

BAB IV

PEMBAHASAN DAN ANALISIS

A. Pengertian Produk Tabungan iB Muamalat Haji dan Umrah

Tabungan iB Muamalat Haji dan Umrah merupakan tabungan syariah yang dimaksudkan untuk mewujudkan niat nasabah yang ingin menunaikan ibadah haji dan umrah. Produk ini menggunakan akad *wadi'ah* (titipan). Nasabah produk Tabungan iB Muamalat Haji dan Umrah bisa memilih jadwal yang diinginkan sesuai dengan kemampuan keuangan dan waktu pelaksanaan yang diinginkan. Nasabah produk Tabungan iB Muamalat Haji dan Umrah bisa memilih jadwal waktu keberangkatannya sendiri dengan setoran tetap tiap bulan. Dengan fasilitas asuransi jiwa, Insya Allah pelaksanaan ibadah haji dan umrah akan terjamin.

B. Strategi Pemasaran Produk Tabungan iB Muamalat Haji dan Umrah di Bank Muamalat Indonesia KCU Cilegon

Strategi pemasaran diperlukan pada sebuah lembaga keuangan syariah seperti Bank Muamalat Indonesia. Dimana lembaga ini selain berorientasi pada fungsi profit, lembaga ini juga mempunyai kapasitas sebagai lembaga yang berorientasi pada fungsi sosial. Pada lembaga keuangan syariah seperti Bank Muamalat Indonesia, disadari perlunya bersaing pada pemasaran produk-produk serta jasa layanan, sehingga

diperlukan strategi pemasaran pada produk dan jasa bank. Salah satu produk yang diperkenalkan Bank Muamalat Indonesia adalah produk Tabungan iB Muamalat Haji dan Umrah. Produk ini merupakan produk yang diperuntukan bagi nasabah yang ingin melaksanakan ibadah haji dan umrah, sehingga keinginannya dapat terpenuhi.

Strategi pemasaran yang digunakan Bank Muamalat Indonesia KCU Cilegon dalam memasarkan produk Tabungan iB Muamalat Haji dan Umrah adalah :

1. Menawarkan ke perusahaan-perusahaan, pengajian ibu-ibu atau bapak-bapak, serta karyawan yang *payroll* (daftar gaji) di Bank Muamalat.
2. Dilakukan dengan cara *door to door* maupun silaturahmi disebuah acara dengan cara mempromosikan melalui periklanan berupa spanduk maupun brosur.
3. Membuka stand dekat dengan KEMENAG menggunakan fasilitas mobil yang telah disediakan perusahaan guna menunjang kelancaran kegiatan promosi.
4. Bank Muamalat melakukan kerjasama dengan Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH).

5. Nasabah yang sudah mempunyai buku rekening Tabungan iB Muamalat Haji dan Umrah akan diantar jemput menggunakan mobil perusahaan untuk diantar ke KEMENAG dalam proses pendaftaran haji dan umrah.¹

Adapun proses pendaftaran nasabah Tabungan iB Muamalat Haji dan Umrah sebagai berikut :

- a. Calon jamaah membuka rekening Tabungan iB Muamalat Haji dan Umrah di Bank Muamalat.
- b. Nasabah melakukan setoran yang dipilih.
- c. Jika menggunakan *standing instruction*, saldo tabungan nasabah secara otomatis akan terpotong sesuai dengan jumlah setoran yang dipilih.
- d. Jika saldo telah mencukupi Rp. 25 juta, calon jamaah melakukan pendaftaran haji dan umrah di kantor KEMENAG (Kementerian Agama) di wilayah setempat (sesuai KTP calon jamaah) dengan memenuhi persyaratan yang ditentukan oleh KEMENAG.
- e. Petugas kantor KEMENAG melakukan registrasi data calon jamaah melalui SISKOHAT (Sistem Komputerisasi Haji Terpadu).
- f. Setelah melakukan registrasi, maka calon jamaah mendapatkan lembar SPPH (Surat Pendaftaran Pergi Haji) yang sudah ditanda tangani pejabat KEMENAG.

¹ Wawancara dengan Shiyami Karismatika pada tanggal 18 September 2019 di Bank Muamalat Indonesia KCU Cilegon pukul 11:00 WIB.

- g. Nasabah membawa SPPH ke Bank Muamalat untuk mendapatkan nomor porsi haji.
- h. Calon jamaah memasuki masa tunggu keberangkatan sesuai dengan regulasi KEMENAG.²

Adapun fitur yang dikembangkan oleh Bank Muamalat Indonesia dalam produk Tabungan iB Muamalat Haji dan Umrah antara lain :

- 1) Jenis rekening perorangan dan dapat diperuntukkan atas nama nasabah (usia minimal 18 tahun dan maksimal 65 tahun), yang tersedia dalam pilihan mata uang IDR atau USD.
- 2) Menggunakan akad *wadi'ah* (penitipan dana dari nasabah sebagai pemilik dana kepada bank selaku penyimpan dana).
- 3) Syarat pembukaan rekening
 - WNI : Fotokopi kartu identitas seperti KTP (Kartu Tanda Penduduk) & NPWP (Nomor Pajak Wajib Pajak).
 - WNA : Fotokopi kartu identitas seperti KITAP (Kartu Ijin Tinggal Tetap)/ KITAS (Kartu Ijin Tinggal Terbatas), paspor, surat referensi, dan *Tax Registration* (pendaftaran pajak).
- 4) Setoran awal minimum : Rp. 50.000,-/ USD 20.
- 5) Saldo minimum : Rp. 50.000,-/ USD 5.
- 6) Bebas biaya administrasi.

² <http://www.bankmuamalat.co.id>. Diakses pada tanggal 19 Juni 2019 pukul 11:00 WIB.

- 7) Nasabah akan memperoleh kartu Shar-E Gold yang dapat digunakan untuk bertransaksi di tempat yang menerima kartu VISA Plus.
- 8) Dapat memilih jangka waktu dan jumlah setoran sesuai dengan paket yang tersedia.
- 9) Setoran bisa ditransfer dari rekening non-Bank Muamalat.
- 10) Terkoneksi secara online dengan SSKOHAT (sistem komputerisasi haji terpadu) DEPAG (departemen agama) untuk memperoleh kepastian waktu keberangkatan.
- 11) Biaya penutupan rekening : Rp. 50.000,-/ USD 5, apabila rekening ditutup sebelum keberangkatan haji dan umrah.
- 12) Pendebitan rekening : penarikan hanya dapat dilakukan untuk keperluan pembayaran biaya ibadah haji dan umrah.
- 13) Mendapatkan bonus serta souvenir haji.
- 14) Mendapat kesempatan untuk ibadah umrah secara gratis.

Keuntungan yang bisa dapatkan dari produk Tabungan iB Muamalat Haji dan Umrah diantaranya :

- (a) Lebih praktis, tidak perlu membawa uang tunai berlebihan. Sebagai nasabah Tabungan iB Muamalat Haji dan Umrah, dengan fasilitas *standing instruction* (perintah yang diberikan oleh nasabah agar bank melakukan transfer dana rutin untuk tujuan tertentu dan berlaku untuk periode yang disebutkan oleh pelanggan sampai intruksi tersebut ditarik), nasabah memperoleh kartu Shar-E Debit Gold yang bisa digunakan untuk

bertransaksi diseluruh ATM dan pembayaran belanja di toko/ merchant yang berlogo VISA Plus.

- (b) Lebih ringan, tidak dikenakan biaya administrasi ataupun pemindahan dana ke rekening Tabungan iB Muamalat Haji dan Umrah.
- (c) Lebih banyak bonusnya, nasabah akan mendapatkan berbagai souvenir eksklusif serta perlengkapan haji dan umrah.
- (d) Lebih seru hadiahnya, selama periode Juli 2018 hingga Juni 2019, ada lima pemenang yang berkesempatan mendapatkan umrah gratis setiap bulannya.

Dalam memasarkan produknya, seorang Marketing sudah dibekali pelatihan diantaranya adalah tentang strategi pemasaran produk yaitu tentang bagaimana cara memasarkan suatu produk agar masyarakat tertarik untuk menggunakannya, kemudian tentang materi produk yaitu pemahaman produk agar Marketing lebih mengetahui segala sesuatu tentang produk-produk yang ada di Bank Muamalat Indonesia. Di sisi lain, Marketing Bank Muamalat Indonesia KCU Cilegon juga dibebani target dalam mendapatkan nasabah produk Tabungan iB Muamalat Haji dan Umrah. Meskipun menggunakan akad *wadi'ah* (titipan) yang tidak mendapatkan bagi hasil, namun kenyataannya nasabah tidak mempermasalahkannya karena dengan akad *wadi'ah* (titipan) nasabah bisa mendapatkan bonus dari bank.

Menurut Marketing Funding Bank Muamalat Indonesia KCU Cilegon menyatakan bahwa produk Tabungan iB Muamalat Haji dan Umrah adalah

salah satu produk unggulan Bank Muamalat Indonesia, tingkat pertumbuhan nasabah produk Tabungan iB Muamalat Haji dan Umrah meningkat dan mengalami perkembangan yang sangat signifikan setelah adanya program Rezeki Haji Berkah, hal ini dibuktikan dengan terus meningkatnya jumlah nasabah produk Tabungan iB Muamalat Haji dan Umrah. Program Rezeki Haji Berkah adalah salah satu program promosi Bank Muamalat Indonesia untuk menarik minat nasabah pada produk Tabungan iB Muamalat Haji dan Umrah yang berhadiah lima tiket umrah secara gratis untuk lima orang pemenang setiap bulannya bagi nasabah produk Tabungan iB Muamalat Haji dan Umrah dari seluruh cabang Bank Muamalat di Indonesia yang beruntung.

Adapun syarat dan ketentuan program Rezeki Haji Berkah adalah sebagai berikut :

- (1) Hanya berlaku bagi nasabah produk Tabungan iB Muamalat Haji dan Umrah.
- (2) Setoran rutin bulanan dengan rekening sumber Tabungan Muamalat iB dan minimal saldo Rp. 5 juta atau USD 500.
- (3) Hadiah diberikan oleh Bank Muamalat Indonesia sebagai bentuk promosi untuk lebih menarik minat nasabah untuk menggunakan produk Tabungan iB Muamalat Haji dan Umrah.

Untuk melakukan perumusan dalam memilih dan menetapkan pasar yang akan dituju, Bank Muamalat Indonesia KCU Cilegon menggunakan strategi STP, yaitu *segmentation, targeting dan positioning*.

1. Segmentation

Segmentation atau yang sering dikenal dengan segmentasi pasar merupakan tindakan mengklasifikasikan pasar ke dalam kelompok-kelompok dengan berbagai kategori. Sehingga kondisi tersebut memungkinkan kebutuhan produk yang berbeda atau kombinasi pemasaran bisa terpisah. Singkatnya, segmentasi merupakan proses membagi pasar menjadi bagian-bagian yang lebih kecil berdasarkan dari karakteristik yang memiliki nilai. Melalui segmentasi pasar, aktivitas pemasaran bisa dilaksanakan sesuai dengan rencana dan memperoleh hasil yang maksimal dalam memberikan kepuasan untuk konsumen.

a) Segmentasi Demografis

Pada segmentasi ini, perusahaan akan membagi pasar menjadi kelompok-kelompok seperti usia, jenis kelamin, tingkat ekonomi, dan tingkat pendidikan.

Produk Tabungan iB Muamalat Haji dan Umrah adalah produk yang boleh diminati oleh semua kalangan, mulai dari usia minimal 18 tahun dan maksimal 65 tahun.

b) Segmentasi Psikografis

Pada segmentasi ini, perusahaan akan membagi pasar ke dalam kelompok-kelompok yang berbeda berdasarkan kelas sosial seperti gaya hidup atau kepribadian konsumen itu sendiri.

Produk Tabungan iB Muamalat Haji dan Umrah ditujukan untuk masyarakat kalangan menengah ke atas dan menengah ke bawah. Karena hanya dengan saldo awal minimum Rp. 50.000,- masyarakat sudah bisa mendapatkan rekening tabungan.

c) Segmentasi Geografis

Pada segmentasi ini, perusahaan akan membagi pasar menjadi beberapa bagian seperti wilayah, kota, dan desa. Daerah geografi yang dipandang potensial dan menguntungkan akan menjadi target operasi perusahaan.

Produk Tabungan iB Muamalat Haji dan Umrah tidak hanya untuk di pasarkan di daerah kota besar dan kota industri saja, melainkan juga di pasarkan di daerah pedesaan. Dengan begitu, produk ini dapat diketahui oleh masyarakat yang tinggal di kota dan juga masyarakat yang tinggal di pedesaan.

d) Segmentasi Perilaku

Pada segmentasi ini, perusahaan akan membagi pasar ke dalam kelompok-kelompok berdasarkan pada pengetahuan, sikap, cara menggunakan produk, serta respon pembeli terhadap suatu produk.

Produk Tabungan iB Muamalat Haji dan Umrah dapat disegmentasikan menjadi produk dengan respon yang sangat baik dan dapat diterima dikalangan masyarakat menengah ke bawah dan masyarakat menengah ke atas.

2. Targeting

Setelah perusahaan mengidentifikasi peluang segmen pasar, selanjutnya adalah mengevaluasi beragam segmen tersebut untuk memutuskan segmen mana yang menjadi target market.

Targeting merupakan tindakan menilai ketertarikan dan minat dari beragam segmen pasar, kemudian menentukan segmen pasar mana yang akan dijadikan sebagai target pasar. Target pasar dipahami sebagai kelompok yang dipilih oleh perusahaan untuk dijadikan sebagai calon pelanggan dengan melakukan penargetan dan segmentasi.

a) Konsentrasi Segmen Tunggal

Bank Muamalat Indonesia berkonsentrasi pada pasar muslim yang bertransaksi dengan basis tanpa bunga. Melalui pemasaran yang terkonsentrasi, Bank Muamalat Indonesia mendapatkan pengetahuan yang kuat tentang kebutuhan segmen dan meraih posisi pasar yang kuat disegmen tersebut. Bank Muamalat Indonesia menikmati operasi yang ekonomis melalui spesialisasi produk, promosi, dan distribusinya. Jika Bank Muamalat Indonesia menjadi pemimpin disegmen tersebut, Bank Muamalat Indonesia dapat menghasilkan tingkat pengembalian

investasi yang tinggi. Dengan begitu, Bank Muamalat Indonesia beroperasi dilebih dari satu segmen.

b) Spesialisasi Selektif

Bank Muamalat Indonesia memilih sejumlah segmen pasar yang atraktif dan sesuai dengan tujuan dan sumber daya yang dimiliki.

c) Spesialisasi Pasar

Bank Muamalat Indonesia akan berupaya melayani berbagai kebutuhan dari suatu kelompok pelanggan tertentu.

d) Spesialisasi Produk

Bank Muamalat Indonesia memusatkan diri pada produk berupa jasa yang akan ditawarkan kepada berbagai segmen pasar.

e) Cakupan Pasar Penuh

Bank Muamalat Indonesia berusaha melayani semua kelompok pelanggan dengan semua produk yang mungkin mereka butuhkan.

3. Positioning

Positioning adalah tindakan merancang produk dan citra perusahaan agar dapat tercipta kesan atau tempat khusus dan unik dalam benak pasar sasaran dengan sedemikian rupa, sehingga dipersepsikan lebih unggul dibandingkan dengan para pesaingannya. Dalam menentukan posisi pasar, perusahaan harus menunjukkan bahwa produk bisa dibedakan dari kompetitornya.

Produk Tabungan iB Muamalat Haji dan Umrah yang dimiliki oleh Bank Muamalat Indonesia sudah memiliki brand image yang melekat di hati para nasabah. Karena produk ini memiliki beberapa fitur unggulan, salah satu diantaranya adalah untuk bisa menabung di Bank Muamalat Indonesia, nasabah cukup memerlukan uang sebesar Rp. 50.000-, saja untuk bisa mendapatkan rekening tabungan haji dan umrah. Selain itu, Bank Muamalat Indonesia adalah salah satu bank syariah yang dipercayai Kementerian Agama untuk menjadi Badan Penerima Setoran Biaya Penyelenggara Ibadah Haji (BPS BPIH).

Produk Tabungan iB Muamalat Haji dan Umrah bisa dikatakan sebagai *Market Leader*, hal ini dapat dilihat dari penguasaan pasar yang dilakukan oleh Bank Muamalat Indonesia tentang produk Tabungan iB Muamalat Haji dan Umrah yang memposisikan produknya sebagai produk unggulan diantara produk tabungan yang ada. Salah satu strategi pemasaran produk Tabungan iB Muamalat Haji dan Umrah yaitu dengan menciptakan program Rezeki Haji Berkah. Program ini adalah salah satu program promosi Bank Muamalat Indonesia untuk menarik minat nasabah pada produk Tabungan iB Muamalat Haji dan Umrah. Setelah adanya program tersebut, tingkat pertumbuhan nasabah produk Tabungan iB Muamalat Haji dan Umrah meningkat dan mengalami perkembangan yang sangat signifikan.

a) Penempatan Posisi Menurut Atribut

Bank Muamalat Indonesia memposisikan dirinya berdasarkan atribut atau fitur spesifik.

b) Penentuan Posisi Menurut Manfaat

Bank Muamalat Indonesia memposisikan produknya sebagai pemimpin dalam suatu manfaat tertentu.

c) Penentuan Posisi Menurut Penerapan dan Penggunaan

Bank Muamalat Indonesia memposisikan produknya sebagai alternatif terbaik untuk situasi pemakaian atau aplikasi tertentu.

d) Penentuan Posisi Menurut Pemakai

Bank Muamalat Indonesia memposisikan produknya sebagai pilihan terbaik untuk kelompok pemakai tertentu.

e) Penentuan Posisi Menurut Pesaing

Bank Muamalat Indonesia tidak melakukan perbandingan dengan produk pesaing.

f) Penentuan Posisi Menurut Kategori Produk

Bank Muamalat Indonesia memposisikan produknya sebagai pemimpin dalam kategori produk tertentu.

g) Penempatan Posisi Menurut Harga

Bank Muamalat Indonesia berusaha untuk menciptakan kesan/citra yang berkualitas tinggi dan menekankan harga lebih murah sebagai indikator nilai.³

³ Wawancara dengan Rini Sefriani pada tanggal 18 September 2019 di Bank Muamalat Indonesia KCU Cilegon pukul 11:30 WIB.