

**STRATEGI MARKETING PRODUK DANA HAJI PLUS PT BANK MUAMALAT
INDONESIA KCP KOLAKA**

Wulan Guritno¹ Abd. Haris Nasution² Sutrisno³ Ristianti Ahmadul Marunta⁴

¹²³Universitas Sains Islam Al Mawaddah Warrahmah Kolaka

Email: wulanguritno972001@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan produk dana haji plus pada PT Bank Muamalat Indonesia KCP Kolaka sangat diminati oleh masyarakat dari berbagai kalangan, baik kalangan atas maupun kalangan bawah. Strategi pemasaran yang diterapkan oleh bank terbukti efektif dalam menarik minat masyarakat. Pemasaran dilakukan melalui dua cara: langsung dan tidak langsung. Strategi pemasaran langsung meliputi promosi langsung kepada masyarakat setempat melalui sosialisasi di majelis taklim, kerja sama dengan berbagai pihak, dan kunjungan langsung ke toko-toko atau usaha. Sedangkan strategi pemasaran tidak langsung dilakukan melalui media sosial seperti Facebook, WhatsApp, dan lain sebagainya. Dengan strategi pemasaran ini, masyarakat menjadi lebih mengetahui dan tertarik dengan produk dana haji plus yang ditawarkan oleh Bank Muamalat. Penelitian ini mengungkapkan bahwa strategi pemasaran yang tepat sangat penting dalam meningkatkan kesadaran dan minat masyarakat terhadap produk perbankan syariah.

Kata Kunci : Strategi Marketing, Haji Plus, Bank Muamalat

PENDAHULUAN

Setiap muslim ingin mencapai kesempurnaan dalam beribadah dengan menjalankan perintah dan menjauhi larangan Allah swt, Al-Qur'an dan Hadits adalah pedoman bagi umat Islam yang di dalamnya terdapat perintah dan larangan yang harus dijalankan oleh umat Islam, salah satu perintah Allah swt menunaikan rukun Islam ke lima yaitu haji. Kewajiban menunaikan haji sangatlah jelas sebagaimana yang dijelaskan dalam firman Allah Swt. Q.S. Al-Hajj (22) : 27-29 yang berbunyi :

وَأَذِّنْ فِي النَّاسِ بِالْحَجِّ يَأْتُوكَ رِجَالًا وَعَلَىٰ كُلِّ ضَامِرٍ يَأْتِينَ مِنْ كُلِّ فَجٍّ عَمِيقٍ ۚ لِيَشْهَدُوا مَنَافِعَ
لَهُمْ وَيَذْكُرُوا اسْمَ اللَّهِ ف
يَوْمَ آيَاتٍ مَّعْلُومَاتٍ عَلَىٰ مَا رَزَقَهُمْ مِنَ الْبَهِيمَةِ الْأَنْعَامِ فَكُلُوا مِنْهَا وَأَطْعُمُوا الْبَائِسَ الْفَقِيرَ ۗ ثُمَّ لِيُقْضَىٰ أَهْلُ النَّاصِبِ وَأُولَئِكَ الَّذِينَ لَمْ يُغْنَوْا
نُذُورَهُمْ وَلَيُطَوَّفُوا بِالْبَيْتِ الْعَتِيقِ

Terjemahan: “Dan serulah manusia untuk mengerjakan haji, niscaya mereka akan datang kepadamu dengan berjalan kaki, atau mengendarai setiap unta yang kurus, mereka datang dari segenap penjuru yang jauh agar mereka menyaksikan berbagai manfaat untuk mereka dan agar mereka menyebut nama Allah pada beberapa hari yang telah di tentukan atas rezeki yang diaberkikan kepada mereka berupa hewan ternak. Maka makanlah Sebagian darinya dan (Sebagian lagi) berikanlah untuk dimakan orang-orang yang sengsara dan fakir kemudian, hendaklah mereka menghilangkan kotoran (yang ada di badan) mereka, menyempurnakan nazar-nazar mereka dan melakukan tawaf sekeliling rumah tua (Baitullah).”¹

Dalam tafsir Al-Misbah dijelaskan bahwa: ayat di atas Allah swt memerintahkan Nabi Ibrahim as menyampaikan kepada manusia untuk melaksanakan ibadah haji dan mereka akan datang kepadamu dengan berjalan kaki dan mereka yang tidak mampu berkendara ada banyak unta kurus yang bisa di kendarai, dengan panggilan ini mereka dapat menyaksikan sekaligus mendapat manfaat duniawi dan ukhrawi melalui pertemuan mereka. Ibadah haji dilaksanakan pada hari arafah atau hari tasyriq yaitu 11 sampai 14 Dzulhijjah dan menyebelih binatang ternak hendaklah menyebut nama Allah swt, pelontaran jamrah Al-Aqabah maka hendaklah mensucikan diri, kemudian berihram seperti menggunting kuku dan potong rambut, bagi yang bernazar hendaklah menyempurnakan nazar dengan thawafidhah yaitu berkeliling ka’bah sebanyak tujuh kali.²

Haji adalah rukun Islam yang ke lima wajib dilaksanakan oleh setiap muslim, haji dianggap sebagai kewajiban pribadi (*personal obligation*) yang merupakan symbol utama pengabdian Islam.³ Menunaikan haji kemauan dan kemampuan sangatlah penting, karena orang yang telah mampu dalam segi materi tetapi belum ada kemauan untuk melaksanakan haji, dan

¹KementrianAgamaRI, *Al-Qur’an dan Terjemahnya Surah Al-Haji Ayat 27-29* (Jakarta: CV Darus Sunnah, 2002), hlm. 336.

² M. Quraish Shihab, *Tafsir Al-Mishbah: Pesan, Kesan, dan Keserasian Al-Qur’an* (Jakarta: PenerbitLentera Hati, 2009), hlm 192-196.

³Iftitah Jafar “Ibadah Haji Dalam Al-Qur’an (sekelumit hikmah dibalikpelaksanaan ibadah haji)”, *jurnalkajian haji, umrah dan keislaman*. Vol. 1 Nomor 1, 2020, hlm. 31.

sebaliknya jika ada yang benar-benar ingin menunaikan haji tetapi belum mampu dalam segimateri.⁴

Dapat diketahui meningkatnya calon jama'ah haji banyak pula penduduk muslim yang berkeinginan dan bercita-cita untuk menunaikan ibadah haji akan tetapi sebagian besar keinginan tersebut tidak terwujud, dikarenakan adanya hambatan seperti persoalan biaya, kesehatan dan lain-lain. Akan tetapi salah satu factor penghambat utama yaitu persoalan biaya, jadi dapat disimpulkan bahwa dari kelima syarat diatas biaya dalam menunaikan ibadah haji merupakan faktor yang paling utama dan paling penting.

Beberapa lembaga keuangan yang menawarkan produk pembiayaan haji plus guna untuk memberikan kemudahan bagi calon jama'ah yang akan menunaikan ibadah haji tetapi terkendala dalam biaya oleh sebab itu hadirilah PT Bank Muamalat Indonesia KCP Kolaka di tengah-tengah masyarakat untuk memberikan solusi dengan menawarkan pembiayaan produk haji plus. PT Bank Muamalat Indonesia KCP Kolaka merupakan Bank yang tertua dan pertama kali berdiri di Kabupaten Kolaka dengan berlandaskan prinsip syariah dengan eksistensinya memiliki produk yang unggul salah satunya yaitu produk pembiayaan haji plus.

Adapun bentuk produk dana haji plus yaitu dalam bentuk pembiayaan yang ada di Bank Muamalat Indonesia (BMI) yang menjadi sasaran produk ini adalah nasabah perorangan atau masyarakat dengan berbagai macam profesi. pihak bank Muamalat bekerjasama dengan pihak lain seperti Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH), Majelis Ta'lim, tokoh-tokoh agama dan sebagainya, dengan adanya produk ini umat islam diharapkan akan lebih mudah menunaikan rukun Islam yang kelima yaitu ibadah haji.

Hanya ada satu pembiayaan yang ada di PT Bank Muamalat Kolaka yaitu haji plus, pembiayaan haji plus ini masih dikatakan baru, karena baru mulai berjalan pada bulan Januari 2023 hingga saat ini walaupun masih dikatakan baru tetapi sudah banyak nasabah yang mengambil pembiayaan ini jumlah nasabah saat ini kurang lebih 10 orang dan masih banyak lagi yang sementara proses oleh karena itu pihak bank tidak semerta-merta memberikan pembiayaan tersebut karena harus melihat kemampuan calon nasabah, walaupun memang untuk pembiayaan haji plus, Bank hanya memberikan pembiayaan sebesar \$40.000 dolar bila dirupiahkan sebesar Rp.60.000.000,00 pembiayaan ini diberikan kepada nasabah yang ingin

⁴Taufikurrahman, dkk., "Manajemen Bimbingan Manasik Haji Dalam Membina Kemandirian Calon Jama'ah Haji", *Jurnal Terakreditasi SINTA 5*, 2023, hlm. 303.

menunaikan ibadah haji tetapi terkendala pada biaya maka bank muamalat memberikan kemudahan bagi masyarakat yang ingin menunaikan haji. Berangkat dari penjelasan latar belakang maka penelitian merumuskan beberapa permasalahan yaitu: 1. Apa saja produk PT Bank Muamalat Indonesia KCP Kolaka dalam membantu kegiatan ibadah haji?. 2. Bagaimana strategi PT Bank Muamalat Indonesia KCP Kolaka dalam memasarkan produk dana haji plus?.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang penulis gunakan yaitu penelitian kualitatif, dimana peneliti ingin mengetahui strategi marketing produk dana haji plus PT Bank Muamalat Indonesia KCP kolaka. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang bersifat deskriptif dan cenderung menggunakan analisis. Penelitian menghasilkan penemuan-penemuan yang tidak dapat di capai dengan prosedur-prosedur statistic atau dengan cara kualitatif lainnya.⁵ Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yakni Observasi, Wawancara dan Dokumentasi. Adapun analisis data yang digunakan adalah *fishbone analysis* (analisis tulang ikan), juga dikenal sebagai Ishikawa diagram yaitu diagram *Cause and Effect* atau diagram sebab akibat adalah alat yang membantu mengidentifikasi, memilah, dan menampilkan berbagai penyebab yang mungkin dari suatu masalah atau karakteristik kualitas tertentu, diagram ini menggambarkan hubungan antara masalah dengan semua factor penyebab yang mempengaruhi masalah tersebut.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. PT. Bank Muamalat Indonesia KCP Kolaka

⁵M. Askari Zakariah, *metodologipenelitiankuantitatif, kualitatif action research and development (R and D)*, (cet. 1; kolaka: Yayasan pondokpesantren Al mawaddahwarahmah, 2020), hlm. 27.

Bank Muamalat Cabang Kolaka pertama kali didirikan pada tanggal 16 Mei 2005 yang dipimpin oleh Bapak Yaspin. Sejak Bank Muamalat pertama kali hadir di Kab. Kolaka memiliki sistem atau produk yang bernama *Shar-E* dimana pada saat itu akses jaringan masih sangat minim. Oleh sebab itu, jika ada masyarakat yang ingin menabung atau bertansaksi di Bank Muamalat bisa melalui kantor pos dengan syarat menabung setoran awalnya senilai Rp.125.000 dengan catatan saldonya Rp.100.000 dan biaya pendaftaran Rp.25.000. Sejak awal kehadirannya hingga saat ini Bank Muamalat mendapatkan sambutan baik dari masyarakat.

PT Bank Muamalat Indonesia KCP Kolaka merupakan lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan pembiayaan kredit dan jasa-jasa lalu lintas pembayaran serta peredaran uang yang pengoperasiannya disesuaikan dengan prinsip-prinsip syariah Islam, dengan berbagai produk yang disalurkan PT. Bank Muamalat Indonesia KCP Kolaka yaitu salah satunya produk pembiayaan haji plus yang ditawarkan kepada masyarakat.

B. Produk Haji Pada Bank Muamalat Indonesia (BMI)

Dengan berbagai produk yang disalurkan oleh Bank Muamalat Indonesia (BMI) baik itu produk tabungan atau produk pembiayaan yang pastinya setiap produk memiliki keunggulan berbeda-beda. Sedangkan untuk masalah haji maka produk yang di tawarkan yaitu produk haji plus. Produk haji plus ini merupakan produk pengganti dari produk porsi haji, adapun definisi dari porsi haji adalah pinjaman yang ditujukan untuk membantu calon nasabah mendapatkan porsi keberangkatan haji lebih awal, melihat dari jumlah jamaah haji di Indonesia yang selalu meningkat maka Bank memiliki peluang yang sangat besar.⁶ Melihat dari peningkatan jamaah haji maka banyak lembaga seperti travel dan Bank yang berlomba-lomba menawarkan produk haji dengan berbagai keunggulan tetapi terkhusus calon jamaah haji yang akan mendaftar di Bank maka hanya ada Dua pilihan untuk pengurusan haji yaitu Bank yang bias Muamalat Indonesia (BMI) dan Bank Syariah Indonesia (BSI).

C. Strategi Marketing Produk Dana Haji Plus PT Bank Muamalat Indonesia KCP Kolaka.

⁶Hasil Wawancara Bapak Ruslan Selaku RMF RMHAJ PT Bank Muamalat KCP Kolaka Pada Tanggal 30 Maret 2023.

Produk haji plus adalah salah satu produk yang unggulan Bank Muamalat Indonesia, tingkat pertumbuhan nasabah produk haji plus setelah adanya produk porsi haji mengalami peningkatan, hal ini dibuktikan dengan terus meningkatnya jumlah nasabah pertahunnya. Produk haji plus ini dikenal dengan biayanya yang sangat mahal tetapi waktu tunggu yang begitu cepat kisaran 6 sampai 8 tahun oleh karena itu produk haji plus ini khusus ditawarkan kepada kalangan atas.⁷ Sasaran dalam produk ini merupakan nasabah perorangan dengan berbagai macam profesi dan pihak Bank bekerjasama dengan pihak lain seperti kelompok bimbingan ibadah haji (KBIH), komunitas pengajian atau majelista'lim, tokoh-tokoh agama dan sebagainya.⁸ Memasarkan produknya khusus untuk wilayah kabupaten kolaka sehingga target pasar produk haji plus dilihat dari pekerjaan mulai dari pegawai negeri sipil, swasta, wiraswasta dan dari berbagai jenis pekerjaan sedangkan target pasar yang dilihat dari segi penghasilan yang kiranya memiliki pendapatan 10.000.000 perbulanya. Untuk melakukan kegiatan Marketing, PT Bank Muamalat Indonesia KCP Kolaka mempunyai Strategi Marketing tersendiri yaitu:

a. Strategi promosi

Salah satu tujuan promosi Bank Muamalat adalah menginformasikan segala jenis produk yang ditawarkan dan berusaha menarik calon nasabah yang baru dengan melakukan promosi melalui media sosial. Berikut ini strategi promosi yang digunakan PT. Bank Muamalat Indonesia KCP Kolaka dalam mempromosikan produk haji plus yaitu: 1. Memperluas jaringan dari satu nasabah kemudian menawarkan pada keluarga juga teman nasabah melalui telfon dan chet atau langsung kerumah. 2. Dengan iklan produk yang menarik sehingga masyarakat dengan mudah mengetahui adanya produk haji plus pada Bank Muamalat.

b. Strategi sosialisasi

Salah satu tujuan sosialisasi Bank Muamalat adalah memberikan tawaran langsung kemasyarakat mengenai produk haji plus. Berikut ini strategi sosialisasi yang digunakan PT Bank Muamalat Indonesia KCP Kolaka yaitu: Melakukan penawaran produk secara lansung

⁷Hasil Wawancara Bapak Ruslan Bapak Ruslan Selaku RMF RMHAJ PT Bank Muamalat KCP Kolaka Pada Tanggal 07Desember 2023.

⁸Wardatus Syarifah dan AlfainiFirda“ Analisis Strategi Pembiayaan Dana Talangan Haji Pada JumlahNasabah Dalam bank Syariah di Bank MuamalatIndonesia KCP Sumenep”, *Jurnal Economics and Business Management Journal (EBMJ)*. Vol. 2. Nomor. 3. 2023,,hlm. 268.

dengan mendatangi pihak yang bekerjasama dengan Bank seperti kelompok pengajian atau majelista'lim, toko-toko dan lain sebagainya.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis maka dapat disimpulkan:

1. Produk haji plus ini merupakan produk pengganti dari produk porsi haji, keunggulan dari produk haji plus yaitu waktu keberangkatan yang begitu cepat kisaran 6 sampai 8 tahun dan fasilitasnya yang lebih bagus disbanding dengan haji reguler. Produk haji plus juga banyak diminati oleh masyarakat khususnya di Kabupaten Kolaka baik itu dari kalangan atas maupun kalangan bawah, dapat diketahui penerapan produk haji plus pada PT Bank Muamalat Indonesia KCP Kolaka sangat menguntungkan bagi pihak Bank.
2. Melihat dari peningkatan jamaah haji maka banyak lembaga seperti travel dan Bank yang berlomba-lomba menawarkan produk haji dengan berbagai keunggulan tetapi terkhusus calon jamaah haji yang akan mendaftar di Bank maka hanya ada 2 pilihan untuk pengurusan haji yaitu Bank Muamalat Indonesia (BMI) dan Bank Syariah Indonesia (BSI).
3. Strategi Marketing yang dilakukan oleh PT Bank Muamalat Indonesia KCP Kolaka khususnya produk haji plus yaitu dengan melakukan promosi baik secara langsung atau tidak langsung, berdasarkan Staregi Marketing yang dilakukan dapat membawakan hasil sebab tanggapan masyarakat yang begitu antusias terhadap produk yang ditawarkan. Tetapi produk haji plus ini lebih ditujuh kepada orang-orang yang mampu mengingat biaya produk haji plus yang begitu besar, sehingga PT Bank Muamalat Indonesia KCP Kolaka lebih memilih memasarkan produk kepada orang yang memiliki pendapatan kurang lebih Rp.10.000.000 perbulanya.

7. Saran

Adapun saran bagi PT Bank Muamalat Indonesia KCP Kolaka Pada penelitian diatas yaitu:

1. Untuk Strategi Marketing yang dilakukan masih kurang pada sosialisasi seharusnya PT Bank Muamalat Indonesia KCP Kolaka perlu melakukan banyak sosialisasi dan edukasi public untuk memberikan pengetahuan dan pemahaman kepada masyarakat, agar masyarakat tahu konsep, mekanisme, produk, istilah-istilah perbankan syariah sehingga mereka memiliki informasi yang cukup tentang Lembaga Keuangan Bank Syariah. Selain itu sosialisasi tentang perbankan syariah masih sangat kurang sehingga perlu ditingkatkan lebih banyak lagi.
2. Untuk pendapatan masyarakat Kabupaten Kolaka yang sebagian besar masih mendapatkan pendapatan di bawah rata-rata oleh karena itu produk haji Plus lebih cocok oleh kalangan di atas sebab haji plus biayanya sangat mahal oleh karena itu PT Bank Muamalat Indonesia KCP Kolaka lebih cocok menawarkan produk haji plus di kalangan atas yang pendapatannya kurang lebih Rp.10.000.000 perbulanya.

Daftar Pustaka

- A Pearce, John Richard. B, Robinson. Jr. 2008, *Manajemen Strategis-Formulasi, Implementasi dan Pengendalian*, Jakarta:Penerbit Salemba Empat.
- Abdullah, Bin Muhammad Bin Abdurrahman Bin Ishaq Alu Syaikh. 1994, *Lubabu Tafsir Min Ibni Katsir*; Penerbit Mu-Assasah Daar Al-Hilaal Kairo.
- Akmal, Ahmad Zorda. 2021. “ Analisis Strategi Pemasaran Produk Tabungan Haji Pada BANK BRI Syariah KC Fatmawati Jakarta Selatan” *Skripsi* (Jakarta:Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi)
- Al Qur’an Al-Karim.
- Antonio Muhammad Syafi’I. 2001. “ Bank Syariah dan Teori Ke Praktik” (Cet. 1;Jakarta: Gema Insani)
- Ashar, Salim. 2022, ”Sisi Lain Jam’ah Umroh (Antara Ibadah, Wisata dan Belanja Dalam Perspektif Fenomena Sosial) *Jurnal Ilmu Syariah*, Vol. 3, Nomor. 1.
- Asmito, Moh. Hafid, Khofifurrahman Hasan. 2023, “Penerapan Strategi Pemasaran Dalam Persaingan Bisnis Pasar Di PT. Ash Shofwah Group Tour Haji Dan Travel”, *Jurnal Al-Idarah*. Vol. 4 Nomor. 1.
- Fahmi, Irham. 2015. *Manajemen Strategis Teori dan Aplikasi*” (Cet. 4;Bandung:Penerbit Alfabeta)
- Marunta, R. A., Abdullah, M. W., & Amiruddin, K. (2023). Internalisasi Nilai Siri’Na Pacce dalam Transaksi Jual Beli pada Pedagang sebagai Formulasi Nilai Tambah Syariah untuk Mewujudkan Kesejahteraan pada Pedagang di Pasar Tradisional Gowa. *Jurnal Diskursus Islam*, 11(2), 189-203.

- Puspita, E., Idris, M., & Akbar, M. (2020). Analisis Pengaruh Service Quality Dan Customer Experience Terhadap Customer Satisfaction Pada Bank Syariah Kabupaten Kolaka Sulawesi Tenggara. *Jurnal Ekonomi Bisnis Syariah*, 3(2), 288-303.
- Sugiyono. 2020, *Metode Penelitian Kuantitatif kualitatif dan R&D*, Bandung: Penerbit Alfabeta