BAB IV

ANALISIS PEMASARAN PRODUK TABUNGAN iB MUAMALAT PRIMA DI BANK MUAMALAT INDONESIA KCP MOJOKERTO

A. Analisis Pemasaran Produk Tabungan iB Muamalat Prima di Bank Muamalat Indonesia KCP Mojokerto

Perkembangan minat nasabah terhadap perbankan syariah yang semakin tinggi, memberikan nilai plus tersendiri bagi perbankan syariah. Dengan demikian, bank syariah harus menyikapinya dengan baik. Bank syariah dapat melakukan pengembangan melalui pengenalan produk-produk yang ditawarkan sehingga memiliki daya tarik dan nilai jual tersendiri, yang dapat memberikan pengaruh pada nasabah atau calon nasabah untuk mengetahui lebih jauh produk-produk perbankan syariah.

Strategi pemasaran diperlukan dalam suatu perusahaan dengan maksud agar semua rencana yang telah dibuat dapat terlaksana sesuai dengan tujuan yang

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

telah ditentukan dan hambatan-hambatan yang ada dapat diminimalisir. Menurut *Relationship Manager Funding,* pemasaran Bank Muamalat Indonesia kantor cabang pembantu Mojokerto Faradifta Anggun A., pemasaran yang baik adalah pemasaran dengan sistem jemput bola yaitu layanan yang diberikan pada nasabah untuk mempermudah nasabah karena nasabah umumnya ingin dimanjakan dengan segala kenyamanan termasuk pelayanan.

Layaknya sebuah perusahaan yang menawarkan produk dan jasa, Bank Muamalat Indonesia kantor cabang pembantu Mojokerto juga memiliki langkah-langkah dalam mengembangkan dan memasarkan produk-produknya. Langkah-langkah ini nantinya diharapkan dapat meningkatkan pertumbuhan dan perkembangan Bank Muamalat Indonesia kantor cabang pembantu Mojokerto dan pencitraan yang lebih baik dari masyarakat. Tujuan ini merupakan wujud dari visi dan misi Bank Muamalat Indonesia yang ingin menjadi *role model* lembaga keuangan syariah dunia dengan penekanan pada semangat kewirausahaan, keunggulan manajemen, dan orientasi investasi yang inovatif untuk memaksimalkan nilai bagi *stakeholder*.

Dalam proses pengenalan produk Tabungan iB Muamalat Prima pada masyarakat, Bank Muamalat Indonesia kantor cabang pembantu Mojokerto juga memiliki strategi yang biasanya digunakan oleh lembaga keuangan lainnya yaitu dengan memanfaatkan media yang ada berupa radio, koran, pamphlet, brosur yang dibagikan pada *event-event* tertentu, pemasangan spanduk di tempat-tempat

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

strategis, melakukan *open table* atau membuka stan-stan di instansi pemerintahan daerah Mojokerto, penjualan secara personal kepada calon nasabah yang dianggap pontensial menjadi target sasaran pasar serta pemberian souvenir atau cideramata pada nasabah yang loyal. Dengan demikian dapat diharapkan dapat membuat citra positif masyarakat, pada Bank Muamalat Indonesia kantor cabang pembantu Mojokerto.

Salah satu strategi yang digunakan Bank Muamalat Indonesia kantor cabang pembantu Mojokerto, dalam mengembangkan produk Tabungan iB Muamalat Prima adalah dengan menggunakan bauran pemasaran atau *marketing mix*. Philip Kotler mendefinisikan *marketing mix* adalah serangkaian variabel pemasaran terkendali yang dipakai oleh perusahaan untuk menghasilkan tanggapan yang dikehendaki.[57] *Marketing mix* terdiri dari empat komponen penting yaitu produk *(product)*, harga *(price)*, tempat *(place)* dan promosi *(promotion)*.

1. Produk *(product)*

   Faktor terpenting dalam mengadakan penilaian terhadap aspek pemasaran yaitu jenis dari produk yang dihasilkan itu sendiri. Menurut Philip Kotler produk adalah setiap apa saja yang ditawarkan di pasar untuk mendapatkan perhatian, permintaan, pemakaian atau konsumsi yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan.

[5757] Samsul Anam, et.all., *Manajemen Pemasaran* (Surabaya:IAIN Sunan Ampel Press,2013), 25.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Dalam hal ini salah satu produk yang dikeluarkan Bank Muamalat Indonesia kantor cabang pembantu Mojokerto adalah Tabungan iB Muamalat Prima. Tabungan yang berakad *muḍārabah muṭlaqah*. Di mana pemilik modal memberikan kepercayaan kepada Bank Muamalat Indonesia cabang Mojokerto untuk memanfaatkan dana yang didapat, dan digunakan dalam bentuk pembiayaan produktif. Laba dari pembiayaan dibagi hasilkan antara nasabah dan bank, sesuai dengan kesepakan di awal. Simpanan ini dapat diambil sewaktu-waktu.

Adapun kententuan bagi hasil Tabungan iB Muamalat Prima adalah antara bank dan nasabah akan mendapatkan bagi hasil simpanan sesuai dengan kesepakatan di awal, keuntungan bagi hasil simpanan ditetapkan menurut keuntungan Bank Muamalat Indonesia cabang Mojokerto dengan nisbah antara nasabah dan bank sesuai dengan nisbah *counter* yaitu 5% dan 95%. Hal ini tergantung dari besar kecilnya saldo rata-rata yang dimiliki nasabah, apabila saldo rata-ratanya lebih besar dari Rp 25.000.000 maka akan mendapatkan *wa'ad* nisbah (tambahan nisbah). Serta bagi hasil akan diperhitungkan setiap akhir bulan dan akan ditambahkan secara otomatis kepada rekening nasabah.

Produk Tabungan iB Muamalat Prima memiliki keunggulan diantaranya menguntungkan, kemudahan, fleksibel, aman dan nyaman. Serta produk ini

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dibuat sesuai dengan kebutuhan nasabah. Keunggulan inilah yang menjadi daya tarik tersendiri bagi nasabah Tabungan iB Muamalat Prima.

2. Harga *(price)*

Harga merupakan satu-satunya faktor bauran pemasaran yang memberikan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan. Dari sudut pandang pemasaran, harga merupakan satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa lainnya) yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atas penggunaan suatu barang atau jasa.[58]

Penetapan strategi pemasaran produk Tabungan Ib Muamalat Prima dari segi harga adalah nisbah yang dibuat sekompetitif mungkin dengan kompetitor. Dengan nisbah *counter* yang ditetapkan bank yaitu untuk nasabah 5% dan bank 95%. Apabila dana yang disimpan lebih besar dari jumlah rata-rata saldo minimal (Rp 25.000.000) yang ditetapkan oleh bank, maka nasabah akan memperoleh *wa'ad* nisbah.

Produk yang dirancang untuk nasabah premium ini syarat pembukaan rekening cukup mudah dan ringan, untuk setoran awal Rp 5.000.000 untuk perorangan dan Rp 25.000.000 untuk non perorangan, untuk setoran selanjutnya minimal Rp 100.000. Dan dalam produk Tabungan iB Muamalat Prima ini dikenakan biaya administrasi bulanan sebesar Rp 10.000 jika saldo di bawah 100 juta dan apabila saldo di atas 100 juta maka akan gratis, tanpa

[58] Ibid, 69.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

biaya administrasi. Biaya administasi inilah yang akan menjadi pendapatan untuk bank.

3. Tempat *(place)*

Penentuan lokasi bank sangatlah penting, mengingat jika salah memilih suatu lokasi maka akan menyebabkan meningkatkan biaya yang akan dikeluarkan. Lokasi yang tidak strategis akan mengurangi minat nasabah untuk berhubungan dengan bank.

Dalam hal ini Bank Muamalat Indonesia kantor cabang pembantu Mojokerto, terletak di lokasi yang strategis yaitu di pusat kota Mojokerto, tepatnya di Jl. Gajah Mada No. 98D. Letaknya yang berada di pusat kota menjadikan Bank Muamalat Indonesia (BMI) kantor cabang pembantu Mojokerto sangat strategis. Lokasinya mudah dijangkau, berdekatan dengan pasar, rumah sakit, pabrik serta instansi-istansi pemerintahan kota Mojokerto. Selain itu pada lokasi ini tersedia sarana dan prasarana yang mendukung seperti listrik, telepon dan lain-lain, respon masyarakat yang baik, jumlah pesaing yang terdapat di lokasi tersebut serta adanya fasilitas penunjang lainnya yaitu pusat perbelanjaan, perumahan, serta alat transportasi yang mudah, menjadikan nilai tambah bagi Bank Muamalat Indonesia kantor cabang pembantu Mojokerto. Hal tersebut berpengaruh pada nasabah yang ingin melakukan transaksi di Bank Muamalat cabang

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Mojokerto dapat merasakan kenyamanan dan kepuasan akan pelayanan yang diciptakan BMI lewat lokasi kantor yang dipilih.

4. Promosi *(Promotion)*

Promosi sering disamakan dengan komunikasi pemasaran. Promosi adalah suatu usaha dari pemasar dalam menginformasikan dan mempengaruhi orang atau pihak lain sehingga tertarik untuk melakukan transaksi atau pertukaran produk, barang atau jasa.[59]

Sarana pemasaran Tabungan iB Muamalat Prima Bank Muamalat Indonesia kantor cabang Mojokerto di nilai efektif, hal ini terbukti jumlah baik dari sisi nasabah dan volume meningkat dari tahun 2013-2014. Adapun Sarana promosi yang dilakukan Bank Muamalat Indonesia kantor cabang pembantu Mojokerto dalam memasarkan Tabungan iB Muamalat Prima adalah sebagai berikut:

1. Periklanan *(advertising)* yaitu Bank Muamalat Indonesia cabang Mojokerto dalam memasarkan produk Tabungan iB Muamalat Prima melalui surat kabar, media *online*, pemasangan spanduk ditempat strategis, pamphlet, serta percetakan brosur baik disebarkan di setiap cabang atau pusat-pusat perbelanjaan.

[59] Kasmir, *Pemasaran Bank,* (Jakarta: Kencana Prenanda Media Group, 2010), 141.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2. Promosi penjualan, strategi pemasaran yang dilakukan oleh Bank Muamalat Indonesia cabang Mojokerto melalui kegiatan promosi penjualan melalui kegiatan membuka stan-stan di instalansi pemerintahan Mojokerto *(open table)*, presentasi ke kantor-kantor, pemberian cideramata atau souvenir, hadiah, serta kenang-kenangan terhadap nasabah yang loyal.
3. Penjualan pribadi atau *(Personal selling)* yaitu, *personal selling* dengan mengikuti berbagai *launching*, melakukan pendekatan kepada nasabah-nasabah yang pontensial berdasarkan *pipeline* yang dibuat oleh Bank Muamalat Indonesia KCP Mojokerto.[60]

Menurut Ummi Kulsum salah satu nasabah Bank Muamalat Indonesia cabang Mojokerto yang menggunakan produk Tabungan iB Muamalat Prima mengatakan, telah menggunakan produk Tabungan iB Muamalat sejak tahun 2013. Dengan alasan, selain bebas riba dalam pengelolaan dana yang telah disimpannya, beliau juga ingin mendapatkan bagi hasil yang tinggi. Beliau mendapatkan informasi mengenai Tabungan iB Muamalat Prima, dari salah satu karyawan Bank Muamalat Indonesia cabang Mojokerto, yang pada waktu itu menawarkan produk tabungan baru yaitu Tabungan iB Muamalat Prima.

[60] Faradifta Anggun A, *Wawancara,* 18 April 2015.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Menurut *Relationship Manager Funding* Faradita Anggun A. Bank Muamalat Indonesia cabang Mojokerto, nasabah dari Tabungan iB Muamalat Prima bukan dari kalangan muslim saja, melainkan dari kalangan non muslim juga ikut serta menjadi nasabah. Menurut ibu Faradifta, hal itu terjadi karena keuntungan yang ditawarkan oleh produk Tabungan iB Muamalat Prima yang sangat menarik, daripada produk Tabungan *Muḍārabah* lainnya di Bank Muamalat Indonesia. Dengan keunggulan yang dimiliki seperti menawarkan kemudahan dalam pembukaan rekening, sifatnya yang fleksibel dana dapat ditarik sesuai kebutuhan, aman karena didesain dengan sistem dan prosedur canggih yang dapat menjamin keamanan dana nasabah, nyaman karena nasabah bebas melakukan transaksi kapan saja dan dimana saja. Selain itu, dapat nasabah dapat memaksimalkan bagi hasil yang didapat dengan tergantung pada saldo nasabah yang dimiliki. Serta sistem operasional yang digunakan oleh bank syariah yaitu bagi hasil *(profit sharing)*, hal ini sangat berbeda dengan bank konvensional yang masih menggunakan sistem bunga.

Selain upaya memasarkan produk tabungan, Bank Muamalat Indonesia cabang Mojokerto juga tidak lupa untuk membenahi sektor internal bank itu sendiri. Upaya itu dilakukan dengan meningkatkan pemahaman karyawan terhadap produk tabungan syariah, meningkatkan mutu dan kualitas karyawan dalam melayani nasabah serta turut melancarkan proses sosialisasi produk tabungan syariah.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Adapun langkah-langkah yang dilakukan Bank Muamalat Indonesia cabang Mojokerto dalam meningkatkan kualitas sumber daya manusia adalah dengan cara mengadakan pelatihan-pelatihan tentang pemahaman perbankan syariah dan juga memperkenalkan produk tabungan syariah. Pelatihan ini berupa simulasi pada sistem agar karyawan terbisa dan maksimal dalam melayani nasabah, selain itu ada produk *knowledge* dan bagi *marketing* bisa mendapatkan insentif bagi karyawan yang dapat mencapai target yang ditentukan.

B. Hasil Pemasaran Produk Tabungan iB Muamalat Prima tahun 2013-2014 di Bank Muamalat Indonesia KCP Mojokerto

Prinsip bagi hasil merupakan karakteristik umum dan landasan dasar bagi operasional bank syariah secara keseluruhan. Secara syariah, prinsipnya berdasarkan kaidah *al-muḍārabah*. Berdasarkan prinsip ini, bank islam akan berfungsi sebagai mitra, baik dengan penabung maupun dengan pengusaha yang meminjam dana. Antara keduanya diadakan akad *muḍārabah* yang menyatakan pembagian keuntungan masing-masing pihak. Di bawah ini adalah efektifitas hasil pemasaran Tabungan iB Muamalat Prima dari tahun 2013-2014.

Tahun	Jumlah Nasabah	Jumlah Dana	Target
2013	183	7 M	9,36 M

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2014	694	35 M	9,36 M

Sumber: Laporan Keuangan BMI Mojokerto 2013-2014

Jika dilihat dari tabel diatas, jumlah nasabah Tabungan iB Muamalat Prima dari tahun 2013-2014 selalu mengalami peningkatan setiap tahunnya, begitu juga dengan jumlah dana (volume) mengalami peningkatan.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

1. Penghimpunan dana dari Tabungan Ib Muamalat Prima pada tahun 2013

   Penghimpunan dana pada Tabungan iB Muamalat Prima yang dilakukan Bank Muamalat Indonesia KCP Mojokerto pada tahun 2013 sebesar 7 M. Hal ini belum mencapai target yang diinginkan oleh Bank Muamalat Indonesia KCP Mojokerto yaitu 9,36 M. Hal ini berarti jumlah dana yang dihimpun pada Tabungan Ib Muamalat Prima kurang dari 2,36 M dari target yang harus dicapai.

   Menurut *Relationship Manager* Faradifta Anggun A. pencapaian dana yang belum mencapai target ini dikarenakan produk Tabungan Ib Muamalat Prima merupakan produk baru yang diluncurkan oleh Bank Muamalat Indonesia pada juli 2012, tetapi baru ada di Mojokerto pada bulan Oktober 2012, sehingga diperlukan adanya sosialisasi untuk memperkenalkan pada masyarakat tentang produk tabungan yang berakad *muḍārabah* ini, agar meningkatkan pemasaran yang dilakukan oleh Bank Muamalat Indonesia KCP Mojokerto.

2. Penghimpunan dana dari Tabungan iB Muamalat Prima pada tahun 2014

   Pada tahun 2014, dapat diketahui bahwa dana yang dihimpun dari Tabungan iB Muamalat Prima meningkat secara signifikan baik dari sisi jumlah nasabah (NoA) dan Volume sebesar 35 M untuk volume dan 659 jumlah nasabah. Hal ini melebihi dari target yang diinginkan yaitu sebesar 9,36 M. Ini berarti selisih antara jumlah dana yang dihimpun dari

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Tabungan iB Muamalat Prima dengan target yang harus dicapai yaitu sebesar 25,64 M.

Peningkatan jumlah penghimpunan dana pada tahun 2014 yang signifikan ini dikarenakan masyarakat sudah banyak mengetahui tentang spesifikasi produk Tabungan iB Muamalat Prima, berkat sosialisasi yang telah dilakukan oleh karyawan Bank Muamalat Indonesia KCP Mojokerto. Serta keunggulan dan fasilitas yang dimiliki oleh produk tersebut, inilah yang menjadikan alasan mereka tertarik menjadi nasabah Tabungan iB Muamalat Prima, karena pada produk tabungan *muḍārabah* ini memiliki keunggulan yatu sepesial nisbah atau bagi hasil yang setara deposito.

Dan oleh karena itu, pada tahun 2014 kinerja *marketing funding* bisa dikatakan berhasil karena jumlah pencapaian dana dari target yang ditetapkan berhasil melebihi target yang ditetapkan oleh bank.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id