

BAB III

GAMBARAN UMUM STRATEGI PEMASARAN PRODUK TALANGAN HAJI DI BANK SYARIAH MANDIRI (BSM) CABANG UNGARAN SEMARANG

A. Profil Bank Syariah Mandiri (BSM) Cabang Ungaran Semarang

1. Sejarah Singkat Bank Syariah Mandiri

Sebagai lembaga keuangan syariah, bank syariah adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk pembiayaan atau bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat dengan menegakkan aturan-aturan ekonomi islami. Menurut Undang-undang No.21 tahun 2008 tentang Perbankan Syariah segala sesuatu yang menyangkut tentang Bank Syariah dan Unit Usaha Syariah, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya.¹

Mengacu pada hal tersebut di atas, di Indonesia banyak bermunculan Bank Syariah salah satunya Bank Syariah Mandiri atau yang biasa disebut dengan BSM. BSM hadir pada tahun 1999 pasca terjadinya krisis ekonomi dan moneter 1997-1998. Sebagaimana yang diketahui, krisis ekonomi dan moneter sejak juli 1997 telah menimbulkan beragam dampak negatif yang sangat hebat terhadap

¹ Muhammad, *Model-model Akad Pembiayaan di Bank Syariah*, Yogyakarta : UII Press, Cet. Ke-1, 2009, h.4-5

seluruh sendi kehidupan masyarakat, tidak terkecuali dunia usaha. Dalam kondisi ini perbankan nasional yang meliputi bank-bank konvensional mengalami krisis luar biasa.

Salah satu bank konvensional, PT Bank Susila Bakti (BSB) yang dimiliki oleh Yayasan Kesejahteraan Pegawai (YKP), PT Bank Dagang Negara dan PT Mahkota Prestasi juga terkena dampak krisis. BSB berusaha keluar dari situasi tersebut dengan melakukan upaya *merger* dengan beberapa bank lain serta mengundang investor asing. Pada saat bersamaan, pemerintah melakukan penggabungan (*merger*) empat bank (Bank Dagang Negara, Bank Bumi Daya, Bank Exim dan Bapindo) menjadi satu bank baru bernama PT Bank Mandiri (persero) pada tanggal 31 juli 1999. Kebijakan penggabungan tersebut juga menempatkan dan menetapkan PT Bank Mandiri (persero) Tbk. Sebagai pemilik mayoritas baru BSB.

Sebagai tindak lanjut dari keputusan *merger* Bank Mandiri melakukan konsolidasi serta membentuk Tim Pengembangan Perbankan Syariah. Pembentukan tim ini bertujuan untuk mengembangkan layanan perbankan syariah di kelompok perusahaan Bank Mandiri, sebagai respon atas diberlakukannya UU No. 10 tahun 1998, yang memberi peluang bank umum untuk melayani transaksi syariah (*dual banking system*). Tim Pengembangan Perbankan Syariah segera mempersiapkan system dan infrastrukturnya, sehingga kegiatan usaha PT. BSB berubah dari Bank Konvensional menjadi Bank yang

beroperasi berdasarkan prinsip syariah dengan nama PT Bank Syariah Mandiri sebagaimana tercantum dalam Akta Notaris : Sutjipto, SH, No. 23 tanggal 8 september 1999.

Perubahan kegiatan usaha PT. BSB menjadi Bank Umum Syariah dikukuhkan oleh Gubernur Bank Indonesia melalui SK Gubernur BI No. 1/24/ KEP.BI/1999, 25 Oktober 1999. Selanjutnya, melalui Surat Keputusan Deputi Gubernur Senior Bank Indonesia No. 1/1/KEP.DGS/1999, BI menyetujui perubahan nama menjadi PT Bank Syariah Mandiri. Menyusul pengukuhan dan pengakuan legal tersebut, PT Bank Syariah Mandiri secara resmi mulai beroperasi sejak Senin tanggal 25 Rajab 1420 H atau tanggal 1 November 1999.²

Wilayah kerja PT Bank Syariah Mandiri tersebar di seluruh Wilayah Indonesia. Salah satunya Bank Syariah Mandiri membuka kantor cabang dan beberapa kantor cabang pembantu salah satunya di Bank Syariah Mandiri (BSM) Kantor Cabang Pembantu Ungaran yang terletak di Jl. Diponegoro No. 205 C-D Ungaran Semarang. Bank Syariah Mandiri (BSM) resmi berdiri sebagai kantor cabang pembantu pada tanggal 10 November 2007 dibawah koordinasi Bank Syariah Mandiri Cabang Semarang.³

²www.syariahmandiri.co.id

³Wawancara dengan Bapak Kokon Adi Astono, tanggal 12 November 2013, jam 08.00-09.00 Wib.

2. Visi dan Misi Bank Syariah Mandiri

Visi Bank Syariah Mandiri yaitu “Menjadi Bank Syariah terpercaya pilihan mitra usaha”.

Sedangkan Misi Bank Syariah Mandiri antara lain :

- a. Mewujudkan pertumbuhan dan keuntungan yang berkesinambungan.
- b. Mengutamakan penghimpunan dana consumer dan penyaluran pembiayaan pada segmen UMKM.
- c. Merekrut dan mengembangkan pegawai professional dalam lingkungan kerja yang sehat.
- d. Mengembangkan nilai-nilai syariah universal.
- e. Menyelenggarakan operasional bank sesuai standar perbankan yang sehat.

3. Nilai-nilai Dasar

Pada pertengahan tahun 2005, lahirlah nilai-nilai perusahaan yang baru yang disepakati bersama untuk di-*shared* oleh seluruh pegawai Bank Syariah Mandiri yang disebut dengan *Shared Values* Bank Syariah Mandiri. *Shared Values* Bank Syariah Mandiri disingkat ETHIC.

- a. Excellence

Berupaya mencapai kesempurnaan melalui perbaikan yang terpadu dan berkesinambungan.

b. Teamwork

Mengembangkan lingkungan kerja yang saling bersinergi

c. Humanity

Menjunjung tinggi nilai-nilai kemanusiaan dan religius.

d. Integrity

Menaati kode etik profesi dan berfikir serta berperilaku terpuji.

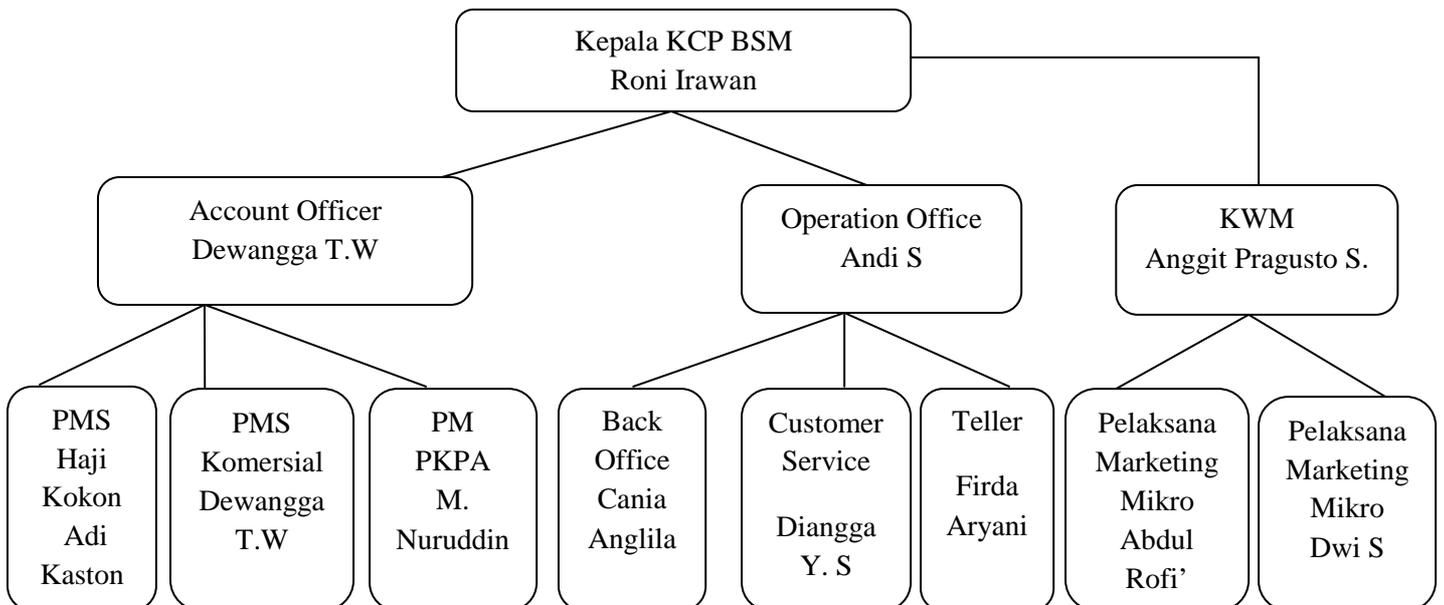
e. Customer Focus

Memahami dan memenuhi kebutuhan pelanggan untuk menjadikan Bank Syariah Mandiri sebagai mitra yang terpercaya dan menguntungkan.

4. Struktur organisasi Bank Syariah Mandiri

Tabel 3.1

Bagan Struktur Organisasi



1. Produk-produk Bank Syariah Mandiri

a. Produk Simpanan

Produk simpanan di Bank Syariah Mandiri terdiri dari :

1) Tabungan BSM

Bentuk tabungan atau simpanan dalam mata uang rupiah yang penarikan dan penyetorannya dapat dilakukan setiap saat selama jam buka kas kantor BSM atau melalui ATM. Tabungan ini berdasarkan prinsip syariah dengan akad *mudharabah muthlaqoh* (bagi hasil). Setoran awal minimal Rp 80.000,00 dan setoran selanjutnya minimal Rp 10.000,00 dengan biaya administrasi Rp 6.000 /bulan.

2) Tabungan Mabru

Simpanan dalam mata uang rupiah untuk membantu pelaksanaan ibadah haji dan umrah dan hanya dapat dicairkan untuk keperluan ibadah haji atau umrah. Tabungan ini menggunakan prinsip syariah dengan akad *mudharabah muthlaqoh* (bagi hasil). Dengan membuka tabungan mabrur ini, nasabah akan mendapatkan fasilitas talangan haji untuk kemudahan mendapatkan porsi haji. Setoran awal minimal Rp 5000.000,00 dan setoran selanjutnya minimal Rp 100.000,00. Apabila saldo dalam tabungan mabrur sudah mencapai Rp 25.000.000,00 maka akan didaftarkan langsung ke Depag melalui Sistem Komputerisasi Haji Terpadu (SISKOHAT).

3) Tabungan Investa Cendikia

Tabungan berjangka untuk keperluan uang pendidikan dengan jumlah setoran bulanan tetap dan dilengkapi dengan perlindungan asuransi. Tabungan ini menggunakan akad *mudha>rabah muthlaqoh* dengan periode tabungan 1 s/d 20 tahun. Setoran bulanan minimal Rp 100.000,00 s/d Rp 400.000,00. Usia nasabah minimal 17 tahun dan maksimal 55 tahun.

4) Tabungan Berencana

Tabungan berjangka yang memberikan nisbah bagi hasil berjenjang serta kepastian pencapaian target dana yang telah ditetapkan. Tabungan ini berdasarkan prinsip syariah dengan akad *mudha>rabah muthlaqoh* dengan periode 1 s/d 10 tahun dan mendapat jaminan asuransi. Setoran bulanan minimal Rp 100.000,00 dengan target dana minimal Rp 1.200.000,00 dan maksimalnya Rp 200 juta. Ketentuan usia nasabah minimal 18 tahun dan maksimal 60 tahun saat jatuh tempo.

5) Tabungan Simpatik

Tabungan berdasarkan prinsip *wadi'ah* yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat berdasarkan syarat-syarat yang disepakati. Setoran awal minimal Rp 20.000,00 dan setoran selanjutnya minimal Rp 10.000,00 dengan biaya administrasi Rp 2.000/bulan atau sebesar bonus bulanan.

6) TabunganKu

Tabungan untuk perorangan dengan persyaratan mudah dan ringanyang diterbitkan secara bersama oleh bank-bank di Indonesia guna menumbuhkan budaya menabung dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Tabungan ini menggunakan akad *wadi'ah yad dhamanah* dengan setoran awal minimal Rp 20.000,00 dan setoran selanjutnya minimal Rp 10.000,00.

7) BSM Deposito

Investasi berjangka waktu tertentu dalam mata uang rupiah yang dikelola berdasarkan prinsip *mudha>rabah muthlaqoh*. Jangka waktu yang ditentukan antara lain 1, 3, 6 dan 12 bulan dan hanya dapat dicairkan pada saat jatuh tempo saja. Setoran awal minimal Rp 2.000.000,00 dengan biaya materai Rp 6.000,00.

8) BSM Giro

Sarana penyimpanan dana dalam mata uang rupiah untuk kemudahan transaksi dengan pengelolaan berdasarkan prinsip *wadi'ah yad dhamanah*. Nasabah akan mendapatkan kemudahan bertransaksi dengan diberi fasilitas cek atau BG serta BSM Card sebagai kartu ATM sekaligus debit. Setoran awal minimal Rp 500.000,00 untuk perorangan. Sedangkan untuk perusahaan sebesar Rp 1.000.000,00. Saldo minimal

untuk perorangan Rp 500.000,00 dan untuk perusahaan Rp 1.000.000,00 serta biaya administrasi untuk perorangan Rp 10.000,00 sedangkan perusahaan Rp 15.000,00. Biaya administrasi buku cek atau BG sebesar Rp 100.000,00.

b. Produk Pembiayaan

1) Pembiayaan *Mudharabah* BSM

Fasilitas pembiayaan dimana investor (shahibul maal) menginvestasikan dananya kepada bank disertai dengan pernyataan bahwa investasi tersebut dijamin kepada bank atas pembiayaan yang diberikan oleh bank kepada pelaksana usaha tertentu atau pelaku usaha. Dalam pembiayaan ini nasabah akan mendapat bagi hasil sesuai nisbah yang telah ditentukan.

2) Pembiayaan *Musyarakah* BSM

Kerjasama antara pihak bank dengan nasabah pelaku usaha, dimana bank memberikan sebagian dana untuk modal usaha nasabah dengan menggunakan sistem bagi hasil sesuai nisbah yang ditentukan.

3) Pembiayaan *Murabahah* BSM

Pembiayaan jual beli barang, dimana bank meminjamkan dananya kepada nasabah untuk keperluan pembelian barang. Dengan perjanjian harga perolehan barang ditambah keuntungan (*mark up*) yang telah disepakati bersama.

4) Pembiayaan Talangan Haji BSM

Pembiayaan untuk keperluan kemudahan menunaikan ibadah haji bagi nasabah untuk memperoleh porsi haji.

5) Pembiayaan Griya BSM

Pembiayaan yang diberikan kepada nasabah untuk keperluan pembelian rumah tinggal (KPR).

6) Pembiayaan Dana Berputar

Pembiayaan untuk memenuhi kebutuhan modal kerja sementara dengan menggunakan akad musyarakah.

7) Gadai Emas BSM

Pembiayaan yang diberikan bank kepada nasabah dengan menjaminkan atau menggadaikan emas milik nasabah.

8) Pembiayaan Dana Pendidikan

Pembiayaan untuk kebutuhan pendidikan dengan menggunakan akad *ijarah*.

c. Produk Jasa Layanan Syariah

Produk jasa layanan syariah di Bank Syariah Mandiri antara lain :

1) BSM Card

Kartu yang dapat dipergunakan untuk transaksi perbankan melalui ATM dan mesin debit.

2) BSM Mobile Banking GPRS

Layanan transaksi perbankan (non tunai) melalui *mobile phone* (handphone) berbasis GPRS. Layanan ini bias digunakan untuk transaksi transfer antar sesama maupun anggota ATM Bersama dan Prima, pembelian pulsa dan pembayaran premi asuransi.

3) BSM Net Banking

Layanan transaksi perbankan (non tunai) melalui internet. Layanan ini dapat digunakan untuk transfer, kliring, pembayaran tagihan listrik dan telpon dan pembelian pulsa.⁴

B. Deskripsi Strategi Pemasaran Produk Talangan Haji di Bank Syariah Mandiri Cabang Ungaran Semarang

Untuk mendeskripsikan strategi pemasaran produk talangan haji di Bank Syariah Mandiri Cabang Ungaran Semarang dari sisi diferensiasi, dan *marketing mix*. Maka akan penulis paparkan berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Kokon Adi Astono sebagai Pelaksana Marketing Support Haji di Bank Syariah Mandiri Cabang Ungaran Semarang dengan penjelasan sebagai berikut :

1. Diferensiasi

Menurut Bapak Kokon Adi Astono sebagai Pelaksana Marketing Support Haji di Bank Syariah Mandiri Cabang Ungaran Semarang, mengemukakan bahwa dalam *service* atau pelayanan yang diberikan oleh Bank Syariah Mandiri Cabang Ungaran Semarang cukup

⁴ Brosur produk dana dan jasa Bank Syariah Mandiri

memuaskan bagi para nasabah, pelayanan yang cepat dan tepat, pemberian informasi secara singkat, jelas serta gampang dimengerti oleh para nasabah. Dimana kesiapan para karyawan untuk membantu nasabah diberikan dengan baik, cepat serta pelayanan yang sopan dan ramah, sehingga para nasabah merasa aman dan nyaman dengan pelayanan tersebut. Hal ini merupakan strategi pemasaran Bank Syariah Mandiri Cabang Ungaran Semarang dalam melayani para nasabahnya.

Sedangkan strategi pemasaran Bank Syariah Mandiri dalam pencitranya cukup baik dimata masyarakat, citra baik yang dimiliki Bank Syariah Mandiri juga didukung dengan pelayanan yang bagus, pelayanan yang memuaskan sehingga membuat para nasabah merasa nyaman. Citra baik yang didapat Bank Syariah Mandiri semata-mata karena memang kinerja dari sumber daya manusia atau para pengelola yang sangat hati-hati, dari pelayanan yang memuaskan dan tidak adanya permasalahan kepada nasabahnya. Dengan banyaknya prestasi dan penghargaan yang diraih Bank Syariah Mandiri itu juga mempengaruhi citra Bank Syariah Mandiri itu sendiri, karena itu bukti konkret yang dimiliki oleh Bank Syariah Mandiri.⁵ Adapun penghargaan yang diraih Bank Syariah Mandiri antara lain : Penghargaan pada tahun 2013 adalah Annual Report Award (ARA) 2012, Indonesian Banking Award, Indonesian Women Survey Award,

⁵ Wawancara dengan Bapak Kokon Adi Astono, tanggal 13 November 2013, jam 08.00-09.00 Wib.

Word of Mouth Marketing Award, Best Syariah Award, Indonesian Most Admired Knowledge Enterprise (MAKE) Study Award 2013, Infobank Award, Best Islamic Bank Award, Best Islamic Retail Bank Award, Best Islamic Trade Finance Bank Award, Banking Service Excellent Award, Corporate Image Award, Service Quality Award 2013 Category : Sharia Banking, Gold Champion Care Towards The Special Needs of Muslim Community 2013, Indonesia Middle-Class Brand Champion 2013, The Best Islamic Bank in Indonesia 2013, The Best Islamic Full Pledge Bank 2013, The Most Expansive Financing Islamic Full Pledged Bank 2013, The Most Profitable Islamic Full Pledged Bank 2013, Platinum Award The Best Islamic Bank 2008, 2009, 2010, 2011, 2012, Excellent Service Experience Award, dan Mandiri Excellent Award.⁶

Adapun sasaran mitra dan nasabah produk talangan haji BSM cabang Ungaran Semarang yaitu seperti KBIH (Kelompok Bimbingan Ibadah Haji), Komunitas Pengajian, Pegawai Negeri Sipil (PNS), Puskesmas, Kepala Sekolah, Tokoh Agama dan orang-orang yang berinteraksi dengan masyarakat.

2. *Marketing Mix*

a. Produk

Semakin tumbuh dan berkembangnya perbankan syariah di Indonesia akan mendorong pihak bank untuk selalu

⁶ <http://www.syariahmandiri.co.id/category/profil-perusahaan/penghargaan/tanggal> 13 november 2013, jam 13:48 Wib

mengoptimalkan kegiatan pemasarannya melalui pengembangan produk yang tepat. Usaha yang dilakukan Bank Syariah Mandiri (BSM) dalam menghadapi persaingan adalah dengan menyediakan produk dan jasa yang dapat memenuhi kebutuhan masyarakat sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.

Dengan adanya produk talangan haji di Bank Syariah Mandiri (BSM) Cabang Ungaran Semarang diharapkan masyarakat khususnya orang Islam akan mudah akan lebih menunaikan rukun Islam yang kelima yaitu ibadah haji

b. Harga

Harga di sini dimaksudkan adalah talangan haji. Cukup dengan setoran awal Rp. 6.000.000 langsung bisa mendapatkan porsi haji.

Setoran awal :

1) Tabungan Mabrur	Rp. 600.000,-
2) Wakaf uang min	Rp. 50.000,-
3) Ujroh tahun 1	Rp. 2.850.000,-
4) Pendaftaran haji	<u>Rp. 2.500.000,-</u>
	Rp. 6.000.000,-

Keterangan :

- 1) Ujroh tahun II Rp. 2.850.000,-
- 2) Ujroh tahun III Rp. 2.850.000,-
- 3) Syarat :

- a) Pembukaan tabungan BSM Rp. 100.000,-
- b) Materai Rp. 48.000,-
- c) Fotocopy KTP Suami/Istri
- d) Fotocopy surat nikah
- e) Fotocopy Kartu Keluarga⁷

c. Lokasi

Lokasi Bank Syariah Mandiri (BSM) Cabang Ungaran Semarang bertempat di Jl. Diponegoro No. 205 C-D Ungaran Semarang. Menurut Kokon Adi Astono Lokasi ini memiliki keuntungan yaitu dengan mudahnya akses transportasi baik kendaraan pribadi, bus atau angkutan umum.

d. Promosi

Dalam prakteknya, promosi yang dilakukan oleh Bank Syariah Mandiri (BSM) Cabang Ungaran Semarang melalui *personal selling* (penjualan perorangan). Penerapan strategi tersebut didukung dengan adanya analisa konsumen. Analisa konsumen merupakan bagian analisa pasar yang berhubungan dengan pengamatan Bank Syariah Mandiri (BSM) terhadap keadaan konsumen. Analisa konsumen meliputi hal-hal yang berkaitan dengan kebutuhan konsumen, mata pencaharian, jumlah tanggungan keluarga, karakteristik dan budaya konsumen, hingga kemampuan beli konsumen.

⁷ Brosur BSM Talangan Haji

Analisa konsumen dilakukan untuk mengetahui keadaan yang ada di Ungaran Semarang sehingga akan memberikan informasi tentang konsumen jenis mana yang akan menjadi target promosi produk Bank Syariah Mandiri (BSM). Hasil dari analisa konsumen akan dapat dijadikan dasar untuk menentukan strategi pendekatan customer dalam pelaksanaan strategi penjualan pribadi.

Kegiatan promosi juga bisa dilakukan dengan periklanan merupakan bentuk promosi yang dilakukan dalam bentuk tayangan atau gambar atau kata-kata yang tertuang dalam bentuk dengan brosur, majalah atau media public lainnya seperti melalui media TV, Radio, Internet dan lain-lain.

Publisitas yang dilakukan Bank Syariah Mandiri merupakan bentuk promosi yang ditujukan untuk meningkatkan citra lembaga keuangan syariah dengan cara memberitakan atau menyiarkan kegiatan positif lembaga keuangan melalui presentasi pada kegiatan-kegiatan yang bersifat keagamaan, seperti: pengajian-pengajian, buka bersama atau kegiatan sosial lainnya.

Promosi penjualan produk talangan haji, merupakan bentuk promosi yang ditujukan untuk meningkatkan penjualan secara langsung melalui memberikan souvenir kepada nasabah talangan haji berupa bolpoint dari pihak Bank Syariah Mandiri Cabang Ungaran Semarang.

3. Implementasi Strategi Pemasaran Perspektif Syariah (*Syariah Marketing*) di BSM Cabang Ungaran Semarang

Menurut Kokon Adi Astono, Jiwa seorang syariah marketer Bank Syariah Mandiri (BSM) Cabang Ungaran Semarang menyakini bahwa hukum-hukum syariat yang teistis atau bersifat ketuhanan ini adalah hukum yang paling sempurna. Seorang syariah marketer meyakini bahwa Allah SWT. selalu dekat dan mengawasinya ketika dia sedang melaksanakan segala macam bentuk bisnis. Dia pun yakin bahwa Allah SWT. akan meminta pertanggung jawaban darinya atas pelaksanaan syariat itu pada hari ketika semua dikumpulkan untuk diperlihatkan amal-amalnya di hari kiamat.

Jiwa seorang *syariah marketer* Bank Syariah Mandiri (BSM) Cabang Ungaran Semarang juga harus bersifat etis karena seorang pemasar harus mempunyai moral, etika yang baik dalam memasarkan produk talangan haji.

Seorang marketing BSM juga bersifat realistis. *Syariah marketer* adalah para pemasar profesional dengan penampilan yang bersih, rapi, dan bersahaja, apapun model atau gaya berpakaian yang dikenakannya. Mereka bekerja dengan profesional dan mengedepankan nilai-nilai religius, kesalehan, aspek moral, dan kejujuran dalam segala aktivitas pemasarannya.

Seorang marketing BSM juga bersifat Humanistis. Dengan memiliki nilai humanistis itu menjadi manusia yang terkontrol, dan

seimbang (*tawazun*), bukan manusia yang serakah, yang menghalalkan segala cara untuk meraih keuntungan yang sebesar-besarnya. Bukan menjadi manusia yang bahagia diatas penderitaan orang lain atau manusia yang kering dengan kepedulian sosial.

C. Deskripsi Kendala-kendala yang dihadapi Bank Syariah Mandiri Cabang Ungaran Semarang dalam Memasarkan Produk Talangan Haji.

Untuk mendiskripsikan kendala-kendala yang dihadapi Bank Syariah Mandiri Cabang Ungaran Semarang dalam Memasarkan Produk Talangan Haji akan penulis paparkan sebagai berikut :

1. Berdasarkan wawancara dengan Bapak Kokon Adi Astono sebagai Pelaksana Marketing Support Haji bahwasahnya kendala-kendala yang dihadapi Bank Syariah Mandiri Cabang Ungaran Semarang dalam memasarkan produk talangan haji masyarakatnya belum mengetahui bagaimana system operasionalnya dalam melakukan pembiayaan talangan haji dan masyarakat belum mengetahui apa manfaat yang di dapat untuk melakukan pembiayaan talangan haji. Sehingga produk talangan haji tidak banyak dikenal di masyarakat. Dengan kendala seperti itu menjadi tanggungan sekaligus tantangan tersendiri bagi karyawan bagian marketing untuk memberikan pemahaman kepada masyarakat tentang produk talangan haji di Bank Syariah Mandiri (BSM) Cabang Ungaran Semarang.

2. Lokasi antar kecamatan satu dengan kecamatan lainnya sangat luas. Jadi seorang marketing di Bank Syariah Mandiri kurang bisa menjangkaunya karena terdapat 19 kecamatan di Ungaran Semarang.
3. *Ujroh* yang tinggi dari tahun pertama, kedua, dan ketiga menjadi kendala dalam memasarkan produk talangan haji.
4. Antrian yang sangat lama dari Kementerian Agama untuk menunaikan ibadah haji.⁸

⁸ Wawancara dengan Kokon Adi Astono tanggal 13 November 2013, jam 08.00-09.00 Wib.