

BAB IV ANALISIS DATA DAN LAPORAN PENELITIAN

A. Penyajian Data

1. Berdirinya PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk Cabang Banjarmasin.

PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk memulai perjalanannya sebagai Bank Syariah pertama di Indonesia pada 1 November 1991 atau 25 Rabi'us Tsani 1412 H. Pendiri Bank Muamalat Indonesia digagas oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI), Ikatan Cendekiawan Muslim Indonesia (ICMI) dan pengusaha muslim yang kemudian mendapat dukungan pemerintah Republik Indonesia. Sejak resmi beroperasi pada 1 Mei 1992 atau 27 Syawal 1412 setelah dua tahun sejak didirikan, BMI berhasil mendapatkan predikat sebagai Bank Devisa tepatnya pada tanggal 27 Oktober 1994. Pengakuan ini semakin memperkuat posisi perseroan sebagai Bank Syariah Pertama dan terkemuka di Indonesia dengan beragam jasa maupun produk yang terus berkembang ("Bank Muamalat Indonesia Online," t.t).

Bank Muamalat Indonesia Tbk Cabang Banjarmasin merupakan kantor layanan berdasarkan prinsip syariah di Kota Banjarmasin yang pertama kali beroperasi pada tahun 2003 yang terletak di Jl. A Yani km 5,2 Banjarmasin. Gedung yang memiliki 4 lantai ini memberikan layanan perbankan bagi masyarakat. Lantai pertama terdapat *banking hall* (unit layanan) dimana ada *teller*, *customer service*, ruang *back office*, toilet, mushola dan dapur. Lantai kedua terdapat ruang bagian *marketing financing* dan *funding*, ruang rapat, *branch manager*, *branch collection*, mushola, toilet. Untuk lantai ketiga terdiri dari ruangan *retail financing center*, mushola dan dapur umum. Dan yang terakhir lantai empat hanya ada ruangan *auditor*. Selain itu di halaman bank terdapat satu buah mesin *automatic teller machine* (ATM).

2. Visi dan Misi

Visi

“The Best Islamic Bank and Top 10 in Indonesia with Strong Regional Presence”

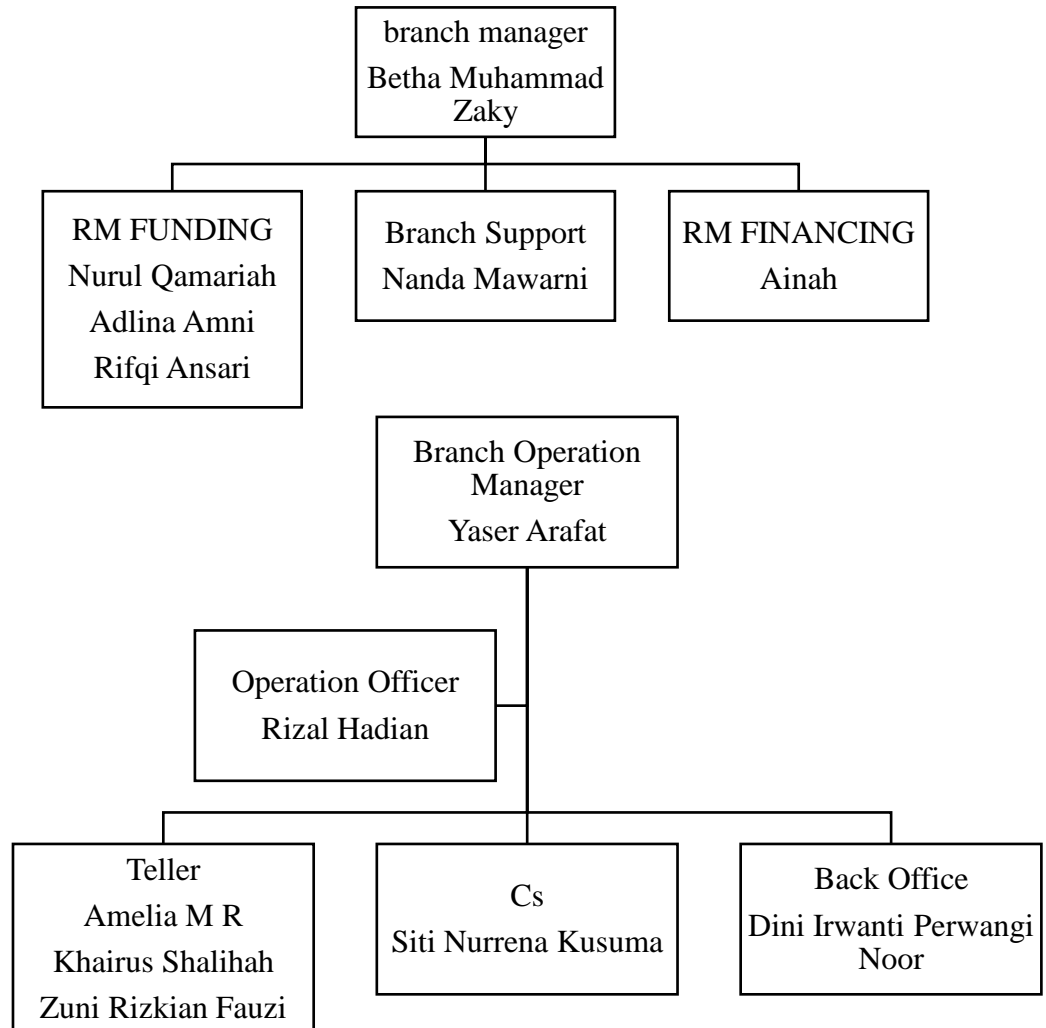
Misi

Membangun lembaga keuangan syariah yang unggul dan berkesinambungan dengan perkenaan pada semangat kewirausahaan berdasarkan prinsip kehati-hatian, keunggulan sumber daya manusia yang islami dan professional serta orientasi investasi yang inovatif, untuk memaksimalkan nilai kepada seluruh pemangku kepentingan (“Bank Muamalat Indonesia Online,” t.t).

Moto Bank Muamalat

“Pertama Murni Syariah”

3. Struktur Organisasi PT. Bank Muamalat Indonesia tbk Cabang Banjarmasin



4. Gambaran Kerja Organisasi PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk Cabang Banjarmasin

a. Pemimpin Cabang (Branch manager)

- Bertanggung jawab atas operasional di area sesuai dengan kebijakan/bisnis proses yang telah ditetapkan.
- Memastikan ketersediaan serta optimalisasi seluruh fungsi sumber daya (anggaran, sarana pendukung, alat produksi, SDM) di area kerja yang ditugaskan.
- Memastikan terkondisinya proses eksekusi seluruh program bisnis yang ada di area pada speed dan cost yang efisien dan efektif.
- Memastikan validitas dan kelancaran mekanisme informasi dalam rangka pengendalian kompetisi, monitoring program serta pengendalian krisis yang ada di area.
- Melakukan koordinasi yang baik dengan pihak supervisor area operator terkait eksekusi aktivitas marketing di lapangan

b. Branch collection manager

- Pemeriksaan laporan kunjungan setempat/call memo hasil penagihan pembiayaan.
- Pemantauan kewajiban nasabah pembiayaan consumer (Konsumer-Skoring agunan dan konsumer-skoring tanpa agunan).
- Penyusunan memorandum analisa penyelamatan (MAP) dan memorandum perubahan kolektibiliti.
- Penyusunan memorandum penghapus bukuan/penghapus pembiayaan pelayanan.

c. Branch operation manager

- Memastikan standar pemrosesan transaksi terpenuhi.
- Memastikan kelancaran fungsi kliring.
- Memastikan kelancaran fungsi pemeliharaan ATM.
- Mengkaji semua rekening cadangan/suspense.

d. Residen audit

- Mengawasi seluruh kegiatan Bank Muamalat agar dapat berjalan lancar sehingga dapat mencapai keberhasilan secara baik.
- Sebagai coordinator *chequer* harian operasional dan transaksi harian cabang.
- Mengamati kegiatan semua unit atau bidang di Bank Muamalat, kemudian mencatat kasus-kasus yang terjadi setiap unit atau bidang.
- Secara periode memberi laporan kepada direksi yang membidangnya.

e. Retail financing center

- Sebagai pelaksana taksasi jaminan perusahaan.
- Sebagai pelaksana pengecekan informasi nasabah dan data-data antar bank.
- Sebagai koordinator pengikatan pembiayaan.
- Sebagai pembuat analisa yuridis

f. Financing

- Pemasaran produk pembiayaan produktif.
- Memantau proses pemberian pembiayaan.
- Penilaian jaminan nasabah terkait proses permohonan pembiayaan

g. Funding

- Mengidentifikasi kebutuhan pelanggan dan menawarkan produk.
- Mengelola Account nasabah sesuai dengan service standar yang telah ditetapkan oleh perusahaan.
- Mempromosikan, memasarkan dan mengenalkan produk perbankan, dan memperluas jaringan atau relasi antar perbankan atau dengan dunia luar perbankan.

h. Costumer service

- Memberikan layanan kepada nasabah untuk pembukaan dan penutupan rekening.
- Pembukuan dan pengelolaan rekening/transaksi produk dan jasa dalam dan luar negeri.
- Media penyampaian informasi dan penjualan produk.

- Mengarahkan nasabah untuk menggunakan saluran berbiaya rendah (e-Banking: ATM, Phone Plus, SMS Banking dan Internet Banking) kepada nasabah yang datang.
- Kegiatan pelayanan keuangan lainnya dalam rangka memberikan pelayanan yang terbaik kepada nasabah.
- Media pemeliharaan hubungan dengan nasabah.

i. Teller

- Mengatur dan memelihara saldo/posisi uang kas yang ada dalam *khasanah* bank.
- Melayani penarikan, transfer dan penyetoran uang dari nasabah.
- Menerima cek dan uang tunai untuk deposit, memverifikasi jumlah, dan periksa keakuratan slip setoran.
- Bertanggung jawab dalam melayani rekening tabungan, dan penarikan.
- Berkewajiban membuat laporan harian kas

j. Keamanan dan urusan rumah tangga

- Satpam bertugas untuk siap siaga terhadap situasi kantor, memantau keluar masuk nasabah ke kantor.
- *Office boy* bertugas memelihara kenyamanan kaantor dan membantu kegiatan karyawan yang lain.
- *Driver* bertugas dalam bagian transportasi dan memelihara kendaraan kantor.

5. Deskripsi Hasil Wawancara

Identitas Informan

Nama: Nurlina

Umur: 34 Tahun

Pendidikan: S1 Teknik Kimia

Pekerjaan: RM Haji

Alamat: Jl. Pramuka. Komplek Rahayu Indah Permai (Nurlina, komunikasi pribadi, 2019).

Produk-produk Bank Muamalat

- Tabungan iB Hijrah
- Tabungan iB Hijrah Prima
- Tabungan Hijrah Berencana
- Tabungan iB Hijrah Haji

Bank Muamalat mengeluarkan Produk haji dengan nama IB HIJRAH HAJI. Memfasilitaskan nasabah menuju Baitullah diwujudkan Bersama tabungan yang berkah dan memberikan banyak kemudahan. Sesuai Syariah, dapat ketenangan batin dari produk perbankan yang menjaga kaidah syariah. Terpercaya, di persembahkan oleh bank pertama murni syariah yang telah teruji melewati tahunan pengalaman. Salah satu Bank Penerima Setoran Biaya Penyelenggaraan Ibadah Haji (BPS-BPIH), yang terdaftar di Siskohat kemenag. Bank yang berkomitmen memfasilitasi Nasabah berhijrah untuk selalu lebih baik.

Manfaat Tabungan Haji

- Dana nasabah di jamin aman
- Bebas biaya administrasi bulanan
- Pendaftaran nomor porsi Siskohat didaftarkan setelah saldo rekening nasabah minimal Rp.25 juta.
- Memudahkan untuk mendapatkan porsi keberangkatan haji
- Bebas biaya penutupan rekening

Tabungan haji sebenarnya tidak jauh berbeda dengan tabungan rencana lainnya. Tabungan haji merupakan jenis tabungan yang diperlukan bagi orang-orang yang mempersiapkan dana agar mencukupi untuk membiayai perjalanannya ke Tanah Suci. Banyak orang memutuskan untuk membuka tabungan haji karena dengan ini karena mereka bisa melakukan ONH (Ongkos Naik Haji) yang besar dengan menyisihkan sebagian uangnya untuk persiapan menjalani rukun islam yang kelima. Dengan tabungan haji masyarakat dapat menyicil uang sesuai kemampuan dan terasa lebih ringan

dibandingkan harus membayar biaya haji secara tunai yang mencapai puluhan juta.

2.2 Gambar brosur haji



Sun Life
Syariah

Bank Muamalat

Perlindungan Penuh Berkah
untuk Ketenangan Beribadah

Salam Hijrah Amanah*

Sesuai Prinsip Syariah

- Perindungan lebih panjang
- 100% santunan asuransi apabila meninggal dunia
- 200% santunan asuransi apabila menjalani ibadah haji/umrah
- Santunan tambahan apabila meninggal dunia saat haji/umrah
- Bonus kontribusi hingga 172,5% dari kontribusi berkala tahun pertama

* Bukan produk bank, Bank Muamalat Indonesia hanya sebagai agen penjual
Info lebih lanjut: Kunjungi kantor cabang Bank Muamalat terdekat | <https://bit.ly/BMSHA>

0812 8065 1800

SalamMuamalat 1500016 | www.bankmuamalat.co.id

Bank Muamalat Indonesia | Bank Muamalat | Bank Muamalat | Bank Muamalat

#AyoHijrah

2.3 Gambar prosur haji



avrist

Bank Muamalat

Ibadah Suci Lebih Khusyuk dan Tenang
Karena Semua Terproteksi dengan Aman

Manfaat Asuransi hingga **RP500jt**
dengan cara pembayaran berkala yang tetap

Hijrah Ahsan Proteksi

- 100% Manfaat asuransi dana investasi peserta dibayarkan bila terjadi risiko meninggal
- 200% manfaat asuransi dana investasi peserta dibayarkan apabila terjadi risiko meninggal saat melakukan perjalanan spiritual (umrah/haji)

0812 8065 1800

* Bukan produk bank, Bank Muamalat Indonesia hanya sebagai agen penjual
Info lebih lanjut: Kunjungi kantor cabang Bank Muamalat terdekat | <https://bit.ly/BMSHA>

Bank Muamalat Indonesia | Bank Muamalat | Bank Muamalat | Bank Muamalat

#AyoHijrah

1.4 Gambar brosur haji



Ilustrasi Seoran Awal Pendaftaran haji setoran pertahun

Pilihan	Perbulan (RP)	Per hari (RP)	Jangka Waktu
1	100.000	3.333	20 tahun 10 bulan
2	150.000	5.000	13 tahun 11 bulan
3	200.000	6.667	10 tahun 5 bulan
4	250.000	8.333	8 tahun 4 bulan
5	300.000	10.000	7 tahun 0 bulan

6	350.000	11.667	6 tahun 0 bulan
7	400.000	13.333	5 tahun 3 bulan
8	450.000	15.000	4 tahun 8 bulan
9	500.000	16.000	4 tahun 1 bulan
10	1.000.000	33.333	2 tahun 1 bulan

*setoran awal pendaftar calon Jemaah haji ini adalah Rp. 25Juta

1.3 Table setoran awal haji

Di Indonesia mendaftar haji harus menunggu (*waiting list*) tergantung dari mendaftarnya melalui pemerintah seperti haji regular dengan masa tunggu 30-40 tahun dengan biaya rata-rata 2.481 USD. Sedangkan haji plus merupakan program keberangkatan haji dengan kuota resmi dari pemerintah (kementerian Agama) yang diserahkan kepada pihak pengelola yaitu swasta atau travel yang mana kuota untuk haji plus tidak sebanyak haji regular. Waktu keberangkatan biasanya setelah jamaah regular, masa tunggu 7-10 tahun dan biaya minimal 8.500 USD dengan durasi keberangkatan yang lebih singkat, serta mendapatkan penginapan yang lebih bagus. yang terakhir adalah haji furoda merupakan program haji diluar kuota jatah pemerintah. Program ibadah haji menggunakan visa furoda atau visa kerja. Umumnya paket furoda lebih mahal 21.000 USD kelebihannya jamaah langsung berangkat tanpa menunggu bertahun-tahun, penginapan bintang 5, pemondokkan nyaman dan dekat masjid dan perjalanan yang lebih singkat.

1.5 Gambar Masa tunggu haji



2.6 gambar masa tunggu haji



B. Laporan Penelitian

Analisis Strategi PT Bank Muamalat tbk Cabang Banjarmasin

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 peran 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 diperuntukkan bagi nasabah yang ingin melaksanakan ibadah haji dan umrah, sehingga keinginannya dapat terpenuhi.

Dari hasil interview yang dilakukan oleh peneliti terhadap marketing Funding Bank Muamalat Indonesia Tbk Kantor Cabang Banjarmasin ibu Lina, 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

Strategi khusus yang digunakan adalah menawarkan ke perusahaan-perusahaan, pengajian ibu-ibu dan bapak-bapak, KBIH (walaupun pegawai sudah haji tetapi tabungan tersebut diperuntukkan untuk keluarganya) serta karyawan yang *payroll* di Bank Muamalat. Segmen pasar yang di bidik oleh Bank Muamalat Banjarmasin pada Kantor Kementrian Agama.

Target pasar produk Tabungan iB Muamalat Hijrah Haji dilihat dari pekerjaan mulai dari pegawai negeri, swasta, wiraswasta, dan dari berbagai jenis pekerjaan. Sedangkan target pasar yang dilihat dari segi usia mulai dari anak-anak yang sudah memiliki akte kelahiran sampai dengan usia yang tidak dibebani.

Meskipun menggunakan produk wadiah yang tidak mendapatkan bagi hasil namun kenyataannya nasabah tidak memperlmasalahkan karena dengan dengan produk wadiah nasabah mendapatkan bonus dari bank.

Untuk melakukan kegiatan pemasaran, Bank Muamalat Indonesia mempunyai strategi pemasaran tersendiri yaitu sebagai berikut:

I. Strategi Produk

Dalam mengembangkan produknya Bank Muamalat Indonesia melakukan beberapa hal yaitu: Bank Muamalat Indonesia menciptakan branding iB Muamalat Hijrah Haji, dengan mempertimbangkan faktor-faktor berikut:

- a) Mudah diingat dan dimengerti, Bank Muamalat memberi nama produknya singkat dan jelas agar nasabah mudah mengingat nama produk-produk tersebut. Seperti produk tabungan iB Muamalat Haji dan Umrah, pada produk terdapat kata haji dan umrah sehingga masyarakat mudah mengingat dan mengetahui tabungan itu ditujukan untuk yang lain merencanakan ibadah haji dan umrah
- b) Terkesan modren, Bank Muamalat dalam menciptakan merek dengan cara melihat perkembangan pasar yang semakin berkembang dalam hal penanaman produk. Dalam produk tabungan iB Muamalat Hijrah Haji terdapat kata “iB” atau Islamic Banking yang berkesan modern karena perkembangan ekonomi islam pada saat ini.
- c) Memiliki arti (dalam arti positif), Bank Muamalat menciptakan merek memiliki arti yang bermanfaat bagi nasabahnya. Dalam produk tabungan iB Muamalat Haji dan Umrah yaitu tabungan haji dan umrah yang dijalankan menurut prinsip syari’ah dan tentu bebas dari unsur riba sehingga memberikan ketenangan batin para nasabah.

II. Strategi harga

Dalam hal harga produk tabungan iB Muamalat Hijrah Haji Bank Muamalat Indonesia dibandingkan dengan bank syariah lain contohnya Bank Mandiri Syariah, harga yang ditawarkan Bank Muamalat Indonesia lebih rendah dari Bank Syariah Mandiri, dimana harga yang ditawarkan Bank Muamalat Indonesia sebesar Rp.50.000 untuk setoran awal minimal, sedangkan untuk Bank Syariah Mandiri setoran awal minimalnya Rp.

100.000. maka tak heran jika dalam pemasaran produk ini masyarakat dan tidak memberatkan masyarakat yang ingin memiliki tabungan haji dan umrah tersebut, karena hanya dengan biaya Rp.50.000 masyarakat dapat membuka rekening tabungan haji dan umrah di Bank Muamalat Indonesia.

III. Strategi tempat/distribusi

Kegiatan fungsional Bank Muamalat Indonesia Cabang Banjarmasin Jl. A. Yani Km. 5,2 No. 1, Pekapuran Raya, Kec, Banjarmasin Timur, Kota Banjarmasin, Kalimantan Selatan. No, Telp (0511). Lokasi ini dinilai strategis dekat karena dekat dengan pSusat kota. Dalam upaya bank ini melayani nasabah tepat waktu dan tepat sasaran. Keterlambatan dalam penyaluran informasi dapat mengakibatkan bank kehilangan waktu dan kualitas jasa serta diambilnya kesempatan oleh para pesaing. Oleh karena itu, Bank Muamalat Indonesia Cabang Banjarmasin menggunakan system mobil keliling yang bertempat di kementerian agama agar memudahkan para nasabah yang akan mengurus keberangkatan haji dan umroh langsung di kantor kemenag. Petugas lebih leluasa dalam menjelaskan dan memasarkan produk Bank Muamalat Indonesia kepada calon nasabah.

IV. Strategi promosi

Salah satu tujuan promosi Bank Muamalat Indonesia adalah menginformasikan segala jenis produk yang ditawarkan dan berusaha menarik calon konsumen yang baru. Berikut ini strategi promosi yang digunakan Bank Muamalat kc banjarmasin dalam mempromosikan produk iB Tabungan Hijrah haji:

- a. Memperluas jaringan dari satu nasabah kemudian menawarkan pada pasangan, keluarga, dan teman nasabah melalui telepon atau langsung datang kerumah.
- b. Dengan brosur-brosur/iklan-iklan yang menarik dan agamis, sehingga masyarakat dengan mudah mengetahui adanya lembaga keuangan

syariah, produk maupun jasa layanannya, khususnya produk tabungan iB Muamalat Haji dan Umrah.

- c. Dengan website www.muamalat.co.id, informasi tentang Bank Muamalat Indonesia dengan produk maupun jasa layanannya khususnya produk iB tabungan Hijrah Haji pada Bank Muamalat Indonesia dapat diketahui masyarakat secara luas. Dapat di akses selalui social media seperti Instagram @bank.muamalat.
- d. Penjualan pribadi dilakukan oleh marketing dengan cara door to door serta datang langsung ke kelompok-kelompok pengajian.
- e. Lebih praktis, idak perlu membawa uang tunai berlebihan. Tersedia berbagai pilihan kartu Shar-E Debit Muamalat, ATM Plus/Visa, ATM Bersama, ATM Prima, MEPS dan *Merchant* Visa.
- f. Lebih ringan, tidak dikenakan biaya administrasi biaya pemindahan dana ke rekening Tabungan iB Hijrah Haji.
- g. Lebih nyaman, tersedia beragam nominal *standing instruction* bulanan maupun harian dapat di sesuaikan dengan keinginan nasabah tanpa repot ke kantor cabang atau atm
- h. Pemberian banyak bonus dan hadiah. Souvenir eksklusif serta perlengkapan haji, nasabah berkesenpatan mendapat hadiah umroh gratis selagi menunggu keberangkatan haji (selama periode program berlangsung)

Adapun peluang dan ancaman dalam strategi pemasaran produk tabungan Haji dan Umrah di Bank Muamalat Banjarmasin.

1. Kekuatan

Kekuatan menggambarkan keunggulan kompetitif yang dimiliki perusahaan. Berdasarkan analisis yang dilakukan, maka diperoleh beberapa kakuatan yang dimiliki BankMuamalat banarmasin

a) Pelopor bank syariah di Indonesia

Bank Muamalat Banjarmasin adalah bank syariah yang beroperasi sejak 17 November 2008. Sebagian masyarakat

mendapatkan alternatif untuk memilih lembaga bank yang bersistem bebas bunga. Hal ini jelas menjadi keunggulan bagi Bank BRISyariah dalam pemasaran produk tabungan Haji dan Umrah karena produk ini berkaitan dengan keagamaan dan pasti lebih percaya pada pelopor bank syariah.

b) Citra perusahaan yang baik

Bank Muamalat Indonesia telah melayani sistem perbankan Syariah selama 30 tahun. Hal Ini jelas mempengaruhi citra perusahaan Bank Muamalat Kc Banjarmasin sehingga masyarakat tidak ragu untuk menggunakan produk tabungan Hijrah Haji dalam.

c) Produk tabungan Haji dan Umrah lebih terjamin dan mempunyai fitur yang menarik Lebih terjamin karena terhubung secara *online* dengan SISKOHAT dan KEMENAG, untuk memperoleh kepastian mendapatkan kuota/porsi keberangkatan ibadah haji.

d) Memiliki SDM yang berkualitas

Bank Muamalat memiliki SDM yang berkualitas dengan dibekali pendidikan dan pelatihan. Untuk marketing juga dibekali training/pendidikan marketing diantaranya adalah tentang strategi pemasaran produk yaitu marketing diajari 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.

2. Kelemahan

Kelemahan mencerminkan hal yang tidak dimiliki perusahaan serta merupakan kendala internal perusahaan dalam memasarkan produk iB Tabungan Hijrah Haji. Berdasarkan analisis yang dilakukan, maka

diperoleh beberapa kelemahan yang terdapat pada Bank Muamalat Kc Banjarmasin, antara lain:

- a) Lamanya daftar tunggu (*waiting list*) haji Semakin lamanya daftar tunggu untuk haji semakin menyadarkan masyarakat muslim untuk merencanakan ibadah haji sejak dini yaitu dengan membuka rekening tabungan Haji dan Umrah.

Gambar 2.7 masa tunggu haji



- b) Masih kurangnya jumlah kantor cabang

Jumlah kantor layanan setara Cabang Pembantu maupun Kantor Kas di setiap wilayah tingkat kota/kabupaten sehingga mempersulit nasabah maupun calon nasabah untuk transaksi keuangan.

- c) Masih kurang aktif dalam social media

Bank Muamalat Kc Banjarmasin memiliki kelemahan lainnya, yakni masih tidak aktifnya dalam social media seperti Instagram, atau Tiktok resmi bank muamalat Banjarmasin,

sedangkan media social banyak diminati anak-anak generasi Z seperti sekarang berbeda dengan Bank Muamalat Indonesia sendiri menyerukkan untuk menabung sejak muda dan aktif dalam social media.

3. Peluang

Peluang merupakan faktor yang berasal dari lingkungan yang dapat membantu perusahaan dalam memasarkan produk tabungan Haji dan Umrah. Berdasarkan analisis yang dilakukan maka diperoleh

beberapa kelemahan yang terdapat pada Bank Muamalat Kc Banjarmasin antara lain:

- a) Bank Muamalat Kc Banjarmasin merupakan bank Syariah Ibadah haji adalah rukun islam, tak bisa dipungkiri masyarakat muslim pasti lebih mempercayakan urusan ibadah haji kepada bank syariah.
- b) Tingginya populasi penduduk muslim pasti ingin melaksanakan ibadah haji dan umrah sehingga produk tabungan Hijrah Haji mempunyai prospek yang sangat bagus karena tingginya tingkat populasi penduduk beragama islam di Indonesia khususnya kota Kalimantan selatan khususnya Banjarmasin.

4. Ancaman

- a) Semakin gencarnya promosi bank syariah competitor Hal yang harus diperhatikan adalah kegiatan promosi pesaing dalam memasarkan produk tabungan haji merupakan suatu ancaman yang harus terus untuk terus bisa bersaing untuk mendapatkan banyak nasabah.
- b) Semakin lengkap dan inovatif fitur produk bank competitor Yang dilengkapi dengan teknologi canggih Semakin banyaknya produk tabungan haji bank competitor yang inovatif serta

dilengkapi dengan teknologi canggih membuat semakin ketatnya persaingan pemasaran produk tabungan haji.

Alat strategi pemasaran bauran dengan tabel

Bentuk Komunikasi Pemasaran	Deskripsi	Contoh
Periklanan	Segala bentuk presentasi dan promosi gagasan, barang atau jasa yang dibayar oleh sponsor yang teridentifikasi	Bank muamalat memasarkan iklan lewat social media seperti Instagram @bank.muamalat, brosur seperti pada lampiran, dan banyak lainnya.
Promosi Penjualan	Berbagai macam insentif jangka pendek dimaksud untuk mendorong percobaan atau pembelian produk atau jasa	undian, produk sampel, pameran, perayaan hari besar dan lain-lain.
Public Relations	Berbagai macam produk yang dirancang untuk mempromosikan atau melindungi citra perusahaan atau produk individu	seminar, laporan tahunan, donasi, events, dan lain-lain.
Personal Selling	Interaksi tatap muka dengan satu atau lebih calon pembeli untuk melakukan presentasi, menjawab pertanyaan, dan mendapat pemesanan	Memasarkan dari mulut kemulut, menawarkan kepada kenalan

Direct & Online Marketing	Penggunaan surat, telfon, fax, email atau internet untuk berkomunikasi secara langsung dengan pelanggan atau untuk mendapat respon langsung dari pelanggan dan calon pelanggan spesifik.	Katalog, brosur, surat koran dan lain-lain.
---------------------------	--	---