.pdf](http://repositori.uin-alauddin.ac.id/19007/1/NUR_HIJRAH_H.S._FEBI.pdf)

<sup>12</sup> Eliza Septiani, “strategi pemasaran syariah tabungan iB Hijrah Rencana di Bank Muamalat Indonesia KCP Manna”, (Skripsi S1 Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Bengkulu, 2021). 6,

Tabel 1.4  
Penelitian Terdahulu

No	Peneliti/judul	Persamaan	Perbedaan
1	Halimah Rakhmayani “strategi pemasaran produk tabungan iB Hijrah Haji pada Bank Muamalat Indonesia KCP Ponorogo di masa pandemi covid-19”	persamaan yang dilakukan oleh Halimah Rakhmayani dan penulis adalah sama-sama meneliti tentang strategi pemasaran dan sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif	Perbedaannya ialah di tempat penelitian dan fokus penelitian yang digunakan, Halimah Rakhmayani meneliti di Bank Muamalat Indonesia KCP Ponorogo sedangkan penulis meneliti di Bank Muamalat Indonesia KCP Sumenep, dan Halimah Rakhmayani menggunakan dua fokus penelitian sedangkan penulis menggunakan empat fokus penelitian.
2	Abie Reza Fahryzal “strategi pemasaran produk dana talangan haji dalam meningkatkan calon jamaah haji di BPRS kota bumi kantor cabang Bandar Lampung”	Persamaannya adalah sama-sama meneliti tentang strategi pemasaran dana talangan haji dan sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif	Perbedaannya ialah di lokasi penelitian dan fokus penelitian, Abie Reza Fahryzal melakukan penelitian di BPRS kota bumi kantor cabang Bandar Lampung, sedangkan penelitian yang penulis lakukan yaitu di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu (KCP) Sumenep, dan Abie Reza Fahryzal menggunakan satu fokus penelitian sedangkan peneliti menggunakan empat fokus penelitian.
3	Nur Hijrah H.S. “analisis strategi pemasaran dalam meningkatkan nasabah	Persamaan dari penelitian yang dilakukan Nur Hijrah H.S. adalah sama-sama menggunakan	Perbedaannya adalah di tempat penelitian dan fokus penelitian yang digunakan, Nur Hijrah H.S. melakukan penelitian di BNI Syariah cabang Takalar

[https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as\\_sdt=0%2C5&q=Strategi+pemasaran+syariah+ib+hijrah+rencana+di+bank+Muamalat+KCP+manaa&btnG=-d=gs\\_qabs&t=1699719332388&u=%23p%3DRE8Crb7cck8J](https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=Strategi+pemasaran+syariah+ib+hijrah+rencana+di+bank+Muamalat+KCP+manaa&btnG=-d=gs_qabs&t=1699719332388&u=%23p%3DRE8Crb7cck8J)

	tabungan haji pada bank BNI Syariah cabang Takalar”	penelitian kualitatif dan sama-sama tentang strategi pemasaran	sedangkan penulis di bank Muamalat Indonesia kcp Sumenep, dan fokus penelitiannya Nur Hijrah H.S. menggunakan dua fokus penelitian, sedangkan penulis menggunakan empat fokus penelitian
4	Sri Yuliana Dewi “strategi pemasaran produk tabungan haji di BNI Syariah Kantor Cabang Pembantu (KCP) Sumenep”	Persamaan dari penelitian yang di lakukan oleh Sri Yuliana Dewi dan penulis adalah sama-sama menggunakan metode kualitatif	Perbedaannya ialah di tempat penelitiannya, Sri Yuliana Dewi meneliti di BNI Syariah Kantor Cabang Pembantu (KCP) Sumenep, sedangkan penelitian yang penulis lakukan yaitu di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu (KCP) Sumenep.
5	Eliza Septiani “strategi pemasaran syariah tabungan iB Hijrah Rencana di Bank Muamalat Indonesia KCP Manna”	Persamaan dari penelitian yang dilakukan Eliza Septiani dan penulis adalah sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif dan sama-sama membahas tentang strategi pemasaran	Perbedaannya ialah di tempat penelitiannya dan di fokus penelitiannya, Eliza Septiani meneliti di Bank Muamalat Indonesia KCP Manna, sedangkan penelitian yang penulis lakukan yaitu di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu (KCP) Sumenep, dan fokus penelitian yang Eliza Septiani gunakan hanya dua sedangkan milik peneliti menggunakan empat fokus penelitian.