

STRATEGI PEMASARAN PRODUK PERBANKAN SYARIAH PADA MASYARAKAT DESA CIASEM TENGAH

Putri Leli Noviana^{1*}, Fenny Damayanti Rusmana², Juhadi³

^{1,2,3}STEI Al-Amar Subang, kiranafenny@yahoo.com

ABSTRAK

Abstrak: Dunia perbankan di Indonesia berkembang pesat, terutama perbankan syariah yang kian tahun semakin bertambah. Pada perkembangannya tentunya hal ini tidak mudah, diperlukan strategi pemasaran yang harus kian menarik minat masyarakat, terutama di pedesaan yang cukup jauh dari jangkauan. Hal ini berdampak pada kurangnya pengetahuan masyarakat terhadap perbankan syariah. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengkaji strategi pemasaran produk perbankan syariah pada masyarakat Desa Ciasem Tengah. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif dengan hasil penelitian. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran produk bank muamalat khusus nya untuk tabungan haji yang dipasarkan oleh bank muamalat sendiri pada pedesaan seperti desa Ciasem tengah yaitu dengan open table, meluncurkan mobil branch bank muamalat ke desa Ciasem Tengah, bekerjasama dengan beberapa KBIH daerah Ciasem, mengikuti event-event yang ada di Ciasem untuk memperkenalkan bank muamalat khusus nya pada tabungan haji, bekerjasama dengan beberapa pihak seperti KUA-KUA untuk ikut serta mengenalkan produk tabungan haji pada masyarakat desa Ciasem tengah, karena memang target pasar bank muamalat sendiri yang utama adalah haji, dengan tujuan agar membantu semakin banyak haji-haji khusus nya bagi generasi muda yang ingin berangkat haji.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran; Produk Perbankan Syariah.

Abstract: The world of banking in Indonesia is developing rapidly, especially sharia banking which is increasing every year. In its development, of course this is not easy, marketing strategies are needed that must increasingly attract public interest, especially in rural areas which are quite far from reach. This has an impact on the public's lack of knowledge about sharia banking. The aim of this research is to examine the marketing strategy for sharia banking products in the Central Ciasem Village community. The research method used is a qualitative method with research results. The results of this research show that the marketing strategy for Bank Muamalat products, specifically for Hajj savings, is marketed by Bank Muamalat itself in villages such as Central Ciasem village, namely by open table, launching Bank Muamalat branch cars to Central Ciasem village, in collaboration with several KBIHs in the Ciasem area, following events in Ciasem to introduce Bank Muamalat specifically for Hajj savings, in collaboration with several parties such as KUA-KUA to participate in introducing Hajj savings products to the people of Central Ciasem village, because the main target market for Bank Muamalat itself is Hajj, with the aim of helping more and more Hajj pilgrims, especially for the younger generation who want to go on Hajj.

Keywords: Marketing Strategy; Sharia Banking Products.

Article History:

Received: 27-12-2023

Revised : 28-01-2024

Accepted: 30-02-2024

Online : 01-03-2024

A. PENDAHULUAN

Indonesia adalah negara berkembang yang mempunyai system perbankan diantaranya Perbankan konvensional dan Perbankan Syariah. Strategi merupakan pendekatan (*approach*) secara keseluruhan yang berkaitan dengan pelaksanaan ide atau gagasan, perencanaan, dan eksekusi sebuah aktivitas dalam kurun waktu tertentu. Strategi yang baik terletak pada koordinasi tim kerja, memiliki tema, mengidentifikasi factor pendukung yang sesuai dengan prinsip-prinsip pelaksanaan ide atau gagasan secara rasional, efisien dan efektif. Menurut Muhammad dalam (Tjiptono, 2009) bahwa untuk menentukan strategi pemasaran yang dapat dilakukan oleh pemasar agar tepat dalam pencapaian tujuan, diperlukan mengetahui sasaran yang dituju, yaitu dengan mengetahui dan mengukur kemampuan dan kelemahan bank syariah untuk mendapatkan peluang dan meminimalisir ancaman, melalui analisis swot.

Harmoko dalam (Arifudin, 2021) bahwa kata strategi berasal dari bahasa Yunani yaitu "*strategas*" yang memiliki arti "*generalship*" atau sesuatu yang dikerjakan oleh para jenderal dalam membuat rencana untuk memenangkan perang. Agustiani dalam (Nuary, 2024) bahwa strategi merupakan cara yang ditunjukkan bagi keberhasilan tujuan perusahaan yang ingin dicapai. Pengelolaan sumber daya manusia yang baik haruslah memiliki strategi yang tepat sehingga dapat menghasilkan sumber daya manusia yang bermanfaat bagi keberhasilan perusahaan. Adapun Dayat dalam (Shavab, 2021) bahwa strategi adalah suatu kesatuan rencana yang luas dan terintegrasi yang menghubungkan antara kekuatan internal organisasi dengan peluang dan ancaman lingkungan eksternalnya. Oleh karena itu strategi selalu berkaitan dengan evaluasi dan pemilihan alternatif yang tersedia bagi suatu manajemen dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa Strategi adalah usaha yang harus dimiliki suatu perusahaan agar mencapai keberhasilannya.

Nurcholifah dalam (Athik Hidayatul Ummah, 2021) bahwa pemasaran adalah sebuah proses sosial ekonomi yang bertumpu pada pemenuhan kebutuhan individu dan kelompok dengan menciptakan pertukaran sehingga memberikan kepuasan individu atau kelompok yang maksimal. Riyono dikutip (Fasa, 2020) menjelaskan pemasaran merupakan suatu kegiatan dimana terjadi suatu proses pertukaran arus barang dan jasa dari produsen ke konsumen. Dalam kegiatan pemasaran terkandung pengertian adanya kebutuhan dan keinginan manusia yang harus dipenuhi berupa barang dan jasa. Agustina dalam (Siregar, 2021) bahwa pemasaran adalah suatu interaksi yang berusaha untuk menciptakan hubungan pertukaran. Tetapi, pemasaran bukanlah merupakan suatu cara yang sederhana ekeदार untuk menghasilkan

penjualan saja dan semuanya ditujukan untuk memberikan kepuasan baik penjual maupun pembeli. Dari Penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa Pemasaran adalah proses transaksi antara dua orang atau lebih untuk menghasilkan kepuasan bagi keduanya.

Di dunia perbankan di Indonesia terdapat Perbankan konvensional dan Perbankan Syariah, Kedua bank sama-sama memberikan keuntungan bagi nasabahnya. Hanya saja pemberian keuntungan kedua Bank ini berbeda bentuk. Menurut Undang-undang Nomor 10 Tahun 1998 Bank Konvensional merupakan bank yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional dan memberi keuntungan berupa suku bunga kepada nasabahnya. Sementara itu, dalam Bank Syariah, pemberian suku bunga sama sekali dihindarkan, sehingga perbankan syariah terjauh dari ribah (Ascarya., 2016).

Perbankan konvensional sudah biasa di jumpai di semua daerah di Indonesia, sehingga nasabah lebih familiar dalam dunia perbankan konvensional, sebaliknya perbankan syariah sedang berusaha mengembakan dan mengenalkan konsep bagi hasil yang di pakai untuk Pengelolaan keuangan dalam bentuk titipan maupun investasi. Segala pengelolaan yang berasal dan diinvestasikan pada kegiatan bisnis yang melanggar hukum Islam, seperti perdagangan barang-barang haram, perjudian (*maisir*), dan manipulatif (*ghahar*) sangat diharamkan.

Perkembangan perbankan Syariah mulai menunjukkan signifikansi yang pesat di Indonesia di lihat dari banyaknya perbankan Syariah di Indonesia, Khusus untuk Perbankan Syariah, Pembentukan sistem ini berdasarkan adanya larangan dalam agama Islam untuk meminjamkan atau memungut pinjaman dengan mengenakan bunga pinjaman (riba), serta larangan berinvestasi pada usaha-usaha berkategori terlarang. Bank Syariah merupakan bank yang beroperasi sesuai dengan prinsip-prinsip Islam, yakni bank dengan tata cara dan operasinya mengikuti ketentuan-ketentuan syariah Islam. Salah satu unsur yang harus di jauhi dalam muamalah Islam adalah praktik-praktik yang mengandung unsur riba Perbankan syariah atau perbankan Islam adalah suatu sistem perbankan yang pelaksanaannya berdasarkan hukum Islam (syariah). Perbankan syariah diharapkan dapat turut berkontribusi dalam mendukung pembangunan dan tranformasi perekonomian produktif (Ascarya., 2016).

Kehadiran bank Syariah diharapkan dapat berpengaruh terhadap kehadiran suatu sistem ekonomi Islam yang menjadi keinginan bagi setiap negara Islam. Kehadiran bank syariah diharapkan dapat memberikan alternatif bagi masyarakat dalam memanfaatkan jasa perbankan yang selama ini masih didominasi oleh sistem bunga.

Persoalan pemasaran juga menjadi kendala bagi perbankan syariah. Hal ini berdampak pada rendahnya minat masyarakat terhadap pelayanan perbankan syariah. Minimnya sosialisasi terhadap masyarakat mengakibatkan masyarakat masih cenderung mempercayakan segala aktivitas keuangannya terhadap bank-bank konvensional. Kegiatan pemasaran merupakan persoalan yang fundamental yang harus dijalankan. Tanpa kegiatan pemasaran jangan diharapkan kebutuhan dan keinginan pelanggannya dapat terpenuhi. Karena itu, bagi industri keuangan syariah perlu mengemas kegiatan pemasarannya secara terpadu dan terus menerus melakukan riset pasar.

Strategi *marketing* merupakan ujung tombak bagi bank untuk mengenalkan dan memasarkan keunggulan produk-produknya. Tetapi strategi marketing tidak akan optimal bila produk yang ditawarkan kurang memiliki daya saing dibandingkan dengan produk pesaing. Untuk meningkatkan daya saing, Bank Syariah kini tengah melakukan berbagai inovasi produknya, baik itu produk yang berkaitan dengan dana maupun pembiayaan. Tidak menutup kemungkinan target pasar perbankan syariah yang paling utama adalah masyarakat di pedesaan. Mengingat masyarakat pedesaan banyak bekerja pada sektor pertanian, peternakan dan berdagang.

Berdasarkan latar belakang tersebut dan maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian bagaimana Lembaga Keuangan untuk meningkatkan pemasaran, dengan mengangkat judul "strategi pemasaran produk perbankan syariah pada masyarakat Desa Ciasem Tengah".

B. METODE PENELITIAN

Penelitian ini berusaha untuk menganalisis dan mendeskripsikan strategi pemasaran produk perbankan syariah pada masyarakat Desa Ciasem Tengah. Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah berupa metode deskriptif analisis. Menurut (Haris, 2023) bahwa deskriptif analisis adalah penelaahan secara empiris yang menyelidiki suatu gejala atau fenomena khusus dalam latar kehidupan nyata. Hasil penelitian ini dikumpulkan dengan data primer dan data sekunder.

Adapun pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Menurut Bogdan dan Taylor dalam (Arifudin, 2023) menyatakan pendekatan kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Menurut (Rahayu, 2020) bahwa caranya dengan mentranskripsikan data, kemudian pengkodean pada catatan-catatan yang ada di lapangan dan diinterpretasikan data tersebut untuk memperoleh kesimpulan.

Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif dengan metode penelitian lapangan (*field research*). Menurut (Tanjung, 2023) bahwa pendekatan ini disesuaikan dengan tujuan pokok penelitian, yaitu mendeskripsikan dan menganalisis mengenai strategi pemasaran produk perbankan syariah pada masyarakat Desa Ciasem Tengah. Sehingga dengan metode tersebut akan mampu menjelaskan permasalahan dari penelitian (Arifudin, 2022).

Penentuan teknik pengumpulan data yang tepat sangat menentukan kebenaran ilmiah suatu penelitian. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Observasi, Wawancara dan Dokumentasi.

Teknik dapat dilihat sebagai sarana untuk melakukan pekerjaan teknis dengan hati-hati menggunakan pikiran untuk mencapai tujuan. Walaupun kajian sebenarnya merupakan upaya dalam lingkup ilmu pengetahuan, namun dilakukan untuk mengumpulkan data secara realistis secara sistematis untuk mewujudkan kebenaran. Metodologi penelitian adalah sarana untuk menemukan obat untuk masalah apa pun. Dalam hal ini, penulis mengumpulkan informasi tentang strategi pemasaran produk perbankan syariah pada masyarakat dari buku-buku, artikel, jurnal, skripsi, tesis, ebook, dan lain-lain (Arifudin, 2018).

Karena membutuhkan bahan dari perpustakaan untuk sumber datanya, maka penelitian ini memanfaatkan penelitian kepustakaan. Peneliti membutuhkan buku, artikel ilmiah, dan literatur lain yang berkaitan dengan topik dan masalah yang mereka jelajahi, baik cetak maupun online (Arifudin, 2019).

Mencari informasi dari sumber data memerlukan penggunaan teknik pengumpulan data. Amir Hamzah dalam (Arifudin, 2020) mengklaim bahwa pendataan merupakan upaya untuk mengumpulkan informasi yang berkaitan dengan pokok bahasan yang diteliti. Penulis menggunakan metode penelitian kepustakaan untuk mengumpulkan data. Secara khusus, penulis memulai dengan perpustakaan untuk mengumpulkan informasi dari buku, kamus, jurnal, ensiklopedi, makalah, terbitan berkala, dan sumber lainnya yang membagikan pandangan strategi pemasaran produk perbankan syariah pada masyarakat Desa Ciasem Tengah.

Lebih lanjut Amir Hamzah mengatakan bahwa pengumpulan data diartikan berbagai usaha untuk mengumpulkan fakta-fakta yang berkaitan dengan topik atau pembahasan yang sedang atau akan digali (Hanafiah, 2021). Rincian tersebut dapat ditemukan dalam literatur ilmiah, penelitian, dan tulisan-tulisan ilmiah, disertasi, tesis, dan sumber tertulis lainnya. Menurut (Juhadi, 2020) bahwa pengumpulan data dapat dilakukan dalam berbagai keadaan, menggunakan sumber yang berbeda, dan menggunakan teknik yang berbeda.

Observasi adalah bagian dari proses penelitian secara langsung terhadap fenomena-fenomena yang hendak diteliti (Sofyan, 2020). Dengan metode ini, peneliti dapat melihat dan merasakan secara langsung suasana dan kondisi subyek penelitian (Tanjung, 2020). Hal-hal yang diamati dalam penelitian ini adalah tentang strategi pemasaran produk perbankan syariah pada masyarakat Desa Ciasem Tengah.

Teknik wawancara dalam penelitian ini adalah wawancara terstruktur, yaitu wawancara yang dilakukan dengan menggunakan berbagai pedoman baku yang telah ditetapkan, pertanyaan disusun sesuai dengan kebutuhan informasi dan setiap pertanyaan yang diperlukan dalam mengungkap setiap data-data empiris (Damayanti, 2020).

Dokumentasi adalah salah satu teknik pengumpulan data melalui dokumen atau catatan-catatan tertulis yang ada (Hadiansah, 2021). Dokumentasi berasal dari kata dokumen, yang berarti barang-barang tertulis. Di dalam melaksanakan metode dokumentasi, peneliti menyelidiki benda-benda tertulis, seperti buku-buku, majalah, notula rapat, dan catatan harian. Menurut Moleong dalam (Tanjung, 2019) bahwa metode dokumentasi adalah cara pengumpulan informasi atau data-data melalui pengujian arsip dan dokumen-dokumen. Strategi dokumentasi juga merupakan teknik pengumpulan data yang diajukan kepada subyek penelitian. Metode pengumpulan data dengan menggunakan metode dokumentasi ini dilakukan untuk mendapatkan data tentang keadaan lembaga (obyek penelitian) yaitu strategi pemasaran produk perbankan syariah pada masyarakat Desa Ciasem Tengah.

Menurut Muhadjir dalam (Fitria, 2020) menyatakan bahwa analisis data merupakan kegiatan melakukan, mencari dan menyusun catatan temuan secara sistematis melalui pengamatan dan wawancara sehingga peneliti fokus terhadap penelitian yang dikajinya. Setelah itu, menjadikan sebuah bahan temuan untuk orang lain, mengedit, mengklasifikasi, dan menyajikannya.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Ciasem Tengah merupakan salah satu desa yang terdapat pada kecamatan Ciasem di Kabupaten Subang, Jawa Barat. Desa Ciasem tengah memiliki jumlah penduduk sekitar 12.159 jiwa, dengan mayoritas penduduknya beragama Islam, Wilayah Ciasem tengah terdiri dari 9 dusun, diantaranya: Babakan Maja, Krajan Barat, Krajan Timur, Marjim, Tanjung Asem, Tanjungbaru, Warungnangka, Wanarasa, Wanajaya yang terbagi dalam 9 RW, dan 30 RT. Bahasa yang digunakan masyarakatnya adalah bahasa sunda dan bahasa jawa. Terdapat

beberapa jembatan gantung sebagai sarana penghubung antar dusun yang dilewati aliran Sungai Ciasem.

Bank Islam pertama, Bank Muamalat Indonesia. Didirikan pada tahun 1991 dan memulai kegiatan operasionalnya pada bulan Mei 1992. Pendirian Bank Muamalat Indonesia diprakarsai oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI) yang kemudian di dukung oleh sekelompok pengusaha dan cendekiawan muslim. PT Bank Muamalat Indonesia (BMI) Tbk, merupakan bank pertama di Indonesia yang mengoperasikan kegiatannya berdasarkan prinsip-prinsip Islam. Sebagai suatu bank, BMI tetap melaksanakan operasionalnya sama dengan bank-bank konvensional lainnya selama tidak bertentangan dengan prinsip syariah. BMI tidak terlepas dari usaha-usaha untuk mencapai keuntungan yang akan dibagi dihasilkan kepada para nasabahnya. Selain itu BMI juga tetap harus berpegangan pada prinsip Prudential Banking, yaitu prinsip kehati-hatian bank dalam mengoperasikan usahanya agar tetap dalam kondisi kinerja yang baik dan memenuhi kriteria bank sehat (Ummah, 2015).

Bank syariah adalah bank yang beroperasi dengan tidak mengandalkan pada bunga. Bank Islam atau biasa disebut dengan bank tanpa bunga, adalah lembaga keuangan atau perbankan yang operasional dan produknya dikembangkan berlandaskan pada Al-Qur'an dan Hadis Nabi Muhammad SAW. Dengan kata lain bank Syari'ah adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan pembiayaan atau kredit dan jasa-jasa lainnya dalam lalu lintas pembayaran serta peredaran uang yang pengoperasiannya disesuaikan dengan prinsip syariat Islam (Imran, 2017).

Bank Islam pertama, Bank Muamalat Indonesia. Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 1992 sebagaimana diubah Undang-undang Nomor 10 Tahun 1998 Tentang Perbankan, pengertian bank syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan berdasar prinsip syariah dan menurut jenisnya terdiri atas bank umum syariah dan bank pembiayaan rakyat syariah. Berikut beberapa ayat dalam AlQur'an yang menjadi dasar operasional bank syariah, adalah:

- 1) Q.S. An-Nisa : 29 yang artinya : "Hai, orang-orang yang beriman janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang bathil".
- 2) Q.S. Al-Baqarah : 275 yang artinya: "Orang-orang yang makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), sesungguhnya jual-beli itu sama dengan riba, padahal Allah telah menghalalkan jual-beli dan mengharamkan riba.

- 3) Q.S. Al-Imron : 130 yang artinya: “ Hai, orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan riba dengan berlipat ganda dan bertakwalah kamu kepada Allah supaya kamu mendapat keberuntungan”.

Berikut Hadist yang menjadi dasar operasional bank syariah, yang diriwayatkan oleh Muslim dari Jabir bin Abdillah, bahwa ia menceritakan, “Rasulullah melaknat pemakan riba, orang yang memberi makan dengan riba, juru tulis transaksi riba, dua orang saksinya, beliau bersabda, Semuanya sama saja”.

Berdasarkan hasil wawancara dengan operation Supervisor menyampaikan bahwa Strategi pemasaran produk bank muamalat khusus nya untuk tabungan haji yang di pasarkan oleh bank muamalat sendiri pada pedesaan seperti desa Ciasem tengah yaitu dengan open table, meluncurkan mobil branch bank muamalat ke desa Ciasem Tengah, bekerjasama dengan beberapa KBIH daerah Ciasem, mengikuti eventevent yang ada di Ciasem untuk memperkenalkan bank muamalat khusus nya pada tabungan haji, bekerjasama dengan beberapa pihak seperti KUA-KUA untuk ikut serta mengenalkan produk tabungan haji pada masyarakat desa Ciasem tengah, karna memang target pasar bank muamalat sendiri yang utama adalah haji, dengan tujuan agar membantu semakin banyak haji-haji khusus nya bagi generasi muda yang ingin berangkat haji. Beliau juga menyampaikan jumlah total nasabah desa Ciasem tengah sudah lumayan banyak, khusus nya pada produk tabungan haji dan memperkiraan total keseluruhan jumlah nasabah produk tabungan haji Bank muamalat di desa Ciasem tengah hanya diangka 1.500, dari 12.159 jumlah penduduk desa Ciasem Tengah. Berdasarkan Hasil riset dari lapangan menunjukkan bahwa masih kurang nya mengetahui dan pemahaman masyarakat desa ciasem tengah tentang produk bank Muamalat khusus nya pada tabungan haji.

Hal tersebut terjadi di karnakan masih kurang nya pemahaman masyarakat desa Ciasem Tengah tentang produk Bank Muamalat sendiri, khusus nya pada produk tabungan haji. Hal ini tentu nya juga menjadi catatan bagi Bank Muamalat Kcp Bandung-Subang untuk terus melakukan inovasi-inovasi marketing pemasaran yang baru, dengan tujuan agar Bank muamalat semakin banyak di minati oleh kalangan masyarakat, khusus nya pada Produk tabungan haji. Hal ini sejalan dengan (Bairizki, 2021) yang mengemukakan inovasi sangat penting dalam rangka memberikan layanan yang makin lebih baik dalam memberikan kepuasan pada konsumen. Pemasaran adalah suatu interaksi yang berusaha untuk menciptakan hubungan pertukaran. Tetapi, pemasaran bukanlah merupakan suatu cara yang sederhana ekeदार untuk menghasilkan penjualan saja dan semuanya ditujukan

untuk memberikan kepuasan baik penjual maupun pembeli (Agustiani, 2020).

D. SIMPULAN, SARAN DAN REKOMENDASI

1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan di atas, maka dapat disimpulkan bahwa strategi Pemasaran Produk tabungan haji pada masyarakat desa Ciasem tengah, maka dapat disimpulkan dari pembahasan bahwa, strategi pemasaran produk tabungan haji yang di pasarkan oleh bank muamalat sendiri pada pedesaan seperti desa Ciasem tengah yaitu dengan open table, meluncurkan mobil branch bank muamalat ke desa Ciasem Tengah, bekerjasama dengan beberapa KBH daerah Ciasem, mengikuti event-event yang ada di Ciasem untuk memperkenalkan bank muamalat khusus nya pada tabungan haji, bekerjasama dengan beberapa pihak seperti KUA-KUA untuk ikut serta mengenalkan produk tabungan haji pada masyarakat desa Ciasem tengah, karna memang target pasar bank muamalat sendiri yang utama adalah haji.

2. Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, maka peneliti memberikan saran sebagai bahan evaluasi yakni Bank harus berpegangan pada prinsip *Prudential Banking*, yaitu prinsip kehati-hatian bank dalam mengoperasikan usahanya agar tetap dalam kondisi kinerja yang baik dan memenuhi kriteria bank sehat.

3. Rekomendasi

Dari hasil observasi langsung di KSPPS Nusa Ummat Sejahtera KC Subang, penulis memberikan rekomendari atau saran kepada pihak bank Muamalat agar lebih meningkatkan lagi strategi pemasaran dengan cara mengadakan edukasi Pada masyarakat desa Ciasem Tengah terkait bank Muamalat, Seperti mengadakan Seminar di kantor desa Ciasem tengah, hal ini tentunya dapat membantu meningkatkan pemahaman, pengetahuan, serta minat masyarakat desa Ciasem Tengah terhadap bank Muamalat, khusus nya pada produk tabungan haji.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penelitian ini tidak dapat terlaksana tanpa berbagai bantuan dari berbai pihak sehingga penulis merasa sangat terbantu dalam menyelesaikan penelitian ini.

1. Terima kasih kepada Ketua STEI Al-Amar Subang yang sudah memberikan kesempatan peneliti dalam melakukan penelitian.
2. Terima kasih kepada Ketua LP3M dan dosen pembimbing yang telah memberikan arahan dalam penyusunan hasil penelitian ini.

3. Terima kasih kepada responden, yang sudah berkenan terlibat dalam proses penelitian.

DAFTAR RUJUKAN

- Agustiani. (2020). *Strategi Manajemen Sumber Daya Manusia*. Medan: UISU Press.
- Arifudin, O. (2018). Pengaruh Pelatihan Dan Motivasi Terhadap Produktivitas Kerja Tenaga Kependidikan STIT Rakeyan Santang Karawang. *MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, 2(3), 209–218.
- Arifudin, O. (2019). Pengaruh Kompensasi Terhadap Kinerja Karyawan Di PT. GLOBAL (PT.GM). *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, 3(2), 184–190.
- Arifudin, O. (2020). Pendampingan Peningkatan Inovasi Produk Makanan Khas Subang Jawa Barat. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 4(6), 1094–1106.
- Arifudin, O. (2021). *Manajemen Strategik Teori Dan Implementasi*. Banyumas : Pena Persada.
- Arifudin, O. (2022). Implementation Of Internal Quality Assurance System In Order To Improve The Quality Of Polytechnical Research. *International Journal of Social Science, Education, Communication and Economics (SINOMICS JOURNAL)*, 1(3), 297–306.
- Arifudin, O. (2023). Pendampingan Meningkatkan Kemampuan Mahasiswa Dalam Submit Jurnal Ilmiah Pada Open Journal System. *Jurnal Bakti Tahsinia*, 1(1), 50–58.
- Ascarya. (2016). *Akad dan Produk Bank Syariah*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Athik Hidayatul Ummah. (2021). *Komunikasi Korporat Teori Dan Praktis*. Bandung: Widina Media Utama.
- Bairizki, A. (2021). *Manajemen Perubahan*. Bandung: Widina Bhakti Persada.
- Damayanti, F. (2020). Pengaruh Lingkungan Kerja Dan Karakteristik Individu Terhadap Kinerja Pegawai Bank BRI Syariah Kabupaten Subang. *Islamic Banking: Jurnal Pemikiran Dan Pengembangan Perbankan Syariah*, 6(1), 35–45.
- Fasa, I. (2020). *Eksistensi Bisnis Islami Di Era Revolusi Industri 4.0*. Bandung: Widina Bhakti Persada.
- Fitria, N. (2020). Analisis Faktor-Faktor Terhadap Pengambilan Keputusan Calon Mahasiswa Untuk Memilih Jurusan Pendidikan Agama Islam. *Jurnal Al-Amar: Ekonomi Syariah, Perbankan Syariah, Agama Islam, Manajemen Dan Pendidikan*, 1(2), 120–127.
- Hadiansah, D. (2021). *Membaca Perspektif Balanced Scorecard*. Bandung: Azka Hafidz Maulana Foundation.
- Hanafiah, H. (2021). Pelatihan Software Mendeley Dalam Peningkatan

- Kualitas Artikel Ilmiah Bagi Mahasiswa. *Jurnal Karya Abdi Masyarakat*, 5(2), 213–220.
- Haris, I. (2023). Pengenalan Teknis Penggunaan Software Turnitin Dan Mendeley Dekstop Untuk Meningkatkan Kualitas Karya Ilmiah Mahasiswa Baru. *Journal Of Human And Education (JAHE)*, 3(2), 172–178.
- Imran. (2017). Pengaruh Persepsi Masyarakat Batam Tentang Bank Syariah Terhadap Minat Menggunakan Produk Bank Syariah. *Journal of Business Administration.*, 1(1), 1-10.
- Juhadi, J. (2020). Pengaruh Sistem Pengendalian Internal Dan Audit Internal Terhadap Pelaksanaan Good Corporate Governance. *Jemasi: Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi*, 16(2), 17-32.
- Nuary, M. G. (2024). Teacher Strategies In Instilling Nationalist Values In The Millennial Generation In The Technological Era. *International Journal of Teaching and Learning*, 2(4), 954–966.
- Rahayu, Y. N. (2020). *Program Linier (Teori Dan Aplikasi)*. Bandung: Widina Bhakti Persada.
- Shavab, F. A. (2021). *Dasar Manajemen & Kewirausahaan (Sebuah Tinjauan Teori Dan Praktis)*. Bandung: Widina Bhakti Persada.
- Siregar, R. T. (2021). *Komunikasi Organisasi*. Bandung: Widina Bhakti Persada.
- Sofyan, Y. (2020). Studi Kelayakan Bisnis Telur Asin H-Organik. *Jurnal Ecodemica*, 4(2), 341–352.
- Tanjung, R. (2019). Manajemen Pelayanan Prima Dalam Meningkatkan Kepuasan Mahasiswa Terhadap Layanan Pembelajaran (Studi Kasus di STIT Rakeyan Santang Karawang). *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 3(1), 234–242.
- Tanjung, R. (2020). Pengembangan UKM Turubuk Pangsit Makanan Khas Kabupaten Karawang. *Jurnal Karya Abdi Masyarakat*, 4(2), 323–332.
- Tanjung, R. (2023). Pendampingan Meningkatkan Kemampuan Mahasiswa Dalam Menulis Jurnal Ilmiah. *Jurnal Karya Inovasi Pengabdian Masyarakat (JKIPM)*, 1(1), 42–52.
- Tjiptono, F. (2009). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Ummah, F. K. (2015). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Profitabilitas Pada Bank Muamalat Di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 1(1), 1-24.