AT-TIJARAH: Jurnal Penelitian Keuangan dan Perbankan Syariah, Vol. 5, Issue. 2.
Tahun 2023
P-ISSN : 2721-5482
E-ISSN : 2745-5696

IMPLEMENTASI PRODUK PEMBIAYAAN PENGGURUSAN PENDAFTARAN HAJI BPRS METRO MADANI KC TULANG BAWANG BARAT

IMPLEMENTATION OF FINANCING PRODUCTS FOR HAJJ REGISTRATION BPRS METRO MADANI KC TULANG BAWANG BARAT

Eko Prasetio[1*)]
IAIN Metro Lampung
Email: Ekop83711@gmail.com

Enny Puji Lestari,M.E.Sy[2]
IAIN Metro Lampung
Email: ennypujilestari@metrouniv.ac.id

Agus Alimuddin[3]
IAIN Metro Lampung
Email: agusalimuddin@metrouniv.ac.id

Syukron Nashirudin[4]
IAIN Metro Lampung
Email: nasirudinsyukron@gmail.com

Abstract
This research aims to investigate the role of SWOT analysis in identifying the strengths, weaknesses, opportunities, and threats faced by the registration management financing product of BPRS Metro Madani KC Tulang Bawang Barat. The study adopts a qualitative research approach, employing data collection techniques such as interviews, observations, and documentation. Results from the research indicate that the registration management financing product at BPRS Metro Madani KC Tulang Bawang Barat possesses strengths and opportunities, enabling it to effectively confront the identified threats and weaknesses. The obstacles to implementing SWOT analysis in the placement process are significantly influenced by the policies issued by the central office of BPRS Metro Madani.

Keywords : *Product, Analysis SWOT, Implementation*

.

Abstrak
Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peran analisis SWOT dalam mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dihadapi oleh produk pembiayaan pengurusan pendaftaran haji BPRS Metro Madani Kc Tulang Bawang Barat. Jenis penelitian ini adalah kualitatif, dengan teknik pengumpulan data melaluli wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasil dari penelitian ini adalah pembiayaan pengurusan pendaftaran haji BPRS Metro Madanai KC Tulang Bawang Barat memiliki kekuatan serta peluang yang baik untuk menghadapi ancaman dan kelemahan yang dimiliki. Hambatan dari pengimplementasian Analisis SWOT

dalam proses pemasrtan sangat bergantung kepada kebijakan yang dikeluarkan oleh kantor pusat BPRS Metro Madani.
Kata kunci: *produk, Analissi SWOT, Implementasi*

*) *coresspondent*
DOI: 10.52490/attijarah.v5i2.2223.

A. Penduhuluan

Menurut Dr. Nuruddin Itr, dalam bukunya "Tuntas Memahami Haji dan Umrah" Haji merupakan kewajiban yang ditetapkan berdasarkan Al-Qur‟an, sunnah, dan ijmak (kesepakatan ulama). Ibadah haji merupakan suatu perjalanan spiritual yang sangat diidamkan oleh umat Islam, di mana mereka menuju Mekkah untuk menjalankan serangkaian ritual ibadah yang telah ditetapkan. Kewajiban ini diwajibkan setidaknya sekali seumur hidup bagi umat Islam yang mampu secara fisik dan finansia (Rosyid 2017). Namun, semakin berkembangnya zaman, tantangan finansial menjadi salah satu hambatan utama bagi mereka yang bercita-cita untuk menjalankan ibadah haji.

Namun, pelaksanaan ibadah haji tidak hanya membutuhkan kekuatan fisik dan kesanggupan materi, tetapi juga kesiapan rohani. Selain itu, syarat materi menjadi hambatan bagi sebagian calon jamaah haji, mengingat biaya pendaftaran haji yang cukup tinggi, seperti yang ditetapkan oleh Kementerian Agama Republik Indonesia sebesar Rp. 25.000.000,-. Di tengah kemajuan zaman dan perkembangan teknologi, manusia kini dibantu dalam bertransaksi, termasuk dalam kaitannya dengan keuangan. Meskipun demikian, untuk menjadi calon jamaah haji, seseorang harus membayar uang muka yang signifikan.

Produk pembiayaan pengurusan pendaftaran haji merupakan salah satu produk pembiayaan yang disediakan oleh BPRS Metro Madani sebagai respon terhadap kebutuhan masyarakat yang berkeinginan menjalankan Ibadah Haji. Langkah ini didukung oleh fatwa DSN-MUI Nomor 29 tahun 2002 yang mengenai Pembiayaan Haji oleh Lembaga Keuangan Syari'ah (LKS). Dalam fatwa tersebut, diatur bahwa LKS yang terbebas dari praktek riba diperbolehkan untuk memberikan bantuan dana atau pembiayaan kepada nasabah yang ingin melaksanakan Ibadah Haji.

Berikut data Produk pembiayaan pengurusan pendaftaran haji pada BPRS Metro Madani KC Tulang Bawang Barat sebagai berikut:

Tabel 1

Data Jumlah Nasabah Pada Jasa Pengurusan Pendaftaran Haji Pada BPRS Metro Madani Kantor Cabang Tulang Bawang Barat

Tahun	Jumlah Nasabah
2019	11 Nasabah
2020	4 Nasabah
2021	6 Nasabah
2022	14 Nasabah

Data wawancara: Diolah pada 19 september 2023

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa pada tahun 2019-2022 Pembiayaan pengurusan pendaftaran haji mengalami fluktuasi yang signifikan. Hal ini dikarenakan pembiayaan pengurusan pendaftaran haji yang dimiliki oleh BPRS Metro Madani belum banyak ketahui dengan baik oleh oleh masyarakat. Selain itu strategi pemasaran yang diterapkan juga berpengaruh dalam tingkat pengetahuan masyarakat terhadap produk yang dimiliki. Pemasaran produk pembiayaan pengurusan pendaftaran haji BPRS Metro Madani Tulang Bawang dipasarkan dengan sistem *Referal Marketing.*

Referral Marketing adalah suatu strategi promosi dalam pemasaran yang dianggap efektif karena memiliki biaya yang relatif rendah dan mampu memberikan dampak langsung terhadap pelanggan. Pendekatan ini melibatkan komunikasi personal mengenai suatu produk antara calon pembeli, tetangga, teman, keluarga, dan rekan kerja. Dalam *Referral Marketing*, nasabah yang pernah menggunakan atau membeli produk dari suatu perusahaan menjadi komunikator yang menyampaikan pengalaman dan impresinya secara pribadi kepada orang lain (Utama, Manejerial, and Vol 2022). Dengan metode ini, informasi produk disampaikan melalui mulut ke mulut, menciptakan efek domino diantara individu yang terlibat dalam jaringan sosial konsumen. Oleh karena itu, *Referral Marketing* memanfaatkan hubungan personal untuk membangun kepercayaan dan meningkatkan kemungkinan konversi penjualan (Jati et al. 2021). Pendekatan ini membentuk ikatan lebih kuat antara konsumen dan merek, seiring dengan meningkatnya kecenderungan untuk mempercayai rekomendasi dari orang terdekat. Sebagai hasilnya, perusahaan dapat memanfaatkan basis pelanggan yang ada untuk memperluas jangkauan dan meningkatkan loyalitas konsumen. Yang

menjadi kelemahan dari sistem pemararan ini adalah potensi suatu produk diketahui oleh calon nasabah sangat minim.

Peneliti menemukan bahwa permasalahan Produk pembiayaan pengurusan pendaftaran haji BPRS Metro Madani tidak optimal dalam pemasaran dalam pembiayaan. Alasanya adalah kurangnya pemahaman masyarakat terhadap produk yang kurang baik dan ketersediaan literasi berupa pemasaran yang kurang masif. Alasan mereka tidak menggunakan Produk pembiayaan pengurusan pendaftaran haji BPRS Metro Madani adalah kurangnya promosi dari pihak BPRS Metro Madani Kc Tulang bawang Barat ke masyarakat sebagai target pasar mereka. Hal tersebut terjadi dikarenakan kurangnya pemaksimalan pemanfaatan analisis SWOT terhadap produk pembiayaan pengurusan pendaftaran haji yang dilakukan oleh BPRS Metro Madani. Guna mengetahui kekuatan, kelemahan, keluang dan ancaman yang dimiliki oleh produk tersebut.

B. Kerangka Teori

Analisis SWOT merupakan salah satu analisis yang telah digunakan oleh organisasi, perusahaan, dan lembaga pemerintahan(Fajar Nur'aini Dwi Fatimah 2020). Salah satu alasan mengapa analisis SWOT banyak digunakan dikarenakan analisis ini cukup mendasar sebagai senjata dalam menentukan solusi terbaik dalam konflik yang mungkin terjadi dalam perusahaan. Analisis SWOT membantu untuk menentukan kekuatan dan kelemahan dari perusahaan, sebelum menetapkan tujuan dan tindakan yang logis atas analisis tersebut.

Analisis SWOT merupakan alat yang membantu menejer menentukan dan mengembangkan strategi yang tepat dalam menghadapi persaingan. Namun harus digaris bawahi bahwanya dilakukanya analisis SWOT bertujuan untuk menentukan strategi yang paling layak bukan untuk menetapkan yang terbaik(Benzaghta et al. 2021).

(Setyorini and Santoso 2016) membagi analisis SWOT dalam dua faktor yaitu faktor internal dan eksternal. Dengan diketahuinya faktor internal dan faktor ekternal yang timbul maka dapat dirancang matrik SWOT oleh perusahaan. (Susilawati and Harun 2017) menyatakan bahwa matrik SWOT adalah alat untuk menyusun strategi organisasi yang dapat mengambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang

dihadapi organisasi dapat disesuailkan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki perusahaan.

Proses pengambilan keputusan strategi selalu berkaitan dengan pengembangan misi, tujuan, strategi, dan kebijakan perusahaan. Dengan demikian, perencanaan strategi *(Strategic Planner*) harus menganalisis faktor-faktor strategis perusahaan (Kekuatan, Kelemahan, Peluang, dan Ancaman) dalam kondisi yang ada saat ini. Hal ini disebut dengan analisis situasi, model yang paling popular untuk analisis situasi adalah analisis SWOT.

Tujuan pemasaran adalah untuk membuat prusahaan lebih mengetahui serta memahami nasabah dengan baik sehingga produk atau pelayanan cocok dengan nasabah tersebut dan membuat nasbah tertarik dengan sendirinya (Polla, Lisbeth Mananeke, Rita N Taroreh 2022). Dalam pemasaran produk perlu memahami dengan baik pengelompokan pasar *(segmenting).* Akan sangat sulit bagi perusahaan untuk dapat memuaskan seluruh nasabah dengan berbagai karakteristik. (Susilawati and Harun 2017) menyatakan bahwa pemasaran adalah proses bisinis yang dinamis dan merupakan proses *integral* yang menyeluruh. Dengan demikian pemsaran merupakan hasil dari interaksi dari berbagai kegiatan yang berarti pemasaran bukanlah kegiatan tunggal ataupun kegiatan gabungan. pemasaran merupakan suatu kegiatan perusahan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah melalui pendistribusian suatu produk (Yanuar 2016).

produk jasa merupakan upaya yang sangat diperlukan untuk menganalisis posisi strategis organisasi dan merumuskan strategi peningkatan pemasaran produk jasa perusahaan (Prayudi 2020) . Produk pembiayaan pengurusan pendaftaran haji ini di atur oleh Fatwa Majelis Ulama Indonesia (MUI), melalui Dewan Syariah Nasional (DSN) telah mengeluarkan fatwa DSN-MUI No.29/DSN-MUI/VI/2002 tentang Pembiayaan Pengurusaan Haji Lembaga Keuangan Syariah. Fatwa tersebut memuat ketentuan yang berhubungan dengan pemberian dana talangan haji oleh LKS. Fatwa DSN-MUI memperbolehkan LKS membantu menalangi pembiayaan BPIH nasabah dengan menggunakan prinsip Al-Qardh dan mendapat ujrah atas jasa pengurusan atas jasa haji.

C. Metode Penelitian

Objek penelitian ini adalah Produk pembiayaan pengurusan pendaftaran haji pada BPRS Metro Madani KC tulang Bawang Barat. PT. BPRS Metro Madani adalah lembaga keuangan syariah yang didirikan pada 20 September 2005 berdasarkan undang-undang No.7 Tahun 1992 tentang perbankan, yang kemudian diubah melalui UU No.10 Tahun 1998, dan terakhir diatur oleh UU No.21 Tahun 2008 tentang perbankan syari'ah. BPRS Metro Madani KC tulang Bawang Barat memiliki 4 kantor cabang, termasuk salah satunya di Tulang Bawang Barat yang beroperasi sejak 2012. Pendirian bank ini diatur oleh undang-undang No.7 Tahun 1992 dan telah mendapatkan izin usaha dari Bank Indonesia. BPRS Metro Madani mengadopsi prinsip syariah Islam dalam operasionalnya, memberikan pembiayaan berdasarkan prinsip syariah. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dimiliki oleh Produk pembiayaan pengurusan pendaftaran haji, dan untuk mengidentifikasi bagaimana potensi stategi pemasaran yang diterapkan dalam menawarkan produk kepada calon nasabah. Penelitian ini termasuk penelitian teknis kualitatif. Data-data tersebut disajikan dalam bentuk gambaran umum subjek penelitian, termasuk data primer dan sekunder, yaitu teori-teori non-numetrik seperti kaya yang mengangandung data kualitaf (Raco 2018). Data dasar berasal dari wawancara, observasi lapangan dan dokumen perbankan syariah (staff dan kariawan). Data sekunder berasal dari Brosur, buku. Literatur, dan penelitian terdahulu. .

D. Hasil Penelitian dan Diskusi

Berdasarkan hasil wawancara dan analisis SWOT terkait Produk Pembiayaan Pengurusan Pendaftaran Haji yang dimiliki oleh BPRS Metro Madani KC Tulang Bawang Barat, dapat disimpulkan bahwa produk ini memiliki potensi pertumbuhan yang besar dengan keunggulan seperti Down Payment (DP) yang terjangkau, tenor pelunasan yang panjang, pendampingan selama proses, pelayanan yang baik, dan kebijakan pelunasan sebelum jatuh tempo tanpa denda. Meskipun demikian, terdapat beberapa kelemahan seperti perubahan sistem yang sering terjadi, rendahnya pengetahuan dan minat masyarakat, serta strategi pemasaran yang belum optimal. Namun, peluang untuk pengembangan pasar, adaptasi terhadap perubahan, dan branding lembaga keuangan syariah yang baik dapat menjadi strategi untuk mengatasi tantangan. Ancaman persaingan intensif, perubahan kebijakan pemerintah, dan ketidakpastian geopolitik dapat dihadapi

dengan mempertahankan keunggulan DP yang terjangkau, meningkatkan citra keamanan melalui pelayanan, dan konsistensi dalam menghadapi perubahan. Dengan strategi yang tepat, produk ini memiliki potensi untuk menjadi pilihan yang diminati dalam pembiayaan pengurusan pendaftaran haji di masyarakat. Pembiayaan merupakan salah satu sumber pendanaan untuk nasabah dan merupakan andalah bagi lembaga keuangan syariah untuk meningkatkan profit. Umat islam yang menjadi mayoritas umat beragama di indonesia menjadi target yang sangat lias untuk pemasaran produk pembiayaan pengurusan pendaftaran haji. BPRSMetro Madanai sebagai lembaga keuangan yang memfasilitasi untuk pembiayaan nasabahnya berusaha untuk selalu bermanfaat dalam setiap produk yang dimiliki salah satunya Produk Pembiayaan Pengurusan Pendaftaran Haji.

Bahwa berdasarkan hasil wawancara kepada pimpinan cabang BPRS Metro Madani KC Tulang bawang Barat Ari Hidayat Arsyat (2023) sebagai narasumber terkait implementasi produk pembiayaan pengurusan pendaftaran haji pada BPRS Metro madani KC Tulang Bawang Barat menyatakan bahwa:

1. Berkenaan dengan syarat pendaftaran pembiayaan pengurusan pendaftaran haji memiliki beberapa hal diantaranya:
   a. Fc KTP Suami Istri
   b. Fc KK
   c. Fc Buku Nikah
   d. Fc Rek Listrik
   e. Fc Buku Tabungan
   f. Fc Slip Gaji (Pegawai Negri/Suwasta)
2. Berkenaaan dengan analisis kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dari produk pembiayaan pengurusan pendaftaran haji BPRS Metro Madani KC Tulang Bawang Barat
   a. Kekuatan yang dimiliki adalah suber daya manusia, keterampilan-keterampilan atau keunggulan lain yang berhubungan dengan persaingan perusahaan dan kebutuhan pasar yang diharapkan dapat dilayani(Miharja 2018). yang ada pada produk pembiayaan pengurusan pendaftaran Haji antara lain:
      - Down Payment (DP) sebesar 1.750.000
      - Tenor pelunasan 3 tahun

- Pendampingan dalam sepanjang proses penyiapan hingga pendaftaran jamaah haji
- pelayanan yang baik dan juga aman
- tidak adanya pembayaran margin apabila nasabah ingin melakukan pelunasan sebelum jatuh tempo

b. kelemahan merujuk pada aspek dalam sebuah organisasi yang tidak berjalan dengan optimal atau kurang memadaninya sumberdaya yang diperlukan (Mashuri and Nurjannah 2020). Adapun kelemahan yang ada pada produk pembiayaan pengurusan pendaftaran Haji antara lain:
   - sistem yang diterapkan kerap kali berubah.
   - Rendahnya keinginan dan pengetahuan masyarakat tentang prodak yang dimiliki
   - Sistem pemasaran produk belum berada pada titik ideal
   - Sistem pemsaran berfokus pada kerjasama dengan beberapa pihak seperti KBIH, Ustad,dan pengurus pondeok pesantren

c. Kesempatan merupakan faktor positif yang timbul dari lingkungan, memberikan peluang terhadap produk untuk berkembang (Cahyono 2021). Kesematan yang ada pada produk pembiayaan pengurusan pendaftaran Haji antara lain:
   - Pengembangan pasar target
   - Adaptasi cepat terhadap sistem yang baru diterapkan
   - Pengembangan produk
   - Branding Bank Syariah yang baik dimasyarakat

d. Ancaman merupakan faktor negatif dari lingkungan yang menjadi hambatan atas kelancaran suatu produk atau jasa (suryani 2017). Ancaman yang harus dihadapi oleh produk pembiayaan pengurusan pendaftaran Haji antara lain:
   - Persaingan yang intensif dengan Bank penyedia layanan serupa
   - Kebijakan pemerintah tentang Produk Talangan dan Tabungan haji yang kerap berubah
   - Ancaman tentang ketiak pastian geopolitik

3. Matrik SWOT

a. Matriks Evaluasi Faktor Eksternal (Matriks EFE) adalah alat analisis strategis yang digunakan untuk mengevaluasi faktor-faktor eksternal yang dapat mempengaruhi kinerja suatu organisasi atau perusahaan. Matriks ini membantu para penyusun strategi untuk merangkum dan mengevaluasi informasi terkait dengan berbagai aspek eksternal seperti ekonomi, sosial, budaya, demografi, lingkungan, politik, pemerintahan, hukum, teknologi, dan faktor-faktor kompetitif (Purba, Suliantoro, and Rumita 2015).
b. Matriks Evaluasi Faktor Internal (Matriks EFI) adalah alat analisis strategis yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan dan kelemahan internal suatu organisasi. Matriks ini membantu dalam merangkum dan mengevaluasi faktor-faktor kunci yang terdapat dalam area-area fungsional bisnis.(Purba, Suliantoro, and Rumita 2015)

Tabel 2.1 Matrik SWOT

INFAs / EFAS	STRENGHt (S) • DP (Down Payment) sebersar 1.750.000 • Tenor pelunasan panjang • Pendampingan dalmsetiap proses • Pelayanan baik dan aman • Pelunasan sebelum tenor tanpa denda	WEAKNESSES (W) • sistem yang diterapkan kerap kali berubah • rendahnya keinginan dan pengetahuan masyarakat • pemasaran yang belum idal • pemasaran berfokus pada pemasaran reveral
OPPORTUNITI ES (O) • pengembangan psar terget • adaptasi cepat terhadap sistem yang baru diterapkan • branding Lembaga Keuangan Syariah yang baik di masyarakat	• Dp yang rendah dan tenor pelunasan dapat mearik pasar target yang lebih luas • Pelayanan yang baik dan aman serta pemberian pendampingan dalam setiao proses pengurusan berkas pendaftaran haji menjadikan bentuk adaptasi yang harus secepatnya dilakukan • Branding lembaga keuangan syariah yang baik di masyarakat dapat dimanfaatkan untuk penawaran produk	• Rendanya pengetauan masyarakat dapat diatasi dengan peluang pengembangan produk yang lebih inovatif • Sistem pemasaran yang belu ideal dapat ditingkatkan melalui adaptasi terhadapperubahan dan kerjasama yang lebih efektif

THREATS (T) • Persaingan intensif • Penyesuaian kebijakan pemerintah • Ketidakpastian kondisi geopolitik	• Persaingan yang intensif dapat dihadapi dengan mempertahankan DP yang terjangkau dan pelayanan yang lebih baik lagi • Ketidak pastian geopolitik dapat diatasi dengan membangun citra keamanan melalui pelayanan yang aman	• Sistem yang kerap berubah menjadi lebih konsiten dalam menghadapi kebijakan pemerintah yang berubah ubah • Rendahnya keinginan masyarakay dapat di atasi dengan strategi pemsaran yang lebih agresif dalam menghadapi persaingan yang ketat.

Produk pembiayaan pengurusan pendaftaran Haji BPRS Metro Madani KC Tulang Bawang Barat memiliki peluang besar untuk pertumbuhan dan keberhasilan, terutama dengan memanfaatkan kekuatan yang dimilikinya dan mengatasi kelemahan yang ada. Dengan strategi yang tepat, produk ini dapat menjawab tantangan yang muncul dari lingkungan eksternal dan meningkatkan kinerja serta penerimaan di pasar.

Setelah dilakukan pengelompokan terhadap faktor internal dan ekternal yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman pada produk pengurusan pendaftaran haji BPRS Metro Madani kc Tulang bawang Barat. Berdasarkan identifikasi dengan menggunakan tabel Matrik SWOT yang menggambarkan kekuatann dan kelemahan yang dimiliki produk pengurusan pendaftaran haji serta peluang dan ancaman yang dihadapi produk pembiayaan pengurusan pendaftaran haji maka diperoleh alterlatif strategi dengan mengkombinasikan faktor-faktor internal dan eksternal produk pembiayaan pengurusan pendaftaran haji menghasilkan 4(Empat) tipe sebagai berikut:

DISKUSI

Hasil penelitian lapangan yang telah dilakukan peneliti selama kurun waktu november 2023. Ibadah Haji dan umrah merupakan kegiatan ibadah yang dilakukan oleh umat muslin di seluruh dunia. Masalah yang kerap dihadapi dalam proses perencanaan

ibadah haji adalah pendaftaran dan juga penyediaan dana sebagai persayaratan untuk mendapat porsi haji(Rosyid 2017). Kementrian Agama Republik Indonesia mengemukakan bahwa dalam proses pembukaan rekening awal calon jamaah haji diwajibkan untuk menyetorkan Rp 25.000.000 sebagai setoran awal. Berdasarkan data terbaru, masa tunggu haji reguler Indonesia tahun 2023 diperkirakan adalah 11 tahun sampai 47 tahun(kemenag RI, 2023). Masa tunggu tersebut berbeda-beda tergantung dengan daerah di mana calon jemaah haji mendaftar. Terdapat 24 provinsi yang dihitung berdasarkan kuota provinsi. Hal ini dapat menjadi peluang bagi produk pembiayaan pengurusan pendaftaran haji untuk dapat menarik minat terhadap calon jamaah.

Merujuk pada hasil wawancara dengan staf marketing dan juga Kepala Bagian Operasional BPRS Metro Madani Kc Tulang Bawang Barat, menyebutkan bahwa produk pembiayaan pengurusan pendaftaran haji yang dimiliki masih sangat minim diketahui dan diminati oleh nasabah. Selanjutnya menjelaskan tentang kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dimiliki oleh Produk pembiayaan Pengurusan pendaftaran Haji BPRS Metro Madani Kc Tulang Bawang Barat. Produk tersebut memiliki kekuatan berupa Down Payment (DP) sebesar 1.750.000, Tenor pelunasan 3 tahun, Pendampingan dalam sepanjang proses penyiapan hingga pendaftaran jamaah haji, pelayanan yang baik dan juga aman, tidak adanya pembayaran margin apabila nasabah ingin melakukan pelunasan sebelum jatuh tempo. Dan kelemahan yang dimiliki yaitu sistem yang diterapkan kerap kali berubah. Rendahnya keinginan dan pengetahuan masyarakat tentang prodak yang dimiliki. Sistem pemasaran produk belum berada pada titik ideal, Sistem pemsaran berfokus pada kerjasama dengan beberapa pihak seperti KBIH, Ustad,dan pengurus pondeok pesantren. Dengan adanya kelebihan tersebut memungkinkan produk yang dimiliki berkembang dan diminati oleh masyarakat dengan penyesuaian penyesuaian yang harus segera dilakukakn.

Berdasarkan wawancara dengan bapak HS sebagai nasabah produk pembiayaan pengurusan pendaftaran haji BPRS Metro Madani Kc Tulang Bawang Barat menyampaiikan bahwa pengetahuan terkait Produk pengurusan pendaftaran haji yang dimiliki BPRS Metro Madani KC Tulang bawang barat diperoleh dari salah seorang pengurus BPIH di Tulang Bawang barat yang menawarkan produk pengurusan pendaftaran haji yang dimiliki oleh BPRS Metro madani KC Tulang Bawang Barat. Selain dari pihak yang bekerjasama masyarakat juga memperoleh informasi tentang

keutamaan produk pengurusan pendaftaran haji yang dimiliki BPRS Metro madani dari media Facebook dan Instagram.

Berdasarkan hasil wawancara dengan ibu ST sebagai nasabah produk pembiayaan pengurusan pendaftaran haji. faktor yang menjadi pendorong untuk memilih produk pembiayaan haji yang dimiliki oleh BPRS Metro Madani KC Tulang Bawang barat adalah pemberian kebijakan uang muka yang terjangkau dan juga angsuran yang relatif rendah dan panjang. Selain itu pelayanan dan pendampingan yang diberikan oleh BPRS Metro Madani KC Tulang Bawang Barat sangatlah baik dan amanah. Hal ini memudahkan proses pendaftaran hingga mendapatkan porsi haji.

E. Kesimpulan

Analisis SWOT terkait Produk Pembiayaan Pengurusan Pendaftaran Haji yang dimiliki oleh BPRS Metro Madani KC Tulang Bawang Barat, dapat disimpulkan bahwa produk ini memiliki potensi pertumbuhan yang besar dengan keunggulan seperti Down Payment yang terjangkau, tenor pelunasan yang panjang, pendampingan selama proses, pelayanan yang baik, dan kebijakan pelunasan sebelum jatuh tempo tanpa denda. Meskipun demikian, terdapat beberapa kelemahan seperti perubahan sistem yang sering terjadi, rendahnya pengetahuan dan minat masyarakat, serta strategi pemasaran yang belum optimal. Namun, peluang untuk pengembangan pasar, adaptasi terhadap perubahan, dan branding lembaga keuangan syariah yang baik dapat menjadi strategi untuk mengatasi tantangan. Ancaman persaingan intensif, perubahan kebijakan pemerintah, dan ketidakpastian geopolitik dapat dihadapi dengan mempertahankan keunggulan DP yang terjangkau, meningkatkan citra keamanan melalui pelayanan, dan konsistensi dalam menghadapi perubahan. Dengan strategi yang tepat, produk ini memiliki potensi untuk menjadi pilihan yang diminati dalam pembiayaan pengurusan pendaftaran haji di masyarakat.

Daftar Pustaka

Benzaghta, Mostafa Ali, Abdulaziz Elwalda, Mousa Mousa, Ismail Erkan, and Mushfiqur Rahman. 2021. “SWOT Analysis Applications: An Integrative Literature Review.” *Journal of Global Business Insights* 6 (1): 55–73. https://doi.org/10.5038/2640-6489.6.1.1148.

Cahyono, Edi. 2021. “The Influence of Brand Image, Price and Promotion on Purchase

Decisions for Oppo Brand Cellphones in Sleman, Special Region of Yogyakarta." *International Journal of Business, Technology and Organizational Behavior* V (1): 61–75. https://ijbtob.org/index.php/ijbtob/article/view/5.

Fatimah, Fajar Nur'aini Dwi. 2020. "Teknik Analisis SWOT - Fajar Nur'aini Dwi Fatimah - Google Buku." *Anak Hebat Indonesia*. yoyakarta: ANAK HEBAT INDONESIA. https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=CRL2DwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR2&dq=analisis+SWOT&ots=NVQCKgAhEf&sig=GrxebSsgpS6Uzpzd1KwAjb04juI&redir_esc=y#v=onepage&q=analisis SWOT&f=false.

Jati, Sutopo Patria, Eka Yunila Fatmasari, Syafira Risdanti, Yuni Adhita Silavati, and Strategi Pemasaran. 2021. "Jurnal Aisyah : Jurnal Ilmu Kesehatan Marketing Strategy and Referral Efforts from First Level Health Facilities (FKTP) to Diponegoro National Hospital Through the 7P (Product , Price , Place , Promotion , People , Process , and Physical Environment)" 6 (June): 353–61. https://doi.org/10.30604/jika.v6i2.490.

Mashuri, Mashuri, and Dwi Nurjannah. 2020. "Analisis SWOT Sebagai Strategi Meningkatkan Daya Saing." *JPS (Jurnal Perbankan Syariah)* 1 (1): 97–112. https://doi.org/10.46367/jps.v1i1.205.

Miharja, Kasmanto. 2018. "Analisa SWOT Dalam Menentukan Strategi Bisnis Susu Murni Q-Milk." *Jurnal Ecodemica: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Bisnis* 2 (1): 30–38. https://doi.org/10.31311/jeco.v2i1.2252.

Polla, Lisbeth Mananeke, Rita N Taroreh, Febriano Clinton. 2022. "Analysis of the Influence of Price, Promotion, Location and Service Quality on Purchasing Decisions at Pt. Indomaret Manado Unit Jalan Sea." *International Journal of Community Service & Engagement* 6 (4): 3068–77. https://doi.org/10.47747/ijcse.v2i1.188.

Prayudi, Dicki. 2020. "Penggunaan Matriks SWOT Dan Metode QSPM Pada Strategi Pemasaran Jasa Wedding Organizer : Studi Kasus Pada UMKM Gosimplywedding Sukabumi" 9 (2): 224–40.

Purba, AB, H Suliantoro, and R Rumita. 2015. "Perancangan Strategi Bisnis Dengan Menggunakan Matriks SWOT (Studi Kasus: Bank Jateng Pusat Semarang)." *Industrial Engineering Online Journal* 4 (4).

Raco, Jozef. 2018. "Metode Penelitian Kualitatif: Jenis, Karakteristik Dan Keunggulannya." https://doi.org/10.31219/osf.io/mfzuj.

Rosyid, Moh. 2017. "Dinamika Haji Indonesia Sejak Era Kolonial Dan Problematika Calon Haji Ilegal" 17 (2): 241–59. https://doi.org/10.18326/ijtihad.v17i2.241-259.

Setyorini, Hany, and Imam Santoso. 2016. "Analisis Strategi Pemasaran Menggunakan Matriks SWOT Dan QSPM (Studi Kasus : Restoran WS Soekarno Hatta Malang) Marketing Strategy Analysis Using SWOT Matrix and QSPM (Case Study : WS Restaurant Soekarno Hatta Malang)" 5 (1): 46–53.

Susilawati, Iis Mei, and Muhammad Harun. 2017. "Analisis SWOT Sebagai Dasar Strategi Branding Pada Madrasah Ibtidaiyah Alhidayah, Cireunde, Ciputat." *Tarbawi* 3 (1): 112.

Utama, M Luthfi Alif, Jurnal Manejerial, and Bisnis Vol. 2022. "Jurnal Manejerial Bisnis Vol . 6 No . 1 Agustus-November 2022 ISSN 2597-503X PENGARUH Radical Marketing , Social Marketing Dan Referral Marketing Terhadap Customer Behaviour Intention Melalui Customer Satisfaction Pada Blackpink Store Sport Apparel Malang Halaman" 6 (1).

Yanuar, Dony. 2016. "Analisis Kelayakan Bisnis Ditinjau Dari Aspek Pasar, Aspek Pemasaran Dan Aspek Keuangan Pada UMKM Makanan Khas Bangka Di Kota Pangkalpinang." *Jurnal E-KOMBIS*| II (1): 41. https://core.ac.uk/download/pdf/280503472.pdf.

BIODATA PENULIS

Nama	: Eko Prasetio
Tempat Tanggal Lahir	: 22 Februari 2000
Lembaga	: IAIN Metro Lampung
Nomor Handphone	: 085896657481
Alamat	: Desa Purwa Agung, Kecamatan Negara Batin, Kabupaten Way Kanan, Provinsi Lampung
Pendidikan Terakhir	: SMA