



**IMPLEMENTASI STRATEGI PENGEMBANGAN PRODUK  
DALAM MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH TABUNGAN  
HAJI**

(Studi Pada Bank Muamalat KC Malang)

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan  
Memperoleh Gelar Sarjana Administrasi Bisnis

Oleh

**KIKI RIZKI AMELIA**

21601092010



**UNIVERSITAS ISLAM MALANG  
FAKULTAS ILMU ADMINISTRASI  
JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS  
MALANG**

**2020**



## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang

Bank syariah merupakan bank yang dalam sistem operasionalnya tidak menggunakan sistem bunga, akan tetapi menggunakan prinsip dasar sesuai dengan syariah Islam. Bank Syariah dalam menentukan imbalannya, 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, mudharat tersebut antara lain yaitu pengumpulan uang untuk keuntungan personal, bunga merupakan beban tambahan bagi pihak penjamin hutang, penyaluran dana hanya berlaku bagi orang-orang yang mampu, serta terjadi ketimpangan sosial.

Salah satu sarana yang mempunyai peranan penting dalam kegiatan ekonomi adalah perbankan. Peranan penting tersebut disebabkan oleh fungsi perbankan sebagai *financial intermediary*, yaitu sebagai salah satu wahana yang dapat menghimpun dana dan menyalurkan dana masyarakat secara efisien dan efektif. Perbankan syariah pada dasarnya merupakan perkembangan dari konsep ekonomi islam, terutama dalam bidang

keuangan. Perbankan syariah dalam peristilahan internasional sebagai *islamic banking*.

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. Pemasaran merupakan hal yang penting untuk menentukan apakah perusahaan akan tumbuh dan bertahan atau bahkan menurun dan gagal dalam mempertahankan daya saing perusahaan.

Perlu dalam dunia pemasaran adanya rencana dan taktik atau yang sering disebut dengan strategi, yang mana strategi merupakan suatu proses penentuan rencana para pemimpin yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai penyusunan suatu cara atau upaya agar tujuan tersebut dapat dicapai. Maju atau mundurnya suatu perusahaan dapat dilihat dari strategi pemasaran mereka yang berdampak pada meningkatnya jumlah nasabah.

Bank Muamalat adalah bank syariah pertama di Indonesia yang lahir dari hasil kerja Tim Perbankan MUI, mengingat mayoritas penduduk Indonesia menganut agama Islam dan pastinya banyak kalangan umat Islam yang enggan berhubungan dengan bank yang menggunakan sistem bunga (riba) maka dari itu bank syariah memiliki potensi pasar yang cukup besar. Bank Muamalat telah diakui sebagai salah satu bank terkemuka di

Indonesia. Hal ini dibuktikan dengan Bank Muamalat Indonesia pernah meraih penghargaan diantaranya, Bank penerima setoran Haji dan Umrah terbaik- Haji dan Umrah Award 2014, Peringkat 1 Digital *Brand Awards* 2019 kategori Tabungan Bank Umum Syariah, Top Tabungan Umum Syariah 2019 Anugerah Produk Keuangan Terbaik 2019 pilihan Milenial Kategori Perbankan Syariah, dan *Best Islamic Finance Awards* 2019 kategori *Best Islamic Wealth Management Bank*, serta masih banyak lagi penghargaan yang di dapat oleh Bank Muamalat.

**Tabel 1 Penghargaan Bank Muamalat Indonesia**

Tahun	Penghargaan
2014	Bank penerima setoran Haji dan Umrah terbaik- Haji dan Umrah Award.
2019	Peringkat 1 Digital Brand Awards kategori Tabungan Bank Umum Syariah.
2019	Top Tabungan Umum Syariah Anugerah Produk Keuangan Terbaik pilihan milenial kategori Perbankan Syariah.
2019	Best Islamic Finance Awards 2019 kategori Best Islamic Wealth Management Bank

<http://www.bankmuamalat.co.id/penghargaan>

Direktur utama PT Bank Muamalat Indonesia Tbk, Achmad K. Permana mengatakan bahwa potensi pasar perbankan syariah kini masih terbuka lebar, dengan masyarakat Indonesia yang mayoritas adalah muslim. Bank Muamalat telah menyiapkan beberapa strategi untuk menarik pasar perbankan syariah di Indonesia, yang mana salah satunya adalah Bank Muamalat melakukan trobosan di bidang teknologi, serta layanan yang fleksibel.

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 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 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.

Bank Muamalat Kantor Cabang Malang merupakan salah satu cabang Bank Muamalat Indonesia yang ada di Kota Malang. Bank Muamalat Kantor Cabang Malang menggunakan prinsip syariah dalam melakukan segala kegiatannya. Seperti yang dikatakan oleh Bapak Angga selaku *Relationship Manager Haji* Bank Muamalat Kantor Cabang Malang menawarkan produk tabungan haji yang diberi nama tabungan IB Hijrah Haji dan produk tabungan haji tersebut menggunakan akad wadi'ah, yang mana menurut Kasmir (2012:28) akad wadi'ah merupakan titipan atau simpanan murni dari nasabah ke pihak bank yang bisa diambil sewaktu-waktu namun tidak bisa digunakan untuk bertransaksi. Jadi jika semisal ada nasabah yang ingin mengambil uang tabungan dan tidak berencana untuk meneruskan tabungan hajinya dengan berbagai alasan (contohnya : meninggal dunia , butuh uang atau lamanya waktu tunggu haji reguler) maka caranya yaitu dengan langsung menutup tabungan hajinya tersebut, namun ada beberapa proses yang harus dilakukan nasabah dalam mencairkan uang tabungan hajinya, yaitu yang pertama nasabah harus



datang ke departemen agama untuk mengurus pembatalan keberangkatan haji lalu jika sudah di acc dengan departemen agama bisa langsung ke Bank Muamalat untuk mengambil uang tabungan haji tersebut.

Strategi pengembangan produk seharusnya dapat membawa dampak baik bagi bisnis perbankan yaitu meningkatnya jumlah nasabah, dalam hal ini nasabah tabungan haji. Berdasarkan data yang ada, seperti di Bank Muamalat Kantor Cabang Malang, justru menunjukkan bahwa jumlah nasabah tabungan haji setiap tahunnya masih mengalami fluktuasi atau masih belum ada peningkatan jumlah nasabah secara signifikan. Berdasarkan keterangan dari bapak Angga selaku *Relationship Manager Hajj* Bank Muamalat Kantor Cabang Malang dalam kurun waktu dua tahun telah membuktikan terjadinya fluktuasi pada jumlah nasabah produk tabungan haji yaitu pada tahun 2015 mencapai 318 orang, pada tahun 2016 mencapai 495 orang, pada tahun 2017 mencapai 459 orang, dan pada tahun 2018 mencapai 608 nasabah.

**Tabel 2 Jumlah nasabah tabungan haji tahun 2015 - 2017**

Tahun	Jumlah Nasabah	Pertumbuhan Jumlah Nasabah
2015	318	-
2016	495	177 nasabah
2017	459	-36 nasabah
2018	608	149 nasabah

(Sumber : Data Bank Muamalat Tahun 2015 – 2018)



Berdasarkan data di atas, dapat diketahui bahwasanya implementasi dari strategi pengembangan produk tersebut masih kurang optimal, sehingga berpengaruh terhadap jumlah nasabah tabungan haji yang seharusnya mengalami peningkatan secara signifikan di setiap tahunnya justru mengalami fluktuasi. Maka dari itu, peningkatan dan pembaharuan dalam strategi pengembangan produk tabungan haji pada Bank Muamalat Kantor Cabang Malang perlu dilakukan evaluasi dan dilakukan secara konsisten, agar pengimplentasiannya dapat berjalan secara optimal.

Sehingga berdasarkan uraian diatas, alasan peneliti mengambil judul ini adalah untuk mengetahui beragam pengembangan produk yang dilakukan oleh Bank Muamalat Kantor Cabang Malang dalam meningkatkan jumlah nasabah tabungan haji melalui implementasi strategi pengembangan produk.

Maka dari itu, judul yang diambil peneliti dalam penulisan skripsi ini yaitu **“Implementasi Strategi Pengembangan Produk Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Tabungan Haji (Studi Kasus pada Bank Muamalat Kantor Cabang Malang)”**

## **B. Rumusan Masalah**

Dari latar belakang yang peneliti 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 ?

### **C. Tujuan Penelitian**

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

### **D. Manfaat Penelitian**

1. Manfaat Praktis :
  - a. Bagi peneliti diharapkan penelitian ini dapat digunakan sebagai tambahan pengetahuan untuk lebih memahami tentang strategi pengembangan produk dalam meningkatkan jumlah nasabah tabungan haji.
  - b. Bagi perusahaan hasil penelitian ini dapat menjadikan suatu pengetahuan atau bahan masukan untuk meningkatkan strategi pengembangan produk tabungan haji sehingga dapat menjadi lebih baik lagi dari yang sebelumnya

2. Manfaat teoritis :

Manfaat yang ingin diperoleh dalam penelitian ini yaitu untuk memperluas ilmu pengetahuan mengenai perbankan syariah, strategi dalam mengembangkan produk perbankan, khususnya pengembangan produk tabungan haji yang ada di Bank Muamalat KC Malang.

## **E. Sistematika Pembahasan**

Sistematika pembahasan ini bertujuan untuk menggambarkan alur atau urutan dari pemikiran peneliti dari awal penelitian hingga dibagian akhir yakni kesimpulan. Berikut alur dari sistematika pembahasan skripsi ini :

### **BAB I. PENDAHULUAN**

Pada bab ini peneliti mengemukakan ringkasan latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian yang akan dilakukan serta sistematika pembahasan.

### **BAB II. TINJAUAN PUSTAKA**

Pada bab ini peneliti menguraikan kajian mengenai penelitian terdahulu, menyajikan teori-teori yang ada kaitannya dengan judul penelitian dan kerangka berpikir.

### **BAB III. METODELOGI PENELITIAN**

Bab ini berisi mengenai jenis penelitian, fokus penelitian, pemilihan lokasi, sumber data, pengumpulan data, instrumen penelitian, teknik analisis data dan keabsahan data.

### **BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN**

Pada bab ini berisi tentang deskripsi lokasi penelitian, hasil penelitian dan pembahasan.

### **BAB V. PENUTUP**

Pada bab ini terdiri atas kesimpulan yang menjawab permasalahan yang telah dirumuskan dibagian pendahuluan serta saran bagi perusahaan.



## BAB V

### PENUTUP

#### A. 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 1hram 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 1hram 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 mendaftar 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 menggiatkan 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.

## B. Saran

### 1. Bagi Bank Muamalat Kantor Cabang Malang

- (a) Diharapkan Bank Muamalat lebih konsisten dalam melakukan pengembangan produk tabungan haji agar tingkat pertumbuhan jumlah nasabah tabungan haji bisa meningkat secara signifikan.
- (b) Mempersingkat waktu dalam proses pembukaan tabungan haji jika sebelumnya dalam proses pembukaan rekening tabungan haji membutuhkan satu jam, diharapkan Bank Muamalat saat ini bisa mengurangi waktu proses pembukaan rekening tabungan haji menjadi setengah jam atau paling tidak sudah kurang dari satu jam.
- (c) Melakukan inovasi produk yang murni berasal dari Bank Muamalat Indonesia sendiri tanpa meniru dari kompetitor.
- (d) Diharapkan Bank Muamalat untuk lebih mempertahankan pencapaian jumlah nasabah disetiap tahunnya yaitu dengan semakin berinovasi dalam melakukan pengembangan produk tabungan haji.

### 2. Bagi Penelitian Selanjutnya

Untuk penelitian selanjutnya, hasil peneliti ini bisa digunakan untuk perbandingan dan referensi untuk penelitian, dan sebagai bahan pertimbangan agar lebih memperdalam penelitian selanjutnya.

## 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: Depublish.
- 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.
- 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: QiaraMedia.
- 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 Manajemen*, 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>. Diakses pada 18 Desember 2019
- <https://www.bankmuamalat.co.id/tabungan-consumer/tabungan-ib-hijrah-haji>. diakses pada 18 Desember 2019
- <http://tribunnews.com/bank-muamalat-siapkan-strategi-gaet-pasar-perbankan-syariah-di-indonesia/> diakses pada 19 Desember 2019
- <http://ngalam.co/2016/03/13/profil-kelurahan-kidul-dalem-kecamatan-klojen-kota-malang> diakses pada 4 april 2020