

IMPLEMENTASI STRATEGI PENGEMBANGAN PRODUK DALAM MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH TABUNGAN HAJI

(STUDI PADA BANK MUAMALAT KC MALANG)

Kiki Rizki Amelia, Rini Rahayu Kurniati, Ratna Nikin Hardati

*Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Administrasi, Universitas
Islam Malang, Jl. MT Haryono 193 Malang, 65144, Indonesia
LPPM Universitas Islam Malang Jl. MT Haryono 193 Malang, 65144, Indonesia
E-mail : kikirizkia04@gmail.com*

ABSTRAK

Strategi pengembangan produk membawa dampak baik bagi meningkatnya jumlah nasabah tabungan haji. penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan implementasi dari strategi pengembangan produk di Bank Muamalat Kantor Cabang Malang dalam meningkatkan jumlah nasabah tabungan haji dan Mendeskripsikan tujuan strategi pengembangan produk di Bank Muamalat Kantor Cabang Malang dalam meningkatkan jumlah nasabah tabungan haji. Metode penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah metode wawancara, observasi dan dokumentasi. Analisis data yang digunakan yaitu dengan pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam dua tahun kedepan Bank Muamalat masih mengalami fluktuasi jumlah nasabah yang hal ini disebabkan oleh beberapa keunggulan yang dimiliki kompetitor. Kesimpulan dari penelitian ini bahwa Bank Muamalat Kantor Cabang Malang memiliki produk unggulan yaitu produk tabungan haji dan selalu dilakukan pengembangan produk yang bertujuan untuk meningkatkan jumlah nasabah.

Kata Kunci : Strategi Pengembangan Produk, Tujuan Strategi pengembangan produk, Tabungan Haji

ABSTRACT

Product development strategies have a good impact on the increasing number of Hajj savings customers. This study aims to describe the implementation of the product development strategy at the Muamalat Bank Malang Branch Office in increasing the number of Hajj savings customers and to describe the purpose of the product development strategy at the Muamalat Bank Malang Branch Office in increasing the number of Hajj savings customers. This research method uses qualitative methods. Data collection methods used are interviews, observation and documentation. Data analysis used is data collection, data reduction, data presentation and conclusion drawing. The results showed that in the next two years Bank Muamalat still experienced fluctuations in the number of customers which was due to several advantages possessed by competitors. The conclusion of this study is that the Muamalat Bank Malang Branch Office has a superior product that is a Hajj savings product and product development is always carried out aimed at increasing the number of customers.

Keywords : Product development strategy, product development strategy objectives and hajj savings.

PENDAHULUAN

Bank syariah merupakan bank yang dalam sistem operasionalnya tidak menggunakan sistem bunga, akan tetapi menggunakan prinsip dasar sesuai dengan syariah Islam. Dalam menentukan imbalannya, bank syariah tidak menggunakan sistem bunga akan tetapi

menggunakan sistem bagi hasil, baik imbalan yang diberikan kepada nasabah maupun imbalan yang diterimanya. Kurniati Dkk (2019) dalam jurnalnya yang berjudul "The Effectiveness of Business Ethics Impementation in Islamic Economic Law on Islamic Banking" mengatakan bahwa praktik riba dilarang dalam Al-Qur'an dan

Hadist, karena sistem bunga dalam bank memiliki lebih banyak mudharatnya daripada manfaatnya.

Perkembangan perbankan syariah di Indonesia menjadi semakin pesat setelah disahkannya Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah. Maka dari itu persaingan di bidang perbankan syariah juga menjadi semakin ketat sehingga dalam hal ini tantangan utama dalam menghadapi persaingan tersebut adalah aspek pemasaran. Karena pemasaran merupakan hal yang penting untuk menentukan apakah perusahaan akan tumbuh dan bertahan atau bahkan menurun dan gagal dalam mempertahankan daya saing perusahaan.

Dalam menghadapi pasar sasaran, perbankan menghadapi banyak kesulitan, seperti munculnya bank-bank baru, pembaharuan teknologi, kemudahan bertransaksi dan lain sebagainya. Menurut Arif (2012:78) pada prinsipnya ada lima macam strategi pemasaran yang dapat dilakukan oleh perbankan yaitu antara lain strategi penetrasi pasar, strategi pengembangan produk, strategi pengembangan pasar, strategi integrasi dan strategi diversifikasi.

Terkait dengan strategi pengembangan produk erat kaitannya dengan peningkatan jumlah nasabah, seperti menurut Arif (2012:79) bahwa strategi pengembangan produk perbankan merupakan usaha meningkatkan jumlah nasabah dengan cara mengembangkan atau memperkenalkan produk-produk baru perbankan. Adapun penelitian terdahulu yang dapat mendukung dalam penelitian ini adalah penelitian yang dilakukan oleh Rini (2013) dalam jurnal penelitiannya yang berjudul "Peran Pengembangan Produk Dalam Meningkatkan Volume Penjualan" yang mana menunjukkan hasil bahwa pengembangan produk sangat erat kaitannya dengan keberhasilan suatu perusahaan dalam usaha meningkatkan penjualannya dan dengan melakukan pengembangan produk maka peluang perusahaan untuk mendapatkan pelanggan baru akan semakin besar, jadi apabila pelanggan bertambah maka penjualan juga akan semakin meningkat.

Bank Muamalat Indonesia selalu berusaha untuk melakukan inovasi atau pengembangan produk yang hal ini bertujuan untuk memudahkan proses transaksi nasabah. Salah satu inovasi atau pengembangan produk tersebut yaitu layanan tabungan haji. Bank Muamalat Indonesia merupakan salah satu bank syariah terbaik yang mengantarkan nasabah untuk mewujudkan rencana ibadah haji melalui produk tabungan haji, karena Bank Muamalat Indonesia telah mendapatkan kepercayaan dari Kementerian Agama. Adapun manfaat yang

diberikan oleh Bank Muamalat Indonesia kepada nasabahnya dari produk tabungan haji yaitu antara lain sudah sesuai syariah, terpercaya, banyak bonus dan hadiah, fleksibel serta praktis.

Menurut Arif (2012:79) strategi pengembangan produk perbankan merupakan usaha meningkatkan jumlah nasabah dengan cara mengembangkan atau memperkenalkan produk-produk baru perbankan. Adapun penelitian terdahulu yang dapat mendukung dalam penelitian ini adalah penelitian yang dilakukan oleh Rini dalam jurnal penelitiannya yang berjudul "Peran Pengembangan Produk Dalam Meningkatkan Volume Penjualan" yang mana menunjukkan hasil bahwa pengembangan produk sangat erat kaitannya dengan keberhasilan suatu perusahaan dalam usaha meningkatkan penjualannya dan dengan melakukan pengembangan produk maka peluang perusahaan untuk mendapatkan pelanggan baru akan semakin besar, jadi apabila pelanggan bertambah maka penjualan juga akan semakin meningkat.

Oleh karena itu, terdapat ketertarikan peneliti untuk melakukan penelitian pada Bank Muamalat KC Malang dalam melakukan pengembangan produk pada produk tabungan haji yang seharusnya mengalami peningkatan jumlah nasabah justru mengalami fluktuasi jumlah nasabah disetiap tahunnya.

Dari latar belakang yang penulis sampaikan maka rumusan masalah yang akan dikembangkan dalam penelitian ini antara lain :

1. Bagaimana implementasi dari strategi pengembangan produk di Bank Muamalat Kantor Cabang Malang dalam meningkatkan jumlah nasabah tabungan haji ?
2. Bagaimana tujuan strategi pengembangan produk di Bank Muamalat Kantor Cabang Malang dalam meningkatkan jumlah nasabah tabungan haji ?

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menjawab semua yang tertera pada rumusan masalah.

TINJAUAN PUSTAKA

Strategi

Fattah (2015:70) mengatakan bahwa "tanpa strategi, organisasi seperti kapal tanpa kemudi, akan berputar-putar", maksudnya dari kalimat tersebut adalah tanpa strategi, organisasi seperti tidak ada tujuan dan hanya akan berjalan ditempat.

Strategi Pemasaran

Assauri dalam Sedjati (2015:122) strategi pemasaran adalah serangkaian tujuan dan sasaran, kebijakan dan aturan-aturan yang memberikan arah kepada usaha-usaha pemasaran

perusahaan dari waktu ke waktu pada masing-masing tingkatan dan acuan serta alokasinya, terutama sebagai tanggapan perusahaan dalam menghadapi lingkungan pesaing yang selalu berubah.

Strategi Pengembangan Produk

Menurut Swastha (2010:29) strategi pengembangan produk adalah kegiatan memperbaiki bentuk-bentuk yang telah ada, memperluas lini produknya dan menambah model yang ada.

Tujuan Strategi Pengembangan Produk

Menurut Arif (2012:12) tujuan dari dilakukannya strategi pengembangan produk adalah sebagai berikut :

1. Memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah yang terus berubah seiring dengan perkembangan zaman.
2. Menghidupkan kembali pertumbuhan dari simpanan yang sudah lesu.
3. Menandingi penawaran baru dari perusahaan pesaing yang menawarkan produk baru terhadap nasabah.
4. Memanfaatkan teknologi baru.

Nasabah

Menurut Kusumastuti (2019:50) menyatakan bahwa pasal 1 ayat (3) Peraturan Bank Indonesia Nomor 5/21/PBI/2003 tentang Penerapan Prinsip Mengenal Nasabah, nasabah adalah pihak yang menggunakan jasa bank.

Tabungan Haji

Menurut Gozali (2004:5) tabungan haji merupakan produk tabungan yang bersifat khusus yang diselenggarakan oleh bank. Tabungan haji dimaksudkan untuk membantu nasabah dalam mempersiapkan ongkos naik haji (ONH) serta membantu nasabah untuk melakukan

METODE PENELITIAN

Berdasarkan uraian latar belakang dan rumusan masalah pada halaman sebelumnya, maka jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif kualitatif

Fokus Penelitian

Adapun fokus dalam penelitian ini adalah :

1. Strategi pengembangan produk di Bank Muamalat KC Malang dalam meningkatkan jumlah nasabah tabungan haji :
 - a) Produk yang dikembangkan
 - b) Riset dalam mengembangkan produk
 - c) Langkah-langkah dalam mengembangkan produk

2. Tujuan dilakukannya strategi pengembangan produk di Bank Muamalat KC Malang dalam meningkatkan jumlah nasabah tabungan haji :
 - a) Memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah yang terus berubah
 - b) Menghidupkan kembali pertumbuhan simpanan yang sudah lesu.
 - c) Menandingi penawaran baru produk dari perusahaan pesaing.
 - d) Memanfaatkan teknologi

Sumber Data

Dalam penelitian ini jenis data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder.

1. Dalam penelitian ini data primer yang diperoleh yaitu dari Bapak Angga selaku *Relationship Manager Haji* Bank Muamalat KC Malang.
2. Data sekunder dalam penelitian ini dapat diperoleh dari dokumen-dokumen yang diambil dari Bank Muamalat KC Malang.

Pengumpulan data

1. Wawancara

Pada penelitian ini, wawancara yang dilakukan pada Manager haji bank Muamalat KC Malang.
2. Observasi

Observasi pada penelitian ini dilakukan dengan mengecek brosur Tabungan Haji
3. Dokumentasi

Dokumentasi dari penelitian adalah berupa foto wawancara dengan informan

Instrumen Penelitian

Dalam penelitian ini yang menjadi instrumen utama adalah peneliti sendiri dengan instrumen pendukung dalam melakukan penelitian yang meliputi pedoman wawancara, catatan lapangan, ponsel alat rekam dan pengambilan gambar

Analisis Data

1. Pengumpulan Data

Pada proses ini peneliti melakukan pengumpulan data dari hasil wawancara, observasi dan dokumentasi kemudian selanjutnya dilakukan analisis data.
2. Reduksi Data

Reduksi data merupakan proses berpikir sensitif yang memerlukan kecerdasan, keluasan dan kedalaman wawasan yang tinggi. Reduksi data dapat diartikan sebagai proses merangkum, fokus pada hal-hal yang penting dan membuang hal yang tidak penting. Data yang dipilih harus sesuai

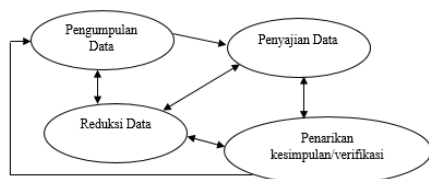
dengan pokok masalah, tujuan penelitian, dan fokus penelitian. Data yang tidak sesuai dengan fokus penelitian, maka harus direduksi atau dikurangi dari data yang telah dikumpulkan.

3. Penyajian Data

Penyajian data dalam penelitian kualitatif dapat dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, *flowchart* dan sejenisnya. Menurut Miles and Huberman dalam Sugiyono (2016: 249) menyatakan bahwa yang paling sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah dengan teks yang bersifat naratif

4. Penarikan Kesimpulan

Langkah terakhir dalam analisis data kualitatif model interaktif yaitu penarikan kesimpulan. Pihak peneliti akan membuat kesimpulan atas data yang telah disajikan, dan peneliti akan melakukan verifikasi dari hasil temuan tersebut dengan kembali ke lapangan atau dengan menyatukan hasil temuannya dengan temuan-temuan lainnya. Dengan demikian maka kesimpulan harus dapat menjawab perumusan masalah yang telah dibuat sejak awal.



Keabsahan data

1. Perpanjangan Pengamatan

Menurut oleh Moleong (2016:327) bahwa yang menjadi alat peneliti adalah peneliti itu sendiri. Keikutsertaan peneliti sangat menentukan dalam pengumpulan data. Keikutsertaan tersebut tidak hanya dilakukan dalam waktu singkat, tetapi memerlukan perpanjangan keikutsertaan pada latar penelitian. Dengan perpanjangan keikutsertaan peneliti akan memungkinkan meningkatkan derajat kepercayaan data yang telah dikumpulkan.

2. Meningkatkan Ketekunan

Menurut Sugiyono (2016:272) meningkatkan ketekunan berarti peneliti melakukan pengamatan secara lebih cermat dan berkesinambungan. Dari cara tersebut maka kepastian data dan urutan peristiwa akan dapat direkam secara pasti dan sistematis. Dalam hal ini peneliti kembali ke lapangan untuk melakukan pengamatan ulang dan mengecek data yang diperoleh dari hasil penelitian. Peneliti melakukan

perpanjangan pengamatan karena belum menemukan jawaban dari informan yang sesuai dengan fokus penelitian.

3. Triangulasi

Wiersma dalam Sugiyono (2016: 273) mengatakan bahwa triangulasi dalam pengujian kredibilitas diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara, dan berbagai waktu. Ada tiga macam triangulasi yaitu triangulasi teknik serta triangulasi waktu. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan triangulasi teknik dan triangulasi waktu.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Implementasi strategi pengembangan produk di Bank Muamalat dalam meningkatkan jumlah nasabah tabungan haji.

Strategi pengembangan produk merupakan suatu usaha perusahaan dalam meningkatkan penjualannya. Banyak manfaat yang didapat oleh perusahaan setelah melakukan pengembangan produk, terutama perusahaan dibidang keuangan seperti perbankan, yaitu dengan meningkatnya jumlah nasabah.

(a) Produk tabungan haji di Bank Muamalat

Bank Muamalat Indonesia memiliki produk unggulan atau produk kunci yaitu produk tabungan haji yang diberi nama dengan Tabungan IB Hijrah Haji dan produk ini sudah ada ketika Bank Muamalat Indonesia mulai didirikan, Produk tabungan haji merupakan produk yang diperuntukkan bagi nasabah dalam merencanakan keberangkatan ibadah haji.

Setiap bank perlu untuk melakukan pengembangan produknya yang bertujuan guna meningkatkan jumlah nasabah, terkait dengan pengembangan produk, Bank Muamalat Indonesia juga selalu melakukan pengembangan produk khususnya produk tabungan haji. Produk tabungan haji ini merupakan produk unggulan bagi Bank Muamalat Indonesia, bahkan setiap tahun produk tabungan haji yang ada di Bank Muamalat Indonesia selalu dievaluasi guna meningkatkan kualitas pelayanan kepada nasabahnya.

Bentuk pengembangan produk yang dilakukan oleh Bank Muamalat Indonesia Pada tahun 2016 yaitu memberikan undian umrah gratis bagi nasabah tabungan haji melalui program Rezeki Haji Berkah, pada tahun 2017

Bank Muamalat Kantor Cabang Malang mengalami penurunan jumlah nasabah tabungan haji, hal ini dikarenakan bank tidak melakukan pembaharuan dalam pengembangan produk dan hanya melakukan evaluasi serta meneruskan pengembangan produk tahun lalu. Pada tahun 2018, Kartu share-e debit merupakan pengembangan produk yang dilakukan oleh Bank Muamalat, Kartu share-e debit adalah kartu debit atau atm yang diperoleh nasabah tabungan haji, yang mana banyak sekali keuntungan dari kartu share-e debit Ihram yaitu kemudahan transaksi dan belanja diseluruh ATM Bank Muamalat, ATM Prima dan ATM Bersama serta ATM dan merchant yang berlogo Visa dan Plus untuk bertransaksi di luar negeri.

- (b) Riset dalam mengembangkan produk tabungan haji

Riset yang dilakukan dalam rangka pengembangan produk tabungan haji dilakukan dengan dua cara. Yang pertama yaitu survey pelanggan melalui penyebaran kuisisioner secara online, Riset yang kedua yaitu *voice of customer*.

- (c) Langkah-langkah pengembangan produk tabungan haji

Langkah-langkah yang dilakukan oleh Bank Muamalat dalam mengembangkan produk tabungan haji adalah melalui strategi imitasi, yang dalam Bank Muamalat dikenal sebagai istilah ATM atau amati-tiru-modifikasi dari tabungan haji milik bank lain. Langkah pertama yang dilakukan oleh Bank Muamalat dalam mengembangkan produknya yaitu dengan mengamati produk tabungan haji milik bank lain. Setelah mengamati pengembangan-pengembangan produk yang dilakukan oleh bank lain, Bank Muamalat mengambil hal-hal yang menarik dan dirasa cocok untuk dikembangkan dalam perusahaan. Selanjutnya Bank Muamalat melakukan modifikasi dari pengembangan-pengembangan produk

bank lain, dengan menambahkan diferensiasi agar sesuai dengan karakteristik bank muamalat sebagai bank syariah pertama di Indonesia.

2. Tujuan strategi pengembangan produk di Bank Muamalat dalam meningkatkan jumlah nasabah tabungan haji.

Melakukan strategi pengembangan produk bagi suatu perusahaan tentunya bisa membawa masa depan yang lebih baik, setiap perusahaan dibidang apapun khususnya perusahaan perbankan selalu mempunyai tujuan dengan melakukan strategi pengembangan produk, baik bertujuan untuk memperkenalkan produknya, memperpanjang usia produk maupun untuk meningkatkan jumlah nasabah.

- a) Memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah yang terus berubah seiring dengan perkembangan zaman.

Pesatnya perkembangan teknologi didunia saat ini mampu mengubah pola pikir masyarakat banyak terkait kebutuhan dan keinginannya. Dalam dunia perbankan khususnya di Bank Muamalat Kantor Cabang Malang, nasabah menginginkan produk layanan dari produk tabungan haji yang lebih fleksibel, mudah dan berbasis online. Setiap bank pastinya memiliki cara yang berbeda dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabahnya, seperti yang dilakukan oleh Bank Muamalat Kantor Cabang Malang dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabahnya dengan cara selalu berinovasi serta mengikuti apa yang menjadi kebutuhan atau keinginan nasabahnya.

- b) Menghidupkan kembali pertumbuhan dari simpanan yang sudah lesu.

Pada dasarnya tingkat kenaikan jumlah nasabah tidak selalu mengalami peningkatan, hal ini seperti yang terjadi di Bank Muamalat Kantor Cabang Malang yang setiap tahunnya mengalami fluktuasi jumlah nasabah tabungan haji, namun hal ini tidak termasuk simpanan yang lesu karena produk tabungan haji di Bank Muamalat Kantor Cabang Malang masih banyak peminatnya. Dalam mengatasi fluktuasi yang terjadi pada jumlah nasabah yang menurun ditahun-tahun tertentu, Bank Muamalat memiliki cara untuk mengatasi hal tersebut yaitu dengan melakukan inovasi produk dan

menggiatkan promosi baik dari media sosial maupun media elektronik seperti radio dan sebagainya.

- c) Menandingi penawaran baru dari perusahaan pesaing yang menawarkan produk baru terhadap nasabah.

Menurut Joyosumarto (2018:16) produk dan jasa pelayanan yang unik merupakan hasil kerja inovatif, yaitu menjadi yang pertama masuk ke dalam suatu pasar dan memiliki perbedaan yang menonjol dibandingkan dengan produk yang dijual oleh bank-bank pesaing. Perbedaan dari Bank Muamalat dengan bank syariah lainnya yaitu Bank Muamalat memiliki citra yang baik dimasyarakat khususnya masyarakat muslim yang mana Bank Muamalat Indonesia adalah bank syariah pertama di Indonesia, memiliki *excutive lounge*, bisa tarik tunai di Arab Saudi, memberikan diskon belanja di Arab Saudi, memiliki *design* kartu atm yang menarik, souvenir haji yang beragam, *mobile banking* yang *easy user*.

- d) Memanfaatkan teknologi baru.

Pada saat ini penggunaan *m-banking* menjadi salah satu aplikasi yang dimanfaatkan oleh nasabah dan menjadi alternatif transaksi selain menggunakan mesin atm, sehingga dalam perkembangannya dapat menyaingi keunggulan teknologi dari pesaing yaitu dengan meningkatkan fitur-fitur yang ada pada aplikasi terutama pada produk tabungan haji, seperti fitur fleksibel yang ada di Bank Muamalat. Perkembangan teknologi mampu mengubah perspektif masyarakat terhadap kebutuhan hidupnya. Perubahan ini menuntut adanya produk-produk yang dinamis dan lebih praktis sehingga dapat memenuhi kebutuhan dan memberi kemudahan serta mengikuti trend yang sedang menguasai dunia saat ini, namun untuk dapat menarik minat nasabah tentunya Bank Muamalat juga melakukan strategi promosi baik melalui media sosial maupun media elektronik.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Implementasi strategi pengembangan produk di Bank Muamalat dalam meningkatkan jumlah nasabah tabungan haji.

- a. Bank Muamalat Indonesia memiliki produk unggulan yaitu tabungan haji dan produk tabungan haji selalu dilakukan pengembangan produk. Adapun bentuk dari pengembangan produk yang dilakukan Bank Muamalat Indonesia adalah bank mengeluarkan fitur-fitur baru pada produknya, hal ini bertujuan untuk menarik minat nasabah yang dapat berdampak pada meningkatnya jumlah nasabah. Pada tahun 2016, Bank Muamalat Indonesia memberikan undian umrah gratis dalam program Rezeki Haji Berkah, dengan melakukan pengembangan produk ini, Bank Muamalat mengalami peningkatan jumlah nasabah tabungan haji. Untuk tahun 2017, Bank Muamalat Kantor Cabang Malang mengalami penurunan jumlah nasabah tabungan haji yang hal ini disebabkan oleh bank yang tidak melakukan pembaharuan dalam pengembangan produk, namun dengan terjadinya penurunan jumlah nasabah pada tahun 2017 menjadikan bank semakin gesit dalam melakukan pengembangan produk yang bertujuan guna meningkatkan jumlah nasabah tabungan haji, pada tahun 2018 Bank Muamalat Indonesia mengeluarkan beberapa fitur pada produk tabungan haji yang diwujudkan dalam layanan kartu *shar-e* debit Ihram yang meliputi kemudahan bertransaksi dan belanja diseluruh ATM Bank Muamalat, ATM Prima dan ATM Bersama serta ATM dan merchant yang berlogo Visa dan Plus untuk bertransaksi di luar negeri. Selain itu kartu *shar-e* debit Ihram juga menawarkan potongan harga bagi nasabah yang ingin memanfaatkan *airport lounge*, serta gratis dalam melakukan tarik tunai di Haramain. Pada tahun 2019, Bank Muamalat Kantor Cabang Malang mengalami penurunan jumlah nasabah yang cukup banyak yaitu 117 nasabah, dari yang semula pada tahun 2018 berjumlah 608 nasabah turun menjadi 491 nasabah, hal ini disebabkan karena beberapa faktor antara lain yaitu semakin banyak kompetitor yang melakukan pengembangan produk, lamanya proses daftar tabungan haji di bank muamalat dibanding kompetitor, serta rekomendasi dari bank konvensional kepada nasabahnya yang ingin

- membuka tabungan haji untuk mendaftarkan di bank syariah yang merupakan anak perusahaannya sendiri.
- b. Bank Muamalat Indonesia melakukan riset dalam pengembangan produk tabungan haji. Terdapat dua cara yang dilakukan Bank Muamalat dalam riset pengembangan produk, yaitu penyebaran kuesioner dan voice of customer.
 - c. Langkah-langkah yang dilakukan oleh Bank Muamalat dalam mengembangkan produk tabungan haji yaitu dengan melakukan strategi imitasi atau biasa disebut dengan ATM (amati, tiru dan modifikasi). Strategi imitasi adalah kegiatan yang dilakukan perusahaan dengan meniru produk yang telah ada kemudian mengembangkan atau mengadaptasi untuk diterapkan pada lingkungan baru, yang artinya Bank Muamalat mengamati produk tabungan haji milik bank lain, kemudian Bank Muamalat mengambil hal-hal yang menarik dan dirasa cocok untuk dikembangkan dalam perusahaan. Selanjutnya Bank Muamalat melakukan modifikasi dari pengembangan-pengembangan produk bank lain, dengan menambahkan diferensiasi agar sesuai dengan karakteristik bank muamalat sebagai bank syariah pertama di Indonesia.
2. Tujuan strategi pengembangan produk di Bank Muamalat dalam meningkatkan jumlah nasabah tabungan haji.
 - a. Pesatnya perkembangan teknologi mempengaruhi *mindset* masyarakat terkait kebutuhan dan keinginannya, saat ini nasabah menginginkan produk tabungan haji yang lebih fleksibel, mudah dan berbasis online. Dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabahnya, Bank Muamalat memiliki cara dalam mengatasi hal tersebut yaitu dengan selalu berinovasi serta mengikuti apa yang menjadi kebutuhan atau keinginan nasabahnya. Dengan melakukan inovasi produk, dirasa Bank Muamalat dapat meningkatkan jumlah nasabahnya, meskipun tidak meningkat secara signifikan.
 - b. Bank Muamalat Kantor Cabang Malang setiap tahunnya mengalami fluktuasi jumlah nasabah tabungan haji. Untuk mengatasi fluktuasi yang terjadi pada jumlah nasabah yang menurun ditahun-tahun tertentu, Bank Muamalat memiliki cara untuk mengatasi hal tersebut yaitu dengan melakukan inovasi produk dan mengadakan promosi baik dari media sosial maupun media elektronik seperti radio dan sebagainya.
 - c. Setiap bank tentunya memiliki pesaing yang menawarkan produk baru kepada nasabahnya, namun hal ini tidak terlalu dikhawatirkan oleh Bank Muamalat, karena Bank Muamalat memiliki citra yang positif di kalangan masyarakat. Bank Muamalat memiliki cara dalam mengatasi pesaing yang menawarkan produk baru kepada nasabah yaitu Bank Muamalat selalu melakukan inovasi, selalu mengeluarkan fitur-fitur baru kepada nasabah dan menjawab apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan nasabah saat ini.
 - d. Perkembangan teknologi mampu mengubah perspektif masyarakat terhadap kebutuhan hidupnya. Perubahan ini menuntut adanya produk-produk yang dinamis dan lebih praktis sehingga dapat memenuhi kebutuhan dan memberi kemudahan serta mengikuti trend yang sedang menguasai dunia saat ini. Dengan memanfaatkan teknologi baru dapat berdampak pada meningkatnya jumlah nasabah tabungan haji di Bank Muamalat Kantor Cabang Malang.

Saran

1. Diharapkan Bank Muamalat lebih konsisten dalam melakukan pengembangan produk tabungan haji agar tingkat pertumbuhan jumlah nasabah tabungan haji bisa meningkatkan secara signifikan.
2. mempersingkat waktu dalam proses pembukaan tabungan haji.
3. melakukan inovasi produk yang murni dari bersal dari Bank Muamlat Indonesia sendiri tanpa meniru dari competitor.

DAFTAR PUSTAKA

- A-Biladi, A. b. (1995). *Keutamaan Kota Makkah*. Bandung: Pustaka Hidayah.
- Arif, M. N. (2012). *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: Alfabeta.
- Armstrong, P. K. (1997). *Dasar-dasar Pemasaran Principles of Marketing 7e*. Jaarta: Prenhallindo.
- Budhi, P. K. (2017). *Smart Leadership-Being Decision Maker*. Yogyakarta: Andi.
- Chandra, F. T. (2017). *Pemasaran Strategik (Mengupas Pemasaran Strategik,*

- Branding Strategy, Customer Satisfaction, Strategi Kompetitif, hingga e-marketing*). Yogyakarta: Andi.
- Efendi, A. S. (2015). *Prinsip-Prinsip Pemasaran-PLus Tren Terkini tentang Pemasaran Global, Pemasaran Jasa, Green Marketing, Entrepreneurial Marketing dan E-Marketing*. Yogyakarta: Andi.
- Fattah, N. (2015). *Fungsi Kompetisi Inti dalam Manajemen Strategik*. Bandung: PT. Rosdakarya.
- Gozali, A. (2004). *HALAL, BERKAH, BERTAMBAH Mengenal dan Memilih Produk Investasi Syariah*. Jakarta: PT. Elex Komputindo.
- Hakim, R. (2010). *Break Through: Bisnis Itu Permainan, Bukan Ilmu Pengetahuan*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Harsanto, B. (2013). *Dasar Ilmu Manajemen Operasi*. Bandung: Unpad Press.
- Huseini, J. H. (2006). *Proses, Formasi dan Implementasi Manajemen Strategik Kontemporer Operasionalisasi Strategi*. Jakarta: Media Komputindo.
- John, N. K. (2018). *Kinerja Organisasi*. Sleman: Deepublish.
- John, N. K. (2018). *Kinerja Organisasi*. Sleman: Deepublish.
- Joyosumarto, S. (2018). *B.A.N.K.I.R Kepemimpinan Lembaga Perbankan Abad ke-21*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Kasmir. (2002). *Dasar-dasar Perbankan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Kuncoro, M. (2005). *Strategi Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif*. Jakarta: Erlangga.
- Mawardi, I. M. (2017). Pengembangan Produk Funding KPPS BMT Amanah ummah Jawa Timur. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan Vol. No.11*, 889-901.
- Moleong, L. J. (2016). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Pratiwi, N. (2019). Strategi Bank Syariah Dalam Menghadapi Pengembangan Produk Gdai Emas (Studi Kasus pada BRI Syariah. *Jurnal Nisbah Vol.5 No.1*, 1-18.
- rini Rahyu Kurniati, F. H. (2019). The Effectiveness of Business Ethics implementation in Islamic Economic Law on Islamic Banking. *Jurnal Bisnis dan Manajemen Vol.11 No.3*, 87-93.
- Rini, E. S. (2013). Peran Pengembangan Produk Dalam Meningkatkan Penjualan. *Jurnal Ekonomi*, 30-38.
- Roosmawarni, A. F. (2020). *Kewirausahaan (Dasar dan Konsep)*. Pasuruan: Qiara Media.
- Sedjati, R. S. (2015). *Manajemen Strategis*. Yogyakarta: Deepublish.
- Simamora, B. (2003). *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. (2016). *metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suprpto, H. (2019). Penerapan strategi pemasaran Melalui Pendekatan Pengembangan Produk Guna Meningkatkan Volume Penjualan. *Jurnal Penelitian Ilmu Manajemenq*, 953-962.
- Suyanto, M. (2015). *11 Rahasia Memula Bisnis Tanpa Uang*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran*. Sleman: Andi.
- Umar, H. (2008). *Strategic Manajemen in Action*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- <http://www.bankmuamalat.co.id/penghargaan>.
- <https://www.bankmuamalat.co.id/tabungan-consumer/tabungan-ib-hijrah-haji>.
- <http://tribunnews.com/bank-muamalat-siapkan-strategi-gaet-pasar-perbankan-syariah-di-indonesia/>
- <http://ngalam.co/2016/03/13/profil-kelurahan-kidul-dalem-kecamatan-klojen-kota-malang>