

BAB IV

PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS DATA

A. Penyajian Data

1. Sejarah PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Kantor Cabang Banjarmasin

Bank Muamalat Indonesia (BMI) resmi didirikan pada 1 November 1991, yang bertepatan dengan 24 Rabiul Akhir 1412 Hijriah. Akta pendirian Bank Muamalat Indonesia tercantum dalam surat keputusan No. C2-2413.HT.01.01 pada tahun 1992.

Secara historis, pendirian Bank Muamalat Indonesia berawal dari ide yang dikemukakan oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI), Ikatan Cendekiawan Muslim Indonesia (ICMI), dan pengusaha Muslim, serta didukung oleh pemerintah Republik Indonesia yang memiliki niat untuk mendirikan bank syariah pertama di Indonesia.

Pada bulan Mei 1992, Bank Muamalat Indonesia secara resmi memulai operasinya sebagai bank yang menjalankan kegiatan operasional berdasarkan prinsip-prinsip Islam yang bersumber dari Al-Qur'an dan Hadits.

Seiring dengan kemajuan zaman, Bank Muamalat Indonesia terus berinovasi dengan memperkenalkan berbagai produk keuangan syariah, seperti asuransi syariah, dana pensiun lembaga keuangan Muamalat, dan pembiayaan syariah. Selain itu, pada tahun 2004, Bank Muamalat meluncurkan produk baru yang merupakan tabungan instan pertama di Indonesia, yang diberi nama Shar-e.

Selanjutnya, salah satu produk terbaru yang diluncurkan oleh Bank Muamalat Indonesia pada tahun 2011, yaitu kartu debit Visa Shar-e Gold, telah meraih penghargaan dari Museum Rekor Indonesia (MURI) sebagai kartu debit syariah pertama di Indonesia yang menggunakan teknologi chip, sekaligus menyediakan layanan e-Channel.

Seiring dengan perkembangan kapasitas Bank Muamalat Indonesia, bank ini terus memperluas jangkauannya dengan menambah jumlah kantor cabang tidak hanya di seluruh Indonesia, tetapi juga di Malaysia. Hingga saat ini, Bank Muamalat telah memiliki total 325 kantor layanan, termasuk satu kantor cabang yang berada di Malaysia.

Seiring perkembangannya, Bank Muamalat terus menerapkan berbagai strategi bisnis untuk mencapai salah satu visinya, yaitu menjadi "Top 10 Bank in Indonesia with Strong Regional Presence". Pada 11 September 2003, Bank Muamalat membuka kantor cabang di Banjarmasin, yang secara resmi diresmikan oleh Gubernur Kalimantan Selatan saat itu, H. Sjahril Darham. Awalnya, kantor cabang Banjarmasin ini juga membawahi beberapa kantor layanan pembantu, seperti di Martapura, Barabai, Kayutangi, Batu Licin, Banjarbaru, Kandangan, dan Harum Manis..

Sejak didirikan hingga saat ini, Bank Muamalat Cabang Banjarmasin telah meraih berbagai penghargaan dari Mark Plus. Pada tahun 2012 dan 2013, bank ini secara berturut-turut dinobatkan sebagai Banjarmasin *Service Excellence*

Champion dalam kategori perbankan syariah. Selain itu, pada tahun 2017, Bank Muamalat Cabang Banjarmasin juga mendapatkan penghargaan sebagai "*Bronze Champion of Banjarmasin WOW Service Excellence Award 2017*" dalam kategori bank syariah.

a. Visi dan Misi PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Kantor Cabang Banjarmasin.

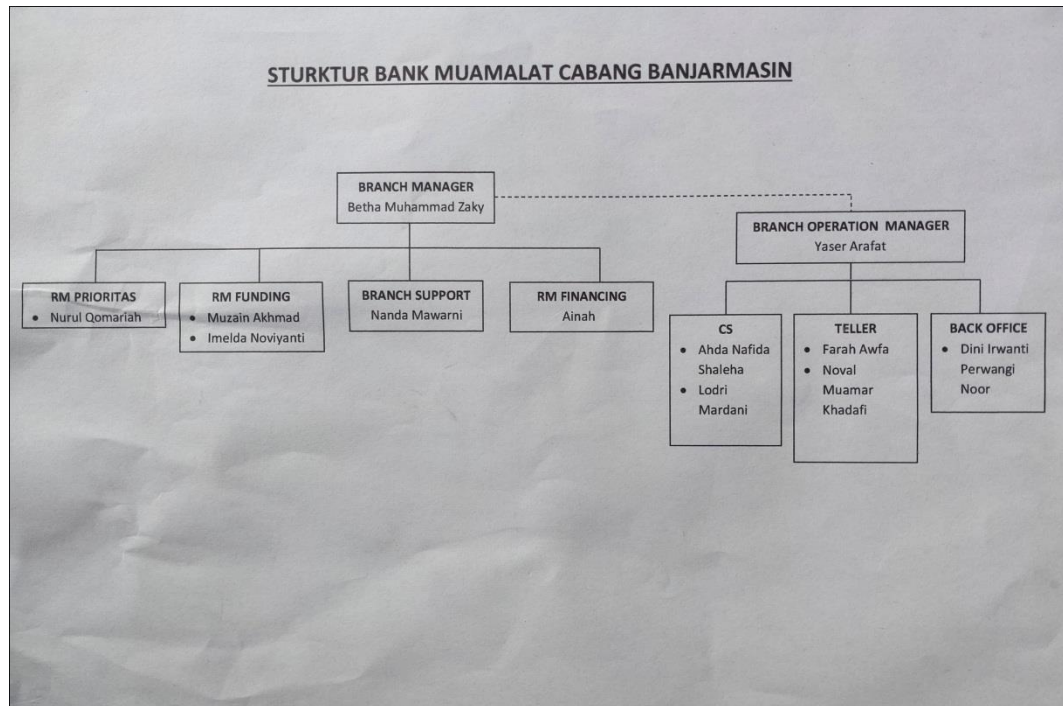
Visi

Menjadi bank syariah terdepan dan termasuk dalam nominasi 10 besar bank di Indonesia dengan eksistensi yang diakui ditingkat regional.

Misi

Menciptakan lembaga keuangan syariah yang berkualitas dan berkesinambungan yang berpusat pada motivasi dalam berwirausaha berdasarkan prinsip kehati-hatian, keunggulan sumber daya manusia yang islami serta orientasi investasi yang inovatif, untuk memaksimalkan nilai kepada seluruh pemangku kepentingan.

b. Struktur Organisasi PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Kantor. Cabang Banjarmasin.



Dalam industri perbankan syariah, pengorganisasian memegang peranan penting dalam mencapai tujuan perusahaan. Struktur organisasi merupakan salah satu elemen dalam perusahaan yang menjelaskan hubungan antara tugas, wewenang, dan tanggung jawab di setiap divisi. Berikut ini adalah struktur organisasi PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Kantor Cabang Banjarmasin.

c. Uraian Tugas (*Job Description*).

a) *Branch Manager*.

Tugas dan Wewenang Branch Manager

- 1) Melakukan pengawasan dan koordinasi terhadap seluruh aktivitas operasional yang dilaksanakan oleh karyawan dalam lingkungan perusahaan.

- 2) Mengevaluasi setiap usulan pembiayaan yang diajukan oleh Relationship Manager, kemudian memberikan keputusan mengenai kelayakan atau ketidaklayakan usulan pembiayaan tersebut.

b) Branch Operation Manager

Tugas dan wewenang *Branch Operation Manager*.

- 1) Bertanggung jawab untuk memastikan kelancaran seluruh kegiatan operasional, termasuk *front office, back office, general office*, operasi pembiayaan, dan dukungan pembiayaan.
- 2) Mengelola semua aktivitas administrasi dan operasional, yang mencakup pengelolaan dokumen, pencatatan transaksi operasional dan pembiayaan, serta pengadaan dan pengelolaan aset tetap.
- 3) Memastikan bahwa semua kegiatan operasional dilaksanakan tepat waktu, akurat, dan sesuai dengan kebijakan serta prosedur perusahaan.

c) Relationship Manager Prioritas

Tugas dan wewenang *RM Prioritas*

- 1) Melakukan promosi produk-produk PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Kantor Cabang Banjarmasin, seperti pembukaan rekening Giro, Tabungan, deposito, mobile banking, dan cash management kepada nasabah yang sudah ada maupun calon nasabah, dengan tujuan mencapai target penghimpunan dana yang telah ditetapkan sebelumnya.
- 2) Melakukan pengelolaan dan meningkatkan portofolio nasabah sesuai dengan prosedur bank.

d) Relationship Manager Funding

Tugas dan wewenang RM Funding

- 1) Mengelola dan mengembangkan sumber daya manusia yang ada di perusahaan.
- 2) Menyusun perencanaan anggaran untuk operasional.
- 3) Terlibat dalam pemantauan dan bertanggung jawab atas proses perekrutan karyawan baru.

e) Branch Support

Tugas dan wewenang *Branch Support*.

- 1) Mengelola administrasi dokumen cabang, termasuk membuat surat dan memo serta mencatat alur masuk dan keluarnya dokumen.
- 2) Memberikan rekomendasi analisis bisnis terkait pencapaian kepada Branch Manager, dengan mengandalkan data atau informasi dari regional atau kantor pusat.
- 3) Menyusun laporan atau analisis mengenai pencapaian target non-bisnis lainnya.

f) Relationship Manager Financing

Tugas dan wewenang *RM Financing*.

- 1) Mencari nasabah pembiayaan yang baru serta memproses pembiayaan nasabah tersebut.

g) Customer Service

Tugas dan wewenang *Customer Service*.

- 1) Menyediakan layanan untuk nasabah terkait pembukaan dan penutupan rekening.
- 2) Menyampaikan informasi mengenai berbagai produk yang ditawarkan oleh PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Kantor Cabang Banjarmasin.

- 3) Menangani pertanyaan dan keluhan nasabah, serta memberikan solusi yang sesuai untuk mengatasi permasalahan yang dihadapi.

h) Teller

Tugas dan wewenang *Teller*.

- 1) Menyediakan layanan bagi nasabah terkait transaksi penarikan, transfer, dan penyetoran dana.
- 2) Melayani kebutuhan nasabah dalam transaksi jual beli valuta asing serta penukaran uang pecahan kecil.
- 3) Menyusun laporan harian untuk aktivitas Kas.

i) Back Office

Tugas dan wewenang *back office*.

- 1) Mengatur transaksi *Standing Instruction* (SI), termasuk menyusun dokumen secara berurutan dan mencatat transaksi secara akurat berdasarkan dokumen pendukung sesuai dengan ketentuan dan prosedur yang berlaku.
- 2) Melaksanakan pengelolaan serta pengadministrasian stok buku cek/BG.
- 3) Mengelola semua aktivitas transaksi kliring, mencakup pengoperasian transaksi melalui aplikasi SKN-BI, pencatatan transaksi, dan memastikan seluruh proses berjalan dengan lebih efektif dan efisien.

d. Produk dan Jasa PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Kantor Cabang Banjarmasin.

Berikut adalah beberapa layanan yang disediakan oleh PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Kantor Cabang Banjarmasin untuk masyarakat, yang dikelompokkan menjadi tiga kategori utama, yaitu:

1) Produk Pendanaan

1) Giro

a) Giro IB Hijrah Ultima.

Giro IB Hijrah Ultima adalah produk simpanan giro yang menggunakan akad mudharabah, dirancang untuk memudahkan nasabah dalam bertransaksi bisnis dengan mata uang asing, yaitu IDR dan USD. Dalam skema ini, nasabah berfungsi sebagai pemilik dana, sementara bank bertindak sebagai pengelola dana. Pembagian hasil keuntungan dilakukan berdasarkan nisbah yang telah disepakati bersama.

b) Giro IB Hijrah.

Giro IB Hijrah adalah produk simpanan giro yang menggunakan akad wadhi'ah, dirancang untuk memberikan kemudahan dan kenyamanan dalam transaksi bisnis menggunakan tiga jenis mata uang, yaitu IDR, USD, dan SGD. Dalam produk ini, nasabah bertindak sebagai pihak yang menitipkan dana, sementara bank berperan sebagai penerima titipan dana tersebut.

2) Tabungan.

a) Tabungan IB Hijrah

Tabungan IB Hijrah merupakan produk tabungan yang dirancang untuk memberikan kemudahan bagi nasabah dalam bertransaksi dan berbelanja. Produk ini dilengkapi dengan fasilitas Shar-e Debit yang menggunakan logo Visa Plus, serta menawarkan berbagai program subsidi belanja di merchant dalam negeri maupun internasional.

b) Tabungan IB Hijrah Rencana

Tabungan IB Hijrah Rencana adalah produk tabungan yang dilengkapi dengan fitur standing instruction atau auto debit dari rekening utama nasabah, sehingga ideal untuk membantu mewujudkan rencana atau impian di masa depan. Dengan menggunakan akad mudharabah, produk ini memberikan keuntungan berupa bebas biaya administrasi bulanan. Selain itu, nasabah juga berkesempatan menerima bagi hasil terbaik setiap bulan berdasarkan nisbah yang ditetapkan oleh Bank Muamalat.

c) Tabungan IB Hijrah Prima

Tabungan IB Hijrah Prima merupakan produk tabungan yang dirancang untuk mendukung nasabah dalam melakukan transaksi bisnis sekaligus menjadi pilihan investasi yang aman. Produk ini menawarkan berbagai fasilitas gratis, seperti *Gross Settlement Real Time*, bebas biaya SKN dan RTGS, serta memberikan peluang bagi hasil dengan tingkat yang sangat kompetitif.

d) Tabungan IB Sempel

Tabungan IB Sempel merupakan produk tabungan yang dirancang khusus untuk siswa, bertujuan mendorong kebiasaan menabung sejak usia dini. Dengan persyaratan yang sederhana, produk ini menawarkan berbagai fitur menarik. Menggunakan akad mudharabah, tabungan ini memiliki sejumlah keunggulan, seperti bebas biaya kartu ATM, peluang mendapatkan bagi hasil, serta setoran awal yang sangat terjangkau, mulai dari Rp1.000.000.

e) Tabungan IB hijrah Haji

Tabungan IB Hijrah Haji merupakan produk tabungan syariah yang khusus disediakan untuk mendukung pendanaan ibadah haji dan umrah. Tabungan ini menggunakan akad wadhi'ah dalam operasionalnya.

3) Deposito

a) Deposito IB Hijrah

Deposito IB Hijrah merupakan produk deposito syariah yang tersedia dalam mata uang Rupiah dan Dolar AS, dengan pilihan jangka waktu yang fleksibel. Produk ini menawarkan keuntungan yang menarik, di mana nasabah dapat memperoleh bagi hasil yang optimal.

b) Deposito Online IB Hijrah Muamalat.

Deposito Online IB Hijrah Muamalat adalah produk deposito berbasis syariah yang menggunakan akad mudharabah dalam operasionalnya. Produk ini sangat praktis karena dapat diakses kapan saja dan dari mana saja. Selain itu, nasabah

berkesempatan mendapatkan bagi hasil yang lebih optimal dengan persyaratan saldo minimum yang lebih terjangkau.

2. Produk Pembiayaan

1) KPR IB Hijrah.

KPR IB Hijrah merupakan produk pembiayaan dari Bank Muamalat yang dirancang untuk mendukung nasabah dalam memiliki rumah tinggal dengan tetap mengedepankan prinsip syariah..

2) Hijrah Multiguna.

3) Produk Hijrah Multiguna merupakan layanan pembiayaan yang dirancang khusus untuk karyawan perusahaan tertentu, dengan menyediakan fasilitas istimewa guna membantu mereka memenuhi berbagai kebutuhan konsumtif.

4) Produk Investasi.

1) Sukuk.

Sukuk merupakan salah satu produk investasi yang ditawarkan oleh Bank Muamalat sebagai bagian dari rangkaian produk SBSN. Produk ini memberikan keuntungan berupa imbal hasil yang lebih tinggi dibandingkan dengan hasil yang diperoleh dari deposito.

2. Deskripsi Hasil Wawancara.

Identitas Informan.

Nama : Ahda Nafida Shaleha Rahmadina

Umur : 22 tahun

Pekerjaan : CS Bank Muamalat

Alamat : Banjarmasin

Produk-produk Bank Muamalat.

- Tabungan IB Hijrah
- Tabungan IB Hijrah Prima
- Tabungan IB Hijrah Haji
- Tabungan Hijrah Berencana

Bank Muamalat menghadirkan produk tabungan haji bernama IB Hijrah Haji, yang dirancang untuk membantu nasabah mewujudkan perjalanan spiritual ke Baitullah. Produk ini menawarkan kemudahan dan keberkahan melalui layanan tabungan yang berlandaskan prinsip syariah, memberikan rasa tenang dengan menjaga kaidah sesuai ajaran Islam. Sebagai bank syariah pertama di Indonesia yang telah terbukti andal dengan pengalaman bertahun-tahun, Bank Muamalat juga merupakan salah satu Bank Penerima Setoran Biaya Penyelenggaraan Ibadah Haji (BPS-BPIH) yang terdaftar di Siskohat Kementerian Agama. Bank ini berkomitmen mendukung nasabah dalam berhijrah menuju kehidupan yang lebih baik.

Manfaat Tabungan Haji.

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

Tabungan haji memiliki konsep yang mirip dengan tabungan rencana lainnya. Jenis tabungan ini dirancang khusus untuk membantu individu mempersiapkan dana yang dibutuhkan guna membiayai perjalanan ke Tanah Suci. Banyak orang memilih tabungan haji sebagai solusi untuk memenuhi biaya ONH (Ongkos Naik Haji) yang relatif besar, dengan menyisihkan sebagian uang secara bertahap demi menunaikan rukun Islam kelima. Melalui tabungan ini, masyarakat dapat mencicil sesuai kemampuan, sehingga terasa lebih ringan dibandingkan harus membayar biaya haji secara langsung yang mencapai puluhan juta rupiah.

Ilustrasi setoran awal pendaftaran haji dan setoran pertahun

Pilihan	Per bulan (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

Di Indonesia, pendaftaran haji memerlukan waktu tunggu (*waiting list*) yang bergantung pada jenis pendaftarannya. Untuk haji reguler, masa tunggu bisa mencapai 30-40 tahun dengan biaya rata-rata sekitar 2.481 USD. Sementara itu, haji plus adalah program keberangkatan haji dengan kuota resmi dari pemerintah melalui Kementerian Agama, yang dikelola oleh pihak swasta atau agen travel. Namun, jumlah kuota untuk haji plus lebih terbatas dibandingkan dengan haji reguler.

Keberangkatan haji biasanya dilakukan setelah jamaah reguler, dengan masa tunggu sekitar 7-10 tahun. Biaya minimalnya berkisar 8.500 USD, dan durasi perjalanan lebih singkat. Jamaah juga mendapatkan fasilitas penginapan yang lebih baik. Sementara itu, haji furoda adalah program yang dilaksanakan di luar kuota resmi yang diberikan oleh pemerintah.

Program haji dengan visa furoda atau visa kerja biasanya memiliki keunggulan tertentu. Biaya paket furoda cenderung lebih tinggi, sekitar 21.000 USD, namun menawarkan sejumlah kemudahan seperti keberangkatan tanpa harus menunggu bertahun-tahun. Jamaah juga mendapatkan fasilitas akomodasi bintang lima, penginapan yang nyaman dan dekat dengan masjid, serta durasi perjalanan yang lebih efisien.

B. Analisis Data

A. Strategi Pemasaran

Setiap lembaga keuangan memiliki tujuan untuk mencapai visi dan misinya masing-masing. Untuk mewujudkan hal tersebut, mereka harus berusaha untuk mempertahankan dan meningkatkan profitabilitas. Dalam konteks ini, bank berfokus pada upaya menarik dan menjaga pelanggan serta menguasai pasar. Tujuan tersebut hanya dapat tercapai jika divisi pemasaran bank mengimplementasikan strategi yang efektif dalam memanfaatkan peluang yang ada serta mempertahankan posisi bank di pasar.

Strategi pemasaran sangat penting bagi lembaga keuangan syariah seperti Bank Muamalat Indonesia, yang selain berfokus pada aspek profit, juga memiliki tujuan sosial. Bank Muamalat Indonesia menyadari pentingnya persaingan dalam

memasarkan produk dan layanan mereka, sehingga peran strategi pemasaran menjadi krusial dalam hal ini. Salah satu produk yang ditawarkan oleh Bank Muamalat Indonesia adalah Tabungan iB Muamalat Haji dan Umrah, yang dirancang untuk memenuhi kebutuhan nasabah yang ingin menjalankan ibadah haji dan umrah.

Berdasarkan wawancara yang dilakukan peneliti dengan Ibu Ahda mengenai strategi pemasaran produk tabungan haji di Bank Muamalat Indonesia Tbk Kantor Cabang Banjarmasin, produk Tabungan iB Muamalat Haji dan Umrah merupakan salah satu produk unggulan dari Bank Muamalat Indonesia, dengan menunjukkan tingkat pertumbuhan nasabah yang signifikan. (hasil wawancara dengan Ibu Ahda)

Strategi utama yang diterapkan melibatkan penawaran kepada berbagai perusahaan, kelompok pengajian ibu-ibu dan bapak-bapak, KBIH (meskipun pegawai yang sudah menunaikan ibadah haji, tabungan ini ditujukan untuk keluarga mereka), serta karyawan yang menerima gaji melalui Bank Muamalat. Segmen pasar yang menjadi sasaran Bank Muamalat Banjarmasin adalah Kantor Kementerian Agama.

Target pasar untuk produk Tabungan iB Muamalat Hijrah Haji mencakup berbagai profesi, seperti pegawai negeri, pegawai swasta, wiraswasta, dan individu dari berbagai bidang pekerjaan. Dari segi usia, target pasar meliputi anak-anak yang sudah memiliki akta kelahiran hingga usia lanjut yang tidak dibatasi.

Walaupun produk wadiah yang digunakan tidak memberikan bagi hasil, kenyataannya nasabah tidak menganggap hal tersebut sebagai masalah, karena mereka tetap memperoleh bonus dari bank melalui produk wadiah tersebut.

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

1. Strategi Produk

Untuk mengembangkan produknya, Bank Muamalat Indonesia melakukan berbagai upaya, salah satunya adalah menciptakan branding iB Muamalat Hijrah Haji dengan mempertimbangkan beberapa faktor berikut:

- a) Bank Muamalat memilih nama produk yang singkat dan jelas untuk memudahkan nasabah mengingatnya. Contohnya, pada produk Tabungan iB Muamalat Haji dan Umrah, penggunaan kata "haji" dan "umrah" membantu masyarakat dengan mudah mengenali dan memahami tujuan dari produk tersebut.
- b) Bank Muamalat membangun mereknya dengan pendekatan yang terkesan modern, mengikuti dinamika pasar yang terus berkembang dalam pemasaran produk. Pada produk iB Tabungan Hijrah Haji, penggunaan istilah "iB" atau Islamic Banking mencerminkan kesan modern yang sejalan dengan perkembangan dunia Islam saat ini.
- c) Bank Muamalat menghadirkan merek yang mengandung nilai positif dan memberikan manfaat nyata bagi para nasabahnya. Salah satu contohnya adalah produk iB Tabungan Haji dan Umrah, yang dirancang berdasarkan prinsip syariah dan bebas dari unsur riba. Hal ini memberikan rasa tenang kepada nasabah saat mempersiapkan perjalanan ibadah haji atau umrah.

2. Strategi Harga

Produk tabungan iB Muamalat Hijrah Haji dari Bank Muamalat Indonesia memiliki keunggulan dalam hal harga dibandingkan dengan bank syariah lainnya, seperti Bank Syariah Mandiri. Sebagai contoh, Bank Muamalat Indonesia menetapkan setoran awal minimal sebesar Rp50.000, sementara Bank Syariah Mandiri mensyaratkan setoran awal minimal Rp100.000. Hal ini menjadikan produk dari Bank Muamalat lebih terjangkau dan tidak memberatkan masyarakat yang ingin memiliki tabungan untuk haji dan umrah. Dengan hanya Rp50.000, masyarakat sudah dapat membuka rekening tabungan haji dan umrah di Bank Muamalat Indonesia.

3. Strategi Tempat.

Bank Muamalat Indonesia Cabang Banjarmasin berlokasi di Jl. A. Yani Km. 5,2 No. 1, Pekapuran Raya, Kecamatan Banjarmasin Timur, Kota Banjarmasin, Kalimantan Selatan, dengan nomor telepon (0511). Lokasinya dianggap strategis karena berada dekat dengan pusat kota, sehingga mendukung upaya bank dalam memberikan layanan yang tepat waktu dan efektif kepada nasabah.

Keterlambatan dalam penyampaian informasi dapat menyebabkan bank kehilangan efisiensi waktu, menurunnya kualitas layanan, dan memberikan peluang kepada pesaing untuk mengambil keuntungan. Untuk mengatasi hal ini, Bank Muamalat Indonesia Cabang Banjarmasin menggunakan sistem layanan mobil keliling yang ditempatkan di kantor Kementerian Agama. Langkah ini bertujuan mempermudah nasabah dalam mengurus keperluan keberangkatan haji dan umrah langsung di lokasi tersebut. Selain itu, petugas dapat dengan lebih mudah

menjelaskan dan mempromosikan produk Bank Muamalat Indonesia kepada calon nasabah.

4. Strategi Promosi.

Salah satu tujuan promosi yang dilakukan oleh Bank Muamalat Indonesia adalah memberikan informasi terkait berbagai produk yang tersedia sekaligus menarik perhatian calon pelanggan baru. Berikut adalah beberapa strategi promosi yang diterapkan oleh Bank Muamalat cabang Banjarmasin untuk memasarkan produk iB Tabungan Hijrah Haji:

- a) Dengan menggunakan brosur dan iklan yang dirancang secara menarik dan bernuansa islami, masyarakat dapat dengan mudah mengenal lembaga keuangan syariah beserta produk dan layanannya, terutama produk iB Muamalat Haji dan Umrah.
- b) Memperluas jaringan dilakukan dengan mengajak nasabah untuk merekomendasikan produk kepada pasangan, keluarga, dan teman melalui komunikasi langsung, baik melalui telepon maupun kunjungan ke rumah.
- c) Strategi penjualan personal dilakukan oleh tim marketing dengan mendatangi calon nasabah secara langsung (door-to-door) dan mengunjungi komunitas pengajian.
- d) Informasi lengkap tentang Bank Muamalat Indonesia, termasuk produk iB Tabungan Hijrah Haji, tersedia melalui situs web resmi www.muamalat.co.id. Masyarakat juga dapat mengakses informasi ini melalui media sosial seperti Instagram di akun **@bank.muamalat**.

- e) Bank menyediakan berbagai bonus dan hadiah, termasuk souvenir eksklusif, perlengkapan haji, serta kesempatan memenangkan hadiah umrah gratis bagi nasabah yang menunggu keberangkatan haji (selama program berlangsung).

B. Analisis SWOT Berdasarkan Faktor Internal Dan Eksternal.

Analisis SWOT digunakan untuk mengevaluasi peluang yang dapat dimanfaatkan oleh Bank dalam memasarkan produk tabungan iB Hijrah Haji. Berikut ini adalah hasil wawancara dengan salah satu staf di PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Banjarmasin.

Dalam menjalankan kegiatan sebagai perusahaan di sektor perbankan, diperlukan penerapan analisis SWOT guna merumuskan strategi pemasaran yang sesuai dengan kondisi lingkungan internal maupun eksternal. Metode analisis ini digunakan untuk menetapkan arah strategi pemasaran sebelum merumuskan tujuan utama perusahaan. Dalam hal ini, perusahaan menganalisis faktor kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang terkait dengan pemasaran produk tabungan IB Muamalat Haji dan Umrah. Analisis SWOT tersebut melibatkan evaluasi lingkungan internal dan eksternal, yaitu:

a. Faktor Lingkungan Internal yaitu *Strengths* dan *Weaknesses*

Kekuatan (<i>Strength</i>)	Bobot	Rating	Skor
Salah satu pelopor Bank Syariah indonesia	0.2	4	0.8
Citra perusahaan yang baik	0.2	4	0.8
Bekerjasama dengan Kemenag	0.3	4	1.2

Memiliki SDM yang berkualitas	0.3	4	1.2
TOTAL	1		4
Kelamahan (<i>Weakness</i>)	Bobot	Rating	Skor
Lamanya daftar tunggu Haji	0.2	3	0.6
Kurangnya jumlah Kantor Cabang	0.2	3	0.6
Promosi yang kurang maksimal	0.2	2	0.4
Luasnya wilayah sehingga sulit di jangkau	0.4	3	1.2
TOTAL	1		2.8

1) Kekuatan (*Strengths*).

a) Salah satu pelopor Bank Syariah Indonesia.

Bank Muamalat Banjarmasin telah beroperasi sebagai bank syariah sejak 17 November 2008, memberikan masyarakat pilihan alternatif untuk menggunakan layanan perbankan berbasis prinsip bebas bunga. Keunggulan ini menjadi nilai tambah bagi Bank Muamalat dalam memasarkan produk tabungan Haji dan Umrah, mengingat produk tersebut memiliki keterkaitan erat dengan aspek keagamaan, sehingga masyarakat cenderung lebih mempercayai pelopor bank syariah dalam hal ini.

Bobot 0.2: Bobot ini menunjukkan bahwa faktor ini dianggap penting, tetapi tidak terlalu dominan dibandingkan dengan faktor lainnya. Ini mungkin karena ada faktor lain yang juga penting, seperti kualitas layanan atau produk.

Rating 4: Rating ini menunjukkan bahwa faktor ini memiliki pengaruh yang tinggi. Sebagai pelopor, perusahaan memiliki keunggulan dalam hal pengalaman dan pengetahuan di bidang perbankan syariah.

Skor 0.8: Skor ini menunjukkan bahwa faktor ini memiliki pengaruh yang cukup signifikan terhadap bisnis.

b) Memiliki 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.

Penjelasan: Perusahaan memiliki citra positif di mata publik, yang dapat meningkatkan kepercayaan dan loyalitas pelanggan.

Bobot 0.2: Bobot ini menunjukkan bahwa faktor ini dianggap penting, tetapi tidak terlalu dominan dibandingkan dengan faktor lainnya. Ini mungkin karena ada faktor lain yang juga penting, seperti kualitas layanan atau produk.

Rating 4: Rating ini menunjukkan bahwa faktor ini memiliki pengaruh yang tinggi. Citra yang baik dapat menarik lebih banyak pelanggan dan meningkatkan penjualan. * Skor 0.8: Skor ini menunjukkan bahwa faktor ini memiliki pengaruh yang cukup signifikan terhadap bisnis.

c) Bekerjasama dengan Kemenag dan Siskohat.

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.

Penjelasan: Perusahaan memiliki kemitraan dengan Kementerian Agama (Kemenag), yang dapat memberikan akses ke sumber daya dan peluang baru.

Bobot 0.3: Bobot ini menunjukkan bahwa faktor ini dianggap cukup penting, tetapi tidak terlalu dominan dibandingkan dengan faktor lainnya. Ini mungkin karena ada faktor lain yang juga penting, seperti kualitas layanan atau produk.

Rating 4: Rating ini menunjukkan bahwa faktor ini memiliki pengaruh yang tinggi. Kemitraan dengan Kemenag dapat meningkatkan kredibilitas dan kepercayaan perusahaan.

Skor 1.2: Skor ini menunjukkan bahwa faktor ini memiliki pengaruh yang cukup signifikan terhadap bisnis.

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.

Penjelasan perusahaan memiliki sumber daya manusia (SDM) yang terampil dan kompeten, yang dapat meningkatkan kualitas layanan dan produk.

Bobot 0.3: Bobot ini menunjukkan bahwa faktor ini dianggap cukup penting, tetapi tidak terlalu dominan dibandingkan dengan faktor lainnya. Ini mungkin karena ada faktor lain yang juga penting, seperti kualitas layanan atau produk.

Rating 4: Rating ini menunjukkan bahwa faktor ini memiliki pengaruh yang tinggi. SDM yang berkualitas dapat meningkatkan efisiensi dan efektivitas operasional perusahaan.

Skor 1.2: Skor ini menunjukkan bahwa faktor ini memiliki pengaruh yang cukup signifikan terhadap bisnis.

2) **Kelemahan (*Weakness*)**

a) Lamanya daftar tunggu Haji (*Waiting List*).

Semakin lamanya daftar tunggu untuk haji semakin menyadarkan masyarakat muslim untuk merencanakan ibadah haji sejak dini yaitu dengan membuka rekening tabungan Haji.

Penjelasan perusahaan menghadapi masalah dengan daftar tunggu haji yang lama, yang dapat mengurangi kepuasan pelanggan.

Bobot 0.2: Bobot ini menunjukkan bahwa faktor ini dianggap penting, tetapi tidak terlalu dominan dibandingkan dengan faktor lainnya. Ini mungkin karena ada faktor lain yang juga penting, seperti kualitas layanan atau produk.

Rating 3: Rating ini menunjukkan bahwa faktor ini memiliki pengaruh yang sedang. Daftar tunggu haji yang lama dapat membuat pelanggan kecewa dan memilih bank lain.

Skor 0.6: Skor ini menunjukkan bahwa faktor ini memiliki pengaruh yang cukup signifikan terhadap bisnis.

b) 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.

Penjelasan perusahaan memiliki jumlah kantor cabang yang terbatas, yang dapat membatasi jangkauan layanan dan aksesibilitas bagi pelanggan.

Bobot 0.2: Bobot ini menunjukkan bahwa faktor ini dianggap penting, tetapi tidak terlalu dominan dibandingkan dengan faktor lainnya. Ini mungkin karena ada faktor lain yang juga penting, seperti kualitas layanan atau produk.

Rating 3: Rating ini menunjukkan bahwa faktor ini memiliki pengaruh yang sedang. Kurangnya kantor cabang dapat membuat pelanggan kesulitan untuk mengakses layanan.

Skor 0.6: Skor ini menunjukkan bahwa faktor ini memiliki pengaruh yang cukup signifikan terhadap bisnis.

c) Promosi yang kurang maksimal.

Kurang maksimal 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.

Penjelasan perusahaan belum melakukan promosi yang efektif untuk meningkatkan kesadaran dan minat pelanggan terhadap produk mereka.

Bobot 0.2: Bobot ini menunjukkan bahwa faktor ini dianggap penting, tetapi tidak terlalu dominan dibandingkan dengan faktor lainnya. Ini mungkin karena ada faktor lain yang juga penting, seperti kualitas layanan atau produk.

Rating 2: Rating ini menunjukkan bahwa faktor ini memiliki pengaruh yang rendah. Promosi yang kurang maksimal dapat mengurangi jumlah pelanggan dan penjualan.

Skor 0.4: Skor ini menunjukkan bahwa faktor ini memiliki pengaruh yang relatif kecil terhadap bisnis.

d) Luasnya wilayah sehingga sulit untuk di jangkau.

Di karenakan luasnya wilayah di Daerah banjarmasin, sehingga menjadi salah satu kendala untuk bisa menjangkau seluruh wilayah.

Penjelasan perusahaan menghadapi tantangan dalam menjangkau pelanggan di wilayah yang luas, yang dapat menghambat pertumbuhan bisnis.

Bobot 0.4: Bobot ini menunjukkan bahwa faktor ini dianggap cukup penting dibandingkan dengan faktor lainnya. Rating 3: Rating ini menunjukkan bahwa faktor ini memiliki pengaruh yang sedang. Luasnya wilayah dapat membuat perusahaan kesulitan untuk memberikan layanan yang efektif kepada semua pelanggan.

Skor 1.2: Skor ini menunjukkan bahwa faktor ini memiliki pengaruh yang cukup signifikan terhadap bisnis.

b. Faktor Lingkungan Eksternal yaitu *Opportunities* dan *Threats*.

Peluang (<i>Opportunities</i>)	Bobot	Rating	Skor
----------------------------------	-------	--------	------

. Luasnya pangsa promosi penyebaran produk tabungan IB hijrah haji	0.3	4	1.2
. Daerah kerja yang sangat potensial	0.3	4	1.2
. Tingginya populasi penduduk muslim	0.2	4	0.8
. Peran aktif nasabah dalam memberikan saran.	0.2	4	0.8
Total	1		4
Ancaman (<i>Threats</i>)			
. Semakin gencarnya promosi Bank Syariah competitor	0.3	3	0.6
. Pihak Bank yang tidak terlalu fokus pada produk tabungan IB Hijrah Haji	0.2	2	0.4
. Perekonomian masyarakat yang tidak stabil	0.3	3	0.9
. Kurangnya pengetahuan masyarakat tentang produk IB Hijrah Haji	0.2	2	0.4
Total	1		2.3

Pada tabel ini menerangkan bahwasanya untuk faktor *opportunity* nilai skornya 4 dan faktor *Threats* 2,3. Kemudian nilai total skor dari tiap-tiap faktor bisa diuraikan, Strength : 4 Weakness 2,8, Opportunities 4 dan Threats 2,5. Oleh karena itu bisa diketahui nilai Strength lebih besar nilai Weakness Selisih (+) 1,2 dan nilai Opportunities dan Threats selisish (-) 1,7.

1) **Peluang (*Opportunities*).**

a) Luasnya pangsa promosi penyebaran produk tabungan IB hijrah haji.

Perusahaan memiliki kesempatan besar untuk memperluas jangkauan promosi produk tabungan IB Hijrah Haji. Ini berarti mereka bisa menjangkau lebih banyak calon nasabah dan meningkatkan penjualan.

Bobot 0.3: Faktor ini dianggap cukup penting, tetapi tidak terlalu dominan dibandingkan dengan faktor lainnya. Ini mungkin karena ada faktor lain yang juga penting, seperti kondisi ekonomi atau persaingan.

Rating 4: Faktor ini memiliki pengaruh yang tinggi. Luasnya pangsa promosi memberikan peluang besar untuk meningkatkan penjualan dan keuntungan.

Skor 1.2: Indikasi bahwa faktor ini memiliki pengaruh yang cukup signifikan terhadap bisnis.

b) Memiliki daerah yang sangat potensial.

Perusahaan memiliki peluang besar untuk memasarkan produk tabungan IB Hijrah Haji di daerah-daerah tertentu yang memiliki potensi pasar yang besar.

Bobot 0.3: Faktor ini dianggap cukup penting, tetapi tidak terlalu dominan dibandingkan dengan faktor lainnya. Ini mungkin karena ada faktor lain yang juga penting, seperti kondisi ekonomi atau persaingan.

Rating 4: Faktor ini memiliki pengaruh yang tinggi. Daerah kerja yang sangat potensial memberikan peluang besar untuk meningkatkan penjualan dan keuntungan.

Skor 1.2: Indikasi bahwa faktor ini memiliki pengaruh yang cukup signifikan terhadap bisnis.

c) Tingginya populasi penduduk muslim.

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.

Bobot 0.2: Faktor ini dianggap penting, tetapi tidak terlalu dominan dibandingkan dengan faktor lainnya. Ini mungkin karena ada faktor lain yang juga penting, seperti kondisi ekonomi atau persaingan.

Rating 4: Faktor ini memiliki pengaruh yang tinggi. Populasi penduduk muslim yang besar memberikan peluang besar untuk meningkatkan penjualan dan keuntungan.

Skor 0.8: Indikasi bahwa faktor ini memiliki pengaruh yang cukup signifikan terhadap bisnis.

d) Peran aktif nasabah dalam memberikan saran.

Perusahaan memiliki peluang untuk mendapatkan masukan dan ide-ide baru dari nasabah yang dapat meningkatkan produk dan layanan.

Bobot 0.2: Faktor ini dianggap penting, tetapi tidak terlalu dominan dibandingkan dengan faktor lainnya. Ini mungkin karena ada faktor lain yang juga penting, seperti kondisi ekonomi atau persaingan.

Rating 4: Faktor ini memiliki pengaruh yang tinggi. Peran aktif nasabah dalam memberikan saran dapat membantu perusahaan untuk meningkatkan kualitas produk dan layanan, sehingga meningkatkan kepuasan pelanggan.

Skor 0.8: Indikasi bahwa faktor ini memiliki pengaruh yang cukup signifikan terhadap bisnis.

2) Ancaman (*Threats*)

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.

Bobot 0.3: Faktor ini dianggap cukup penting, tetapi tidak terlalu dominan dibandingkan dengan faktor lainnya. Ini mungkin karena ada faktor lain yang juga penting, seperti kondisi ekonomi atau persaingan.

Rating 3: Faktor ini memiliki pengaruh yang sedang. Persaingan yang ketat dapat mengurangi pangsa pasar dan keuntungan.

Skor 0.6: Indikasi bahwa faktor ini memiliki pengaruh yang cukup signifikan terhadap bisnis.

b) Pihak bank yang tidak terlalu fokus pada produk tabungan IB Hijrah Haji.

Di karenakan ada berbagai macam produk yang ada di Bank Muamalat, maka dari itu pihak Bank tidak terlalu fokus pada salah satu produknya yaitu, tabungan IB Hijrah Haji.

Bobot 0.2: Faktor ini dianggap penting, tetapi tidak terlalu dominan dibandingkan dengan faktor lainnya. Ini mungkin karena ada faktor lain yang juga penting, seperti kondisi ekonomi atau persaingan.

Rating 2: Faktor ini memiliki pengaruh yang rendah. Kurangnya fokus dari bank lain dapat mengurangi peluang untuk meningkatkan penjualan produk.

Skor 0.4: Indikasi bahwa faktor ini memiliki pengaruh yang relatif kecil terhadap bisnis.

c) Pengetahuan masyarakat yang masih minim terhadap hukum syariah.

Masih kurangnya pengetahuan masyarakat yang masih minim terhadap hukum syariah, maka dari itu masih terlihat bahwa masyarakat masih mengutamakan bank konvensional dari pada bank syariah.

Bobot 0.2: Faktor ini dianggap penting, tetapi tidak terlalu dominan dibandingkan dengan faktor lainnya. Ini mungkin karena ada faktor lain yang juga penting, seperti kondisi ekonomi atau persaingan

Rating 2: Faktor ini memiliki pengaruh yang rendah. Kurangnya pengetahuan masyarakat dapat mengurangi minat untuk membeli produk

Rating 2: Faktor ini memiliki pengaruh yang rendah. Kurangnya pengetahuan masyarakat dapat mengurangi minat untuk membeli produk.

d) Perekonomian masyarakat yang tidak stabil.

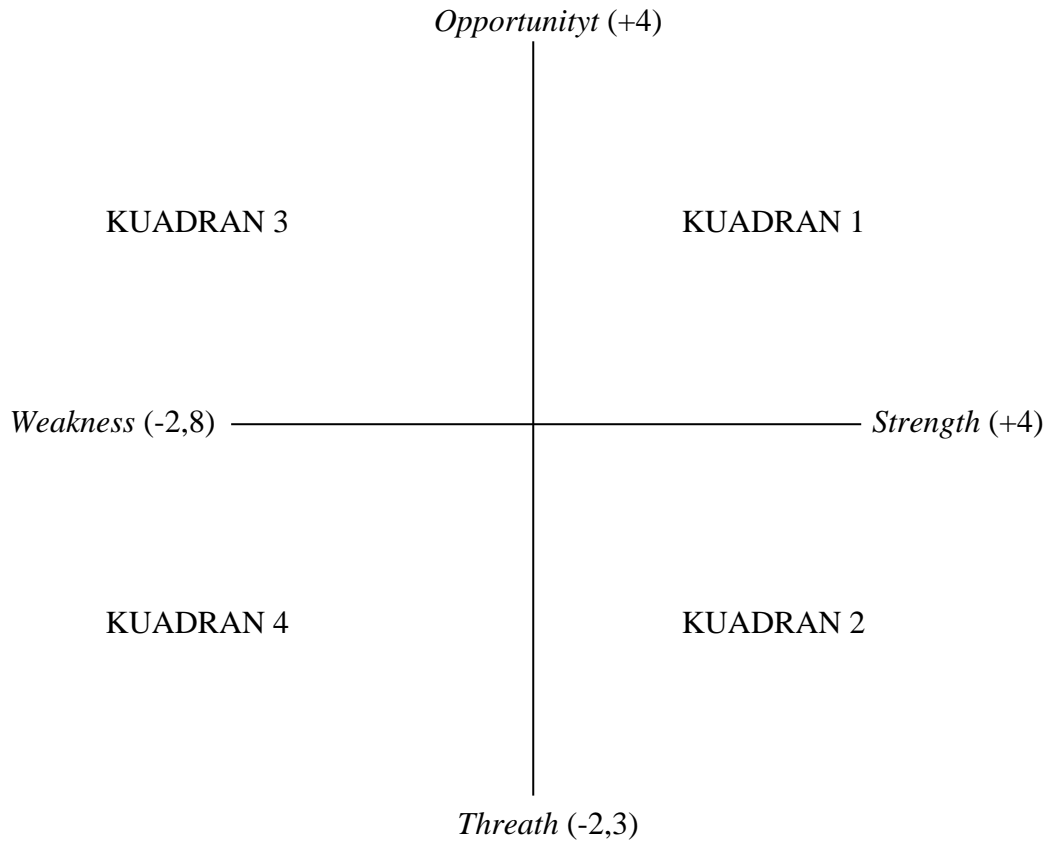
Sehingga menjadi salah satu penyebab alasan masyarakat tidak berfikiran untuk membuka rekening tabungan Haji.

Bobot 0.3: Faktor ini dianggap cukup penting, tetapi tidak terlalu dominan dibandingkan dengan faktor lainnya. Ini mungkin karena ada faktor lain yang juga penting, seperti kondisi ekonomi atau persaingan.

Rating 3: Faktor ini memiliki pengaruh yang sedang. Kondisi ekonomi yang tidak stabil dapat mengurangi penjualan dan keuntungan.

Skor 0.9: Indikasi bahwa faktor ini memiliki pengaruh yang cukup signifikan terhadap bisnis.

D. Diagram *Cartesius* Analisis SWOT



Gambar di atas menerangkan bahwasanya bank muamalat Banjarmasin tergolong ke dalam tipe kuadran 1. (positif, positif). Peringkat tersebut bahwasanya Pt. Bank Muamalat Banjarmasin dalam keadaan yang kuat dalam berpeluang, sehingga sungguh di sarankan agar tetap mempromosikan dalam hal memberikan informasi kepada calon nasabah tentang tabungan ib hijrah haji.

E. Matriks SWOT PT. Bank Muamalat

IFAS	Kekuatan (<i>Strength</i>)	Kelemahan (<i>Weakness</i>)
1.	Salah satu pelopor Bank Syariah Indonesia	Lamanya daftar tunggu haji
2.	Bekerjasama dengan Kemenag	Kurangnya jumlah kantor cabang
3.	Citra perusahaan yang baik	Promosi yang kurang maksimal
4.	Memiliki SDM yang berkualitas	Luasnya wilayah sehingga sulit di jangkau

Efas	Anacaman (<i>Threats</i>)	Peluang (<i>Opportunities</i>)
1.	Semakin gencarnya promosi Bank Syariah Indonesia	Luasnya pangsa promosi penyebaran produk tabungan IB Hijrah Haji
2.	Pihak Bank yang tidak terlalu fokus pada produk tabungan IB Hijrah Haji	Daerah kerja yang sangat potensial
3.	Perekonomian masyarakat yang tidak stabil	Tingginya populasi penduduk muslim

4.	Kurangnya pengetahuan masyarakat tentang produk IB Hijrah Haji	Peran aktif nasabah dalam memberikan saran
----	--	--

1. Strategi SO (*Strength-Opportunities*)

Mengoptimalkan kekuatan untuk memanfaatkan peluang

Bank Syariah Indonesia dapat memanfaatkan reputasi perusahaan yang positif serta kerjasama dengan Kementerian Agama untuk memperluas pengembangan produk tabungan haji. Dengan melihat tingginya jumlah penduduk muslim, bank ini memiliki peluang untuk memperluas promosi produk iB Hijrah Haji ke wilayah-wilayah potensial. Sumber daya manusia yang unggul dapat dimaksimalkan untuk mengenalkan produk ini, memberikan edukasi tentang tabungan haji, serta mengoptimalkan masukan dari nasabah guna meningkatkan kualitas produk.

2. Strategi WO (*Weakness-Opportunities*)

Mengoptimalkan Kelemahan untuk memanfaatkan Peluang

Apabila terdapat kekurangan dalam penetrasi pasar atau keterbatasan sumber daya, Bank Muamalat Indonesia Cabang Banjarmasin dapat berupaya meningkatkan proses distribusi produk tabungan haji, terutama di wilayah-wilayah yang memiliki potensi besar. Peluang ini sebaiknya dimaksimalkan dengan

mengutamakan pengembangan teknologi serta sistem distribusi, sehingga produk menjadi lebih mudah dijangkau oleh nasabah.

3. Strategi ST (*Strength-Threats*)

Menggunakan kekuatan untuk menghadapi ancaman

Memanfaatkan reputasi perusahaan yang positif dan sumber daya manusia yang kompeten menjadi langkah penting untuk menghadapi persaingan dengan bank syariah lain atau lembaga keuangan non-bank. Dengan menjalin kerjasama yang kokoh bersama Kementerian Agama, Bank Muamalat Banjarmasin dapat memperkuat posisinya di pasar tabungan haji sekaligus memberikan edukasi serta layanan unggulan kepada nasabah, sehingga mereka tetap memilih produk tabungan haji meskipun ada tekanan dari kompetitor.

4. Strategi WT (*Weakness-Threats*)

Mengurangi kelemahan untuk menghindari ancaman

Apabila terdapat kelemahan terkait sumber daya atau kurangnya inovasi pada produk, Bank harus segera beradaptasi untuk menghadapi persaingan yang semakin intensif. Upaya ini dapat dilakukan dengan mengidentifikasi dan mengatasi kekurangan internal, seperti memanfaatkan teknologi yang lebih canggih atau menyempurnakan proses pelayanan kepada nasabah, sehingga Bank tetap mampu bersaing meskipun dihadapkan pada tekanan dari kompetitor.