

TUGAS AKHIR

**PROSEDUR DAN STRATEGI PEMASARAN TABUNGAN HAJI
PADA PT. BANK MUAMALAT INDONESIA KANTOR KAS
PANGKEP**

**FITRIANI
NIM : 1661406014**



**PROGRAM STUDI DIPLOMA TIGA KEUANGAN PERBANKAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUSLIM MAROS
MAROS
2019**

TUGAS AKHIR

**PROSEDUR DAN STRATEGI PEMASARAN TABUNGAN HAJI
PADA PT. BANK MUAMALAT INDONESIA KANTOR KAS
PANGKEP**

Sebagian salah satu Persyaratan untuk Memperoleh
Gelar Ahli Madya

**FITRIANI
NIM : 1661406014**

Kepada

**PROGRAM STUDI DIPLOMA TIGA KEUANGAN PERBANKAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUSLIM MAROS
MAROS
2019**

KATA PENGANTAR



Assalamualaikum Wr. Wb.

Alhamdulillahil'alamina kami panjatkan kehadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan Rahmat, Hidayah dan Inayah-Nya sehingga Tugas Akhir berjudul "Prosedur Dan Strategi Pemasaran Tabungan Haji Pada PT. Bank Muamalat Indonesia Kantor Kas Pangkep" dapat terlaksana dengan baik dan lancar. Shalawat dan salam kami panjatkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad صلى الله عليه وسلم, yang di nantikan syafaat-Nya di hari kiamat kelak.

Penulisan Tugas Akhir ini di tujukan untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan Jurusan Manajemen Keuangan dan Perbankan Diploma tiga, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muslim Maros.

Tugas Akhir ini tidak akan terselesaikan dengan baik tanpa bantuan, bimbingan dan kerja sama serta dukungan dari berbagai pihak, baik moril maupun material, maka dengan segenap kerendahan hati, penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. H. M Ikram Idrus MS, selaku Ketua Yayasan Perguruan Islam Maros
2. Ibu Prof Nurul Ilmi Idrus, MSc, PHd, selaku Rektor Universitas Muslim Maros
3. Bapak Nurjaya, S.sos, M.si, selaku wakil Rektor Universitas Muslim Maros
4. Bapak Dr. Dahlan, SE.,MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muslim Maros
5. Ibu Sarnawiah, SE.,M.Si selaku Ketua Program Diploma tiga Keuangan dan Perbankan
6. Bapak Abdul Hafid Burhami, SE.,MM selaku pembimbing I tugas akhir
7. Ibu Ibriati Alimuddin, SE.,MM selaku pembimbing II tugas akhir
8. Bapak / Ibu dosen Diploma tiga yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan dan keterampilan selama mengikuti perkuliahan di studi ini
9. Seluruh staf Yayasan Perguruan Islam Maros
10. Kak Iqbal Zulkarnaen selaku pembimbing di tempat magang
11. Untuk bapak saya Saharuddin dan ibu saya Hartati serta keluarga yang telah memberi motivasi dan dukungan materiil maupun spritual
12. Untuk seluruh teman- teman Diploma tiga yang selama ini memberi dukungan dan semangat dalam mengerjakan tugas akhir

13. Sahabat, teman, dan seluruh pihak yang terlibat dalam pembuatan Tugas Akhir ini.

Penyusun menyadari sepenuhnya bahwa Tugas Akhir ini masih jauh dari kata sempurna, untuk itu kritik dan saran dari pembaca sangat penulis butuhkan untuk perbaikan di masa mendatang. Saya sebagai penulis meminta maaf atas keterbatasan penyusunan Tugas Akhir ini dan semoga ini dapat bermanfaat bagi siapapun yang membacanya.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Maros, 16 Juli 2019

Penulis

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN KEASLIAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	3
C. Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian	3
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. PROSEDUR	5

1. Pengertian Prosedur	5
2. Sifat – sifat Prosedur	6
3. Ciri – ciri Prosedur	6
4. Prinsip – prinsip Prosedur	6
B. STRATEGI	7
1. Pengertian Strategi	7
C. PEMASARAN	8
1. Pengertian Pemasaran	8
2. Tujuan Pemasaran	8
3. Macam – macam strategi pemasaran	9
D. TABUNGAN	12
1. Pengertian Tabungan	12
2. Persyaratan Pembuatan Tabungan	12
3. Tabungan Wadiah	13
4. Tabungan Haji	13
E. KERANGKA PIKIR	15

BAB III METODE PENULISAN

A. Tempat dan Waktu Magang	16
B. Teknik Pengumpulan Data	16
C. Jenis dan Sumber Data	17
D. Metode Analisis	17

BAB IV GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

A. Sejarah Singkat Bank Muamalat	18
B. Visi dan Misi Bank Muamalat	20
C. Logo Bank Muamalat	21
D. Produk – Produk Bank Muamalat	22
E. Struktur Organisasi	29
F. Pembagian Tugas dan Tanggung Jawab	30

BAB V PEMBAHASAN

A. Prosedur Pembukaan Rekening Tabungan Haji	35
B. Strategi Pemasaran Tabungan Haji	37

BAB VI PENUTUP

A. Kesimpulan	44
B. Saran	44

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Jumlah Nasabah	43

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Kerangka Pikir	16
Logo Bank Muamalat	22
Struktur Organisasi	30

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Melaksanakan haji merupakan salah satu rukun Islam yang kelima, yang mewajibkan kepada seluruh umat manusia yang beragama Islam bagi yang mampu, untuk itu di perlukan dana yang cukup dan aman untuk menunaikan salah satu rukun Islam tersebut. Sekarang banyak perusahaan – perusahaan yang membuka biro perjalan haji, baik ONH atau ONH *plus*. Begitu juga dengan perbankan syariah seperti Bank Syariah Mandiri, Bank SulSeBar Syariah dan Bank Muamalat Indonesia Kantor Kas Pangkep ini yang sudah mengeluarkan produknya yaitu Tabungan Haji.

Seiring dengan perputaran waktu, perkembangan perbankan syariah mengalami kenaikan pada era reformasi yang di tandai dengan perubahan UU NO.7 tahun 1992 menjadi UU NO.10 tahun 1998 tentang perbankan. Dalam undang – undang tersebut di atur dengan rinci landasan hukum, jenis – jenis usaha yang di operasikan dan diimplementasikan oleh bank syariah.

Bank sebagai lembaga keuangan perlu mengkomunikasikan setiap produk yang mereka tawarkan . hal ini di lakukan agar masyarakat mengetahui dan memiliki minat membeli manfaat dari produk yang di tawarkan sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya. Banyak bank menawarkan produknya, baik produk baru atau suatu perkembangan dari

produk lama. Diantara mereka ada yang gagal dan tidak sukses dalam merebut kepuasan konsumen, hal ini disebabkan karena permintaan pasar selalu berubah – ubah.

Beberapa kepuasan nasabah yang dimaksud antara lain, yang pertama keamanannya terjamin atau penarikannya mudah dilakukan, kedua mudah dan praktis, tidak berbelit – belit jika kita ingin mendepositokan uang dan mudah di pindahkan ke rekening giro atau tabungan dan yang terakhir akan merasa bangga menabung di bank yang bersangkutan.

Bank Muamalat Indonesia Kantor Kas Pangkep ini merupakan salah satu bank syariah yang mengeluarkan produk – produknya berdasarkan prinsip syariah, salah satu produknya adalah tabungan haji. Tabungan Haji merupakan salah satu produk dari perbankan syariah yang umumnya memakai sistem *mudharabah*, dan menggunakan akad *wadiah yad dhamanah* yang mana pihak penerima titipan dengan izin pemilik dapat memanfaatkan barang titipan sehingga dengan demikian harus menanggung atas kerusakan atau kehilangan barang titipan tersebut.

Karena adanya persaingan antar bank saat ini, maka Bank Muamalat Indonesia Kantor Kas Pangkep menggunakan strategi pemasaran dengan mengeluarkan produk Tabungan Haji *iB*, selain itu BMI juga memberikan promo dengan mengeluarkan produk tabungan haji yang bernama Tabungan Reseki Haji Berkah, yaitu Tabungan Haji Berhadiah Umrah, hadiah umrah akan diberikan dengan cara diundi. Undian akan diberikan

apabila nasabah menyetorkan uang tunai Rp 25.000.000,- kedalam rekening tabungan hajinya, setiap bulannya pihak bank akan memberikan lima paket umrah gratis dan diberangkatkan secara bersamaan.

Berdasarkan uraian di atas, penulis bermaksud ingin membahas lebih lanjut mengenai “Prosedur dan Strategi Pemasaran Tabungan Haji di Bank Muamalat Indonesia Kantor Kas Pangkep”.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana Prosedur Pembukaan Rekening Tabungan Haji di PT. Bank Muamalat Indonesia Kantor Kas Pangkep?
2. Bagaimana Strategi Pemasaran Produk Tabungan Haji di PT. Bank Muamalat Indonesia Kantor Kas Pangkep?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk Mengetahui Prosedur Pembukaan Rekening Tabungan Haji di PT. Bank Muamalat Indonesia Kantor Kas Pangkep.
2. Untuk Mengetahui Strategi Pemasaran Produk Tabungan Haji di PT. Bank Muamalat Indonesia Kantor Kas Pangkep

D. Manfaat Penelitian

Manfaat yang dapat diberikan dari penelitian ini adalah :

1. Manfaat teoritis

Secara teoritis hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat yaitu:

- a. Sebagai informasi dan masukan untuk penelitian-penelitian yang akan datang yang membahas topik permasalahan yang sama.

2. Manfaat Praktis

Secara praktis penelitian ini dapat bermanfaat sebagai berikut:

- a. Bagi penulis

Dapat menambah wawasan dan pengetahuan yang lebih luas lagi tentang prosedur dan strategi pemasaran tabungan haji

- b. Bagi PT. Bank Muamalat Indonesia Kantor Kas Pangkep

Penelitian ini dapat memberikan informasi terhadap masalah-masalah yang di hadapi serta memberikan sumbangan pemikiran terhadap kebijaksanaan yang di ambil.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

A. PROSEDUR

1. Pengertian Prosedur menurut beberapa ahli
 - a. Menurut *Baridwan (2009:30)*, prosedur adalah suatu urutan – urutan pekerjaan kerani (clerical), biasanya melibatkan beberapa orang dalam suatu bagian atau lebih, disusun untuk menjamin adanya perlakuan yang seragam terhadap transaksi perusahaan yang sedang terjadi.
 - b. Menurut *Mulyadi (2010:5)*, Prosedur adalah suatu urutan kegiatan klerikal, biasanya melibatkan beberapa orang dalam satu departemen atau lebih, yang dibuat untuk menjamin penanganan secara seragam transaksi perusahaan yang terjadi berulang – ulang.
 - c. Menurut *Purnamasari (2015:3)*, Prosedur adalah prosedur kerja yang dibuat secara detail dan terperinci bagi semua karyawan untuk melaksanakan kerja sebaik – baiknya sesuai dengan visi, misi dan tujuan suatu lembaga, instansi, atau perusahaan.
 - d. Menurut *Soemohadiwidjojo (2014:90)*, Prosedur adalah dokumen yang lebih jelas dan rinci untuk menjabarkan metode yang digunakan dalam mengimplementasikan dan melaksanakan kebijakan dan aktivitas organisasi seperti yang ditetapkan dalam pedoman.

2. Sifat – Sifat Prosedur

Menurut *Mulyadi (2010:7)* Sifat- Sifat Prosedur antara lain:

- a. Prosedur terdapat dalam tiap bagian perusahaan, prosedur merupakan salah satu macam rencana yang penting.
- b. Prosedur biasanya dipandang sebagai penerapan pekerjaan yang sifatnya berulang.
- c. Diberikan batas – batas waktu pada setiap langkah prosedur guna menjamin agar hasil akhir dicapai seperti yang diinginkan.

3. Ciri – Ciri Prosedur

Menurut *Mulyadi (2010:8)* Ciri-Ciri Prosedur antara lain:

- a. Prosedur harus didasarkan atas fakta – fakta yang cukup mengenai situasi tertentu, tidak didasarkan atas dugaan atau keinginan.
- b. Suatu prosedur harus memiliki stabilitas, akan tetapi masih memiliki fleksibilitas.
- c. Prosedur harus memiliki zaman (*up to date*).

4. Prinsip – Prinsip Prosedur

Menurut *Baridwan (2009:45)* Prinsip – Prinsip Prosedur antara lain:

- a. Sebuah prosedur kerja yang baik prinsipnya adalah sederhana, tidak terlalu rumit dan berbelit – belit.
- b. Prosedur kerja yang baik, akan mengurangi beban pengawasan karena penyelesaian pekerjaan telah mengikuti langkah – langkah yang ditetapkan.

- c. Prosedur kerja yang ditetapkan telah teruji bahwa prosedur tersebut mencegah penulisan, gerakan, dan usaha yang tidak perlu.
- d. Pembuatan prosedur kerja harus memperhatikan pada arus pekerjaan.
- e. Prosedur kerja dibuat fleksibel, artinya suatu prosedur bisa dilakukan perubahan jika terjadi hal – hal yang sifatnya mendesak.
- f. Memperhatikan penggunaan alat – alat untuk menunjang terlaksananya suatu prosedur dan sebaiknya digunakan sesuai kebutuhan.
- g. Sebuah prosedur kerja harus menunjang pencapaian tujuan.

B. STRATEGI

Pengertian Strategi menurut para ahli :

1. Menurut *David (2012:18)*, strategi adalah aksi potensial yang membutuhkan keputusan manajemen puncak dan sumber daya perusahaan dalam jumlah yang besar.
2. Menurut *Chandler (2009:4)*, strategi adalah tujuan jangka panjang dari suatu perusahaan, serta pendayagunaan dan alokasi semua sumber daya yang penting untuk mencapai tujuan tersebut.
3. Menurut *Johson and Scholes (2016:26)* strategi adalah arah dan ruang lingkup sebuah organisasi dalam jangka panjang yang mencapai keuntungan bagi organisasi melalui konfigurasi sumber daya dalam lingkungan yang menantang.

C. PEMASARAN

1. Pengertian Pemasaran

- a. Menurut *Kotler dan Keller (2009:5)*, pemasaran adalah suatu fungsi organisasi dan serangkaian proses untuk menciptakan atau mengkomunikasikan, dan memberikan nilai kepada pelanggan dan untuk mengelola hubungan pelanggan dengan cara yang menguntungkan organisasi dan pemangku kepentingan.
- b. Menurut *Hasan (2013:4)*, Pemasaran adalah proses mengidentifikasi, menciptakan, dan mengkomunikasikan nilai, serta memelihara hubungan yang memuaskan pelanggan untuk memaksimalkan keuntungan perusahaan.
- c. Menurut *Chaffey (2009:416)*, Pemasaran adalah suatu proses manajemen yang bertanggung jawab untuk mengidentifikasi, mengantisipasi dan memuaskan konsumen yang menghasilkan keuntungan.

2. Tujuan Pemasaran

Badan usaha dalam menetapkan tujuan yang hendak dicapai dilakukan dengan berbagai pertimbangan matang. Tujuan pemasaran bank menurut *Hasan (2013:429)* adalah:

- a. Memaksimalkan konsumsi atau dengan kata lain memudahkan dan merangsang konsumsi, sehingga dapat menarik nasabah untuk membeli produk yang ditawarkan bank secara berulang-ulang.

- b. Memaksimalkan kepuasan pelanggan melalui berbagai pelayanan yang diinginkan nasabah. Nasabah yang puas akan menjadi ujung tombak selanjutnya, karena kepuasan ini akan ditularkan kepada nasabah lainnya melalui ceritanya (getuk tular).
- c. Memaksimalkan pilihan (ragam produk) dalam arti bank menyediakan berbagai jenis produk bank sehingga nasabah memiliki ragam pilihan pula.
- d. Memaksimalkan mutu hidup dengan memberikan berbagai kemudahan kepada nasabah dan menciptakan iklim yang efisien.

3. Macam- Macam Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran sangat berpengaruh untuk kemajuan sebuah perusahaan yang menawarkan barang dan jasa. Salah satu strategi pemasaran yang ada saat ini adalah *marketing mix* (bauran pemasaran). Kegiatan ini dilakukan secara bersamaan diantara elemen- elemen yang ada di dalam *marketing mix* itu sendiri. Setiap elemen tidak dapat berjalan sendiri- sendiri tanpa dukungan dari elemen lainnya.

Penggunaan bauran pemasaran di dunia perbankan dilakukan dengan menggunakan konsep- konsep sesuai dengan kebutuhan bank. Dalam praktiknya konsep bauran pemasaran terdiri dari bauran pemasaran produk barang maupun jasa. Khusus untuk produk yang

berbentuk barang dan jasa diberlakukan konsep yang sedikit berbeda dengan produk barang.

Kotler menyebutkan konsep bauran pemasaran terdiri dari empat P yaitu: (1) *Product*; (2) *Price*; (3) *Place*; (4) *Promotion*. Sementara itu, Boom dan Bitner menambah dalam analisis data, bauran pemasaran di samping tiga P seperti yang di kemukakan diatas, terdapat tambahan 3 P yaitu: (1) *People* (2) *Phsycal Evide* (3) *Process*. Dari penjelasan diatas dapat di simpulkan bahwa secara keseluruhan penggunaan konsep bauran pemasaran untuk produk jasa jika digabungkan menjadi tujuh P. Berikut 7 P di atas serta penjelasannya. (Kotler dan Amstrong, 2012: 6).

a. Produk (*Product*)

Produk adalah barang atau jasa yang dapat di perjual belikan. Dalam marketing, produk adalah apapun yang bisa di tawarkan ke sebuah pasar dan bisa memuaskan sebuah keinginan atau kebutuhan. Produk didalam dunia perbankan adalah menawarkan produk- produk yang ada di bank tersebut.

b. Harga (*Price*)

Dampak harga terhadap permintaan primer biasanya sangat tinggi selama tahap introduksi. Namun, dampak harga terhadap pangsa pasar relatif kecil pada tahap introduksi, dikareankan jumlah pesaing yang sedikit. Seiring dengan kemajuan teknologi, produk- produk yang saling bersaing cenderung akan mirip satu

sama laindan konsumen pun makin sadar akan alternatif yang semakin banyak. Akibatnya, pangsa pasar akan semakin responsif terhadap harga.

c. Promosi (*Promotion*)

Promosi adalah upaya untuk memberitahukan atau menawarkan produk atau jasa pada dengan tujuan menarik calon konsumen untuk membeli atau mengkomsumsinya.

d. Lokasi (*place*)

Suatu strategi dalam penentuan lokasi atau tempat yang strategis atau terjangkau setiap lokasi bank yang ada. Demikian pula bank juga menyediakan sarana dan prasarana yang nyaman dan aman kepada seluruh nasabah yang berhubungan dengan bank.

e. Orang (*People*)

Dalam hubungan ini orang berfungsi sebagai penyedia berupa aktivitas, manfaat atau kepuasan yang ditawarkan untuk diberikan kepada nasabah. Oleh sebab itu orang/ pegawai merupakan salah satu kunci penting keberhasilan perusahaan jasa yang langsung memberikan kesan dalam penyampaian jasa. Untuk mencapai kualitas terbaik maka pegawai harus dilatih untuk menyadari pentingnya pekerjaan mereka, yaitu memberikan pelanggan kepuasan dalam memenuhi kebutuhannya.

f. Proses (*Process*)

Proses merupakan gabungan semua aktivitas, umumnya terdiri atas prosedur, jadwal pekerjaan, mekanisme, aktivitas dan hal-hal rutin dimana jasa disampaikan kepada nasabah.

g. Bukti fisik (*Physical Evidence*)

Bukti fisik disini merupakan bukti jasa yang telah diciptakan yakni berupa bukti transaksi yang terjadi.

D. TABUNGAN

1. Pengertian Tabungan

Berdasarkan Undang- Undang Nomor 10 tahun 1998 tentang perubahan 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.

2. Persyaratan Pembuatan Rekening Tabungan

Pada masing-masing bank tentu berbeda. Akan tetapi, pada umumnya bank memberikan persyaratan yang sama pada setiap bank yaitu setiap masyarakat yang ingin membuka rekening tabungan, perlu menyerahkan fotocopi identitas diri, misalnya KTP, SIM, paspor dan identitas lainnya. Selain itu, setiap bank akan memberikan persyaratan tentang setoran awal (minimal) serta saldo minimal ini diperlukan apabila tabungan akan ditutup, maka terdapat saldo yang

akan digunakan untuk membayar biaya administrasi penutupan tabungan.

3. Tabungan Wadiah

Tabungan wadiah merupakan tabungan yang dijalankan berdasarkan akad wadiah, yakni titipan murni yang harus dijaga dan dikembalikan setiap saat sesuai dengan kehendak miliknya. Berkaitan dengan produk tabungan wadiah, bank syariah menggunakan akad wadiah yad adh-dhamanah. Dalam hal ini, nasabah bertindak sebagai penitip yang memberikan hak kepada bank syariah untuk menggunakan atau memanfaatkan uang atau barang titipannya, sedangkan bank syariah bertindak sebagai pihak yang dititipi dana atau barang yang disertai hak untuk menggunakan atau memanfaatkan dana atau barang tersebut. Sebagai konsekuensinya, bank bertanggung jawab terhadap keutuhan harta titipan tersebut serta mengembalikannya kapan saja pemiliknya menghendaki. Disisi lain, bank juga berhak sepenuhnya atas keuntungan dari hasil penggunaan atau pemanfaatan dana atau barang tersebut.

4. Tabungan Haji

Tabungan haji pada dasarnya merupakan tabungan dalam rangka mempermudah masyarakat untuk menabung yang nantinya akan digunakan oleh yang bersangkutan untuk menunaikan ibadah haji. Pada perkembangannya, setelah adanya pembatasan/kuota jamaah haji pada masing-masing negara pengirim jamaah, maka tabungan

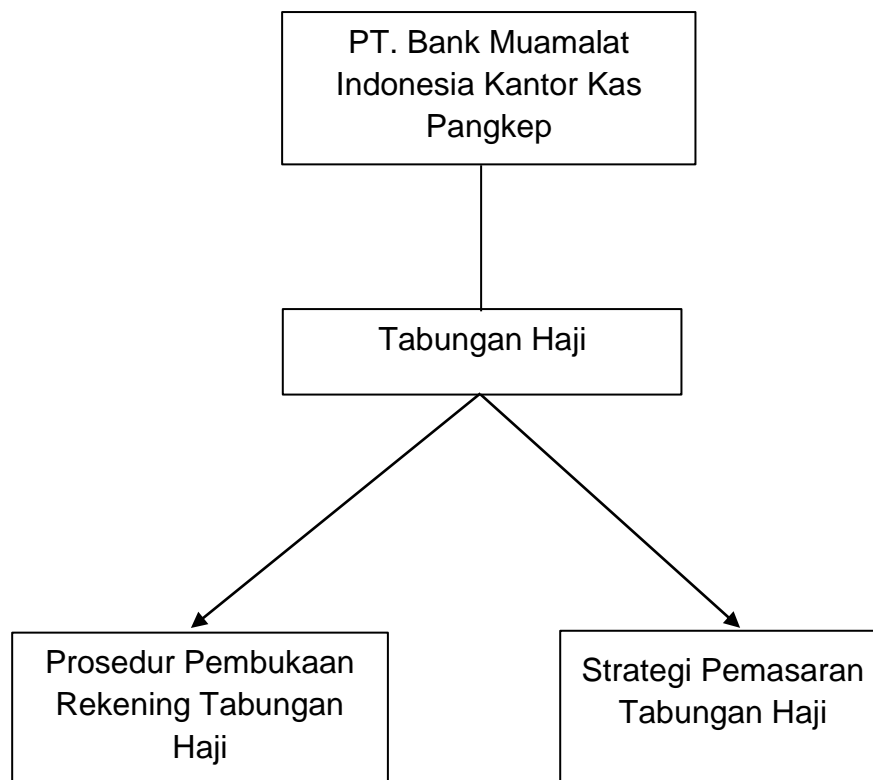
haji mempunyai hubungan dengan sistem komputerisasi terpadu (Siskohat) yaitu sistem yang dirancang untuk alat kontrol, penampungan data dan pengolahan data dalam pelaksanaan dan penyelenggaraan urusan haji antara perbankan dengan departemen agama RI.

Dengan latar belakang yang demikian, maka tabungan haji hanya diperuntukkan bagi orang pribadi. Sebagai tanda bukti kepemilikan, bank menerbitkan tabungan haji. Bagi penabung yang telah menentukan tahun keberangkatan hajinya, maka bank akan mendaftarkan penabung tersebut dalam sistem Siskohat. Apabila penabung mempunyai sesuatu hal, misalnya alasan kesehatan, meninggal atau alasan lainnya, maka saldo tabungan akan dikembalikan sesuai prosedur yang ditetapkan oleh Departemen Agama RI c.q Dirjen Bimas Islam Urusan Haji (BIUH) tentang tata cara pendaftaran tabungan haji setiap tahun menjelang pemberangkatan. Apabila karena suatu hal, penabung yang sudah terdaftar dalam Siskohat yang ternyata sampai batas akhir waktu pelunasan belum melunasi setoran tabungan haji, maka penabung harus membatalkan atau memberitahukan kepada bank dan dengan demikian BPIH (Biaya Penyelenggaraan Ibadah Haji) batal.

Setoran awal dan kelipatan nominal tabungan tergantung kebijakan masing – masing bank. Dalam hal ini juga perlu diperhatikan saldo minimal yang diperbolehkan, artinya terdapat minimal saldo

yang harus tersisa dalam tabungan haji. Atas dana simpanan dalam tabungan haji tersebut diberikan jasa yang besarnya ditentukan oleh masing – masing bank. Jasa tabungan tersebut tetap dikenakan pajak sesuai ketentuan yang berlaku.

E. KERANGKA PIKIR



Gambar 1.1. Kerangka Pikir

Bank Muamalat Indonesia adalah bank umum pertama di Indonesia yang menerapkan prinsip Syariah Islam dalam menjalankan operasionalnya. Salah satu produk Bank Muamalat Indonesia adalah tabungan haji yang mempunyai prosedur pembukaan dan memiliki strategi pemasaran.

BAB III METODE PENELITIAN

A. Tempat Dan Waktu Magang

Magang ini dilaksanakan pada tanggal 11 Februari 2019 sampai dengan 14 Maret 2019 atau kurang lebih satu bulan yang dilaksanakan pada PT. Bank Muamalat Indonesia Kantor Kas Pangkep yang beralamatkan di Jl. Kemakmuran No. 58 Mappasaile, Kabupaten Pangkajene dan Kepulauan, Sulawesi Selatan.

B. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah:

1. Teknik penelitian lapangan adalah teknik yang dilakukan untuk menganalisis permasalahan yang dihadapi dengan cara:
 - a. Teknik pengamatan (*Observasi*) adalah pencatatan secara langsung dari sistematis dan objek penelitian untuk memperoleh gambaran nyata kegiatan perusahaan.
 - b. Teknik wawancara (*Interview*) adalah teknik pengumpulan data dengan cara tanya jawab secara langsung kepada perusahaan dengan dasar tujuan penelitian
2. Teknik Kepustakaan (*Library Reserch*) adalah teknik pengumpulan data dengan jalan mengutip dari buku- buku yang ada kaitannya dengan objek yang sedang diteliti oleh penulis.

C. Jenis dan Sumber Data

1. Jenis Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

- a. Data Kuantitatif yaitu berupa angka- angka dalam tabel, mengenai jumlah nasabah yang mengambil tabungan haji di PT. Bank Muamalat Indonesia Kantor Kas Pangkep.
- b. Data Kualitatif yaitu data lainnya yang diperoleh dari tempat penelitian berupa informasi dan keterangan- keterangan baik secara tulisan maupun lisan.

2. Sumber Data

- a. Data Primer yaitu data yang diperoleh langsung dari objek penelitian khususnya dibagian pemasaran PT. Bank Muamalat Indonesia Kantor Kas Pangkep.
- b. Data Sekunder yaitu data yang bersumber dari dalam dan luar perusahaan atau yang bersumber dari buku, media cetak, internet serta teori. Teori yang ada hubungannya dengan pokok permasalahan yang dibahas.

D. Metode Analisis

Metode yang digunakan dalam penulisan ini adalah metode deskriptif. Menurut *Hidayat (2010:45)* menyatakan bahwa metode deskriptif adalah suatu metode yang digunakan untuk menemukan pengetahuan yang seluas – luasnya terhadap objek penelitian suatu masa tertentu.

BAB IV GAMBARAN UMUM OBJEK PENULISAN

A. Sejarah Singkat berdirinya PT. Bank Muamalat Indonesia

PT Bank Muamalat Indonesia Tbk (Bank Muamalat Indonesia) memulai perjalanan bisnisnya sebagai bank syariah pertama di Indonesia pada 1 November 1991 atau 24 *Rabiul Tsani* 1412. Pendirian Bank Muamalat Indonesia digagas oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI), Ikatan Cendekiawan Muslim Indonesia (ICMI) dan pengusaha muslim yang kemudian mendapat dukungan dari Pemerintah Republik Indonesia. Sejak resmi beroperasi pada 1 Mei 1992 atau 27 syawal 1412 H. Bank Muamalat Indonesia terus berinovasi dan mengeluarkan produk – produk keuangan seperti Asuransi Syariah (Asuransi Takaul), Dana Pensiun Lembaga Keuangan Muamalat (DPLK Muamalat) dan Multifinance Syariah (Al-Ijarah Indonesia *Finance*) yang seluruhnya menjadi terobosan di Indonesia. Selain itu produk Bank yaitu *Shar-e* yang diluncurkan pada tahun 2004 juga merupakan tabungan instan pertama di Indonesia. Produk *Shar-e Gold Debit Visa* yang diluncurkan tahun 2011 tersebut mendapatkan penghargaan dari Museum Rekor Indonesia (MURI) sebagai Kartu Debit Syariah dengan teknologi chip pertama di Indonesia serta layanan e-channel seperti internet banking, ATM, dan *Cash Management* seluruh produk – produk tersebut menjadi pionir produk syariah di Indonesia dan menjadi tonggak sejarah penting di industri perbankan syariah.

Pada 27 Oktober 1994, Bank Muamalat Indonesia mendapatkan izin sebagai bank Devisa dan terdaftar sebagai perusahaan publik yang tidak listing di Bursa Efek Indonesia (BEI). Pada tahun 2003, bank dengan percaya diri melakukan penawaran umum terbatas (PUT) dengan hak memesan efek terlebih dahulu (HMETD) sebanyak 5 (lima) kali dan merupakan lembaga perbankan pertama di Indonesia yang mengeluarkan sukuk subordinasi Mudharab. Aksi korporasi tersebut semakin menegaskan posisi Bank Muamalat di peta industri perbankan Indonesia.

Seiring dengan kapasitas bank yang semakin diakui, bank semakin melebarkan sayap dengan terus menambah jaringan kantor cabangnya di seluruh Indonesia pada tahun 2009, bank mendapatkan izin untuk membuka kantor cabang di Kuala Lumpur, Malaysia dan menjadi bank pertama di Indonesia serta yang satu – satunya mewujudkan ekspansi bisnis di Malaysia. Hingga saat ini, Bank telah memiliki 325 kantor layanan termasuk 1 (satu kantor cabang di Malaysia). Operasional Bank juga didukung oleh jaringan layanan yang luas berupa 710 unit ATM Muamalat, 120.000 jaringan ATM Prima, serta lebih dari 11.000 jaringan ATM di Malaysia melalui Malaysia *Electronic Payment* (MEPS)

Menginjak usia yang ke-20 pada tahun 2012, Bank Muamalat Indonesia melakukan rebranding pada logo bank untuk semakin meningkatkan *awareness* terhadap *image* sebagai Bank Syariah Islam, modern dan profesional. Bank pun terus mewujudkan berbagai

pencapaian serta prestasi yang diakui secara nasional maupun secara internasional. Hingga saat ini, bank beroperasi bersama entitas anaknya dalam memberikan layanan terbaik yaitu Al-Ijarah Indonesia *Finance* (ALIF) yang memberikan layanan pembiayaan syariah, (DPLK Muamalat) yang memberikan dana pensiun melalui layanan dana pensiun lembaga keuangan, dan Baitulmaal Muamalat yang memberikan layanan untuk menyalurkan dana Zakat, Infak dan Sedekah (ZIS).

Sejak tahun 2015, Bank Muamalat Indonesia bermetamorfosa untuk menjadi entitas yang semakin baik dan meraih pertumbuhan jangka panjang. Dengan strategi bisnis yang terarah, Bank Muamalat Indonesia akan terus melaju mewujudkan visi menjadi *“The Best Islamic Bank in Indonesian with Strong Regional Presence”*

B. Visi dan Misi Bank Muamalat Indonesia

Bank Muamalat sebagai lembaga keuangan memiliki visi dan misi dalam menjalankan kegiatan usahanya (edisi tahun 2018). Visi dan Misi tersebut adalah :

Visi : Menjadi bank syariah terbaik dan termasuk dalam 10 besar bank di Indonesia dengan eksistensi yang diakui ditingkat regional.

Misi : Membangun lembaga keuangan syariah yang unggul dan berkesinambungan dengan penekanan pada semangat kewirausahaan berdasarkan prinsip kehati – hatian, keunggulan sumber daya manusia yang islami dan profesional serta orientasi

investasi yang inovatif, untuk memaksimalkan nilai kepada seluruh pemangku kepentingan.

C. Logo dan Makna dari Logo PT Bank Muamalat Indonesia Kantor Kas Pangkep



Gambar 4.1 Logo Muamalat

Mengenai logo yang digunakan oleh bank muamalat, ada beberapa makna yang terkandung di dalamnya, antara lain :

1. Jika anda membaca 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.

D. Produk – Produk dari PT Bank Muamalat Indonesia Kantor Kas Pangkep

1. Produk Penghimpunan Dana

a. Tabungan iB Muamalat

Tabungan iB Muamalat adalah tabungan tabungan nyaman untuk digunakan kebutuhan transaksi dan berbelanja dengan kartu *Shar-E Debit* yang berlogo Visa plus dengan manfaat berbagai macam program subsidi belanja di merchant local dan luar negeri.

b. Tabungan ib Muamalat *Dollar*

Tabungan ib muamalat dollar merupakan tabungan syariah dengan denominasi *valuta* asing *US Dollar* (USD) dan *Singapore Dollar* (SGD) yang ditujukan untuk melayani kebutuhan transaksi dan investasi yang lebih beragam, khususnya yang melibatkan mata uang USD dan SGD.

c. Tabungan Haji *Arafah Plus*

Tabungan haji dalam mata uang rupiah yang dikhususkan bagi anda masyarakat muslim Indonesia yang berencana menunaikan ibadah haji secara reguler maupun plus untuk program usia 18 tahun.

d. Tabungan Muamalat Umrah

Tabungan Muamalat Umrah ini berdasarkan prinsip syariah dengan akad mudharabah muthlaqoh (bagi hasil) dengan memiliki fitur unggulan, yaitu:

- 1) Gratis asuransi jiwa
- 2) Bagi hasil yang optimal
- 3) Gratis biaya administrasi
- 4) Gratis biaya penutupan rekening (apabila sesuai dengan jangka waktu penempatan dana yang telah disepakati).
- 5) Gratis biaya autodebet setoran bulanan.

e. TabunganKu

Tabunganku merupakan tabungan untuk perorangan dengan persyaratan mudah dan ringan yang diciptakan untuk menumbuhkan kebiasaan menabung serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Tabunganku menggunakan akad wadi'ah dengan tarif setoran awal sebesar Rp. 20.000 rupiah, dan saldo minimum Rp. 20.000 serta biaya administrasi gratis dan layanan lainnya.

f. Tabungan *iB* Muamalat Rencana

Tabungan *iB* Muamalat Rencana adalah solusi perencanaan keuangan yang tepat untuk mewujudkan rencana dan impian di masa depan dengan lebih baik sesuai prinsip syariah. Tabungan *iB* Muamalat Rencana memiliki keuntungan berupa setoran

bulanan yang ringan mulai dari 100 ribu rupiah, fleksibel memilih jangka waktu menabung sesuai keinginan nasabah dari 3 bulan hingga 20 tahun, fasilitas autodebit secara gratis berupa pemindahan dana setoran bulanan dari rekening sumber dana dan aktifitas tersebut secara otomatis apabila rekening sedang jatuh tempo.

g. Tabungan *iB* Muamalat Prima

Tabungan *iB* Muamalat Prima adalah tabungan untuk memenuhi kebutuhan transaksi bisnis sekaligus investasi dengan aman dan menguntungkan. Tabungan *ib* Muamalat Prima dilengkapi dengan fasilitas *Shar-E Debit Gold* yang dapat digunakan diseluruh jaringan Visa.

h. Tabungan Muamalat Mudharabah *Corporate iB*

Produk tabungan berbasis akad mudharabah yang memberikan kemudahan bertransaksi dan bagi hasil yang kompotif. Sarana bagi nasabah non- perorangan utnuk memenuhi kebutuhan bertransaksi bisnis sekaligus memberikan imbah hasil yang optimal.

i. Muamalat Prioritas

Muamalat Priorita merupakan produk dan layana terbaru yang diberikan kepada nasabah non- perorangan. Produk premium ini merupakan bagian dari strategi untuk meningkatkan kinerja

perseroan, yang menghimpun dana nasabah baik dalam bentuk tabungan, giro maupun deposito.

j. Giro *iB* Muamalat Attijari

Adalah produk berbasis akad wadiah yang memberikan kemudahan dan kenyamanan dalam bertransaksi. Merupakan sarana untuk memenuhi kebutuhan transaksi nasabah perorangan maupun non- perorangan yang didukung oleh fasilitas *cash management*. Giro *iB* Muamalat Attijari memiliki keuntungan dan kemudahan dalam bertransaksi menggunakan fasilitas *Cash Management System* untuk nasabah non- perorangan, ATM, *Internet Banking* serta *Mobile Banking*. Tersedia tiga jenis mata uang IDR, USD, dan SGD. Untuk nasabah perorangan menggunakan kartu *Shar-E* Debit yang bisa digunakan untuk transaksi di seluruh dunia.

k. Giro *iB* Muamalat Ultima

Adalah produk giro berbasis akad wadiah yang memberikan kemudahan dan kenyamanan dalam bertransaksi. Merupakan sarana untuk memenuhi kebutuhan transaksi bisnis nasabah non-perorangan yang didukung oleh fasilitas *cash management*. Tersedia tiga jenis mata uang IDR, USD, SGD. Untuk nasabah perorangan menggunakan kartu *Shar-E* Debit yang bisa digunakan untuk transaksi di seluruh dunia. Memberikan bai hasil

yang optimal dan pembayaran bagi hasil secara otomatis dari bagi hasil nasabah.

I. Deposito Muamalat

Deposito muamalat merupakan deposito syariah dalam mata uang Rupiah US Dollar yang fleksibel dan memberi hasil investasi yang optimal. Fleksibel, tersedia pilihan jangka waktu investasi.

2. Produk Layanan

a. Muamalat *Mobile*

Muamalat *Mobile* adalah layanan perbankan dengan menggunakan teknologi GPRS yang dilakukan dari ponsel. Nasabah dapat melakukan transaksi non- tunai seperti cek saldo, transfer maupun melihat riwayat transaksi secara *Real Time* dengan biaya yang sangat murah.

3. Produk Pembiayaan

a. Pembiayaan KPR Syariah *iB*

Pembiayaan untuk kepemilikan hunian sesuai dengan prinsip syariah. Dalam pembiayaan *baiti jannati*, akad yang digunakan adalah *murabahah* / jual beli. Dalam pembiayaan *baiti jannati*, dana yang ada tidak hanya digunakan untuk pembelian rumah saja, namun juga dapat digunakan sebagai pembelian ruko dan juga dapat digunakan untuk renovasi.

b. Pembiayaan *iB* Muamalat Pensiun

iB Muamalat pensiun merupakan produk pembiayaan yang membantu anda untuk memenuhi kebutuhan di hari tua dengan sederet keuntungan dan memenuhi prinsip syariah yang menenangkan. Produk ini memfasilitasi pensiunan untuk kepemilikan dan renovasi rumah tinggal, pembelian kendaraan, biaya pendidikan anak dan umrah.

c. Pembiayaan *iB* Muamalat Multiguna

iB Muamalat Multiguna merupakan produk pembiayaan yang membantu anda untuk memenuhi kebutuhan barang dan jasa konsumtif seperti bahan bangunan untuk renovasi rumah, kepemilikan sepeda motor, biaya pendidikan, biaya pernikahan dan perlengkapan rumah.

d. Pembiayaan *iB* Muamalat 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. Pembiayaan ini diperuntukkan untuk nasabah perorangan (WNI) pemilik usaha dan badan usaha yang memiliki legalitas di Indonesia.

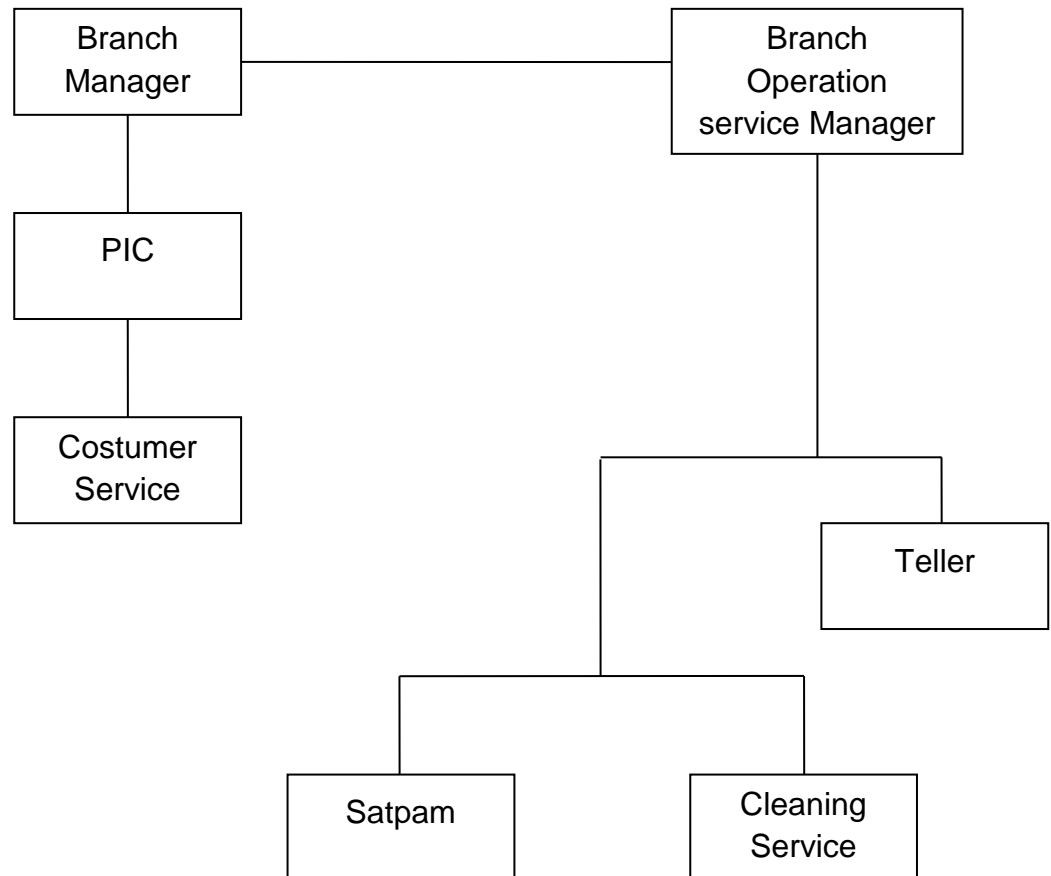
e. Pembiayaan *iB* Muamalat Investasi

Pembiayaan investasi adalah produk pembiayaan yang akan membantu kebutuhan investasi kebutuha anda sehingga

mendukung rencana ekspansi yang telah anda susun. Pembiayaan ini diperuntukkan untuk nasabah perorangan (WNI) pemilik usaha dan badan usaha yang memiliki legalitas di Indonesia. Keuntungan yang diperoleh ialah:

- 1) Berdasarkan prinsip syariah dengan akad murabahah atau ijarah sesuai dengan spesifikasi kebutuhan investasi.
- 2) Dapat digunakan untuk pembelian atau penyewaan tempat usaha, peralatan investasi (mesin, kendaraan, alat berat, dll) dan pembangunan.
- 3) Jangka waktu pembiayaan hingga 5 tahun.
- 4) Plafon mulai 100 juta.
- 5) Untuk nasabah perorangan akan dilindungi oleh asuransi jiwa sehingga pembiayaan akan dilunasi oleh asuransi apabila anda meninggal dunia.
- 6) Pelunasan sebelum jatuh tempo tidak dikenakan denda.

E. Struktur Organisasi



Gambar 4.2 Struktur Organisasi

Ket :

- | | |
|-------------------------------------|----------------------------|
| 1. Branch Manager | : Wisnu Barata Satria |
| 2. Branch Operation Service Manager | : Fajar Nugraha an |
| 3. PIC | : Nuradha |
| 4. Costumer Service | : Andi Iqbal Zulkarnaen |
| 5. Teller | : Muhammad Yasser Ramadhan |
| 6. Satpam | : Bautsar Nurdin |
| 7. Cleaning Service | : Amran |

F. Pembagian Tugas dan Tanggung jawab

Untuk menjamin kelancaran pembagian tugas dan tanggung jawab masing – masing bagian, maka peran struktur organisasi sangat diperlukan. Berdasarkan struktur organisasi PT. Bank Muamalat Indonesia Kantor Kas Pangkep, berikut adalah penjelasan uraian pekerjaan tersebut.

1. Manajer Bisnis (*Branch Manager*)

Bertanggung jawab secara keseluruhan terhadap operasional perkembangan cabang, PT. Bank Muamalat Indonesia Kantor Kas Pangkep sebagai pelaksanaan dengan operasional cabang.

2. Manajer Operasional (*Operational Manager*)

- b. Membantu pimpinan cabang dalam mempersiapkan RKA dalam rangka mencapai target bisnis yang telah ditetapkan.
- c. Mendukung pinca dalam membina dan mengkoordinasikan unit – unit kerja dibawahnya untuk mencapai target yang telah ditetapkan, terutama yang terkait dengan bidang operasional dan pelayanan.
- d. Memfungsikan bawahannya dalam melaksanakan tugas pekerjaan sesuai dengan strategi yang telah ditetapkan oleh pimpinan cabang guna mewujudkan pelayanan yang sebaik – baiknya bagi nasabahnya.
- e. Mengkoordinasi dan mengawasi semua bawahannya dalam rangka melaksanakan dan mencapai sasaran rencana kerja yang telah ditetapkan.

- f. Memastikan bahwa pengelolaan kas Kanca dan surat – surat berharga telah benar dan sesuai dengan ketentuan yang berlaku untuk menjaga aset bank.
 - g. Memastikan bahwa pelayanan kas, pelayanan dana jasa (termaksud devisa dan surat kredit berjangka dalam negeri) dan pelayanan pinjaman serta kegiatan *back office* telah sesuai ketentuan guna menghindari resiko yang mungkin timbul.
 - h. Memastikan bahwa semua keluhan nasabah atas pelayanan yang diberikan sudah ditindak lanjuti dengan benar sesuai dengan ketentuan yang berlaku untuk mewujudkan kepuasan nasabah dengan tetap memperhatikan kepentingan bank.
 - i. Melayani seluruh kebutuhan unit kerja dibawah Kanca / unit kerja lainnya dengan cara sebaik – baiknya sesuai dengan ketentuan untuk mencapai kepuasan nasabah dan menjaga kepentingan bank.
3. PIC (*Person In Charge*)
- a. Bertanggung jawab kepada Branch Manajer terhadap operasional yang dilakukan oleh bawahannya.
 - b. Sebagai koordinator dan pengawas seluruh bawahannya.
 - c. Berkoordinasi dengan OM Cabang.
4. *Customer Service* (CS)
- a. Mengenalkan dan menawarkan produk – produk Bank Muamalat kepada nasabah dengan baik dan benar.

- b. Memastikan seluruh kewajiban dan hak nasabah atas produk Bank Muamalat yang dipilih, telah diketahui dan dipahami oleh nasabah dengan baik dan benar.
- c. Mengelolah dan mengadministrasikan seluruh aktivitas pembukuan oleh rekening nasabah secara efektif dan efisien.
- d. Mengelolah dan mengadministrasikan seluruh aktivitas penutupan rekening oleh nasabah secara efektif dan efisien.
- e. Mengelolah dan mengadministrasikan seluruh aktivitas yang berkaitan dengan *management* kartu ATM dengan baik dan benar, sesuai dengan fungsinya.
- f. Mengelolah dan mengadministrasikan seluruh aktivitas yang berkaitan dengan penerimaan BPHI oleh nasabah Calon Haji termaksud pelimpahannya, dengan baik dan benar.
- g. Memastikan seluruh aktivitas atau transaksi yang ditangani telah diproses melalui aplikasi – aplikasi pembukuan yang sesuai dengan baik dan benar.
- h. Mengelolah dokumentasi transaksi yang ditangani dengan baik dan benar.
- i. Memastikan transaksi – transaksi yang menjadi tanggung jawab telah diproses dengan baik dan benar sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

- j. Menerima hingga menyelesaikan (baik secara mandiri maupun melalui koordinasi dengan unit kerja lainnya) atas seluruh keluhan atau pengaduan nasabah dengan baik benar.

5. Teller

- a. Melayani penyetoran dan pembayaran tunai sehubungan dengan transaksi.
- b. Melakukan pembayaran dan penerimaan yang berhubungan dengan pembayaran biaya bank, biaya personalia dan umum melalui counter bank.
- c. Menyusun daftar penerimaan dan pengeluaran uang tunai dan melakukan pencocokan saldo dengan fisik uang dan saldo pada neraca harian.
- d. Melakukan penutupan asuransi apabila terjadi *overnight limit* juga melakukan pencatatan *cash in transit*.
- e. Melakukan penyetoran kelebihan kas ke BI dan penarikan kas dari BI bila terjadi kekurangan kas.

6. Cleaning Service

- a. Menjaga kebersihan kantor.
- b. Menyediakan makanan dan minuman bagi karyawan yang ada di kantor
- c. Pembantu umum.
- d. Pemeliharaan kantor dan pemeliharaan inventarisasi kantor serta perlengkapan atau pembekalan kantor.

7. Security

- a. Membukakan pintu apabila ada nasabah yang datang.
- b. Menjaga keamanan dan tata tertib kantor.
- c. Memelihara kantor dan memelihara inventarisasi kantor serta perlengkapan atau pembekalan kantor.
- d. Membantu dalam melayani nasabah.

BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Prosedur Pembukaan Rekening Tabungan Haji

Dalam pembukaan rekening tabungan haji Arafah *iB* harus melalui tahap sebagai berikut:

1. Calon nasabah datang ke Bank Muamalat Indonesia Kantor Kas Pangkep.
2. Mengisi formulir pembukaan rekening yang diisi sesuai dengan identitas diri nasabah.
3. Menyerahkan:
 - a. KTP asli beserta fotocopy 6 lembar (domisili Pangkep)
 - b. NPWP asli beserta fotocopy 1 lembar (jika ada)
 - c. Fotocopy akta kelahiran / akta nikah 2 lembar
 - d. Fotocopy Kartu Keluarga 2 lembar
 - e. Materai 6000 3 lembar
 - f. Pas foto ukuran 3x4 12 lembar. Ketentuan foto:
 - 1) Nampak wajah 80%
 - 2) Latar belakang putih
 - 3) Pakaian kontras dengan latar belakang
 - 4) Tidak menggunakan pakaian dinas
 - 5) Tidak menggunakan kacamata
 - 6) Wanita menggunakan kerudung (muslimah)
4. Setoran awal Rp.25.000.000,- (bisa lebih)

5. Costumer service memeriksa kembali data calon jamaah haji dan kemudian menyerahkannya kepada branch manager. Pada tahap ini data – data yang telah dianalisa diserahkan kepada kepala cabang untuk mendapatkan persetujuan.
6. Pihak bank membuat SP3, memo, dan akad. Setelah mendapatkan persetujuan, membuat surat permohonan pengajuan pembiayaan, memo dan akad yang akan diserahkan kepada calon jamaah haji yang mengajukan tabungan.
7. Pihak bank khususnya bagian administrasi pembiayaan menyerahkan kepada manager operational dan kepala cabang untuk dianalisa kembali dan mendapatkan persetujuan.
8. Kepala kantor Bank Muamalat Indonesia melakukan penandatanganan akad.
9. Pihak bank melakukan pencairan dana langsung ke rekening tabungan haji calon jamaah haji serta menginput SPPH untuk mendapatkan nomor porsi.
10. Untuk calon jamaah haji yang belum melunasi pembayaran dianjurkan untuk tetap menabung selama masa tunggu keberangkatan untuk melunasi biaya pemberangkatan haji.

B. Strategi Pemasaran Tabungan Haji

Strategi pemasaran Tabungan Haji Arafah *iB* yang digunakan Bank Muamalat Indonesia Kantor Kas Pangkep adalah sebagai berikut:

1. Karena tujuan utama dari prinsip perbankan syariah adalah terhindar dari transaksi Riba, maka produk yang ditawarkan tentu saja berbeda dengan produk bank umum atau konvensional. Perbedaan utama terletak pada prinsip syariahnya. Kalau bank syariah mendorong nasabah untuk mengupayakan pengelolaan harta nasabah (simpanan) sesuai ajaran Islam sedangkan konvensional penentuan suku bunga dibuat pada waktu akad dengan pedoman harus selalu untung untuk pihak bank. Selain produk BMI berbeda dengan bank konvensional, perusahaan ini juga melakukan beberapa strategi guna bersaing dengan bank konvensional dan bank berprinsip syariah yang lainnya. Beberapa strategi yang diterapkan guna bersaing dengan bank lain, baik bank konvensional maupun syariah, antara lain:
 - a. Sistem Manajemen Produk

Guna menjaga kualitas produk dari segi pelayanan maupun kepuasan pelanggan, BMI menyiapkan sistem manajemen produk, dimana sistem manajemen ini adalah otoritas penuh dari BMI Pusat, sehingga BMI Kantor Kas Pangkep menyesuaikan dengan kebijakan dari pusat. Di mana manajemen produk ini disesuaikan dengan keinginan konsumen, tuntunan jaman serta

persaingan yang ada sehingga mutu dan kualitas merk tetap terjaga.

b. Strategi Manajemen Produk

Guna menjawab tantangan yang ada, BMI juga melakukan strategi berbagai produk, salah satu produk unggulan yang dikeluarkan oleh BMI adalah Tabungan Haji Arafah, yaitu tabungan haji berhadiah umrah.

2. Dalam memperkenalkan produknya kepada masyarakat pada umumnya terkhususnya masyarakat kota Pangkep, BMI menggunakan beberapa saluran promosi seperti pemasangan spanduk, kerjasama dengan instansi, menjadi sponsor berbagai acara tertentu. Selain melakukan promosi secara skala wilayah kota, BMI melalui kantor pusatnya juga berpromosi dengan beberapa hal seperti iklan melalui media elektronik ataupun media cetak, serta adanya website BMI yaitu www.bankmuamalat.co.id, yang memuat tentang seluk beluk BMI mulai dari produk, keunggulan, dan hal – hal lain yang berhubungan dengan BMI. Strategi pemasaran dalam sebuah perusahaan merupakan hal yang penting, karena keberhasilan ataupun kegagalan suatu strategi pemasaran akan sangat berpengaruh dalam memperoleh nasabah.
3. Strategi pemasaran selanjutnya adalah strategi dengan sistem “*door to door*” yaitu dengan langsung mendatangi calon nasabah.

4. Bekerja sama dengan pihak relevan atau individu yang mampu mencari nasabah. Apabila pencari nasabah tersebut mampu mendapatkan nasabah dengan kuota minimal 15 orang dalam waktu satu bulan, maka orang tersebut akan mendapatkan bonus sebesar yang telah ditentukan oleh pihak bank. Dengan strategi tersebut maka BMI akan memperoleh keuntungan dengan bertambahnya jumlah nasabah tabungan haji.
5. Strategi selanjutnya yaitu dengan memberikan promo yang bernama Tabungan Reseki Haji Berkah, yang artinya, daftar haji melalui BMI dengan syarat setoran awal Rp. 25.000.000,- tunai, maka akan mendapat kesempatan umrah dengan cara diundi.
6. Promo Tabungan Reseki Haji Berkah berlaku tidak hanya bagi yang mempunyai uang tunai Rp. 25.000.000,-, namun berlaku juga apabila ada nasabah yang hanya memiliki uang senilai Rp. 10.000.000,-, caranya yaitu uang senilai Rp. 5.000.000,- disetor ke rekening tabungan reguler, dan Rp. 5.000.000,-nya lagi di setor ke rekening tabungan haji. Untuk dapat mencapai jumlah saldo Rp. 25.000.000,-, nasabah dapat melakukan penyetoran ke rekening tabungan reguler dengan rutin setiap bulan dengan jumlah yang telah disepakati, dan kemudian bank akan mendebetkan ke dalam rekening tabungan haji.
7. Selain *marketing*, *customer service* juga perlu menawarkan produk milik BMI dengan sikap yang baik terhadap nasabah serta mempunyai pengetahuan yang cukup, sehingga dapat memberikan penjelasan

yang mencukupi. Pelayanan yang memuaskan nasabah akan menjadi promosi yang efektif bagi bank karena nasabah tersebut dapat menyampaikan kepada keluarga, kerabat, teman dan orang lain mengenai pelayanan yang unggul suatu bank, dan diharapkan citra bank tersebut akan semakin meningkat.

8. Pemilihan lokasi yang tepat akan berdampak cukup signifikan terhadap penjualan, terutama perusahaan yang bergerak dibidang jasa, khususnya perbankan. Sehingga Bank Muamalat Indonesia Kantor Kas Pangkep memilih tempat dipusat bisnis Pangkep, tepatnya di jalan Kemakmuran No.58, Mappasaile, Kabupaten Pangkajene dan Kepulauan. Pemilihan lokasi ini disebabkan oleh beberapa hal yaitu :
 - 1). Jalan Kemakmuran merupakan jalan yang dapat dilalui untuk menuju pusat bisnis kota Pangkep,
 - 2). Aksesnya cukup mudah ditempuh dengan kendaraan bermotor atau kendaraan lainnya,
 - 3). Lokasi yang berdekatan dengan jalan raya merupakan promosi secara tidak langsung tentang keberadaan BMI Kantor Kas Pangkep,
 - 4). Selain pemilihan lokasi yang tepat, BMI Kantor Kas Pangkep juga mendesai kantor tempat bertransaksi secara langsung dengan nasabah sesuai dengan perkembangan dan tuntutan jama, yaitu dengan konsep modern dan minimalis. Hal ini terlihat dari bentuk bangunan yang simple namun elegan, desain ruangan yang simple namun membawa nuansa nyaman dan modern. Sehingga diharapkan

nasabah merasa nyaman dengan situasi dan kondisi yang bersih dan nyaman.

Dari pernyataan diatas, yang diperoleh berdasarkan dari hasil penelitian sebagai berikut:

1. *Product* (Produk)

BMI menawarkan produk berdasarkan prinsip syariah.

- a. Shiddiq, memastikan bahwa pengelola bank syariah dilakukan dengan moralitas yang menjunjung tinggi nilai kejujuran.
- b. Tabligh, secara berkesinambungan melakukan sosialisasi dan mengedukasi masyarakat mengenai prinsip – prinsip, produk dan jasa perbankan syariah. Dalam melakukan sosialisasi sebaiknya tidak hanya mengedepankan pemenuhan prinsip syariah semata, tetapi juga harus mampu mengedukasi masyarakat mengenai manfaat bagi pengguna jasa perbankan syariah.
- c. Amanah, menjaga dengan ketat prinsip kehati – hatian dan kejujuran dalam mengolah dana yang diperoleh dari pemilik dana (shahibul maal) sehingga timbul rasa saling percaya antara pemilik dana dan pihak pengelola dana investasi (mudharib)
- d. Fathanah, memastikan bahwa pengelola bank dilakukan secara profesional dan kompetitif sehingga menghasilkan keuntungan maksimum dalam tingkat risiko yang ditetapkan oleh bank. Termasuk di dalamnya adalah pelayanan yang penuh dengan kecermatan dan kesantunan serta penuh rasa tanggung jawab.

2. *Price* (Harga)

Dalam menentukan harga jual yang baik, BMI menerapkan beberapa strategi yaitu penerapan harga lebih murah dari bank lain.

Contohnya: Dalam pembuatan rekening atau buku tabungan BMI memberikan kemudahan kepada nasabah dengan setoran awalnya hanya Rp. 25.000 serta biaya administrasi gratis.

3. *Promotion* (Promosi)

Dalam memperkenalkan produknya kepada masyarakat pada umumnya, BMI menggunakan beberapa saluran sebagai berikut: 1). Mendatangi calon nasabah, 2). Memberikan tips atau bonus bagi individu yang mampu mencari nasabah, 3). Memberikan bonus kepada nasabah yaitu kesempatan umrah dengan cara diundi, 4). Memasang iklan melalui media cetak dan elektronik, 5). Bekerja sama dengan instansi, 6). Menyebarkan brosur.

4. *Place* (Tempat)

Bank Muamalat Indonesia Kantor Kas Pangkep memilih tempat dipusat bisnis Pangkep, tepatnya di Jalan Kemakmuran No.58 Mappasaile, Kabupaten Pangkajene dan kepulauan, aksesnya mudah ditempuh dengan kendaraan bermotor atau kendaraan lainnya.

5. *People* (Orang)

Memberikan pelayan yang ramah, mudah dan cepat karena dengan pelayanan yang ramah, mudah dan cepat masyarakat akan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan. Memberikan sikap

yang ramah pada masyarakat membuat masyarakat merasa dihormati dan dihargai, sehingga ketertarikan masyarakat untuk bergabung menjadi calon nasabah BMI akan semakin kuat. Karyawan berpenampilan menarik, rapih, dan bersih sehingga saat bertemu dengan nasabah, nasabah akan merasa nyaman.

6. *Process* (Proses)

Memberikan pelayanan yang cepat, proses saat pembukaan sampai penutupan rekening mudah.

7. *Physical Evidence* (Bukti Fisik)

BMI Kantor Kas Pangkep memberikan bukti fisik berupa slip penyeteran / penarikan, buku tabungan, kartu ATM kepada nasabah.

Adapun jumlah nasabah tabungan haji tiap tahunnya, antara lain:

Tahun	Jumlah Nasabah
2014	150
2015	175
2016	220
2017	225
2018	250

Tabel 5.1 Jumlah Nasabah Tiap Tahun

BAB VI PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan diatas, maka dapat diambil kesimpulan bahwa pelaksanaan Prosedur Pembukaan Tabungan Haji dan Strategi Pemasaran Tabungan Haji berjalan baik sesuai dengan aturan atau prosedur yang telah ditetapkan.

B. Saran

Berdasarkan pembahasan diatas, maka penulis ingin memberikan beberapa saran yang mungkin dapat dijadikan pertimbangan dan masukan bagi perkembangan Perbankan Syariah pada umumnya dan Bank Muamalat Indonesia Kantor Kas Pangkep khususnya, yaitu:

1. Untuk sosialisasi kepada masyarakat agar lebih memahami produk – produk Bank Muamalat, perlu dukungan dari penambahan tenaga kerja di bidang pemasaran, supaya Bank Muamalat dapat bersaing di tengah maraknya perkembangan lembaga keuangan saat ini, serta lebih bertambahnya calon nasabah yang siap dalam hal materi, agar dibujuk supaya berminat untuk pergi haji.
2. Untuk nasabah, diharapkan untuk banyak membaca dan bertanya tentang produk – produk yang dimiliki bank muamalat agar lebih mengetahui dan mendapatkan informasi dan menyampaikan kembali kepada masyarakat agar masyarakat mempunyai niat untuk menabung di bank muamalat yang berprinsip syariah.

3. Untuk penulis, diharapkan untuk mengkaji lebih banyak sumber maupun referensi yang terkait dengan Prosedur dan Strategi pemasaran tabungan haji.

DAFTAR PUSTAKA

- Baridwan, Zaki. (2009:30). *Sistem Akuntansi Penyusutan Prosedur dan Metode*. Yogyakarta: YNPN
- Baridwan, Zaki. (2009:45). *Sistem Akuntansi Penyusutan Prosedur dan Metode*. Yogyakarta: YNPN
- Chaffey, Dave. (2009:416). *E-business and E-commerce Management*. England
- Chandler, D. Alfred, Jr. 1962. *Strategy and Structure: Chapters in The History of the industrial Enterprise*. Cambridge Mass: MIT Press
- David, R Fred. 2012. *Strategi Management Concepts & Cases*. Pearson Academic: 14th edition
- Drs. Irawan, M.B.A, Dr. Faried Wijaya M., M.A, Ir. M.N Sudjoni, M.B. 1996. *Pemasaran Prinsip dan Kasus*. Edisi 2 Yogyakarta: BPFE Yogyakarta
- Hasan, Ali (2013:4). *Marketing dan Kasus – Kasus Pilihan*. Yogyakarta: CAPS
- Hasan, Ali (2013:429). *Marketing dan kasus – Kasus Pilihan*. Yogyakarta: CAPS
- Hidayat, A. Alimul 2010. *Metode Penelitian dan Analisis Data*, Salemba medika: Jakarta
- Johnson, Gerry, and Kevan Scholes. 2016 *Exploring Corporate Strategy*, 4th Ed. Prentice Hall
- Kotler dan Amstrong. 2012. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Penerjemah: Hendro Prosetyo Jilid 1.
- Kotler dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran* jilid 1. Edisi ke 13 Jakarta: Erlangg. Alma
- Mulyadi. (2010:5). *Akuntansi Biaya*. Jakarta: Salemba 4.
- Mulyadi. (2010:7). *Akuntansi Biaya*. Jakarta: Salemba 4.
- Mulyadi. (2010:8). *Akuntansi Biaya*. Jakarta: Salemba 4.
- Purnamasari, Evita P 2015. *Panduan Menyusun Standard Operating Procedure (SOP)*, Yogyakarta: Kobis
- Soemohadiwidjojo, Arini T 2014. *Mudah menyusun SOP (Standar Operating Procedure)*, Jakarta

