BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Globalisasi memiliki dampak yang signifikan terhadap cepatnya perubahan dalam dunia bisnis di era modern ini. Perubahan tersebut bertujuan untuk memastikan keberlanjutan usaha sekaligus meningkatkan kualitas bisnis. Hal ini juga berlaku dalam sektor ekonomi, khususnya di bidang keuangan, yang kini telah menjadi kebutuhan mendasar dan sulit untuk dihindari.

Secara sederhana, bank dapat didefinisikan sebagai lembaga keuangan yang berfungsi mengumpulkan dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan, kemudian menyalurkannya kembali dalam bentuk pembiayaan, serta menyediakan berbagai layanan perbankan lainnya seperti transfer, kliring, dan inkaso. Sebagai lembaga keuangan, bank memiliki tanggung jawab untuk memperkenalkan produk-produknya kepada masyarakat agar mereka memahami, tertarik, dan menggunakan layanan yang ditawarkan, baik itu produk baru maupun produk lama yang telah diperbarui. Beberapa produk bank berhasil menarik perhatian masyarakat, tetapi ada juga yang kurang berhasil di pasaran.(Purwanto, 2020, p. 1).

Bank syariah adalah salah satu jenis perbankan yang beroperasi berdasarkan prinsip ekonomi syariah. Sistem ini kini menjadi topik yang banyak dibahas di Indonesia, dengan banyak pihak yang mendesak pemerintah untuk segera mengadopsi sistem ekonomi syariah dalam perekonomian nasional,

terutama seiring dengan melemahnya sistem ekonomi kapitalis. Kehadiran bank syariah awalnya merupakan respons dari berbagai kelompok praktisi ekonomi yang menginginkan adanya layanan transaksi keuangan yang selaras dengan nilai-nilai moral dan prinsip-prinsip syariah Islam.

Perbankan syariah semakin menarik perhatian masyarakat yang mendalami ekonomi berbasis syariah. PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. menjadi pelopor bank syariah pertama di Indonesia sejak didirikan pada tahun 1992. Hingga kini, Bank Muamalat Indonesia (BMI) memiliki tempat khusus di hati masyarakat, terutama melalui salah satu produk unggulannya, yaitu tabungan iB Hijrah Haji.

Ibadah haji adalah rukun Islam kelima yang diwajibkan bagi setiap Muslim yang telah memenuhi syarat istitha'ah, yaitu kemampuan secara finansial, fisik, dan mental. Haji hanya diwajibkan sekali seumur hidup. Ibadah ini merupakan kegiatan tahunan yang dilakukan umat Islam dari seluruh dunia dengan mengunjungi tanah suci untuk melaksanakan rangkaian ibadah tertentu pada waktu yang disebut musim haji.

Besarnya minat masyarakat Indonesia terhadap ibadah haji dan umrah menciptakan peluang besar bagi agen perjalanan. Berbagai lembaga menawarkan berbagai paket untuk haji dan umrah. Di Indonesia, agen perjalanan haji dan umrah biasanya menjadi anggota HIMPUH (Himpunan Penyelenggara Umrah dan Haji), yang turut mendukung keinginan mayoritas umat Islam di Indonesia untuk melaksanakan ibadah tersebut. (Oktora. Dan akhyar,2014)

Ada beberapa ayat Al-Qur'an yang berkaitan dengan ibadah haji, diantaranya adalah surah Ali 'Imran ayat 97

فِيهِ آيَاتٌ بَيِّنَاتٌ مَّقَامُ إِبْرَاهِيمَ ۖ وَمَن دَخَلَهُ كَانَ آمِنًا ۗ وَلِلَّهِ عَلَى النَّاسِ حِجُّ الْبَيْتِ مَنِ اسْتَطَاعَ إِلَيْهِ سَبِيلًا ۚ وَمَن كَفَرَ فَإِنَّ اللَّهَ غَنِيٌّ عَنِ الْعَالَمِينَ

Artinya : "Di dalamnya terdapat tanda-tanda yang jelas, di antaranya maqam (Ibrahhim). Siapa yang memasukinya (Baitullah), maka amanlah dia. (Di antara kewajiban manusia terhadap Allah adalah melaksanakan ibadah haji ke Baitullah ,yaitu bagi orang yang mampu mengadakan perjalanan kesana. Siapa yang mengingkari kewajiban haji, maka sesungguhnya Allah maha kaya (tidak memerlukan sesuatu pun) dari seluruh alam."

Menabung untuk ibadah haji merupakan solusi yang efektif dalam mengatasi kendala keuangan. Namun, kenyataannya masih banyak calon jamaah yang menghadapi kesulitan untuk menabung secara konsisten dan mencapai target dana yang diperlukan. Tantangan ini muncul dari berbagai faktor, baik yang berasal dari dalam diri calon jamaah maupun dari lingkungan luar. Salah satu hambatan internal adalah kurangnya dis iplin dan motivasi dalam menabung, ketidakjelasan tujuan tabungan, serta minimnya pemahaman tentang strategi menabung yang efisien. Selain itu, kebutuhan sehari-hari yang lebih mendesak sering kali menjadi prioritas, sehingga alokasi dana untuk tabungan haji terabaikan dan progres menabung pun terganggu.

Saat ini, Bank Muamalat KC Banjarmasin semakin aktif mempromosikan produk Tabungan iB Hijrah Haji kepada masyarakat di Kota Banjarmasin. Langkah ini dilakukan setelah akuisisi oleh BPKH, yang menjadi faktor utama dalam meningkatkan kembali minat masyarakat setempat untuk membuka tabungan haji di Bank Muamalat KC Banjarmasin.

Hasil wawancara sementara dengan salah satu petugas Bank Muamalat KC Banjarmasin mengungkapkan bahwa "*salah satu kendala dalam strategi pemasaran untuk meningkatkan Tabungan iB Hijrah Haji adalah keterbatasan sumber daya manusia yang terampil dalam layanan haji. Selain itu, minimnya pendekatan personal, seperti konsultasi dan pendampingan dari lembaga pengelola haji, membuat calon jamaah merasa kurang termotivasi dan kurang terbantu dalam proses menabung*". (Wawancara dengan Ahda Nafida Shaleha Rahmadina, 6 september 2024).

No.	**Tahun**	**Jumlah calon jamaah haji**
1.	2018	312
2.	2019	453
3.	2020	238
4.	2021	247
5.	2022	256

Sumber Bank Muamalat KC Banjarmasin

Pada tahun 2022, tercatat sebanyak 256 calon jamaah haji telah mendaftar melalui Bank Muamalat KC Banjarmasin. Namun, ketidakstabilan jumlah calon jamaah haji kemungkinan dipengaruhi oleh kurangnya strategi pemasaran yang efektif, yang merupakan faktor penting untuk diperhatikan. Penyampaian informasi mengenai program dan produk tabungan haji kepada masyarakat, baik melalui media online maupun offline, masih terbatas dan kurang mampu menarik minat.

Strategi merujuk pada penetapan tujuan dasar jangka panjang suatu perusahaan, disertai dengan penerapan tindakan serta pengalokasian sumber daya yang diperlukan untuk mencapai tujuan tersebut. Dalam konteks penghimpunan dana, strategi berfokus pada upaya pemasaran yang berfungsi sebagai rencana terarah di bidang pemasaran guna mencapai hasil yang maksimal. Pemasaran produk penghimpunan dana dapat didefinisikan sebagai serangkaian aktivitas bisnis yang berkaitan dengan alur distribusi barang atau jasa dari produsen ke konsumen.

Strategi pemasaran produk jasa yang disediakan oleh perbankan syariah dalam penghimpunan dana sebaiknya lebih menonjolkan aspek-aspek yang dapat dirasakan langsung oleh nasabah. Hal ini meliputi fasilitas transaksi yang nyaman, staf yang ramah, responsif, sopan, serta penampilan yang rapi. Selain itu, media komunikasi seperti brosur, pamflet, papan informasi yang informatif dan lengkap juga menjadi elemen penting dalam mendukung keberhasilan strategi tersebut. Langkah ini bertujuan untuk membangun kesan positif di mata nasabah sekaligus menciptakan citra yang baik bagi perbankan. Dalam strategi penghimpunan dana,

pendekatan pemasaran tidak dapat dipisahkan dari konsep Bauran Pemasaran (marketing mix), yang digunakan untuk melakukan penetrasi pasar secara efektif. Komponen dalam bauran pemasaran terdiri dari Produk *(product*), Harga *(price),* tempat *(place),* Promosi (promotion), orang *(people),* Proses *(process),* dan Bukti Fisik *(physical evindence).* Komponen ini menjadi faktor penting yang harus diperhatikan dalam melakukan kegiatan pemasaran(Ardianti, 2019, p. 5).

Manajemen yang efektif sangat dibutuhkan dalam pengelolaan perusahaan atau lembaga keuangan. Manajemen berperan penting dalam mengoordinasikan seluruh aktivitas perusahaan sehingga mampu menghasilkan kinerja yang maksimal untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Dalam mendukung operasional jangka panjang, penerapan strategi yang tepat dan optimal, terutama terkait produk tabungan haji, menjadi hal yang sangat penting.

Nilai yang dirasakan pelanggan dianggap sebagai keseimbangan antara keuntungan yang diterima dari suatu produk atau layanan dan biaya yang dikeluarkan (Alamsyah,. Hendayani. Dan Hidayah, 2021). Pemasaran memiliki peran yang sangat penting bagi perusahaan, konsumen, dan masyarakat secara keseluruhan. Di dalam organisasi, fungsi pemasaran berkolaborasi dan terintegrasi dengan fungsi lain untuk merancang, mengomunikasikan, menentukan harga, serta mendistribusikan produk. Pemasaran menjadi krusial untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan masyarakat terhadap suatu produk atau jasa. Pentingnya pemasaran semakin terasa seiring dengan meningkatnya kesadaran dan pengetahuan masyarakat. Selain itu, pemasaran juga berfungsi

sebagai strategi untuk menghadapi persaingan yang terus meningkat, di mana para kompetitor semakin agresif dalam memasarkan produk mereka.

Promosi pada dasarnya adalah aktivitas untuk menyampaikan informasi dan berkomunikasi dengan masyarakat tentang keberadaan suatu produk, manfaatnya, keunggulan yang dimiliki, harga, lokasi, serta cara mendapatkannya. Kegiatan ini mencakup berbagai upaya yang dilakukan oleh penjual untuk mengenalkan produk kepada calon pembeli, memengaruhi keputusan mereka untuk membeli, sekaligus mengingatkan pelanggan lama agar tertarik melakukan pembelian ulang. Promosi merupakan bentuk komunikasi pemasaran yang bertujuan memberikan informasi kepada konsumen dan meyakinkan mereka agar menggunakan produk yang ditawarkan.(Waroh, 2020, p. 4).

Dunia usaha dikenal sebagai lingkungan yang dinamis, dengan perubahan yang terus-menerus terjadi dan saling memengaruhi antarunsur di dalamnya. Oleh karena itu, strategi pemasaran memegang peranan krusial dalam mendukung keberhasilan bisnis perbankan secara umum, terutama di bidang pemasaran. Selain itu, strategi pemasaran yang diterapkan perlu dievaluasi dan disesuaikan dengan perkembangan pasar serta kondisi lingkungan. Dengan demikian, strategi pemasaran harus mampu memberikan panduan yang jelas dan terarah bagi perusahaan dalam memanfaatkan setiap peluang yang ada pada berbagai target pasar.(Hasniawati, 2011, p. 16).

Berdasarkan penjelasan di atas, Bank Muamalat Indonesia Tbk. Kantor Cabang Banjarmasin menyediakan produk tabungan IB Ibrah Haji yang dirancang

untuk memberikan manfaat bagi nasabah, khususnya mereka yang berencana menunaikan ibadah haji. Dalam memperkenalkan atau memasarkan tabungan IB Ibrah Haji kepada nasabah atau calon nasabah, ada beberapa aspek yang perlu diperhatikan, salah satunya adalah menonjolkan keunggulan produk tersebut agar dapat menarik minat mereka. Sehubungan dengan hal tersebut, maka penulis ingin mengetahui dan mempelajari lebih jauh upaya-upaya yang dilakukan Bank Muamalat Indonesia Tbk. Kantor Cabang Banjarmasin sebagai lembaga keuangan yang berdasarkan syariah. Maka dari itu, penulis berupaya untuk menulis penelitian yang berjudul **"Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Tabungan IB Hijrah Haji di PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Kantor Cabang Banjarmasin"**.

B. Rumusan Masalah

Bagaimana strategi pemasaran yang di terapkan oleh PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. KC Banjarmasin dalam meningkatkan tabungan Hijrah Haji ?

C. Tujuan Penelitian

Untuk menganalisis strategi pemasaran yang diterapkan oleh PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. KC Banjarmasin dalam meningkatkan tabungan Ib Hijrah Haji.

D. Manfaat Penelitian

Dilakukannya penelitian ini di harapkan dapat memberikan beberapa manfaat, yaitu berupa :

1. Manfaat Teoritis

a. Menyediakan referensi tambahan dalam pengembangan ilmu Perbankan Syariah terkait strategi pemasaran yang bertujuan untuk meningkatkan tabungan IB Hijrah Haji di PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Kantor Cabang Banjarmasin..
b. Hasil dari penelitian ini diharapkan bisa dijadikan sebagai literasi untuk penelitian yang terkait maupun relevan dimasa akan datang.

2. Manfaat Praktisi

a. Penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat serta wawasan bagi pembaca dan masyarakat mengenai strategi pemasaran yang diterapkan untuk meningkatkan tabungan IB Hijrah Haji di PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Kantor Cabang Banjarmasin.
b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat mendukung lembaga keuangan syariah dalam mengembangkan diri, meningkatkan jumlah nasabah pada berbagai produk yang ditawarkan, serta mengoptimalkan kegiatan perbankan yang dijalankan.

E. Definisi Operasional

1. Strategi Pemasaran.

a) Pengertian Strategi

Asal kata strategi adalah turunan dari kata dalam bahasa yunani, strategos. Menurut *Glueck* dan *Jauch* adalah rencana yang di satukan, luas dan berintegrasi yang menghubungkan keunggulan strategis perusahaan dengan tantangan lingkungan, yang dirancang untuk memastikan bahwa tujuan utama dari perusahaan dapat dicapai melalui pelaksanaan yang tepat oleh organisasi. Strategi dapat diartikan sebagai sebuah rencana yang dirancang oleh manajemen puncak untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Rencana ini mencakup berbagai

aspek, seperti sasaran, kebijakan, serta langkah-langkah yang harus diambil oleh sebuah organisasi dalam menjaga keberlangsungan dan memenangkan persaingan. Khususnya, perusahaan atau organisasi perlu memiliki keunggulan kompetitif. Secara umum, strategi adalah ilmu yang berkaitan dengan perencanaan dan penentuan arah dalam menjalankan operasi bisnis skala besar, dengan mengoptimalkan seluruh sumber daya perusahaan untuk menghasilkan keuntungan nyata dalam dunia usaha.

b) Pengertian Pemasaran

Pemasaran adalah rangkaian aktivitas yang bertujuan untuk memilih dan mempertahankan pasar sasaran, dengan fokus pada menarik dan menjaga pelanggan melalui penyampaian nilai yang unggul. Proses ini dirancang untuk menciptakan serta mempermudah pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan. Konsep pemasaran menekankan bahwa keberhasilan organisasi dalam mencapai tujuannya bergantung pada kemampuan perusahaan untuk menjadi lebih efektif dibandingkan dengan para pesaingnya.

Pemasaran yang dimaksud dalam penelitian ini adalah bagaimana cara Bank Muamalat Indonesia Tbk. Kantor Cabang Banjarmasin dalam memasarkan suatu produk, yang salah satu produknya adalah tabungan IB Hijrah Haji.

2. Tabungan Haji

a) Tabungan

Tabungan adalah salah satu jenis simpanan yang sangat populer di kalangan masyarakat, baik di perkotaan maupun di pedesaan. Pada awalnya, kegiatan menabung dilakukan secara sederhana, seperti menyimpan uang di

celengan dan menyimpannya di rumah. Namun, menyimpan uang di rumah memiliki risiko yang cukup besar, seperti kehilangan atau kerusakan. Seiring perkembangan zaman, kebutuhan masyarakat akan layanan perbankan meningkat, terutama karena alasan keamanan dalam menyimpan uang.

Haji dalam pengertian sederhana berarti perjalanan menuju kota Makkah. Secara etimologi, haji dapat diartikan sebagai pergi menuju tempat yang dimuliakan, yaitu Makkah. Sementara itu, dalam istilah fiqih, para ulama sepakat bahwa haji adalah perjalanan menuju Makkah dengan tujuan melaksanakan ibadah tertentu melalui serangkaian manasik haji yang dilakukan pada waktu (miqat zamani) dan tempat (miqat makani) tertentu sesuai dengan tata cara yang telah ditetapkan. Imam Al- Jurjani mengatakan, “Haji adalah niat menuju Baitullah dengan sifat-sifat tertentu, pada waktu tertentu, dan syarat-syarat tertentu(Awaliyah, 2019, p. 37).

1. PT. Bank Muamalat Indonesian Tbk

PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk merupakan bank umum pertama di Indonesia yang mengadopsi prinsip syariah Islam dalam operasionalnya. Bank ini resmi didirikan pada 1 November 1991 atas prakarsa Majelis Ulama Indonesia (MUI) dan pemerintah Indonesia.

F. Penelitian Terdahulu

Agar tidak terjadi kesalahpahaman sekaligus memperjelas permasalahan yang diangkat oleh penulis, diperlukan tinjauan pustaka untuk membedakan penelitian ini dari penelitian sebelumnya. Adapun penelitian-penelitian serupa yang telah dilakukan sebelumnya adalah sebagai berikut:

1. Prita Indah Pahlefi (2020) berjudul, “Analisis Strategi Pemasaran Produk Tabungan Mabrur Dengan Akad Mudharabah Muthlaqah Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Tabungan Haji Bank Syariah Mandiri KCP Medan Setia Budi”

   Penelitian ini menerapkan metode Analisis SWOT dengan pendekatan kualitatif. Sebelum itu, peneliti perlu memahami kondisi perusahaan serta mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang memengaruhi strategi perusahaan dalam memasarkan produk. Teknik pengumpulan data yang digunakan meliputi wawancara dan observasi langsung di lapangan. Selain itu, peneliti juga mengumpulkan referensi dari buku dan sumber lain yang relevan dengan topik penelitian.

   Informasi yang telah diperoleh dan dikumpulkan dianalisis menggunakan metode Analisis SWOT untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman terkait strategi pemasaran yang diterapkan. Berdasarkan hasil penelitian, diketahui bahwa posisi perusahaan berada di kuadran I pada Diagram Cartesius. Hal ini mencerminkan penerapan strategi Growth Oriented Strategy, yang menunjukkan bahwa perusahaan berada dalam situasi yang sangat menguntungkan. Perusahaan memiliki keunggulan yang dapat dimanfaatkan untuk meraih peluang sekaligus menghadapi tantangan.

   Persamaan pada penelitian ini adalah membahas tentang produk tabungan, metode analisis menggunakan analisis SWOT. Jenis pendekatan kualitatif.

   Perbedaan pada penelitian ini adalah tempat penelitian, produk tabungan, dan tidak menggunakan observasi, buku-buku dan sumber yang lainnya.

2. Maya Reskiah Putri (2020) berjudul “Strategi Pemasaran Produk Tabungan Haji pada PT. Bank BNI Syariah Palu”.

Penelitian ini memanfaatkan metode studi pustaka (library research) dengan menelaah literatur yang relevan dengan masalah yang akan diteliti. Selain itu, juga digunakan metode penelitian lapangan (field research) untuk mengumpulkan data dari Bank BNI Syariah Palu melalui observasi dan wawancara. Proses ini dilakukan menggunakan pendekatan Syar’i dengan jenis penelitian yang bersifat kualitatif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang diterapkan oleh Bank BNI Syariah Palu, khususnya untuk produk tabungan haji, menggunakan pendekatan pasar sasaran dengan strategi bauran pemasaran (marketing mix). Strategi ini melibatkan empat elemen utama: produk, harga, distribusi, dan promosi. Perumusan strategi tersebut bertujuan untuk menarik minat nasabah sekaligus mempertahankan loyalitas mereka. Analisis terhadap strategi pemasaran produk tabungan iB Baitullah Hasanah mengungkapkan berbagai aspek kekuatan, kelemahan, peluang, serta ancaman.

Persamaan pada penelitian ini adalah membahas tentang strategi pemasaran produk tabungan haji dan menggunakan jenis pendekatan kulaitatif.

Perbedaan pada penelitian ini adalah menggunakan metode library research, tempat penelitian dan menggunakan pendekatan Syar’i.

3. Irpan Suleman Pohan, (2020) Judul Analisis SWOT Penggunaan Media Promosi dalam Pemasaran Produk Tabungan IB Muamalat Haji dan Umrah Pada PT. Bank Muamalat Indonesia. Tbk. KCP. Panyabungan.

   Penelitian ini membahas tentang Media Promosi dan Analisis SWOT. Analisis SWOT merupakan metode untuk menggambarkan situasi dan kondisi secara deskriptif, memungkinkan bank mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, serta ancaman yang dimiliki. Subjek penelitian adalah karyawan Bank Muamalat Indonesia, Tbk. KCP Panyabungan, khususnya yang bertugas di bagian pemasaran. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi, sementara analisis data dilakukan dengan metode deskriptif kualitatif.

   Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi media promosi yang diterapkan oleh Bank Muamalat Indonesia, Tbk. KCP Panyabungan meliputi beberapa metode. Untuk media periklanan, bank menggunakan media cetak. Dalam promosi melalui publikasi (publicity), bank aktif menghadiri berbagai kegiatan masyarakat seperti pengajian atau perwiritan serta melakukan kunjungan ke sekolah-sekolah. Sementara itu, pada promosi penjualan pribadi (personal selling), bank mengunjungi rumah-rumah masyarakat atau calon nasabah secara langsung. Analisis SWOT terhadap produk tabungan iB Muamalat Haji dan Umrah mengungkapkan bahwa salah satu kekuatan (strength) dari Bank Muamalat Indonesia, Tbk. KCP Panyabungan adalah kemampuan menawarkan setoran dengan nominal yang relatif terjangkau.Kelemahan (weaknesses): Promosi produk masih minim melalui media elektronik, seperti radio, iklan

televisi, internet, serta media sosial pribadi. Peluang (opportunities): Lokasi operasional bank berada di area yang strategis. Ancaman (threats): Persaingan antarbank yang semakin ketat, dengan masing-masing menawarkan produk tabungan haji. Selain itu, luasnya wilayah Kabupaten Mandailing Natal (Madina) menjadi tantangan tersendiri karena promosi produk belum dapat menjangkau daerah terpencil. Ditambah lagi, minat masyarakat terhadap tabungan haji masih tergolong rendah.

Persamaan penelitian ini adalah sama-sama menggunakan analisis SWOT dan membahas tentang produk tabungan Haji.

Perbedaan pada penelitian ini adalah membahas tentang produk haji dan umroh, dan menggunakan teknik observasi.

G. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan skripsi ini terdiri dari 5 bab yang masing-masing bab terdiri dari beberapa sub, sistematikanya sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan mencakup beberapa bagian utama. Latar belakang masalah menjelaskan bagaimana perusahaan menerapkan strategi pemasaran untuk meningkatkan jumlah tabungan haji. Rumusan masalah berisi inti dari penelitian yang dirumuskan dalam bentuk pertanyaan spesifik terkait strategi pemasaran untuk meningkatkan tabungan haji. Tujuan penelitian adalah untuk mengidentifikasi strategi yang efektif dalam mendorong calon jamaah agar konsisten menabung. Manfaat penelitian mencakup kontribusi dalam memperluas wawasan dan pengetahuan mengenai strategi pemasaran untuk meningkatkan

tabungan iB Hijrah Haji. Definisi operasional atau batasan istilah memaparkan pengertian strategi pemasaran, tabungan haji, serta memberikan gambaran singkat tentang Bank Muamalat KC Banjarmasin. Penelitian terdahulu menjadi referensi dan dasar bagi penelitian berikutnya. Terakhir, sistematika penulisan menjelaskan struktur penyusunan penelitian ini..

Bab II Landasan Teori berisi pembahasan tentang berbagai teori ilmiah yang mendasari penelitian ini. Teori-teori yang dimaksud meliputi pembahasan mengenai strategi, pemasaran, serta teori-teori yang berkaitan dengan penerapan strategi pemasaran untuk meningkatkan tabungan iB Hijrah Haji.

Bab III Metode Penelitian menjelaskan mengenai prosedur atau langkah-langkah yang akan diambil oleh peneliti dalam melaksanakan penelitian, mulai dari tahap awal hingga akhir, untuk memperoleh hasil yang diharapkan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini melibatkan wawancara dan dokumentasi.

Bab IV Hasil dan Pembahasan menyajikan hasil dari penelitian yang telah dilakukan, yang kemudian dibahas secara deskriptif. Pembahasan ini disusun dengan cara yang memudahkan pemahaman bagi pembaca.

Bab V Penutup menyajikan kesimpulan dan rekomendasi. Kesimpulan menyajikan ringkasan temuan-temuan penelitian yang relevan dengan permasalahan yang diteliti. Sementara itu, saran-saran disusun berdasarkan hasil penelitian, berisi rekomendasi mengenai langkah-langkah yang perlu diambil oleh pihak-pihak terkait berdasarkan temuan tersebut.