

**IMPLEMENTASI *INTEGRATED MARKETING
COMMUNICATION* DALAM MINAT PEMBIAYAAN
PROGRAM HAJI DI BANK MUAMALAT MANADO**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi dalam Program Studi Perbankan Syariah



Oleh :
Raihan Lovina Tutupo
NIM. 20142025

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
MANADO**

1446 H / 2024 M

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini saya :

Nama : Raihan Lovina Tutupo

Nim : 20142025

Program : Sarjana (Stata satu)

Institusi : IAIN Manado

Dengan sungguh-sungguh menyatakan bahwa SKRIPSI ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian atau karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumebernya.

Manado, 17 - 12 - 2024

Saya yang menyatakan,



Raihan lovina Tutupo

NIM. 20142025

SURAT PERSETUJUAN PEMBIMBING

SURAT PERSETUJUAN PEMBIMBING

Kepada Yth,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Manado
Di

Manado,-

Assalamua'alaikum Wr. Wb.

Setelah membaca, meneliti memverikan petunjuk dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi saudara/I :

Nama : Raihan Lovina Tutupo

Nim : 20142025

Judul Skripsi : Implementasi *Integrated marketing Commucation*

Meningkatkan Minat Menggunakan Pembiayaan Program

Haji di Bank Muamalat manado.

Sudah dapat diajukan untuk ujian skripsi. Atas perhatiannya kami ucapkan terimakasih.

Manado, ~~30, October~~, 2024

Pembimbing I



Hi. Ridwan Japal, S.Ag., M. HI.

NIP. 196512311998031008

Pembing II

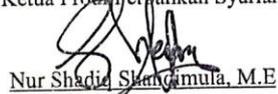


Lilly Angrayni, SE, MSA

NIP. 199206122020122009

Mengetahui :

Ketua Prodi Perbankan Syariah



Nur Shadiq Shamsulmala, M.E

NIP. 199202162018011

SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIASI**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) MANADO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan. Dr. S.H. Sarundajang Kawasan Ringroad I Manado, Telp/Fax. 0431-860616 Manado 95128 Telp/Fax (0431)
860616850774 Website : <http://www.Febi.iain-manado.ac.id> Email@iain-manado.ac.id

SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIASI

Nomor: B-1214/In.25/F.IV/PP.009/11/2024

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dr. Radlyah Hasan Jan, M.Si.
Nip. : 197009061998032001
Jabatan : Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Dengan ini menerangkan bahwa mahasiswa:

Nama : Raihan Lovina Tutupo
NIM : 20142025
Prodi : Perbankan Syariah

Setelah mengadakan cek plagiasi dengan menggunakan aplikasi Turnitin, maka Skripsi Mahasiswa tersebut diatas, dengan judul:

"Implementasi *Integrated marketing Commucation* Meningkatkan Minat Menggunakan Pembianyan Program Haji di Bank Muamalat Manado."Dinyatakan bebas plagiasi/~~plagiasi di atas 25% *~~

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Manado, 13 November 2024

Dekan.


Radlyah Hasan Jan


PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi yang berjudul, "Implementasi Integrated Marketing Commucation dalam Minat Pembiayaan Program Haji di Bank Muamalat" yang disusun oleh Raihan Lovina Tutupo, NIM: 20142025, Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Program Studi Ekonomi Syariah IAIN Manado, telah diuji dan dipertahankan dalam sidang munaqasyah yang di selenggarakan pada 17 Desember 2024 M bertepatan dengan 14 Jumadil Akhir 1446 H dinyatakan telah dapat diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi, Program Studi Perbankan Syariah dengan beberapa perbaikan.

Manado, Selasa, 17 Februari 2025 M

18 Syaban 1446 H

DEWAN PENGUJI

Ketua	: H. Ridwan Jamal, M.H.I	()
Sekretaris	: Lily Anggrayni, M.S.A	()
Munaqisy I	: Prof. Dr. Rosdalina Bukido, M. Hum	()
Munaqisy II	: Chadijah Haris, M.M	()
Pembimbing I	: H. Ridwan Jamal, M.H.I	()
Pembimbing II	: Lily Anggrayni, M.S.A	()

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Dr. Radiyah Hasan Jan, M.Si
NIP. 197009061998032001

TRANSLITERASI

A. Konsonan Tunggal

Arab	Indonesia	Arab	Indonesia
ا	a	ط	ṭ
ب	b	ظ	ẓ
ت	t	ع	ʿ
ث	ṯ	غ	g
ج	j	ف	f
ح	ḥ	ق	q
خ	kh	ك	k
د	d	ل	l
ذ	ẓ	م	m
ر	r	ن	n
ز	z	و	w
س	s	ه	h
ش	sy	ء	ʿ
ص	ṣ	ي	y

B. Konsonan Rangkap

Konsonan rangkap, termasuk tanda syaddah, harus ditulis secara lengkap, seperti :

احمدية : ditulis *Ah madiyyah*

شمسية : Ditulis *Syamsiyyah*

C. Ta' Marbutah di Akhir Kata

1. Bila dimatikan ditulis “h”, kecuali untuk kata-kata Arab yang sudah terserap menjadi bahasa Indonesia:

جمهورية : ditulis *Jumhuriyyah*

مملكة : ditulis *Mamlakah*

2. Bila dihidupkan karena berangkat dari kata lain, maka ditulis “t”:

نعمة الله : ditulis *Ni'matullah*

زكاة الفطر : ditulis *Zakāt al-Fitr*

D. Vokal Pendek

Tanda *fathah* ditulis “a”, kasrah ditulis “i”, dan *damah* ditulis “u”.

E. Vokal Panjang

1. “a” panjang ditulis “ā”, “i” panjang ditulis “ī”, dan “u” panjang ditulis “ū”, masing-masing dengan tanda macron (¯) di atasnya.
2. Tanda *fathah* + huruf *yā'* tanpa dua titik yang dimatikan ditulis “ai”, dan *fathah* + *wawu* mati ditulis “au”.

Vokal-vokal Pendek Berurutan

F. Vokal-vokal pendek yang berurutan

Vokal-vokal Pendek Berurutan dalam satu kata dipisahkan dengan apostrof (‘)

أنتم : *a'antum*

مؤنث : *mu'annas.*

G. Kata Sandang Alif + Lam

1. Bila diikuti huruf *qamariyyah* ditulis al-:

القرآن : ditulis *al-Qur'an*

2. Bila diikuti huruf *syamsiyyah*, maka al- diganti dengan huruf

syamsiyyah yang mengikutinya:

السنة : ditulis *as-sunnah*

H. Huruf Besar

Penulisan huruf besar disesuaikan dengan EYD.

I. Kata dalam Rangkaian Frasa Kalimat

- a. Ditulis kata per kata atau;
- b. Ditulis menurut bunyi atau pengucapannya dalam rangkaian tersebut:

شيوخ إلى سال م : *Syaikh al-Islam*

J. Lain-lain

Kata-kata yang sudah dibakukan dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) seperti kata *ijmak*, *nas*, *akal*, *hak*, *nalar*, *paham*, dan sebagainya, ditulis sebagaimana dalam kamus tersebut.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah segala puji bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya dan hanya kepada-Nyalah kita menyembah dan memohon pertolongan sehingga bisa sampai pada tahap ini dalam rangka menyelesaikan skripsi yang berjudul” Implementasi *Integrated Marketing Communication* dalam minat Pembiayaan Program Haji “ di Bank Muamalat KCU Manado” Sholawat serta salam tak lupa dihaturkan kepada Nabi besar baginda Muhammad SAW dan para sahabatnya yang telah menuntun dan menjadi suri tauladan, semoga syafaatnya sampai pada kita semua.

Selama penyusunan skripsi ini, diucapkan terima kasih banyak kepada semua pihak yang telah memberikan semangat dan motivasi. Ucapan terima kasih disampaikan kepada orang tua saya yaitu Bapak Julhan Hulla, Bapak Alm Abdul jalil Tutupo dan Ibu Almh Rahma Humalangi dan juga ucapakan secara khusus dan istimewa kepada pengganti orang tua saya yaitu Bapak Sarifuddin Azis dan Ibu Djubaeda Humalangi karena telah memberikan segala bentuk dukungan cinta dan kasih sayang hingga bisa berada di titik ini. Terima kasih juga kepada sepupu-sepupuku dan juga maade yaitu Kanda Astria Al” Amin. Indrywati Pakaya dan Maade Alwia Humalangi yang sangat luar biasa hebat yang selalu memberikan semangat dan selalu meyakinkan saya bahwa saya mampu dan bisa untuk tetap berjuang hingga saat ini.

Pada kesempatan ini tak lupa penulis mengucapkan terima kasih serta rasa homat penulis kepada:

1. Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Manado, Prof. Dr. H. Ahmad Rajafi, M.HI
2. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Manado, Ibu Dr. Radlyah Hasan Jan, M.Si, CGAM., CIIC., CWC., CFP., CAP., C.RM
3. Dr. Moh. Muzwir R. Luntajo.MSi Selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Manado

4. Ibu Dr. Nurlaila Harun, M.Si selaku Wakil Dekan II Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Manado
5. Bapak Dr. Syarifuddin, S.Ag, M.Ag selaku Wakil Dekan III Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Manado
6. Bapak Nur Shadiq Sandimula, M.E selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah penulis ucapkan banyak-banyak terima kasih karena senantiasa membantu, mendukung dan mensupport serta memberikan nasehat kepada penulis dalam menyusun dan menyelesaikan studi
7. Ibu Prof. Dr. Rosdalina Bukido, M.HUM. sekaligus penguji I, dan Ibu Sekertaris Prodi Pebankan syariah Chadijah Haris, M.M. Penguji II yang telah memberikan saran dan ilmu yang sangat bermanfaat kepada penulis dalam penyelesaian skripsi.
8. Bapak Muhammad Azhar Mushlihin, SE., MM selaku Pembimbing Akademik penulis ucapkan banyak terimakasih karena sudah membantu penulis dalam mencari dan menemukan ide untuk mengangkat penelitian ini.
9. Bapak Hi. Ridwan Jamal, S.Ag., M.HI. selaku dosen Pembimbing I dan Ibu Lilly Anggrayni, SE, MSA selaku dosen pembimbing II tercinta yang selama ini telah meluangkan waktu dan memberikan arahan-arahan yang sangat membantu, serta dengan ikhlas dan sabar membimbing penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
10. Bapak Mahdi, SE, M.Si selaku kepala bagian Tata Usaha dan Ibu Anita Martosono, S.HI, M.Si, selaku unit pengembangan teknologi pembelajaran yang senantiasa membantu pengurusan persyaratan dan membimbing penulis agar terselesainya skripsi ini
11. Seluruh Bapak/Ibu dosen yang ada di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, yang telah senantiasa memberikan motivasi kepada penulis agar cepat menyelesaikan salah-satu syarat untuk mendapatkan gelar S1 Sarjana Perbankan Syariah.
12. Bapak Mahmud K. Diko selaku Pimpinan PT. Bank Muamalat KC Manado, Ibu Ferial A. Alhabsyi selaku BOSM PT. Bank Muamalat KC Manado, Kak

Dessy Denianty selaku Back Officer, Kak Anang Dwi Purnomo yang bersedia meluangkan waktunya dan kak Reza Mertosono yang membantu dalam mengumpulkan data ini. Ibu Ade Monoarfa, Kak Muhammad Tohar Pasaribu, Bapak Fikri, Bapak Heryanto, Bapak Ismet, Kak Jingga F Talibu, serta seluruh karyawan/i PT. Bank Muamalat KCU Manado saya ucapkan terima kasih.

13. Kepada orang-orang terdekat Rifly, Mastia, Mita, Nur Rizky, Maya, Anisa, Valia, Djamal yang senantiasa selalu mendukung dan memberikan semangat mana kalah penulis mulai merasa tidak bersemangat dalam menyusun skripsi.
14. Kepada teman-teman kelas Perbankan Syariah A angkatan 2020 yang tak bisa saya sebut satu persatu sebagai teman/rekan yang saling memberikan dukungan, masukan serta saran dalam proses penyusunan skripsi.
15. Kepada teman-teman Kost yang sudah jadi keluarga kedua di perantauan Dila, Mita, Essi terima kasih yang selalu mendukung dan memberikan semangat, dukungan, masukan serta saran dalam proses penyusunan.
16. Ucapan Terkhusus kepada Ibu Sariya Mewar, Bapak Yusuf pudihang, Nadia, dan Nona terima kasih telah memberikan semangat dan motivasi kepada penulis.
17. Terima kasih kepada kakak-kakak Bank Muamalat dan teman_teman kkp Kak Fadhila Naue, kak eggy, ka eca dan Sridiva, Nazira, Apriyani dan Aslan yang sangat membantu dalam penyusunan skripsi saya dan juga lainnya yang tidak dapat di sebut terima kasih atas bantuan, dorongan dan keterlibatannya dalam setiap proses tersulit sampai ketahap penyusunan skripsi ini.
18. Terakhir, terima kasih untuk diri sendiri yang selalu melawan rasa malas dan selalu mengingatkan bahwa semua pasti berlalu dengan baik serta semangat agar terlaksananya penyusunan skripsi dan telah mampu bertahan dan terus berusaha keras dan masih terus berjuang sejauh ini melewati proses tersulit sekalipun. Mampu mengendalikan diri dari berbagai tekanan di luar keadaan dan tak menyerah sesulit apapun proses penyusunan skripsi ini dengan menyelesaikan sebaik dan semaksimal mungkin, ini merupakan pencapaian yang patut di banggakan untuk diri sendiri.

Tidak ada upaya yang dapat penulis berikan atas segala bentuk bantuan yang mereka berikan dalam penyelesaian skripsi ini, hanya curahan do'a memohon kepada Allah SWT agar menjadikan seluruh aktifitas Bapak, ibu, Saudara dan Saudari bernilai amal ibadah di sisi-Nya. Semonga tulisan ini dapat bermanfaat bagi pembaca pada umumnya dan penulis pada khususnya. Aamiin.

Manado, 30 Agustus 2024

Penyusun,



Raihan Lovina tutupo

NIM. 20142025

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	i
SURAT PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	ii
SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIASI.....	iii
PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
TRANSLITERASI.....	v
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
ABSTRAK.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi masalah	8
C. Batasan Masalah.....	8
D. Rumusan masalah.....	8
E. Tujuan Penelitian	9
F. Manfaat Penelitian	9
G. Definisi Operasional.....	9
H. Penelitian Terdahulu Yang Relevan	11
BAB II KAJIAN TEORI	15
A. INTEGRATED MARKETINNG COMMUNICATION	16
1. Pengertian <i>Integrated Marketing Communication</i>	16
2. Unsur-unsur dalam <i>Integrated Marketing Communication</i>	17
3. Tujuan Rencana <i>Integrated Marketing Communication (IMC)</i>	18
4. Indikator <i>Integrated Marketing Communication</i>	19

B.	Pembiayaan Program Haji	20
1.	Pengertian Pembiayaan Program Haji (ProHajj).....	20
2.	Bentuk-bentuk pembiayaan	21
C.	Program Haji (Prohajj)	23
1.	Pengertian Program Haji (Prohajj)	23
2.	Pendaftaran Haji Melalui Aplikasi Muamalat Din.....	24
3.	Tabungan iB Hijrah (non zakat)	28
4.	Indikator Pembiayaan Program haji (ProHajj)	29
D.	Minat	30
1.	Pengertian Minat	30
2.	Jenis-Jenis Minat	32
E.	Bank Muamalat Manado	32
1.	Sejarah Bank Muamalat	33
2.	Tujuan Bank Muamalat Indonesia.....	34
BAB III METODE PENELITIAN		36
A.	Tempat dan Waktu Penelitian.....	36
B.	Rancangan Penelitian	36
C.	Sumber Data.....	36
1.	Data Primer.....	366
2.	Data Sekunder	366
D.	Instrumen Penelitian.....	37
E.	Teknik Pengambilan Sampel.....	37
F.	Teknik Pengambilan Data.....	38
1.	Observasi	38
2.	Wawancara	38
G.	Teknik Analisis Data.....	43
1.	Reduksi data	44
2.	Penyajian Data.....	44
3.	Penarikan Kesimpulan.....	44

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	46
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	46
1. Profil Bank Muamalat Indonesia.....	46
2. Visi dan Misi Bank Muamalat Indonesia	51
3. Struktur Organisasi Bank Muamalat KCU Manado.....	51
4. Gambaran Kerja serta Fungsi Organisasi Bank Muamalat Indonesia....	52
5. Produk dan Layanan Bank Muamalat Indonesia.....	57
B. Hasil Penelitian	66
C. Pembahasan.....	79
BAB V PENUTUP	83
A. Kesimpulan	86
B. Saran.....	86
DAFTAR PUSTAKA	88
LAMPIRAN.....	90

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Daftar nama narasumber	39
Tabel 3. 2 Daftar Pertanyaan.....	41
Tabel 4. 1 Alamat Bank Muamalat KCU Manado.....	51
Tabel 4. 2 Jumlah Nasabah Pembiayaan Prohajj.....	67

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Tampilan Aplikasi Muamalat DIN.....	25
Gambar 2. 2 Fitur Tabungan Haji dalam Muamalat DIN	26
Gambar 2. 3 Brosur Tabungan Hijrah Haji	26
Gambar 2. 4 Brosur Multiguna Prohajj.....	27
Gambar 4. 1 Struktur Bank Muamalat KCU Manado.....	52

DAFTAR LAMPIRAN

Surat Keterangan telah Selesai Melakukan Penelitian.....	89
Persetujuan Menjadi Informa.....	90
Surat Pernyataan	88
Pedoman Wawancara.....	113
Dokumentasi.....	116
Daftar Riwayat Hidup.....	119

ABSTRAK

Nama : Raihan Lovina Tutupo
Nim : 20142025
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Prodi : Perbankan Syariah
Judul : Implementasi Integrated Marketing Communicatin dalam meningkatkan Minat Pembiayaan Program Haji di Bank Muamalat Manado.

Perkembangan era bisnis yang semakin kompetitif, perusahaan dihadapkan pada kebutuhan untuk memiliki pemahaman yang mendalam terhadap pelanggannya karena pelanggan menjadi fokus utama dari eksistensi perusahaan. Pembiayaan Program Haji di Bank Muamalat dirancang untuk menyediakan pembiayaan porsi haji dengan syarat yang tidak terlalu rumit. Program ini bertujuan membantu umat muslim yang ingin mendaftar haji tetapi belum memiliki dana sebesar Rp. 25.000.000,- untuk pendaftaran. Tujuan penelitian ini adalah *Integrated Marketing Communication* (IMC) dalam meningkatkan minat masyarakat memilih pembiayaan program haji di Bank Muamalat serta *Integrated Marketing Communication* (IMC) dapat mempengaruhi tingkat persaingan di industri keuangan. Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah metode kualitatif deskriptif yang terdiri dari 3 tahap yaitu observasi lapangan, wawancara kepada pihak Bank Muamalat. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa bank muamalat KCU manado telah menerapkan secara maksimal untuk pembiayaan program haji tetapi hal ini tidak sesuai dengan yang dirasakan oleh nasabah karena nasabah lebih memilih menggunakan tabungan haji reguler.

Kata Kunci : *Integrated Marketing Communication*, Minat, Pembiayaan

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan bidang usaha dalam industri keuangan dari tahun ke tahun secara terus menerus mengalami perkembangan yang sangat pesat sesuai dengan kebutuhan masyarakat maka dari itu Bank Muamalat menggunakan *Integrated Marketing Communication* (IMC) untuk meningkatkan minat masyarakat untuk menggunakan produk-produk yang ada dalam Bank Muamalat yaitu salah satunya program haji (prohajj). *Integrated Marketing Communication* (IMC) adalah cara pemasaran untuk mempromosikan setiap produk yang ada diperusahaan supaya masyarakat bisa mengenal produk yang ada pada mereka.¹

Perkembangan era bisnis yang semakin kompetitif, perusahaan dihadapkan pada kebutuhan untuk memiliki pemahaman yang mendalam terhadap pelanggannya karena pelanggan menjadi fokus utama dari eksistensi perusahaan, semakin dalam pemahaman perusahaan terhadap pelanggannya, semakin besar kemampuan perusahaan untuk bersaing dengan pesaingnya. Salah satu elemen kunci dalam pemahaman perusahaan terhadap pelanggannya adalah terjalinnya komunikasi komunikasi yang efektif, sehingga pesan yang ingin disampaikan dengan jelas dan dipahami dengan baik oleh *pelanggannya*. *Integrated Marketing Communication* (IMC) adalah strategi yang digunakan oleh perusahaan untuk mengkomunikasikan produk secara efektif kepada pelanggan.

Integrated Marketing Communication (IMC) adalah strategi yang menggabungkan berbagai bentuk komunikasi pemasaran, seperti iklan, promosi penjualan, pemasaran langsung, hubungan masyarakat, dan pemasaran digital, ke dalam satu kesatuan yang harmonis. Tujuan utama

¹ Gabriel Iantano Putra, *The Implementation of Integrated Marketing Communication for Alvera*, Book Perbankan Syariah: Produk-Produk Dan Aspek-Aspek Hukumnya, 2019.h. 300.

IMC adalah menyampaikan pesan yang konsisten dan terpadu kepada konsumen untuk membangun dan memperkuat kesadaran merek. Selain mengedepankan keseragaman pesan melalui berbagai saluran, IMC juga memastikan setiap interaksi dengan konsumen memberikan nilai dan pengalaman yang positif.

Perkembangan Perbankan Syariah saat ini menunjukkan peningkatan yang signifikan, yang dapat dilihat dari pertumbuhan pangsa pasar terus meningkat mencapai 9%. Fokus utama bagi bank syariah adalah mempertahankan loyalitas nasabahnya dan terus mengembangkan strategi promosi yang efektif untuk menarik masyarakat untuk menggunakan layanan perbankan syariah, sehingga dapat menghasilkan peringkat jumlah nasabah yang signifikan.²

Bank konvensional dan bank syariah memiliki beberapa kesamaan, terutama dalam aspek teknis seperti penerimaan uang, mekanisme transfer, teknologi komputer yang digunakan, persyaratan umum pembiayaan, dan syarat-syarat umum untuk mendapatkan pembiayaan.

Bank konvensional memperoleh keuntungan dari bunga, sementara bank syariah mendapatkan keuntungan dari pembiayaan dengan prinsip bagi hasil, sesuai kesepakatan (nisbah bagi hasil) dengan nasabah (*mudharib* atau mitra usaha). Selain itu, bank syariah memperoleh margin keuntungan dari pembiayaan dengan prinsip jual beli, dan pendapatan sewa dari pembiayaan dengan prinsip sewa.³

Perkembangan perbankan syariah masih tertinggal dibandingkan dengan perbankan konvensional, terutama karena perbankan konvensional muncul lebih awal. Hal ini menjadi faktor utama mengapa perbankan syariah belum berkembang sejauh perbankan konvensional. Banyak masyarakat, termasuk yang beragama Islam, masih menggunakan layanan

² Karmila Karia, 'Implementation of Sharia Bank Integrated Marketing Communication in Increasing the Number of Customers', *Journal Of Institution And Sharia Finance*, 4.1 2021, h. 41.

³ Tri Inda Fhadila Rahma, 'Perbankan Syariah I', in *Buku Diktat*, 2019, h. 5.

perbankan konvensional karena menganggap bahwa perbankan syariah tidak berbeda dengan perbankan konvensional.⁴

Pembiayaan Program Haji di Bank Muamalat dirancang untuk menyediakan pembiayaan porsi haji dengan syarat yang tidak terlalu rumit. Program ini bertujuan membantu umat muslim yang ingin mendaftar haji tetapi belum memiliki dana sebesar Rp. 25.000.000,- untuk pendaftaran. Melalui program ini, Bank Muamalat siap memberikan pembiayaan dana haji agar masyarakat dapat segera mendapatkan porsi haji. Nasabah yang memanfaatkan program ini dapat mencicil angsuran sesuai dengan jangka waktu yang telah ditentukan berdasarkan kemampuan mereka. Produk pembiayaan Multiguna ProHajj memiliki jangka waktu antara 12 hingga 60 bulan (1-5 tahun).⁵

Program Haji ini menggunakan akad Al-Qardh Wal Ijarah, di mana Bank Muamalat Indonesia membantu menalangi pembayaran BPIH (Biaya Penyelenggaraan Ibadah Haji) nasabah sesuai dengan fatwa DSN-MUI No.19/DSN-MUI/VI/2001. Bank Muamalat Indonesia memperoleh imbalan jasa (ujrah) berdasarkan prinsip al ijarah, sesuai dengan fatwa DSN-MUI No.9/DSN-MUI/VI/2000.

Bank Muamalat Indonesia meluncurkan produk baru yaitu pembiayaan Multiguna ProHajj. Produk ini telah disetujui oleh Dewan Pengawas Syariah (DPS) dan Otoritas Jasa Keuangan (OJK). Multiguna ProHajj adalah pembiayaan yang ditujukan untuk porsi haji, memungkinkan nasabah melakukan pembiayaan haji tanpa harus datang ke kantor. Produk

⁴ Hilda sanjayawati and Muhammad Romli Muar, 'Analisis Persepsi Masyarakat Terhadap Minat Produk Prohajj Dalam Hukum Islam', Maro: Jurnal Ekonomi Syariah Dan Bisnis, 5.1 (2022), h. 78.

⁵ Aghnini Alnata, 'Aghnini Alnata Faculty of Economics , Alkhairaat University Faculty of Economics , Alkhairaat University', *Strategi Pemasaran Bank Muamalat Dalam Meningkatkan Minat Nasabah Pembiayaan ProHajj Perspektif Etika Bisnis Islam*, 2.1 (2021), h. 31.

ini menyasar calon nasabah dari berbagai segmen, termasuk pegawai tetap, pegawai tidak tetap, wirausahawan, dan tenaga profesional.⁶

Bank Muamalat KCU Manado merupakan kantor satu-satunya di jl. Sam Ratulangi No.11, Wenang Utara, kec. Wenang, Kota Manado, Sulawesi Utara. Secara geografis lokasi Bank Muamalat di Kantor Cabang Utama kota Manado lokasi ini sangat strategis dan tepat karena berada di area pusat kabupaten kota. Tempat yang strategis ini memudahkan akses masyarakat, baik dari kota maupun desa, untuk memanfaatkan produk dan layanan yang disediakan oleh Bank Muamalat Kantor Cabang Utama Kota Manado. Berdasarkan hasil observasi peneliti, Bank Muamalat KCU Manado memiliki karyawan yang sangat mendukung dalam menjalankan tugas mereka. Selain itu, para pegawai juga menunjukkan sikap yang ramah dan terbuka terhadap peneliti yang melakukan penelitian di Bank Muamalat KCU Manado.

Menurut Direktur Operasi dan digital Bank Muamalat Wahyu Avianto mengatakan, ruang lingkup kerja sasama ini salah satunya adalah program pengurus haji khusus. Sedikit catatan, Prohaji merupakan produk pembiayaan kepengurusan pendaftaran porsi haji khusus atau biasa dikenal dengan Ongkos Naik Haji (ONH) plus.⁷

Proses pengajuan prohaji dan pengurus porsi akan di bantu oleh Penyelenggara ibadah Haji Khusus (PIHK) yang telah bekerja sama dengan Bank Muamalat. Dengan Program Haji, waktu keberangkatan akan lebih cepat dibandingkan dengan haji regular yakni hanya sekitar 6-7 tahun.⁸

⁶ Firdha Mulia, Ikhwatun Hasanah, and Elman Nafidzi, 'Analisis Peran Interenship Terhadap Penjualan Produk Prohaji Pada Bank Muamalat Indonesia', *Islamic Banking and Finance*, 6.1 2023, h. 809.

⁷ Wahyu Avianto, 'Pendaftaran Porsi Haji Khusus Atau Biasa Dikenal Dengan Ongkos Naik Haji (ONH) Plus.', *Kompas.Com*, 2023.

⁸ Erlangga Djumena Agustinus Rangga Respati, ''Bank Muamalat Tawarkan Produk Haji Khusus Dan Umrah Lewat Kanal Digital'', *Kompas.Com*. 21 September 2023.

Proses untuk menarik minat nasabah terhadap produk pembiayaan program haji, diperlukan strategi-strategi yang efektif agar tujuan perusahaan dalam mencapai target dapat tercapai sesuai dengan harapan.

Perbankan Syariah terus menerus mengembangkan beragam produknya untuk mencapai keuntungan dan memberikan kepuasan kepada nasabah, salah satu produk yang ditawarkan adalah pembiayaan program Haji (Prohajj). Contohnya, Bank Muamalat Indonesia KCU Manado (BMI) menawarkan Pembiayaan Program Haji untuk membantu memperoleh porsi atau membayar Biaya Penyelenggaraan Ibadah Haji (BPIH).⁹

Menurut Relationship manager funding di Bank Muamalat Reza M mengatakan bahwa Pembiayaan Program Haji di Bank Muamalat memiliki kurangnya peminat masyarakat, masyarakat lebih memilih program haji reguler yang dimana nasabah yang minat untuk pembiayaan prohajj hanya 5 orang sedangkan itu 3 orang lainnya belum memberi kepastian.¹⁰

Ibadah haji merupakan rukun islam kelima, dilakukan pada waktu tertentu, terutama antara tanggal delapan dan tiga belas bulan *Dzulhijjah*. Seluruh rangkaian ibadah haji, baik haji *tamattu'* maupun haji *qiran*, tidak terikat secara ketat pada aturan tertentu, namun melibatkan beberapa tempat sacral seperti *Mekkah, Arafah, Mina*, dan *Muzdalifah* di wilayah Arab Saudi, termaksud perjalanan ke makam Nabi Muhammad SAW di Madinah. Melaksanakan ibadah haji adalah komitmen yang wajib bagi setiap muslim yang mampu secara fisik dan finansial, dan dilakukan sekali seumur hidup. Ada dua implikasi yang perlu dipertimbangkan untuk menyelesaikan ibadah haji dengan memenuhi kapasitas yang diperlukan.¹¹

⁹ Siddik Bonar Pane and Mustapa Kamal Rokan, 'Marketing Strategy for Hajj Program Financing (PROHAJJ) with Wakalah Bil Ujrah Wal Qard Akad at PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Rantauprapat Branch', *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi Dan Keuangan*, 3.3 2022, h. 749.

¹⁰ Reza Martesono, 'Relationship Manager Funding Di Bank Muamalat', 2024.

¹¹ Widiayunita Miranti, 'Pertanggung jawaban Hukum Biro Penyelenggara Perjalanan Haji Khusus Terhadap Pelaksanaan Perjanjian Pemberangkatan Calon Jamaah Haji Khusus', *Journal Of Social Science Research*, 3 2023, h. 2.

Pelaksanaan haji membutuhkan berbagai jenis keterampilan, baik secara fisik maupun nonfisik, seperti kesiapan mental, kesadaran diri, ketulusan hati, serta upaya dan pengorbanan. Karena itu, pelaksanaan ibadah haji memiliki perbedaan yang mencolok dibandingkan dengan empat rukun Islam lainnya. Menarik minat nasabah terhadap produk talangan haji, perusahaan harus merancang strategi yang efektif dan relevan dengan kebutuhan serta preferensi target pasar. Definisi strategi menurut Marrus menyatakan bahwa strategi adalah proses penentuan rencana oleh para pemimpin puncak organisasi yang fokus pada pencapaian tujuan jangka panjang. Strategi ini melibatkan perumusan cara-cara atau upaya-upaya yang perlu diambil untuk mencapai tujuan tersebut.

Penelitian ini riset yang memiliki tema yang hampir mirip dengan penelitian ini pernah di lakukan oleh Yeni Aulia dan Reni Ria Armayani dengan judul Strategi Pemasaran dan Upaya Menarik Minat Nasabah pada Produk Prohajj di PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padang Sidempuan pada tahun 2022 yang telah membedakan riset terdahulu yang mana hampir mirip tema ini dengan riset yang akan saya lakukan yaitu terletak pada tempat penelitian, tahun penelitian, dan fokus masalah penelitian karena penelitian sebelumnya itu berfokus pada strategi pemasaran yang umum sementara penelitian yang akan dilakukan hanya di lakukan Imc atau komunikasi pemasarannya.¹²

Penelitian ini riset yang memiliki tema yang hampir mirip dengan penelitian ini pernah di lakukan oleh Siddik Bonar Pane dan Mustapa Kamal Rokan dengan judul Strategi Pemasaran Pembiayaan Program Haji (Prohajj) dengan Akad *Wakalah Bil Ujrah Wal Qard* pada PT.¹³ Bank

¹² Reni Ria Armayani Yeni Aulia, 'Strategi Pemasaran Dan Upaya Menarik Minat Nasabah', *Strategi Pemasaran Dan Upaya Menarik Minat Nasabah Pada Produk Prohajj Di PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padang Sidempuan*, 2022, h.30.

¹³ Mustapa Kamal Rokan Pane, Siddik Bonar, 'Strategi Pemasaran Pembiayaan Program Haji (Prohajj)', *Strategi Pemasaran Pembiayaan Program Haji (Prohajj) Dengan Akad Wakalah Bil Ujrah Wal Qard Pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Rantauprapat*, 2022, h.23.

Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Rantauprapat pada tahun 2022 namun demikian yang telah membedakan riset terdahulu yang mana hampir mirip tema ini dengan riset yang saya gunakan yaitu riset terdahulu ingin memberitahu informasi tentang adanya produk pembiayaan program haji dengan akad *Wakalah Bil Ujrah Wal Qard* Pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Rantauprapat sedangkan riset saya ingin mengetahui cara Integrated Marketing.

Penelitian ini riset yang memiliki tema yang hamper mirip dengan penelitian ini pernah di lakukan oleh M.Ziqhri Anhardan Andri Soemitra dengan judul Strategi Pemasaran Pada Pembiayaan Haji Di Indonesia Studi Literatur Persepsi Mahasiswa PascaSarjana Bidang Perbankan Syariah pada tahun 2023 namun demikian yang telah membedakan riset terdahulu yang mana hamper mirip tema ini dengan riset yang akan diteliti yaitu riset terdahulu ingin mengkaji tentang strategi pemasaran produk pembiayaan haji yang lebih luas tidak hanya membahas haji dalam perbankan syariah dan pegadaian syariah semntara penelitian yang akan dilakukan hanya terfokuskan kepada pembiayaan prohaji yang ada dibank Muamalat.¹⁴

Bank Muamalat Indonesia, yang didirikan pada tahun 1991 atas prakarsa dari Majelis Ulama Indonesia (MUI) dan Pemerintahan Indonesia, dianggap sebagai pelopor perbankan syariah si Indonesia. Operasional Bank Muamalat dimulai pada tanggal 27 syawal 1412 atau 1 Mei 1992. Dengan dukungan yang kuat dari Cendekiawan Muslim se-Indonesia (ICMI) dan beberapa pengusaha Muslim, pendirian perseroan.

Bank muamalat pertama kali hadir di manado sejak 18 tahun yang lalu yang lebih tepatnya pada tahun 2006 yang dimana pertama kali berlokasi di jalan pierre tendean (*Boulevard*) kemudia di pindahkan pada tanggal 02 November 2019 tepatnya pada hari sabtu manajer Bank

¹⁴ A Ziqhri and A Soemitra, 'Strategi Pemasaran Pada Pembiayaan Haji Di Indonesia: Studi Literatur Persepsi Mahasiswa PascaSarjana Bidang Perbankan Syariah', *Maro: Jurnal Ekonomi Syariah Dan Bisnis*, 5.2 (2022), h.193-200.

Muamalat Cabang Manado, Muhammad Nurwahyu Ishak berbicara dalam peresmian kantor baru Bank Muamalat. Mengenai itu, Ahmad menyatakan bahwa, Bank Muamalat menargetkan bisa meraih nomor 1 *Marketing Research* atau riset.¹⁵

B. Identifikasi masalah

Dari latar belakang di atas maka penelitian mengidentifikasi beberapa masalah, yaitu :

1. Sejauh mana Implementasi *Integrated marketing Communication* (IMC) memberikan pengaruh terhadap perkembangan Bank Muamalat dalam memenangkan persaingan untuk mempertahankan nasabahnya.
2. Apakah pesan-pesan yang di sampaikan oleh pihak bank muamalat dapat di terima atau mengerti oleh para calon nasabah dengan baik.

C. Batasan Masalah

Agar penelitian ini terfokus dan lebih terarah, maka dilakukan pembuatan permasalahan yang akan diangkat dalam penelian. Oleh karena itu penelitian ini hanya berkaitan dengan Implementasi *Integrated Marketing Communicarion* (IMC) dalam Meningkatkan Minat Masyarakat Memilih Pembiayaan Program Haji di bank Muamalat.

D. Rumusan masalah

Dari identifikasi dan batasan masalah yang telah dikemukakan oleh penulis maka terdapat 2 rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu:

1. Bagaimana *Integrated Marketing Communication* (IMC) dalam meningkatkan minat masyarakat memilih pembiayaan Program Haji (prohajj) di Bank Muamalat ?
2. Bagaimana *Integrated Marketing Communication* (IMC) dapat mempengaruhi tingkat persaingan di industri keuangan?

¹⁵ Muhammad Nurwahyu Ishak, 'Sejarah Berdirinya Bank Muamalat Di Manado', *Tribun Manado*. 3 Septeber 2023.

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka dapat diketahui tujuan dari penelitian ini :

1. Untuk mengetahui *Integrated marketing Communication* (IMC) dalam meningkatkan minat masyarakat memilih pembiayaan prohaji di Bank Muamalat.
2. Untuk mengetahui *Integrated Marketing Communication* (IMC) dapat mempengaruhi tingkat persaingan di industri keuangan.

F. Manfaat Penelitian

Dari permasalahan yang telah dirumuskan diatas, maka tujuan yang ingin didapatkan dalam penelitian ini yaitu dapat memberikan manfaat secara teoritis dan praktis

1. Manfaat Teoritis
 - a. Bagi peneliti dengan adanya penelitian ini diharapkan bisa menambah pengetahuan serta wawasan yang lebih luas mengenai *Integrated Marketing Communication* (IMC).
 - b. Diharapkan penelitian ini sekiranya bisa menjadi suatu referensi dan bahan perbandingan untuk penelitian selanjutnya.
2. Manfaat Praktis

Bagi objek penelitian yaitu Bank Muamalat Indonesia KCU Manado sekiranya penelitian ini dapat menjadi suatu masukan ataupun evaluasi untuk menjadi acuan agar meningkatnya upaya dalam meningkatkan suatu kepercayaan bagi para nasabah.

G. Definisi Operasional

1. *Integrated Marketing Communication* (IMC)

Menurut penelitian Terence A. Shimp yang dikutip oleh Shalicha, *Integrated marketing communication* adalah kombinasi dari berbagai jenis alat promosi yang digunakan oleh sebuah perusahaan untuk

mencapaitujuan secara optimal.¹⁶ Shimp mengidentifikasi enam bentuk utama komunikasi, termasuk iklan (*advertising*), penjualan personal (*personal selling*), promosi penjualan (*sales promotion*), hubungan masyarakat (*public relations*), pemasaran langsung (*direct marketing*), dan kegiatan acara serta sponsor (*events and sponsorship*).

Menurut pemahaman saya *Integrated Marketing Communication* adalah sebagai alat pemasaran yang digunakan setiap perusahaan untuk menarik minat masyarakat terhadap produk yang mereka tawarkan, dengan cara mempromosikan lewat iklan, penjualan personal, promosi penjualan, hubungan masyarakat, pemasaran langsung, dan kegiatan acara atau sponsor.

2. Pembiayaan Prohajj

Pembiayaan yang juga dikenal sebagai financing, merujuk pada pemberian dana dari satu pihak kepada pihak lain untuk mendukung investasi yang telah direncanakan, baik oleh individu maupun lembaga. Dengan kata lain, pembiayaan adalah bentuk pendanaan yang digunakan untuk mendukung investasi yang telah direncanakan sebelumnya.¹⁷

Prohajj muncul dengan tujuan untuk memfasilitaskan masyarakat yang memiliki kemampuan ekonomi untuk melaksanakan ibadah haji, sesuai dengan rukun islam yang kelima. Dengan demikian, Prohajj ini menjadi populer di kalangan masyarakat atau nasabah.

Menurut pemahaman saya tentang pembiayaan prohajj merupakan produk pembiayaan untuk setoran awal haji yang diberikan kepada nasabah dengan tujuan agar segera mendapatkan porsi haji.

¹⁶ A Terence Shimp, 'Adversiting & Promotion-an Imc Approach', *Dias Technology Review*, 4.2 2020, h. 99.

¹⁷ Rahmat Ilyas, 'Analisis Kelayakan Pembiayaan Bank Syariah', *Rabit : Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Univrab*, 1.1 2019, h. 126.

H. Penelitian Terdahulu Yang Relevan

1. Aghnini Alnata dalam penelitiannya berjudul “Strategi Pemasaran Bank Muamalat KCP Palu Dalam Meningkatkan Minat Nasabah Pada Produk Pembiayaan Prohajj Perspektif Etika Bisnis Islam” tahun 2023. Tujuan penelitian Untuk mengetahui strategi pemasaran yang dilakukan oleh Bank Muamalat dalam meningkatkan minat nasabah pembiayaan Multiguna ProHajj. Metode penelitian yang digunakan yaitu jenis penelitian deskriptif atau penelitian lapangan dimana data yang dikumpulkan pada jenis ini berupa kata-kata, gambar dan bukan angka. Hasil dari analisis . Strategi pemasaran yang dilakukan Bank Muamalat dalam memasarkan produk Pembiayaan Multiguna ProHajj yaitu melalui broadcast, pembagian brosur atau flyer oleh pegawai bank dan staf melalui social media seperti instagram, whatsapp, website, aplikasi Mdin serta melakukan presentasi dan sosialisasi di berbagai sekolah, kantor dinas, lembaga-lembaga, memasang booth didepan kantor Bank Muamalat dan melakukan pembicaraan langsung kepada nasabah yang berkunjung di kantor Bank Muamalat. Persamaan dengan penelitian saya yaitu pembiayaan prohajj. Perbedaan dengan penelitian saya yaitu pada penelitian ini ingin mengetahui perspektif etika bisnis islam terhadap strategi pemasaran Bank muamalat sedangkan pada penelitian saya ingin mengetahui bagaimana implementasi *integrated Marketing Communication* (IMC) untuk meningkatkan pembiayaan prohajj pada Bank Muamalat. Penelitian menggunakan kualitatif yang ditujukan untuk mendeskripsikan.¹⁸
2. Wahidah dalam penelitiannya berjudul “Mekanisme Produk Pembiayaan Prohajj Di Bank Muamalat Kota Palangka Raya” tahun 2022. Hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa mekanisme produk

¹⁸ Viona Vina Fitri Khoiriyah Triyanti, Rini Rahayu Kurniati, ‘Implementasi Pembiayaan ProHajj Dengan Akad Wakalah Bil Ujrah Wal Qardh Pada Bank Muamalat Indonesia KCP Malang’, Jurnal Jiagabi, 12.1 2023, h. 138.

pembiayaan prohajj dapat dilakukan dengan dua metode yaitu secara manual dan melalui aplikasi Muamalat DIN. Nasabah terlebih dahulu membuka Rekening Tabungan Jemaah Haji (RTJH), lalu menyiapkan dokumen-dokumen dan menyiapkan dana 1 juta diawal untuk kepengurusan porsi haji selanjutnya calon nasabah mengisi formulir dan mengisi akad pemberian dana pembiayaan haji lalu mengupload dokumen atau data diri, setelah itu pihak bank akan melakukan verifikasi. Penerapan akad pada pembiayaan prohajj di Bank Muamalat kota Palangka Raya menggunakan akad *wak lah bil ujah* dan *qardh* yang telah disetujui oleh Dewan Pengawas Syariah (DPS). Akad *wak lah bil ujah* berarti perwakilan dengan imbalan. Persamaan dengan penelitian saya yaitu menggunakan metode penelitian deskriptif dan meneliti tentang Prmbiayaan Prohajj Di Bank muamalat. Perbedaan juga terdapat pada konsep pembahasan yaitu pada penelitian ini membahas tentang Mekanisme Produk, sedangkan pada penelitian saya membahas tentang Integrated Marketing Communication.¹⁹

3. Bella Octavia dalam penelitiannya berjudul “Implementasi Intrgrated Marketing Communication Pada Produk Tabungan Al-Rifa’ie Gondanglegi Malang” tahun 2021. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui *Implementasi Integrated Marketing (IMC)* yang dilakukan di BMT Al-Rifa’ie ini mempunyai peningkatan jumlah nasabah dalam produk tabungan dalam setiap tahun . Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa engembangan dalam suatu produk sangat diperlukan dalam sebuah pemasaran, yang mana akan sangat berpengaruh bagi keberlangsungan peningkatan kualitasnya. Produk merupakan suatu yang ditawarkan kepada konsumen untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan masyarakat. Peran dalam sumber daya internal dalam perusahaan sangat diperlukan untuk mendukung pemasaran suatu

¹⁹ Wahidah, *Mekanisme Produk Pembiayaan Prohajj Di Bank Muamalat Kota Parangkaraya*, 2022.

produk. Persamaan dengan penelitian saya yaitu ingin mencari tau bahwa seberapa penting Integrated Marketing Communication dalam suatu perusahaan. Perbedaan yang terdapat di penelitian ini dan penelitian saya yaitu pada produk dan pada tempat penelitian ini ingin mencari tau tentang produk tabungan di BMT Al-Rifa'ie Gondanglegi Malang sedangkan penelitian saya ingin mencari tahu tentang produk pembiayaan Prohaji pada Bank muamalat KCU Manado.²⁰

4. Christin Ramadanti Meunasah Pada penelitian yang berjudul “Analisis sistem Pengendalian Internal Penyaluran Pembiayaan Multiguna Prohaji Bank Muamalat Cabang Semarang” tahun 2023. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sistem pengendalian internal pembiayaan prohaji sudah diterapkan sesuai dengan COSO serta memahami terkait prosedur pembiayaan prohaji Bank Muamalat Cabang Semarang, untuk meningkatkan pengendalian internal dan meminimalisir terjadinya kecurangan dan pembiayaan bermasalah. Metode dalam penelitian ini yaitu deskriptif kualitatif dengan objek penelitian pembiayaan prohaji pada Bank Muamalat Cabang Semarang. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan sistem pengendalian internal dalam pembiayaan prohaji Bank Muamalat cabang Semarang sudah memadai dan sesuai dengan komponen Coso, tetapi masih terdapat beberapa kelemahan seperti kurangnya pemahaman karyawan terhadap risiko, serta adanya karyawan yang terlibat dalam proses pemberian pembiayaan jenis lainnya. Persamaan yang terdapat dalam penelitian ini dan penelitian saya yaitu membahas tentang pembiayaan prohaji pada Bank Muamalat. Sedangkan perbedaan yang terdapat yaitu penelitian ini ingin mencari tau bagaimana analisis sistem pengendalian internal penyaluran pembiayaan multigina prohaji Bank Muamalat Cabang

²⁰ Bella Octavia, ‘Implementasi Intrgrated Marketing Communication Pada Produk Tabungan Al-Rifa'ie Gondanglegi Malang’, 2021.

Semarang sedangkan penelitian saya ingin mencari tau tentang Integrated Marketing Communication (IMC) atau bagaimana cara komunikasi pemasaran untuk meningkatkan minat masyarakat untuk menggunakan pembiayaan prohajj di Bank Muamalat dan juga terdapat perbedaan tempat yang di mana penelitian ini meneliti di Bank Muamalat cabang semarang sedangkan penelitian saya meneliti di Bank Muamalat KCU Manado.²¹

5. Munafi'atul Husna Rangkuti, Imsar, dan Rahmat Daim Harahap pada penelitian yang berjudul "Analisis Penerapan Integrated Marketing Communication (IMC) Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada Produk Pembiayaan Multiguna Hasanah Di Bank Syariah Indonesia KCP Binjai Sudirman" pada tahun 2023. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana Penerapan *Integrated Marketing Communication* (IMC) Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada Produk Pembiayaan Multiguna Hasanah Di Bank Syariah Indonesia KCP Binjai Sudirman. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa : 1) Penerapan *Integrated Marketing Communication* (IMC) pada umumnya menggunakan strategi *marketing mix* dalam meningkatkan jumlah nasabah, tetapi penerapan IMC yang dilakukan oleh BSI KCP Binjai Sudirman hanya menerapkan strategi promosi. Promosi yang dilakukan seperti melakukan atau mengikuti pameran, melakukan personal selling dan penanganan terhadap nasabahnya saja. 2) kendala dalam menerapkan IMC diantaranya kurangnya pemahaman tentang prinsip-prinsip keuangan Islam oleh karyawan bank, sulitnya mencari produk-produk keuangan yang sesuai dengan prinsip-prinsip keuangan Islam, ketidaktersediaan produk-produk keuangan yang sesuai dengan prinsip-prinsip keuangan Islam di pasaran, kurangnya dukungan dari pihak-

²¹ Christin Ramadanti Meunasah, 'Analisis Sistem Pengendalian Internal Penyaluran Pembiayaan Multiguna Prohajj Bank Muamalat Cabang Semarang', 2023.

pihak terkait seperti regulator dan lembaga keuangan lainnya, dan kendala-kendala regulator yang mungkin tidak mendukung penerapan IMC. 3) BSI KCP Binjai Sudirman dalam meningkatkan jumlah nasabah, Bank lebih efektif menjelaskan pembiayaan multiguna iB hasanah dengan cara bertatap muka dengan nasabah langsung karena dengan cara bertatap muka, nasabah lebih cepat mengerti dan memahami pembiayaan multiguna iB hasanah dan bagi nasabah yang terpenting ingin cepat dan kepastian dalam melakukan pembiayaan. Persamaan dengan penelitian saya yaitu menggunakan metode metode deskriptif kualitatif, dan juga ingin mencari tau tentang *Integrated Marketing Communication* (IMC) dalam suatu perbankan. Perbedaan yang terdapat pada penelitian ini dan penelitian saya yaitu pada produk dan pada tempat, penelitian ini ingin mencari tau tentang produk Pembiayaan Multiguna Hasanah di Bank Syariah Indonesia KCP Binjai Sudirman sedangkan penelitian saya ingin mencari tau tentang produk Pembiayaan Program Haji pada Bank Muamalat KCU Manado.²²

²² Rahmat Daim Harahap Munafi'atul Husna Rangkuti, Imsar, 'Analisis Penerapan Integrated Marketing Communication (IMC) Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada Produk Pembiayaan Multiguna Hasanah Di Bank Syariah Indonesia KCP Binjai Sudirman', 2023.

BAB II

KAJIAN TEORI

A. *Integrated Marketing Communication*

1. *Pengertian Integrated Marketing Communication*

Menurut Don Schultz IMC merupakan proses yang mengoordinasikan pesan-pesan pemasaran secara konsisten melalui berbagai saluran komunikasi. Pendekatan ini sangat penting bagi perusahaan karena dapat membantu mereka menghadapi persaingan di dunia bisnis dengan lebih efektif.²³ Sementara itu, menurut Kotler, IMC mencakup lima aktivitas komunikasi pemasaran utama yang sering digunakan oleh perusahaan, yaitu: *Advertising* (iklan), *Personal selling* (penjualan personal), *Sales promotion* (promosi penjualan), *Public relations* (hubungan masyarakat), dan *Direct marketing* (pemasaran langsung). Kombinasi dari lima aktivitas ini membentuk suatu strategi komunikasi pemasaran yang terpadu, dimana pesan-pesan yang disampaikan melalui berbagai saluran komunikasi saling mendukung dan menguatkan satu sama lain. Dengan demikian, IMC menjadi “senjata” penting bagi perusahaan dalam upaya mereka untuk mencapai tujuan pemasaran dan bersaing di pasar. Dunia bisnis dengan lebih efektif. Sementara itu, menurut Kotler, IMC mencakup lima aktivitas komunikasi pemasaran utama yang sering digunakan oleh perusahaan, yaitu: *Advertising* (iklan), *Personal selling* (penjualan personal), *Sales promotion* (promosi penjualan), *Public relations* (hubungan masyarakat), dan *Direct marketing* (pemasaran langsung).²⁴

Menurut As Porce mendefinisikan IMC sebagai proses interaktif yang berpusat pada kepentingan dalam perencanaan bagian fungsipertama

²³ Schultz, Don, Patti, Charles, & Ilchul, ‘An Inside-Out Approach To Integrated Marketing Communication’, *Journal of Advertising*, 27.4 2019, h. 14-16.

²⁴ Philip Kotler, *Das Summa Summarum Des Management, Book Das Summa Summarum Des Management*, 2019, h. 8-10.

penyelarasan organisasi, proses komunikasi diskusi yang terus menerus dan berulang dengan menyampaikan pesan yang transparan dan konsisten melalui semua media untuk membina hubungan yang menguntungkan dengan jangka yang dapat menciptakan nilai.²⁵

Komunikasi pemasaran terpadu atau IMC merupakan pendekatan berorientasi pemasaran bisnis yang mencakup semua jenis komunikasi dan pemasaran yang berbeda dalam suatu organisasi secara menyeluruh dan konsisten, secara sederhana IMC dapat diartikan sebagai proses dari pengelolaan *customer relationship* yang menggerakkan brand value.

Kombinasi dari lima aktivitas ini membentuk suatu strategi komunikasi pemasaran yang terpadu, dimana pesan-pesan yang disampaikan melalui berbagai saluran komunikasi saling mendukung dan menguatkan satu sama lain. Dengan demikian, IMC menjadi “senjata” penting bagi perusahaan dalam upaya mereka untuk mencapai tujuan pemasaran dan bersaing di pasar.

2. Unsur-unsur dalam *Integrated Marketing Communication*

Periklanan merupakan bentuk komunikasi berbayar yang tidak bersifat pribadi mengenai suatu perusahaan, produk, layanan atau ide yang disampaikan oleh sponsor khusus. Tujuan utama dari periklanan adalah untuk meningkatkan permintaan terhadap produk atau layanan tertentu, baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang.²² Meskipun demikian, diharapkan bahwa iklan harus terintegrasi secara menyeluruh dan mampu menyampaikan pesan secara merata dan seimbang.

- a. Pemasaran Langsung adalah praktik pemasaran yang berkomunikasi secara langsung dengan target pelanggan untuk menciptakan respon atau interaksi. Meskipun sering dikaitkan dengan pengiriman surat langsung dan katalog melalui pos, konsep ini mencakup lebih dari

²⁵ L. Porcu, S. del Barrio-García, and Philip J. Kitchen, 'How *Integrated Marketing Communications (IMC) Works? A Theoretical Review and an Analysis of Its Main Drivers and Effects*', *Comunicación y Sociedad*, XXV.1 (2012), 333–48.

itu. Pemasaran langsung melibatkan basis data, penjualan langsung, pemasaran jarak jauh, dan iklan tanggapan langsung.

- b. Hubungan Masyarakat adalah membangun relasi positif dengan berbagai pihak dalam perusahaan dilakukan melalui usaha mendapatkan publisitas yang menguntungkan, membentuk citra perusahaan yang positif, serta mengelola atau menanggapi rumor ataupun peristiwa yang dapat merugikan perusahaan.
- c. Penjualan Personal adalah bentuk komunikasi langsung yang dilakukan oleh seorang tenaga penjualan kepada seorang pelanggan dengan tujuan mencapai penjualan. Praktik ini melibatkan interaksi dan respons langsung dari pelanggan, memungkinkan tenaga penjualan untuk menyesuaikan promosi secara real-time. Selain itu, penjualan personal terbukti efektif pada tahap akhir proses pembelian karena mampu membangun keyakinan yang pada akhirnya mendorong terjadinya penjualan.²⁶
- d. Promosi Penjualan adalah kegiatan pemasaran yang memberikan nilai tambahan atau insentif kepada pelanggan, distributor, atau tenaga penjualan sebagai imbalan atas pembelian produk. Salah satu keunggulan dari promosi penjualan adalah kemampuannya untuk secara langsung merangsang peningkatan penjualan.

3. Tujuan Rencana *Integrated Marketing Communication* (IMC)

- a. Menganalisis situasi pemasaran iklan, caranya yaitu menganalisa kelebihan dan kelemahan untuk memahami titik pemasalahannya serta mencari tahu solusinya,
- b. Menganalisis informasi yang diberikan, salah satu caranya adalah dengan memahami hasil pada setiap tanggapan dari para nasabah.

²⁶ Rebekka Rismayanti, 'Integrated Marketing Communications (IMC) Di PT Halo Rumah Bernyanyi', Jurnal ILMU Komunikasi, 13.2 (2019), 255.

Tahapan dalam pengiriman informasi, dan media informasi yang digunakan.

- c. Menyusun anggaran biaya, caranya dengan mengetahui apakah modal sudah tersedia dengan baik atau dengan menentukan segmen pasar, lokasi target pasar, dan nominal biaya yang diperlukan dalam Menyusun strategi periklanan.
- d. Mengembangkan program *Integrated Marketing Communication* dengan melalui semua program komunikasi pemasaran.
- e. Menerapkan Strategi *Integrated marketing Communication* dengan menggunakan strategi *marketing mix*, dan melakukan berbagai hal yang sudah ditetapkan sesuai rencana yang sudah disusun.

4. Indikator *Integrated Marketing Communication*

Menurut Shimp, *Integrated Marketing Communication (IMC)* suatu komunikasi yang terus-menerus yang ditujukan kepada konsumen potensial. Proses ini melibatkan perencanaan, penciptaan, penyatuan, dan implementasi berbagai disiplin ilmu komunikasi pemasaran. Disiplin ilmu tersebut mencakup *Advertising* (iklan), penjualan), *Public relations* (hubungan masyarakat) dan *Direct marketing* (pemasaran langsung).²⁷

a. *Advetising* (Iklan)

- 1) Daya Tarik iklan
- 2) Kemudahan memahami pesan
- 3) Daya Tarik media yang digunakan

b. *Personal Selling* (Penjualan Personal)

- 1) Penjualan yang menarik dan cara pemasarannya
- 2) Daya tarik pengetahuan menjelaskan dalam suatu penjualan dan pemasaran suatu produk

²⁷ Terence A J. Craig Andrews Edwina Luck, Nigel Barker, Anne-Marie Sassenberg, Bill Chitty, 'The Importance of Personal Selling to Marketing Communications', in *Book Integrated Marketing Communication*, 2020, p. h. 333-338.

- c. *Sales Promotion* (Promosi Penjualan)
 - 1) Berkomunikasi dengan baik agar nasabah dapat pahami.
 - 2) Memberikan brosur agar para calon nasabah dapat melihat produk-produk yang ada pada Bank Muamalat.
 - 3) kemudahan mendapatkan promo / potongan harga.
- d. *Public Relations* (Hubungan Masyarakat)
 - 1) Media yang digunakan
 - 2) Kepercayaan dari informasi yang disampaikan perusahaan
 - 3) Daya Tarik dari acara yang diadakan
- e. *Direct Marketing* (Pemasaran langsung)
 - 1) Pesan himbauan
 - 2) Menghubungi melalui media email, SMS, ataupun telpon.
 - 3) Daya Tarik yang dimiliki oleh para marketing.

B. Pembiayaan Program Haji

1. Pengertian Pembiayaan Program Haji (ProHajj)

Pembiayaan merupakan salah satu aspek utama dalam kegiatan perbankan syariah, yang melibatkan penyediaan dana untuk memenuhi kebutuhan pihak-pihak yang mengalami selisih. Berdasarkan persetujuan antara bank syariah atau Unit Usaha Syariah (UUS) dan pihak lain (nasabah penerima fasilitas), pembiayaan mengharuskan pihak yang menerima dana untuk mengembalikannya setelah periode waktu tertentu, dengan penyesuaian ujah (pembiayaan atau imbalan), tanpa bunga, atau berdasarkan bagi hasil.

Pembiayaan selalu terikat dengan kegiatan bisnis. Pembiayaan, fasilitas dana, adalah pemberian pendanaan dari satu pihak kepada pihak lain untuk mendukung investasi yang telah direncanakan, baik oleh pihan individu maupun lembaga. Dengan kata lain, pembiayaan

merupakan penyediaan dana untuk mendukung investasi yang telah direncanakan sebelumnya.²⁸

Sedangkan menurut Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 dijelaskan bahwa pembiayaan syariah adalah pengadaan dana atau tagihan yang dianggap setara dengannya, berdasarkan kesepakatan antara bank dan pihak lain. Pihak yang menerima pembiayaan diwajibkan untuk mengembalikan dana atau tagihan. Tersebut setelah periode waktu tertentu, dengan Imban atau pembagian hasil.

2. Bentuk-bentuk pembiayaan

Dalam perbankan syariah ada beberapa bentuk pembiayaan yang diterapkan dalam bank syariah yaitu :²⁹

a. Pembiayaan *Murabahah* dan *Isthisna'*

Murabahah adalah perjanjian jual beli barang dimana harga perolehan dan keuntungan yang telah disepakati oleh penjual oleh penjual dan pembeli dinyatakan secara jelas. Jenis perjanjian ini termasuk dalam kategori kontrak dengan tingkat kepastian alami, karena dalam *murabahah*, besarnya keuntungan yang diinginkan sudah ditetapkan. *Murabahah* bisa dilakukan berdasarkan pesanan atau tanpa pesanan.

Murabahah berdasarkan pesanan, bank akan melakukan pembelian barang setelah mendapatkan pesanan dari nasabah. Pada situasi ini, bank bisa meminta nasabah untuk membayar uang pembeliandan apakah nasabah terikat atau tidak untuk membeli barang yang dipesannya tergantung pada kesepakatan yang dibuat. Berdasarkan sumber dana yang digunakan, pembiayaan *murabahah* secara garis besar dapat dibedakan menjadi tiga kelompok yaitu :

²⁸ Rahmat Ilyas, 'Konsep Pembiayaan Dalam Perbankan Syari'Ah', Jurnal Penelitian, 9.1 (2020), 186

²⁹ Mariya Ulpah, 'Mariya Ulpah Madani Syari ' Ah', Jurnal Madani Syari'ah, 3.2 (2020), h.155.

- 1) Pembiayaan *murabahah* yang didanai dengan *URIA* (*Un Restricted Investment Account* = investasi tidak terikat)
- 2) Pembiayaan *murabahah* yang didanai dengan *RIA* (*Restricted Investment Account* = investasi terikat)
- 3) Pembiayaan *murabahah* yang didanai dengan modal bank.

Pembiayaan *istishna'* adalah bentuk transaksi jual-beli dengan sistem pembayaran cicilan, serupa dengan transaksi *murabahah muajjal*. Namun, terdapat perbedaan dengan transaksi *murabahah*, dimana barang diserahkan terlebih dahulu meskipun pembayaran dilakukan secara cicilan.

b. Pembiayaan *Ijarah* dan IMBT

Transaksi *ijarah* adalah hak untuk menggunakan barang atau jasa dengan membayar biaya tertentu. Menurut fatwa Dewan Syari'ah Nasional. *Ijarah* adalah perjanjian pemindahan hak guna (manfaat) atas suatu barang atau jasa untuk jangka waktu tertentu melalui pembayaran sewa atau upah, tanpa disertai dengan pemindahan kepemilikan barang itu sendiri.

- 1) Pihak yang menyewakan berjanji akan menjual barang yang disewakan tersebut pada akhir masa sewa.
- 2) Pihak yang menyewakan berjanji akan menghibahkan barang yang disewakan tersebut pada akhir masa sewa.

c. Pembiayaan *Mudharabah*

Mudharabah adalah perjanjian yang telah dikenal oleh umat Islam sejak zaman Nabi, bahkan sudah dipraktikkan oleh masyarakat Arab sebelum Islam diperkenalkan. Ketika Nabi Muhammad Saw. Menjadi seorang pedagang, beliau melakukan perjanjian *mudharabah* dengan Khadijah. Oleh karena itu, baik menurut Alquran, Sunnah, maupun kesepakatan para ulama (*Ijma*), praktik *mudharabah* diakui dan dianggap sah.

Faktor-faktor yang harus ada (rukun) dalam akad mudharabah adalah :

- 1) Pelaku (pemilik modal maupun pelaksana usaha)
- 2) Objek mudharabah (modal dan kerja)
- 3) Persetujuan kedua belah pihak (ijab-qabul)
- 4) isbah keuntungan

C. Program Haji (Prohajj)

1. Pengertian Program Haji (Prohajj)

Bank Muamalat Indonesia menawarkan sejumlah produk, salah satunya adalah Program Haji (Prohajj). Prohajj merupakan produk pembiayaan yang disediakan bagi nasabah yang ingin melakukan ibadah haji namun memiliki kendala finansial. Pembiayaan Program Haji diberikan melalui akad *Al-Qardh Wal Ijarah* kepada calon jamaah haji untuk mendapatkan bagian atau pembayaran penuh Biaya Penyelenggaraan Ibadah Haji (BPIH).

Haji adalah sebagai salah satu rukun Islam kelima, merupakan kewajiban bagi umat Muslim yang mampu secara finansial dan fisik untuk menunaikannya. Ini berarti seseorang harus memiliki kemampuan tidak hanya dari segi keuangan, tetapi juga dari segi²³ dan kekuatan fisik untuk menjalankan ibadah haji ke Baitullah.³⁰

Prohajj atau program haji adalah program terbaru dari Bank Muamalat Indonesia yang berkolaborasi dengan BPKH (Badan Pengelola Keberangkatan Haji). Program ini menyediaka pembiayaan bagi para nasabah yang berkeinginan untuk menjalankan ibadah haji.

³⁰ D. W. Hoffman, 'Esensi Program Bimbel Manasik Haji Upaya Pemberdayaan Masyarakat', Jurnal *At-Taqaddum*, 10.1 2020, h. 24-25.

- a. Terdapat beberapa syarat dalam program pembiayaan haji (Prohaji) ini yaitu :³¹Pengajuan nasabah harus berumur 21 tahun.
- b. Usia maksimum bagi nasabah yang melakukan pengajuan pembiayaan adalah 55 tahun dan belum 24slamic.
- c. Hasil bank *checking* nasabah di Bank Muamalat Indonesia atau di banklainnya harus 24slami.
- d. Nasabah bisa mengikuti sertakan orangtua, anak, mertua, saudara kandung, dan menantu.
- e. Maksimum *plafond* 100 juta
- f. Perpersi maksimum 25 juta.
- g. Dokumen yang diperlukan adalah kartu identitas nasabah (KTP), kartukeluarga (KK), dan bukti penghasilan.
- h. Bagi pengajuan 50 juta wajib ada *foto copy* NPWP.
- i. Bukti penghasilan minimal 1 bulan terakhir.
- j. Bukti penghasilan rekening 3 bulan terakhir dengan kredit aktif
- k. Gaji minimum stara UMR provinsi daerah pengajuan
- l. Tidak melakukan gabungan penghasilan
- m. Pendapatan nasabah tidak lebih dari 60%.

Prohaji ini menggunakan akad *qardh*, di mana Bank Muamalat Indonesia berperan sebagai lembaga perantara atau wakil yang mewakili nasabah yang ingin mendaftar haji dengan prinsip tolong-menolong

2. Pendaftaran Haji Melalui Aplikasi Muamalat Din

Pada era kemajuan teknologi dan perubahan gaya hidup di era modern ini, penting bagi kita untuk terus mengintegrasikan nilai-nilai agama Islam dalam segala aspek kehidupan, termasuk pengelolaan keuangan. Salah satu cara yang bisa dilakukan adalah dengan menggunakan layanan perbankan syariah. Dalam dunia perbankan

³¹ Ahmad Mansur, 'Peran Bank Syariah Di Dalam Pembangunan Ekonomi', *El-Qist: Journal of Islamic Economics and Business (JIEB)*, 1.1 2020, h. 69-70

syariah terdapat beberapa cara yang mempermudah masyarakat dalam pengelolaan keuangan, salah satunya adalah dengan menciptakan aplikasi mobile banking. Seperti yang dilakukan oleh Bank Muamalat yaitu menghadirkan aplikasi mobile banking yang 25slamic Muamalat DIN (*Digital 25slamic network*). Muamalat DIN adalah versi mobile banking syariah terbaru, aplikasi layanan mobile banking dari Bank Muamalat yang dapat diakses kapan saja dan dimana saja oleh seluruh penggunanya dengan berbagai kemudahan dan fasilitas yang dipersembahkan bagi Nasabah Bank Muamalat. Berikut Gambar tampilan awal aplikasi:

Gambar 2. 1 Tampilan Aplikasi Muamalat DIN



Sumber. Aplikasi Muamalat Din

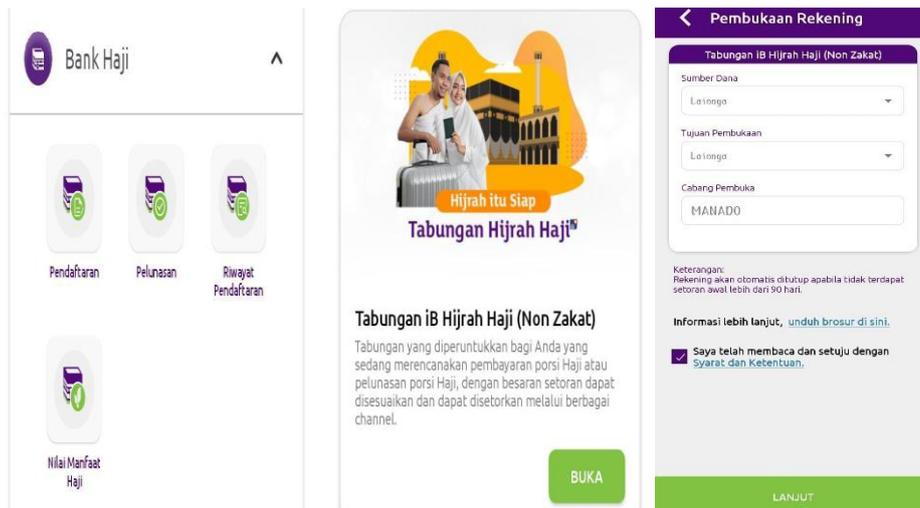
Muamalat DIN memiliki beragam fitur menarik, seperti :

a. Tabungan Hijrah Haji,

Tabungan iB Hijrah Haji (Non Zakat) adalah Tabungan yang diperuntukkan bagi Anda yang sedang merencanakan pembayaran porsi Haji atau pelunasan porsi Haji, dengan besaran setoran dapat disesuaikan dan dapat disetorkan melalui berbagai channel. Berikut tampilan fitur dalam aplikasi Muamalat DIN.

Berikut tampilan fitur dalam aplikasi Muamalat DIN dan brosur pembiayaan program haji.

Gambar 2. 2 Fitur Tabungan Haji dalam Muamalat DIN



Sumber. Aplikasi Muamalat Din

Gambar 2. 3 Brosur Tabungan Hijrah Haji



Sumber. Bank Muamalat KCU Manado

Gambar 2. 4 Brosur Multiguna Prohaji

Hijrah Multiguna

untuk Aneka Kebutuhan Anda

Renovasi Rumah • Biaya Pendidikan • Ibadah ke Tanah Suci
Rencana Pernikahan • Liburan Keluarga

Sesuai Syariah • Terpercaya • Fleksibel

PT Bank Muamalat Indonesia Tbk is a Subsidiary of BPKI

Hijrah Multiguna

Penuhi berbagai kebutuhan konsumtif Anda melalui pembiayaan **Hijrah Multiguna**, dengan pengajuan yang mudah, pemanfaatannya yang fleksibel, dan sesuai dengan prinsip syariah.

Bank Muamalat merupakan pelopor bank syariah di Indonesia yang konsisten memegang teguh prinsip syariah dalam setiap layanannya. Dengan berbagai pilihan produk untuk menjawab berbagai kebutuhan Nasabah, Bank Muamalat adalah mitra perbankan yang siap menawarkan kenyamanan dan ketenangan batin.

Akad Pembiayaan:

- Murabahah
- Ijarah Multijasa
- Wakalah bil Ujrah & Qardh

Keunggulan:

- Menenangkan karena sesuai dengan prinsip syariah
- Angsuran tetap hingga akhir pembiayaan sesuai perjanjian
- Proses pengajuan yang mudah
- Tidak memerlukan agunan
- Tidak diwajibkan adanya uang muka

Syarat Pengajuan:

- Peruntukan pembiayaan konsumtif
- WNI dan berdomisili di Indonesia
- Berusia minimum 21 tahun (saat pengajuan) dan maksimum berusia 55 tahun (sampai dengan pembiayaan lunas)
- Minimum penghasilan bulanan
 - Jabodetabek Rp. 3.000.000
 - Non Jabodetabek Rp. 2.000.000

Syarat Dokumen:

No	Jenis Dokumen	Asli	Fotokopi
1	Formulir aplikasi Multiguna	✓	
2	KTP		✓
3	Dokumen Penghasilan (Slip gaji/ bulan terakhir)*		✓
4	NPNP (pengajuan limit > Rp5jt)	✓	✓

* Tidak diperlukan untuk karyawan domes...

Sumber. Bank Muamalat KCU Manado

Selain beragam fitur menarik, Muamalat DIN juga dilengkapi dengan keamanan yang lebih tinggi untuk menjaga keamanan data Nasabah. Aplikasi Muamalat DIN bisa diunduh melalui *AppStore* untuk pengguna iPhone minimum versi iOS 12 dan *Google Play Store* untuk pengguna Android dengan minimum versi 6.0 (*Marshmallow*). Cukup beberapa langkah mudah bagi Nasabah Bank Muamalat untuk melakukan registrasi pada Muamalat DIN.

Fitur merupakan anggapan konsumen terhadap karakteristik yang dimiliki suatu produk atau penyempurnaan fungsi produk. Berikut beberapa landasan konsep ketersediaan fitur suatu sistem menurut Hans Setiawan, ketersediaan fitur layanan suatu sistem yakni³² :

- a. Kemudahan akses informasi tentang produk dan jasa Fitur pembukaan layanan tabungan Haji memberikan kemudahan pada

³² Hans Setiawan Theriady and Dahlia Br Ginting, 'Analisis Pengaruh Persepsi Teknologi Informasi, Resiko, Kepercayaan Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Ulang Nasabah Dalam Menggunakan E-Banking', *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53.9 (2015), 23.

pengguna dalam mengakses informasi mengenai produk dan jasa yang disediakan.

b. Variasi Layanan transaksi Haji

Fitur layanan Haji yang disediakan mempunyai keragaman dalam proses melayani transaksi nasabah.

c. Keragaman Fitur

Fitur layanan dalam sistem informasi suatu bank mempunyai keragaman sehingga memungkinkan nasabah dalam melakukan transaksi apapun.

d. Tabungan iB Hijrah (non zakat)

Tabungan iB Hijrah (non zakat) adalah produk tabungan bank Muamalat. Produk adalah elemen utama dalam sebuah perusahaan, produk juga sebagai keseluruhan konsep dari suatu objek atau proses yang memberikan berbagai manfaat kepada konsumen. Keputusan kebijakan produk yang perlu diperhatikan adalah jenis atau keberagaman produk, Kualitas produk dan merek produk. Indikator produk menurut Kotler dan Armstrong yaitu :

- 1) Keberagaman Produk, Keragaman produk mengacu pada kemampuan perusahaan untuk menyediakan berbagai macam produk untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan pelanggannya. Misalnya seperti di Bank Muamalat yang mempunyai berbagai macam produk tabungan salah satunya yaitu produk tabungan iB hijrah (non zakat).
- 2) Kualitas Produk (*Product Quality*) Kualitas adalah properti produk yang ditentukan oleh kemampuannya untuk memenuhi persyaratan pelanggan yang dinyatakan atau tersirat. Kepuasan pelanggan dan nilai terkait erat. Kinerja produk juga dipengaruhi oleh kualitas.
- 3) Merek (Brand) adalah nama, istilah, tanda, simbol, desain, atau kombinasi dari semuanya yang mengidentifikasi dan

membedakan produk penjual atau sekelompok penjual dari produk pesaing. Konsumen menganggap merek suatu produk sebagai komponen penting, dan merek dapat menambah nilai suatu produk. Konsumen dapat menggunakan nama merek untuk mengidentifikasi produk yang akan menguntungkan perusahaan.

Produk yang dimaksud dalam teori ini adalah produk tabungan iB hijrah (non zakat), produk tabungan tersebut salah satu dari banyaknya produk yang ada di aplikasi Muamalat DIN yang disediakan oleh Bank Muamalat. Tabungan iB Hijrah (non zakat) adalah produk tabungan yang digunakan untuk kebutuhan transaksi nasabah bank Muamalat yang sangat amana, mudah dan sesuai dengan syariah serta tabungan jenis ini sangat menguntungkan bagi nasabah.

3. Indikator Pembiayaan Program haji (ProHajj)

Menurut Kasmir, indikator pembiayaan terdiri dari :

- a. Kepercayaan: Ini mencerminkan keyakinan individu bahwa dana yang mereka investasikan akan dikembalikan di masa depan sesuai dengan yang dijanjikan.
- b. Kesepakatan: Hal ini merujuk pada perjanjian atau kontrak antara pihak-pihak yang terlibat dalam investasi. Setiap pihak menandatangani hak dan kewajiban masing-masing, menciptakan kerangka kerja hukum yang jelas dan memberikan kepastian bagi semua pihak yang terlibat.
- c. Jangka waktu: Ini mencakup periode waktu di mana investasi tersebut diharapkan akan memberikan pengembalian atau profitabilitas.
- d. Risiko: Ini mencakup segala bentuk risiko yang terkait dengan investasi, termasuk risiko bisnis yang ditanggung oleh bank atau lembaga keuangan.

- e. Balas jasa: Ini adalah imbalan yang diberikan kepada investor berdasarkan prinsip syariah, yang seringkali ditentukan dengan sistem bagi hasil.

D. Minat

1. Pengertian Minat

Minat, menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, adalah kecenderungan hati yang kuat terhadap sesuatu, yang sering kali diartikan sebagai gairah atau keinginan.³³ Dalam beberapa literatur, minat juga dapat merujuk pada intensi, yang sering disamakan dengan keinginan atau kehendak.

Minat masyarakat terhadap Bank Syariah adalah faktor penting yang perlu dipertimbangkan karena akan memengaruhi keputusan mereka dalam memilih jasa layanan perbankan yang ingin digunakan. Minat ini mencerminkan tingkat kepercayaan, pemahaman, dan penerimaan masyarakat terhadap prinsip-prinsip dan nilai-nilai yang dianut oleh Bank Syariah, seperti keadilan, keberkahan, dan kepatuhan terhadap prinsip syariah.

Meningkatkan minat masyarakat terhadap Bank Syariah, seperti melalui edukasi, promosi, dan pelayanan yang berkualitas, menjadi sangat penting bagi perkembangan dan keberlangsungan industri perbankan syariah. Dengan meningkatnya minat masyarakat, Bank Syariah dapat menjadi pilihan yang lebih menarik bagi mereka yang ingin menggunakan jasa layanan perbankan yang sesuai dengan nilai-nilai mereka

Minat adalah dorongan internal yang muncul dari dalam diri sendiri tanpa adanya tekanan dari pihak lain untuk mencapai suatu tujuan tertentu. Menurut Pandji, minat merupakan perasaan sukacita dan

³³ Jeroh Miko and Talia Yudrieka, 'Sosiodemografi Memoderasi Pemahaman Masyarakat Dengan Mendeterminasi Terhadap Minat Investasi Di Pasar Modal (Studi Kasus: Masyarakat Kota Medan)', *Ekonomikawan: Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Studi Pembangunan*, 20.2 (2020), h. 203-204.

ketertarikan terhadap suatu objek atau aktivitas tanpa adanya dorongan dari luar, dan sering kali diikuti dengan kecenderungan untuk mengejar objek yang diminati tersebut.³⁴ Minat sering kali diidentifikasi sebagai faktor dalam pengambilan keputusan terkait penggunaan atau pembelian suatu produk atau jasa tertentu. Ada beberapa tahapan minat antara lain : Mendapatkan informasi yang terperinci sebelum memutuskan untuk menjadi nasabah. Melakukan pertimbangan yang cermat dan mendalam sebelum memutuskan untuk menjadi nasabah. Proses pengambilan keputusan untuk menjadi nasabah setelah mempertimbangkan informasi yang telah diperoleh.

Minat adalah faktor motivasi yang mendorong seseorang untuk melakukan aktivitas yang mereka inginkan ketika memiliki kebebasan untuk memilih. Ketika seseorang menilai bahwa suatu aktivitas akan memberikan manfaat, maka minatnya akan timbul, dan hal tersebut dapat membawa kepuasan. Namun, ketika tingkat kepuasan menurun, minatnya juga cenderung menurun. Oleh karena itu, minat tidak bersifat permanen, melainkan dapat berubah-ubah atau bersifat sementara sesuai dengan perubahan dalam persepsi individu terhadap manfaat dan kepuasan yang diperoleh dari aktivitas tersebut.³⁵

Minat merupakan dorongan kuat yang dimiliki seseorang terhadap suatu hal. Ini berupa ketertarikan yang besar terhadap aktivitas tertentu, yang muncul secara alami tanpa adanya pengaruh dari pihak lain. Minat biasanya timbul secara spontan, berawal dari rasa suka atau ketertarikan terhadap suatu hal. Dengan demikian, minat masyarakat merujuk pada kecenderungan masyarakat dalam memilih suatu subjek yang menarik

³⁴ Muhammad Dayyan, Juprianto, and Fahriansyah, 'Analisis Minat Masyarakat Muslim Menjadi Nasabah Bank Syariah (Studi Kasus Di Gampong Pondok Kemuning)', *Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 1.1 (2019), h. 14.

³⁵ Sahra Rohmatus Saidah and others, 'Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Dalam Meningkatkan Minat Masyarakat Di Madrasah Ibtidaiyah Muhammadiyah 02 Cakru Kencong Jember', *Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 3.1 2022, h. 22–36.

bagi mereka, yang pada akhirnya akan memberikan kepuasan dan mendorong mereka untuk terus terlibat dalam bidang tersebut.

2. Jenis-Jenis Minat

- a. *Expressed interest*: Minat terhadap suatu objek yang ditunjukkan melalui respons atau reaksi terhadap objek tersebut.
- b. *Manifest interest*: Minat terhadap suatu objek yang ditunjukkan melalui partisipasi atau keikutsertaan individu dalam aktivitas yang terkait dengan objek tersebut.
- c. *Tested interest*: Minat terhadap suatu objek yang dimulai dari pengetahuan dan keterampilan yang dimiliki individu dalam suatu aktivitas tertentu.
- d. *Involed interest*: Minat terhadap suatu objek yang dimulai dari aktivitas yang sesuai dengan pernyataan atau pernyataan yang terkait dengan minat individu.

3. Indikator Minat Konsumen

Indikator minat konsumen terdiri dari beberapa bagian antara lain :

a. Minat Transaksional

Minat transaksional merupakan kecenderungan seseorang untuk membeli produk

b. Minat Refrensial

Minat refrensial merupakan kecenderungan seseorang untuk mereferensikan produk kepada orang lain

c. Minat Prefensial

Minat prefensial yaitu minat yang menggambarkan perilaku seseorang yang memiliki preferensi utama pada produk tersebut, prefensi ini hanya dapat diganti jika terjadi sesuatu dengan produk prefensinya.

d. Minat Eksploratif

Minat eksploratif merupakan minat yang menggambarkan perilaku seseorang yang selalu mencari informasi mengenai produk

yang diminatinya dan mencari informasi untuk mendukung sifat-sifat positif dari produk tersebut.

E. Bank Muamalat Manado

1. Sejarah Bank Muamalat

Perkembangan perbankan syariah di Indonesia telah terjadi dengan cepat dan signifikan. Salah satu fase yang mencolok dan menarik dalam perkembangan perbankan syariah di Indonesia adalah periode pematangan konsep dan Langkah awal pada tahun 90-an.³⁶ Saat itu, hanya ada satu bank umum syariah, yaitu Bank Muamalat Indonesia (BMI). Sebagai bank umum syariah pertama di Indonesia, BMI menjadi proyek percontohan dan symbol dari upaya besar untuk mewujudkan pemikiran hukum ekonomi Islam secara luas di Indonesia. Tahun dimana BMI didirikan menjadi momen yang sangat dinantikan oleh masyarakat Indonesia selama puluhan bahkan ratusan tahun terakhir. Periode ini memiliki arti strategis karena menjadi landasan bagi keberhasilan atau kegagalan perkembangan perbankan syariah pada masa mendatang.

PT Bank Muamalat Indonesia, Tbk, didirikan pada tahun 1991 dan mulai beroperasi pada bulan Mei 1992. Pendirian bank ini diinisiasi oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI) yang kemudian didukung oleh sekelompok pengusaha dan intelektual Muslim. Bank Muamalat adalah bank pertama di Indonesia yang menjalankan kegiatannya sesuai dengan prinsip-prinsip Islam. Meskipun demikian, sebagai bank, Bank Muamalat tetap menjalankan kegiatannya seperti bank konvensional lainnya selama tidak melanggar prinsip syariah. Bank muamalat bertujuan untuk mencapai keuntungan yang akan dibagikan kepada para nasabahnya, sambil tetap mematuhi prinsip-prinsip

³⁶ Mohamad Nur Yasin, 'Argumen Eksistensi Bank Muamalat Di Indonesia Sebagai Perbankan Syariah', *De Jure: Jurnal Hukum Dan Syariah*, 2.1 (2020), h.109.

prudential Banking (asas atau prinsip), yang berarti memastikan kehati-hatian dalam menjalankan usaha agar tetap mempertahankan kinerja yang baik dan memenuhi standar sebagai bank yang sehat.³⁷

Menginjak usianya yang ke-20 pada tahun 2012, Bank Muamalat Indonesia melakukan rebranding logo untuk semakin meningkatkan kesadaran terhadap citranya sebagai Bank syariah yang Islami, modern, dan profesional.³⁸ Bank ini terus mewujudkan berbagai pencapaian dan prestasi yang diakui baik secara nasional maupun internasional. Hingga saat ini, Bank Muamalat beroperasi bersama beberapa entitas anak untuk memberikan layanan terbaik, yaitu Al-Ijarah Indonesia Finance (ALIF) yang menyediakan layanan pembiayaan syariah, DPLK Muamalat yang menawarkan layanan dana pensiun melalui Dana Pensiun Lembaga Keuangan, dan Baitulmaal Muamalat yang menyalurkan dana Zakat, Infak, dan Sedekah (ZIS).

2. Tujuan Bank Muamalat Indonesia

Adapun Tujuan Berdirinya Bank Muamalat Indonesia :

- a. Meningkatkan kualitas kehidupan sosial ekonomi masyarakat Indonesia, sehingga semakin berkurang kesenjangan sosial ekonomi, dan dengan demikian akan melestarikan pembangunan nasional,
- b. Meningkatkan kualitas dan kuantitas kegiatan usaha
- c. Meningkatkan kesempatan kerja.
- d. Meningkatkan penghasilan masyarakat banyak.
- e. Meningkatkan partisipasi masyarakat dalam proses pembangunan terutama dalam bidang ekonomi keuangan, yang selama ini masih

³⁷ Ibrahim Samsidar dan Muh Yusuf Tawile, 'Analisis Produk Tabungan Dan Produk Pembiayaan Pada PT. Bank Muamalat Kolaka, Sulawesi Tenggara', Jurnal Ekonomi Bisnis Syariah, 2.1 (2019), h. 45.

³⁸ Evi Oktaviani Satriyanti, 'Pengaruh Kualitas Layanan, Kepuasan Nasabah Dan Citra Bank Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Muamalat Di Surabaya', Journal of Business and Banking, 2.2 (2020), h.3

cukup banyak masyarakat yang enggan berhubungan dengan bank karena masih menganggap bahwa bunga bank itu riba³⁹

³⁹ Ayu Ribut Sri Wahyuni Ningsih, 'Analisis Penerapan Prinsip Good Corporate Governance Dalam Perspektif Syariat Islam Pada Bank Muamalat Indonesia', *Margin Eco*, 5.2 2021, h. 18–27.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini yaitu bertempat di KCU Bank Muamalat, Jl. Sam Ratulangi No. 11, Wenang Utara, kec. Wenang, Kota Manado, Sulawesi Utara. Waktu penelitian yaitu 2 bulan yaitu September-Oktober 2024. Fokus pada Integrated Marketing Communication (IMC) yaitu bagaimana cara agar masyarakat tertarik untuk memakai produk pembiayaan prohaji.

B. Rancangan Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah *deskriptif kualitatif*. Penelitian deskriptif adalah salah satu jenis penelitian yang termasuk dalam kategori penelitian kualitatif. Dalam pendekatannya, penelitian deskriptif melibatkan penyelidikan terhadap kejadian atau fenomena dalam kehidupan individu-individu, serta mengajukan pertanyaan kepada individu atau untuk menceritakan pengalaman hidup mereka. Informasi yang diperoleh kemudian disusun kembali oleh penelitian dalam bentuk deskriptif kronologis. Karakteristik utama dari penelitian deskriptif adalah data yang dikumpulkan berupa narasi, gambar, dan bukan angka-angka seperti pada penelitian kuantitatif.

C. Sumber Data

1. Data Primer

Data prima adalah data yang dicari dan diperoleh secara langsung oleh peneliti dari para informasi yaitu para pegawai Bank Muamalat. Dalam penelitian ini data prima dikumpulkan oleh peneliti yaitu berupa wawancara langsung kepada para informasi agar dapat menjawab pertanyaan-pertanyaan dalam penelitian ini.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang tidak dicari oleh peneliti, namun data yang sudah tersaji atau data yang sudah ada dari peneliti-peneliti terdahulu. Data sekunder pada penelitian ini ialah data dan informasi

yang sudah ada pada Tribun Manado seperti kapan peresmian kantor baru dan sudah berapa lama Bank Muamalat di Manado.

D. Instrumen Penelitian

Pada penelitian kualitatif yang peneliti gunakan maka peneliti sendiri instrument atau alat dalam penelitian. Instrumen merupakan sebuah perangkat yang digunakan untuk mengumpulkan data penelitian dilapangan. Instrumen penelitian juga bisa diartikan sebagai alat-alat yang diperlukan atau dipergunakan untuk mengumpulkan data penelitian yang telah diterima, dengan tujuan untuk mendapatkan hasil yang maksimal dan kesimpulan. Dalam penelitian ini instrument yang digunakan dalam pengumpulan data yaitu *Handphone*, Laptop, Buku, dan pulpen.⁴⁰

E. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode Purposive Sampling, yaitu pemilihan sampel berdasarkan pertimbangan khusus. Contohnya, memilih individu yang ahli di bidang terkait, yang dianggap paling memahami fenomena yang diteliti, serta relevan dengan tujuan penelitian, sehingga diharapkan dapat memberikan respons yang tepat dan memudahkan peneliti.⁴¹

Penelitian kualitatif tidak menetapkan jumlah sampel minimum. Biasanya, penelitian ini melibatkan sampel yang kecil, bahkan dalam beberapa kasus hanya menggunakan satu informan, yaitu kecukupan dan relevansi informasi yang diperoleh. Dalam penelitian ini, peneliti memilih 10 informan yang terdiri Dari informan kunci, informan utama, dan informan pendukung. Ketika menentukan jumlah informan, kriteria utama yang digunakan adalah kecukupan informasi. Kecukupan ini dicapai Ketika jumlah informan mampu memberikan informasi yang memadai,

⁴⁰ Sugiyono, 'Metode Penelitian Kombinasi (*Mixed Methods*), Ed. by Sutopo, 9th Edn (Bandung: ALFABETA, Cv', 2017, h. 305.

⁴¹ Ika Lenaini and Riwayat Artikel, 'Teknik Pengambilan Sampel Purposive Dan Snowball Sampling Info Artikel Abstrak', *Jurnal Kajian, Penelitian & Pengembangan Pendidikan Sejarah*, 6.1 (2021), h. 34.

sehingga fokus peneliti lebih pada kedalaman informasi dari pada keterwakilan (representasi).⁴²

F. Teknik Pengumpulan Data

Menurut sugiyono, pengumpulan data dalam penelitian kualitatif dilakukan dalam kondisi yang alami, dimana sumber data dapat berupa data primer. Teknik pengumpulan data sering kali melibatkan observasi langsung di lapangan, wawancara mendalam, serta dokumentasi⁴³. Dalam penelitian ini, digunakan Teknik pengumpulan data yang sesuai dengan pendekatan kualitatif, yaitu melalui observasi langsung, wawancara dengan pihak terkait, serta dokumentasi yang diperlukan untuk melengkapi penelitian ini.

1. Observasi

Observasi langsung pada karyawan Bank Muamalat. Observasi adalah bagian dari pengumpulan data. Observasi berarti mengumpulkan data langsung yang berasal dari lapangan. Proses observasi dimulai dengan mengidentifikasi tempat yang akan diteliti. Setelah tempat penelitian diidentifikasi, dilanjutkan dengan membuat pemetaan, sehingga diperoleh gambaran umum tentang sasaran penelitian. Kemudian peneliti mengidentifikasi siapa yang akan diobservasi, kapan, berapa lama, dan bagaimana.

Tujuan utama observasi adalah memperlihatkan keadaan yang diobservasikan. Kualitas penelitian ditentukan oleh seberapa jauh dan mendalam peneliti dapat mengerti tentang situasi dan konteks.

2. Wawancara

Wawancara adalah salah satu Teknik pengumpulan data metode kualitatif. Hal ini dikarenakan hasil yang diperoleh dari wawancara tidak menghasilkan angka, tetapi kalimat-kalimat . 10 wawancara

⁴² Ade Heryana, 'Informan Dan Pemilihan Informan Dalam Penelitian Kualitatif', 2018, h. 5-6.

⁴³ Sugiyono, 'Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)'. h.308.

merupakan pengumpulan informasi dengan mengajukan pertanyaan langsung kepada informan dengan wawancara, sehingga peneliti mendapatkan keterangan dari informasi selaku konsumen.

Jenis wawancara yang digunakan peneliti adalah menggunakan wawancara terstruktur, yaitu lembar yang berisi pertanyaan-pertanyaan yang sudah dipersiapkan oleh peneliti untuk mengajukan pertanyaan kepada informan. Informan pada penelitian ini adalah para karyawan Bank Muamalat.

Tabel 3. 1 Daftar nama narasumber

No.	Nama	Bagian	Kategori
1.	Mahmud K. Diko	<i>Branch Manager</i>	Informasi Kunci
2.	Ferial A. Alhabsyi	<i>Branch Operation Servicer Manager</i>	Informasi Umum
3.	Anang Dwi Putra Purnomo	<i>Costumer Service</i>	Informasi Umum
4.	Fadila Pende	Marketing	Informasi Umum
5.	Fahrizal Mulyono	<i>Relationship Manager (RM) Hajj</i>	Informasi Umum
6.	Hj, Ratna Lakoro	Swasta	Informan Pendukung
7.	Asria Al'Amin	Swasta	Informan Pendukung
8.	Udin Pakaya	Nelayan	Informan Pendukung
9.	Hj. Gama	Swasta	Informan Pendukung
10.	Sariya Mewar	Swasta	Informan Pendukung

Dalam proses wawancara, tentu terdapat pertanyaan-pertanyaan yang akan diajukan kepada narasumber. Berikut ini adalah daftar pertanyaan pada penelitian yang dilakukan.

Tabel 3. 2 Daftar Pertanyaan

No.	Pertanyaan
<i>Branch Manager</i> Bank Muamalat KCU Manado	
1.	Apakah iklan yang digunakan dapat menarik calon nasabah agar menggunakan pembiayaan Prohaji ?
2.	Bagaimana cara pihak Bank Muamalat untuk menyampaikan dan menawarkan produk program haji kepada masyarakat ?
3.	Apakah media iklan yang digunakan bisa menarik perhatian masyarakat agar menggunakan pembiayaan program haji di Bank Muamalat ?
4.	Bagaimana cara pemasaran bank Muamalat untuk menggunakan pembiayaan prohaji agar menarik para calon nasabah ?
5.	Bagaimana daya tarik untuk menjelaskan suatu penjualan dan pemasaran suatu produk ?
BSOM (<i>Branch Operational & Service Manager</i>) Bank Muamalat KCU Manado	
1.	Apakah setiap acara yang dihadiri oleh pihak Bank Muamalat dapat berpengaruh untuk Bank Muamalat ?
2.	Apakah fasilitas yang diberikan oleh Bank Muamalat dapat membuat nasabah nyaman ?
3.	Apakah pelayanan dari pihak Bank Muamalat sudah diimplementasikan sesuai dengan prosedur yang berlaku?
4.	Bagaimana tanggapan dari pihak Bank Muamalat dalam menghadapi nasabah yang mengalami kesulitan atau kurangnya pemahaman atas penjelasan yang diberikan oleh pihak Bank?
5.	Hal apa yang dilakukan oleh pihak Bank Muamalat agar dapat menumbuhkan rasa aman kepada nasabah?
<i>Retail Manager Funding</i> Bank Muamalat KCU Manado	

1.	Bagaimana cara tim marketing berkomunikasi dalam penjualan dan pemasaran produk pembiayaan peohajj agar dapat penarik para calon nasabah ?
2.	Bagaimana cara Bank Muamalat berkomunikasi atau menyampaikan suatu produk agar bisa dipahami para calon nasabah ?
3.	Apakah tim marketing memberikan brosur kepada para calon nasabah ?
4.	Apakah ada promo atau potongan harga untuk para nasabah baru ?
5.	Apa yang digunakan tim marketing untuk mempromosikan pembiayaan Program Haji ?
<i>Costumer Service</i> bank Muamalat KCU Manado	
1.	Bagaimana muamalat mengenalkan produk pembiayaan program haji dan produk lainnya kepada masyarakat ?
2.	Bagaimana mekanisme pengajuan pembiayaan program haji di bank muamalat ?
3.	Apa saja syarat yang harus dipenuhi pada saat pembiayaan program haji ?
4.	Bagaimana Public Relationship (Hubungan masyarakat) Dan pemasaran langsung yang dilakukan bank muamalat untuk membangun komunikasi yang efektif kepada calon nasabah?
5.	Bagaimana tindakan bank muamalat menghadapi nasabah yang macet dalam pembayaran pembiayaan program haji dibank muamalat KCU manado?
Nasabah pembiayaan Prohajj di Bank Muamalat	
1.	Bagimana pelayanan Bank Muamalat selama Bapak/Ibu menjadi nasabahnya?
2.	Dari mana Bapak?Ibu mengetahui Bank Muamalat memiliki produk pembiayaan Prohajj?
3.	Apa yang mendasari Bapak/Ibu berminat untuk menjadi nasabah

	pembiayaan prohajj di Bank Muamalat KCU Manado berdasarkan?
4.	Faktor apa yang mendorong Bapak/Ibu sehingga berminat untuk menjadi nasabah pembiayaan prohajj di Bank Muamalat KCU Manado?
5.	Menurut Bapak/Ibu apa kelebihan dari produk pembiayaan Prohajj di bank Muamalat KCU Manado?
6.	Menurut Bapak/Ibu adakah kekurangan dari produk pembiayaan Prohajj di Bank Muamalat KCU Manado?
7.	Apakah Bapak/Ibu akan mengarahkan keluarga anda untuk menjadi nasabah dari produk pembiayaan Prohajj di Bank Muamalat KCU Manado?
8.	jawaban Apakah pelayanan yang diberikan oleh Bank Muamalat memuaskan? Apakah stafnya ramah, responsif, dan profesional?
9.	jawaban Apakah fasilitas di kantor cabang, seperti ruang tunggu, ATM, atau layanan lainnya, nyaman dan memadai?
10.	jawaban Apakah proses administrasi, pembukaan rekening, atau pengajuan pembiayaan berlangsung cepat dan efisien?

Sumber dari Indikator Tahun 2024

3. Dokumentasi

Dokumentasi untuk mendapatkan data langsung dari lokasi penelitian, meliputi foto-foto, dan data yang relawan. Dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang terjadi pada masa lampau, bisa berupa tulisan, gambar, atau karya-karya dari seseorang. Terdapat dua macam bentuk instrument dokumentasi yaitu membuat pengelompokan data yang hendak dicari serta membuat variable yang hendak dikumpulkan informasinya.

G. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data adalah cara atau metode yang digunakan untuk menganalisis data yang sudah siap untuk diolah dengan tujuan agar dapat menjawab rumusan masalah penelitian. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah.

1. Reduksi data

Reduksi data adalah upaya atau suatu cara menyimpulkan data, kemudian dipilih menjadi satuan konsep tertentu, dan tema tertentu. Reduksi data juga merupakan proses memilih, menyerhanakan, dan meringkas data yang dikumpulkan ke dalam bentuk konsep, kategori, tema, dan fokus pada hal-hal penting. Proses ini dilakukan secara berkelanjutan sepanjang penelitian berlangsung. Pengumpulan data dan reduksi data saling berintegrasi, dimana hasilnya diolah melalui kesimpulan dan penyajian data.⁴⁴

Reduksi data adalah proses berpikir yang sensitive, memerlukan kecerdasan dan wawasan yang mendalam. Kecerdasan yang dimaksud adalah kemampuan untuk memfokuskan pada hal-hal penting dari banyaknya data yang diperoleh, sehingga yang relevan dapat diidentifikasi dan disederhanakan.

2. Penyajian Data

Penyajian data adalah proses dimana informasi yang terkumpul disusun secara sistematis, sehingga memungkinkan penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Dalam penelitian kualitatif, penyajian data dapat berbentuk teks naratif seperti catatan lapangan, matriks, grafik, jaringan, atau bagan. Bentuk-bentuk ini menyatukan informasi secara terstruktur dan mudah diakses, sehingga memudahkan untuk memahami situasi, mengevaluasi apakah kesimpulan sudah tepat, atau mempertimbangkan analisis ulang.

H. Penarikan Kesimpulan

Penarikan kesimpulan dilakukan dari pemulaan pengumpulan data, peneliti mulai mencari arti, penjelasan-penjelasan, alur sebab akibat. Kesimpulan ini ditangani secara longgar, tetap terbuka, dan skeptis, tetapi

⁴⁴ Ahmad Rijali, 'Analisis Data Kualitatif', *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah*, 17.33 (2019), h.94.

kesimpulan sudah disediakan. Mula-mula belum jelas, namun kemudian meningkat menjadi lebih rinci dan mengakar dengan kokoh.

DAFTAR PUSTAKA

- Ade, Heryana. (2018). *Informan Dan Pemilihan Informan Dalam Penelitian Kualitatif*.
- Afdillah Firdaus, (2022) ‘Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Minat Konsumen Membeli Produk Perumahan (Kasus Pada Perumahan Surya Mandiri Teropong PT Efa Artha Utama)’, *Jom Fisip UNRI*, 4.1.
- Aghnini, Alnata. (2021). Aghnini Alnata Faculty of Economics , Alkhairaat University Faculty of Economics , Alkhairaat University. *Strategi Pemasaran Bank Muamalat Dalam Meningkatkan Minat Nasabah Pembiayaan ProHajj Perspektif Etika Bisnis Islam*, 2(1).
- Agustinus Rangga Respati, Erlangga. Djumeda. (2023). ‘Bank Muamalat Tawarkan Produk Haji Khusus dan Umrah Lewat Kanal Digital’. In *Kompas.com*.
- Anang Dwiputra Purnomo, *Wawancara*, Muamalat KCU Manado 4 Oktober 2024.
- Astria Al’Amin, ‘Wawancara, Nasabah Prohajj Bank Muamalat KCU Manado’.
- Astria Al’Amin, ‘Wawancara, Nasabah Prohajj Bank Muamalat KCU Manado’.
- Dayyan, Muhammad., Juprianto, & Fahriansyah. (2019). Analisis Minat Masyarakat Muslim Menjadi Nasabah Bank Syariah (Studi Kasus Di Gampong Pondok Kemuning). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 1(1).
- Ferial. A. Alhabsyi, *Wawancara*, Bank Muamalat KCU Manado, 7 Oktober 2024.
- Fahrizal Mulyono, *Wawancara*, Bank Muamalat KCU Manado, 7 Oktober 2024
- Fadila Pende, *Wawancara*, Bank Muamalat KCU Manado 24 September 2024.
- Gama, ‘Wawancara, Nasabah Prohajj Bank Muamalat KCU Manado’.
- Gama, ‘Wawancara, Nasabah Prohajj Bank Muamalat KCU Manado’.
- Hilda sanjayawati, Muhammad Romli Muar, Andriati Azizah Syahfitri, & Yeny Nur Azizah. (2022). Analisis Persepsi Masyarakat Terhadap Minat Produk Prohajj Dalam Hukum Islam. *Maro: Jurnal Ekonomi Syariah Dan Bisnis*, 5(1).
- Hoffman, D. W. (2020). Esensi Program Bimbel Manasik Haji Upaya Pemberdayaan Masyarakat. *Jurnal At-Taqaddum*, 10 (1).
- Ilyas, Rahmat. (2020). Konsep Pembiayaan Dalam Perbankan Syari’Ah. *Jurnal Penelitian*, 9 (1).
- J. Craig Andrews Edwina Luck, Nigel Barker, Anne-Marie Sassenberg, Bill Chitty, Terence. A. (2020). The Importance of Personal Seling to Marketing Commucations’. In *Book Integrated Marketing Communication*.
- Karia, Karmila. (2021). Implementation of Sharia Bank Integrated Marketing

- Communication in Increasing the Number of Customers. *Journal Of Institution And Sharia Finance*, 4(1).
- Kerr, Gayle, Schultz, Don, Patti, Charles, & Ilchul, K. (2019). An Inside-Out Approach To Integrated Marketing Communication. *Journal of Advertising*, 27(4).
- Khoiriyah Triyanti, Rini Rahayu Kurniati, Viona. Vina. Fitri. (2023). Implementasi Pembiayaan ProHajj Dengan Akad Wakalah Bil Ujrah Wal Qardh Pada Bank Muamalat Indonesia KCP Malang. *Jurnal Jiagabi*, 12(1).
- Kotler, Philip. (2019). *Das Summa Summarum des Management*. In *Das Summa Summarum des Management*.
- Lenaini, Ika., & Artikel, Riwayat. (2021). Teknik Pengambilan Sampel Purposive Dan Snowball Sampling Info Artikel Abstrak. *Jurnal Kajian, Penelitian & Pengembangan Pendidikan Sejarah*, 6(1).
- Mansur, Ahmad. (2020). Peran Bank Syariah Di Dalam Pembangunan Ekonomi. *El-Qist: Journal of Islamic Economics and Business (JIEB)*, 1(1).
- Miko, Jero., & Yudrieka, Talia. (2020). Sosiodemografi Memoderasi Pemahaman Masyarakat Dengan Mendeterminasi Terhadap Minat Investasi di Pasar Modal (Studi Kasus : Masyarakat Kota Medan). *Ekonomikawan: Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Studi Pembangunan*, 20(2).
- Muhammad Nurwahyu Ishak. (2023) Sejarah Berdirinya Bank Muamalat di Manado. In *Tribun Manado*.
- Mahmud K. Diko, Iklan Yang digunakan. *Wawancara*, Muamalat KCU Manado, 23 September 2024
- Mulia, Firdha., Hasanah, Ikhwatun., & Nafidzi, Elman. (2023). Analisis Peran Interenship Terhadap Penjualan Produk Prohajj Pada Bank Muamalat Indonesia. *Islamic Banking and Finance*, 6(1).
- Ningseh, Ayu. Ribut. Sri. Wahyuni. (2021). Analisis Penerapan Prinsip Good Corporate Governance dalam perspektif Syariat Islam pada Bank Muamalat Indonesia. *Margin Eco*, 5(2).
- Oktaviani Satriyanti, Evi. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan, Kepuasan Nasabah Dan Citra Bank Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Muamalat Di Surabaya. *Journal of Business and Banking*, 2(2).
- Pane, Sidduk. Bonnar., & Rokan, Mustapa. Kamal. (2022). Marketing Strategy for Hajj Program Financing (PROHAJJ) with Wakalah Bil Ujrah Wal Qard Akad at PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Rantauprapat Branch. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi Dan Keuangan*, 3(3).
- Porcu, L., del Barrio-García, S., & Kitchen, Philip. J. (2012). *How Integrated*

- Marketing Communications (IMC) works? A theoretical review and an analysis of its main drivers and effects. Comunicación y Sociedad, XXV(1).*
- Putra, Gabriel. Iantano. (2019). The Implementation of Integrated Marketing Communication for Alvera. In *book Perbankan Syariah: Produk-produk dan Aspek-Aspek Hukumnya*.
- Rahma, Tri. Inda. Fhadila. (2019). Perbankan syariah I. In *Buku Diklat*.
- Rahmat Ilyas. (2019). Analisis Kelayakan Pembiayaan Bank Syariah. *Rabit: Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Univrab, 1(1)*.
- Rangkuti, Munafi'atul. Husna., Imsar, & Harahap, Rahmat. Daim. (2023). Analisis Penerapan Integrated Marketing Communication (IMC) Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada Produk Pembiayaan Multiguna Hasanah Di Bank Syariah Indonesia KCP Binjai Sudirman. *Jurnal Pendidikan Dan Konseling, 5(1)*.
- Ratna Lakoro, 'Wawancara, Nasabah Prohaji Bank Muamalat KCU Manado
- Ratna Lakoro, 'Wawancara, Nasabah Prohaji Bank Muamalat KCU Manado
- Sariya Mewar, 'Wawancara', *Nasabah Prohaji Bank Muamalat KCU Manado*.
- Sariya Mewar, 'Wawancara', *Nasabah Prohaji Bank Muamalat KCU Manado*.
- Rijali, Ahmad. (2019). Analisis Data Kualitatif. *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah, 17(33)*.
- Rismayanti, Rebekka. (2019). Integrated Marketing Communications (IMC) di PT Halo Rumah Bernyanyi. *Jurnal Ilmu Komunikasi, 13(2)*.
- Rusandi, & Muhammad Rusli. (2021). Merancang Penelitian Kualitatif Dasar/Deskriptif dan Studi Kasus. *Al-Ubudiyah: Jurnal Pendidikan Dan Studi Islam, 2(1)*.
- Saidah, Sarah. Rohmatus., Hermawan, D., Hartono, H., & Anwar, M. (2022). Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan dalam Meningkatkan Minat Masyarakat di Madrasah Ibtidaiyah Muhammadiyah 02 Cakru Kencong Jember. *LEADERIA: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam, 3(1)*.
- Shimp, A. Terence. (2020). Adversiting & Promotion-an Imc Approach. *Dias Technology Review, 4(2)*.
- Sugiyono. (n.d.). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*, ed. by Sutopo, 9th edn (Bandung: ALFABETA, cv).
- Tawile, Ibrahim. Samsidar. dan Muh. Yusuf. (2019). Analisis Produk Tabungan Dan Produk Pembiayaan Pada PT. Bank Muamalat Kolaka, Sulawesi

- Tenggara. *Jurnal Ekonomi Bisnis Syariah*, 2(1),
Tentang Muamalat. (n.d.). In *Profil Bank Muamalat*.
- Theriady, Hans. Setiawan., & Ginting, Dahlia. Br. (2015). Analisis Pengaruh Persepsi Teknologi Informasi, Resiko, Kepercayaan Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Ulang Nasabah Dalam Menggunakan E-Banking. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9).
- Ulpah, Mariya. (2020). Mariya Ulpah Madani Syari ' ah. *Jurnal Madani Syari 'ah*, 3(2).
- Udin Pakaya, 'Wawancara Nasabah Prohaji Bank Muamalat KCU Manado' 30 Januari 2025.
- Udin Pakaya, 'Wawancara Nasabah Prohaji Bank Muamalat KCU Manado' 30 Januari 2025.
- Widiayunita Miranti. (2023). Pertanggungjawaban Hukum Biro Penyelenggara Perjalanan Haji Khusus Terhadap Pelaksanaan Perjanjian Pemberangkatan Calon Jamaah Haji Khusus. *Journal Of Social Science Research*, 3.
- Yasin, Mohamad. Nur. (2020). Argumen Eksistensi Bank Muamalat Di Indonesia Sebagai Perbankan Syariah. *De Jure: Jurnal Hukum Dan Syar'iah*, 2(1).
- Ziqhri, A., & Soemitra, A. (2022). Strategi Pemasaran Pada Pembiayaan Haji Di Indonesia: Studi Literatur Persepsi Mahasiswa PascaSarjana Bidang Perbankan Syariah. *Maro: Jurnal Ekonomi Syariah Dan Bisnis*, 5(2).