

BAB IV

PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

1. Sejarah dan Profil Bank Muamalat¹

Pada tanggal 1 November 1991 terlaksana penandatanganan Akte Pendirian PT. Bank Muamalat Indonesia di Sahid Jaya Hotel dihadapan Notaris Yudo Paripurno, SH. dengan Akte Notaris No.1 tanggal 1 November 1991 (Izin Menteri Kehakiman No. C2.2413.HT.01.01 tanggal 21 Maret 1992/Berita Negara RI tanggal 28 April 1992 No.34). Pada saat penandatanganan Akte Pendirian ini terkumpul komitmen pembelian saham sebanyak Rp 48 miliar.

Selanjutnya, pada acara silaturahmi pendirian Bank Syariah di Istana Bogor, diperoleh tambahan komitmen dari masyarakat Jawa Barat yang turut menenm modal senilai Rp 106 miliar. Dengan angka modal awal ini Bank Muamalat mulai beroperasi pada tanggal 1 Mei 1992 bertepatan dengan tanggal 27 Syawal 1412 H, SK Menteri Keuangan RI No. 1223/MK. 013/1991 tanggal 5 November 1991 diikuti oleh izin usaha keputusan MenKeu RI No. 430/KMK.013/1992 tanggal 24 April 1992. Pada hari Jum'at, 27 Syawal 1412 H, bertepatan dengan tanggal 1 Mei 1992, Menteri Keuangan dan dengan dihadiri oleh Gubernur Bank Indonesia, meresmikan mulai beroperasinya Bank Muamalat

¹Bank Muamalat Indonesia, “*Tentang Bank Muamalat*”, www.BankMuamalat.co.id (10Juni 2016)

dalam upacara “*Soft Opening*” yang diadakan di Kantor Pusat Bank Muamalat di Gedung Arthalo, Jl. Jend. Sudirman Kav. 2 Jakarta.

Pada tanggal 27 Oktober 1994, Bank Muamalat berhasil menyalang predikat sebagai Bank Devisa yang semakin memperkokoh posisi perseroan sebagai Bank Syariah pertama dan terkemuka di Indonesia dengan beragam jasa maupun produk yang terus dikembangkan. Pada saat Indonesia dilanda krisis moneter, sektor Perbankan Nasional tergulung oleh kredit macet di segmen korporasi. Bank Muamalat pun terimbas dampak krisis. Pada tahun 1998, Perseroan mencatat rugi sebesar Rp 105 miliar.

Upaya memperkuat permodalannya, Bank Muamalat mencari pemodal yang potensial, dan ditanggapi secara positif oleh *Islamic Development Bank* (IDB) yang berkedudukan di Jeddah, Arab Saudi. Pada RUPS tanggal 21 Juni 1999 IDB secara resmi menjadi salah satu pemegang saham Bank Muamalat. Oleh karenanya, kurun waktu antara tahun 1999 sampai 2002 merupakan masa-masa yang penuh tantangan sekaligus keberhasilan bagi Bank Muamalat karena berhasil membalikkan kondisi dari rugi menjadi laba dari upaya dan dedikasi setiap Pegawai Muamalat, ditunjang oleh kepemimpinan yang kuat, strategi pengembangan usaha yang tepat, serta ketaatan terhadap pelaksanaan Perbankan Syariah secara murni.

Adapun tujuan berdiri Bank Muamalat Indonesia yaitu:

- a. Meningkatkan kualitas kehidupan sosial ekonomi masyarakat Indonesia, sehingga semakin berkurang kesenjangan sosial ekonomi, dan dengan demikian akan melestarikan pembangunan nasional, antara lain melalui:
 - 1) Meningkatkan kualitas dan kuantitas kegiatan usaha
 - 2) Meningkatkan kesempatan kerja
 - 3) Meningkatkan penghasilan masyarakat banyak
- b. Meningkatkan partisipasi masyarakat dalam proses pembangunan terutama dalam bidang ekonomi keuangan, yang selama ini masih cukup banyak masyarakat yang enggan berhubungan dengan bank karena masih menganggap bahwa bunga bank itu riba.
- c. Mengembangkan lembaga bank dan system Perbankan yang sehat berdasarkan efisiensi dan keadilan, mampu meningkatkan partisipasi masyarakat sehingga menggalakkan usaha-usaha ekonomi rakyat antara lain memperluas jaringan lembaga Perbankan ke daerah-daerah terpencil.
- d. Mendidik dan membimbing masyarakat untuk berpikir secara ekonomi, berperilaku bisnis dan meningkatkan kualitas hidup mereka.

2. Visi dan Misi Bank Muamalat²

- a. Visi

²*Ibid.*

Menjadi Bank Syariah utama di Indonesia, dominan di pasar spiritual, dikagumi di pasar rasional.

b. Misi

Menjadi role model Lembaga Keuangan Syariah dunia dengan penekanan pada semangat kewirausahaan, keunggulan manajemen dan orientasi investasi yang inovatif untuk memaksimalkan nilai kepada *stakeholder*

3. Produk³

a. Produk Penghimpunan Dana (*Funding Product*)

1) Shar-‘e

Merupakan tabungan instan investasi syariah yang memadukan kemudahan akses ATM, Debit dan *Phone Banking* dalam satu kartu dan dapat dibeli di kantor pos seluruh Indonesia. Hanya dengan Rp 125.000, langsung dapat diperoleh satu kartu Shar-‘e dengan saldo awal tabungan Rp 100.000, sebagai sarana menabung berinvestasi di Bank Muamalat. Shar-‘e dapat dibeli melalui kantor pos. diinvestasikan hanya untuk usaha halal dengan bagi hasil kompetitif. Tarik tunai bebas biaya di lebih dari 8.888 jaringan ATM BCA/PRIMA dan fasilitas SalaMuamalat. (phone banking 24 jam untuk layanan otomatis cek saldo, informasi *history* transaksi, transfer antara rekening sampai dengan 50 juta dan berbagai pembayaran).

³*Ibid.*

2) Tabungan Ummat

Merupakan investasi tabungan dengan akad *Mudharabah* di Counter Bank Muamalat di seluruh Indonesia maupun di Gerai Muamalat yang penarikannya dapat dilakukan di seluruh Counter Bank Muamalat, ATM Muamalat, jaringan ATM BCA/PRIMA dan jaringan ATM Bersama. Tabungan Ummat dengan Kartu Muamalat juga berfungsi sebagai akses debit di seluruh *Merchant* Debit BCA/PRIMA di seluruh Indonesia. Nasabah memperoleh bagi hasil yang berasal dari pendapatan Bank atas dana tersebut.

3) Tabungan Haji Arafah

Merupakan tabungan yang dimaksudkan untuk mewujudkan niat nasabah untuk menunaikan ibadah haji. Produk ini akan membantu nasabah untuk merencanakan ibadah haji sesuai dengan kemampuan keuangan dan waktu pelaksanaan yang diinginkan. Dengan fasilitas asuransi jiwa, Insya Allah pelaksanaan ibadah haji tetap terjamin. Dengan keistimewaan tersebut, nasabah Tabungan Arafah bisa memilih jadwal waktu keberangkatannya sendiri dengan setoran tetap tiap bulan, keberangkatan nasabah terjamin dengan asuransi jiwa, apabila penabung meninggal dunia, maka ahli waris otomatis dapat berangkat. Tabungan haji Arafah juga menjamin nasabah untuk memperoleh porsi keberangkatan (sesuai dengan ketentuan Departemen Agama) dengan jumlah dana Rp 32.670.000

(Tiga puluh dua juta enam ratus tujuh puluh ribu rupiah), karena Bank Muamalat telah *on-line* dengan Siskohat Departemen Agama Republik Indonesia. Tabungan haji Arafah memberikan keamanan lahir batin karena dana yang disimpan akan dikelola secara Syariah.

4) Deposito *Mudharabah*

Merupakan jenis investasi bagi nasabah perorangan dan Badan Hukum dengan bagi hasil yang menarik. Simpanan dana masyarakat akan dikelola melalui pembiayaan kepada sektor riil yang halal dan baik saja, sehingga memberikan bagi hasil yang halal. Tersedia dalam jangka waktu 1, 3, 6 dan 12 bulan.

5) Deposito *Fulinves*

Merupakan jenis investasi yang dikhususkan bagi nasabah perorangan, dengan jangka waktu enam dan 12 bulan dengan nilai nominal minimal Rp 2.000.000,- atau senilai USD 500 dengan fasilitas asuransi jiwa yang dapat dipergunakan sebagai jaminan pembiayaan atau untuk referensi Bank Muamalat. Nasabah memperoleh bagi hasil yang menarik tiap bulan.

6) Giro *Wadi'ah*

Merupakan titipan dana pihak ketiga berupa simpanan giro yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat dengan menggunakan

cek, bilyet, giro, dan pemindahbukuan. Diperuntukkan bagi nasabah pribadi maupun perusahaan untuk mendukung aktivitas usaha. Dengan fasilitas kartu ATM dan Debit, tarik tunai bebas biaya di lebih dari 8.888 jaringan ATM BCA/PRIMA dan ATM Bersama, akses di lebih dari 18.000 *Merchant* Debit BCA/PRIMA dan fasilitas SalaMuamalat. (phone banking 24 jam untuk layanan otomatis cek saldo, informasi *history* transaksi, transfer antar rekening sampai dengan 50 juta dan berbagai pembayaran).

7) Dana Pensiun Muamalat

Dana Pensiun Muamalat dapat diikuti oleh mereka yang berusia minimal 18 tahun, atau sudah menikah, dan pilihan usia pensiun 45-65 tahun dengan iuran sangat terjangkau, yaitu minimal Rp 20.000 per bulan dan pembayarannya dapat didebet secara otomatis dari rekening Bank Muamalat atau dapat ditransfer dari Bank lain. Peserta juga dapat mengikuti program WASIAT UMMAT, dimana selama masa kepesertaan, peserta dilindungi asuransi jiwa sebesar nilai tertentu dengan premi tertentu. Dengan asuransi ini, keluarga peserta akan memperoleh dana pensiun sebesar yang diproyeksikan sejak awal jika peserta meninggal dunia sebelum memasuki masa pensiun.

b. Produk Penanaman Dana (*Investment Product*)

1) Konsep Jual Beli

a) *Murabahah*

Adalah jual beli barang pada harga asal dengan tambahan keuntungan yang disepakati. Harga jual tidak boleh berubah selama masa perjanjian.

b) *Salam*

Adalah pembelian barang yang diserahkan di kemudian hari dimana pembayaran dilakukan di muka/tunai.

c) *Istishna*

Adalah jual beli barang dimana *Shani'* (produsen) ditugaskan untuk membuat suatu barang (pesanan) dari *Mustashni'* (pemesan). *Istishna'* sama dengan *Salam* yaitu dari segi obyek pesannya yang harus dibuat atau dipesan terlebih dahulu dengan ciri-ciri khusus. Perbedaannya hanya pada sistem pembayarannya yaitu *Istishna'* pembayaran dapat dilakukan di awal, di tengah atau di akhir pesanan.

2) Konsep Bagi Hasil

a) *Musyarakah*

Adalah kerjasama antara dua pihak atau lebih untuk suatu usaha tertentu, dimana masing-masing pihak memberikan kontribusi dana dengan kesepakatan bahwa keuntungan dan risiko akan ditanggung sesuai kesepakatan.

b) *Mudharabah*

Adalah kerjasama antara bank dengan *Mudharib* (nasabah) yang mempunyai keahlian atau keterampilan untuk mengelola usaha.

Dalam hal ini pemilik modal (*Shah{ibul Maal*) menyerahkan modalnya kepada pekerja/pedagang (*Mudh{arib*) untuk dikelola.

3) Konsep Sewa

a) *Ijarah{*

Adalah perjanjian antara bank (*muajjir*) dengan nasabah (*mustajir*) sebagai penyewa suatu barang milik bank dan bank mendapatkan imbalan jasa atas barang yang disewakannya.

b) *Ijarah{{ Muntah{ia Bittamlik*

Adalah perjanjian antara Bank (*muajjir*) dengan nasabah sebagai penyewa. *Mustajir*/penyewa setuju akan membayar uang sewa selama masa sewa yang diperjanjikan dan bila sewa selama masa sewa berakhir penyewa mempunyai hak opsi untuk memindahkan kepemilikan obyek sewa tersebut

c. Produk Jasa (*Services Product*)

1) *Wakalah{*

Berarti penyerahan, pendelegasian atau pemberian mandat. Secara teknis Perbankan, *Wakalah{* adalah akad pemberian wewenang/kuasa dari lembaga/seseorang (sebagai pemberi mandat) kepada pihak lain (sebagai wakil) untuk melaksanakan urusan dengan batas kewenangan dan waktu tertentu. Segala hak dan kewajiban yang diemban wakil harus mengatasnamakan yang memberikan kuasa.

2) *Kafalah*

Merupakan jaminan yang diberikan oleh penanggung (*kafil*) kepada pihak ketiga untuk memenuhi kewajiban pihak kedua atau yang ditanggung. Dalam pengertian lain, *kafalah* juga berarti mengalihkan tanggung jawab seseorang yang dijamin dengan berpegang pada tanggung jawab orang lain sebagai penjamin.

3) *Hawalah*

Adalah pengalihan hutang dari orang yang berhutang kepada orang lain yang wajib menanggungnya. Dalam pengertian lain, merupakan pemindahan beban hutang dari *muhil* (orang yang berhutang) menjadi tanggungan *muh'al 'alaih* atau orang yang berkewajiban membayar hutang.

4) *Rahn*

Adalah menahan salah satu milik si peminjam sebagai jaminan atas pinjaman yang diterimanya. Barang yang ditahan tersebut memiliki nilai ekonomis, sehingga pihak yang menahan memperoleh jaminan untuk dapat mengambil seluruh atau sebagian piutangnya. Secara sederhana *rahn* adalah jaminan hutang atau gadai.

5) *Qardh*

Adalah pemberian harta kepada orang lain yang dapat ditagih atau diminta kembali. Menurut teknis Perbankan, *qardh* adalah pemberian pinjaman dari Bank ke nasabah yang dipergunakan untuk kebutuhan mendesak, seperti dana talangan dengan kriteria tertentu dan bukan untuk pinjaman yang bersifat konsumtif. Pengembalian pinjaman

ditentukan dalam jangka waktu tertentu (sesuai kesepakatan bersama) sebesar pinjaman tanpa ada tambahan keuntungan dan pembayarannya dilakukan secara angsuran atau sekaligus.

6) ATM

Layanan ATM 24 jam yang memudahkan nasabah melakukan penarikan dana tunai, pemindahbukuan antara rekening, pemeriksaan saldo, pembayaran Zakat, Infaq, Sedekah (hanya pada ATM Muamalat), dan tagihan telepon. Untuk penarikan tunai, kartu Muamalat dapat diakses di 8.888 ATM di seluruh Indonesia, terdiri atas mesin ATM Muamalat, ATM BCA/PRIMA dan ATM Bersama, yang bebas biaya penarikan tunai. Kartu Muamalat juga dapat dipakai untuk bertransaksi di 18.000 lebih *Merchant* Debit BCA/PRIMA. Untuk ATM Bersama dan BCA/PRIMA, saat ini sudah dapat dilakukan transfer antara Bank.

7) SalaMuamalat

Merupakan layanan *Phone Banking* 24 jam dan *call center* yang memberikan kemudahan bagi nasabah, setiap saat dan di manapun nasabah berada untuk memperoleh informasi mengenai produk, saldo dan informasi transaksi, transfer antara rekening, serta mengubah PIN.

8) Pembayaran Zakat, Infaq dan Sedekah (ZIS)

Jasa yang memudahkan nasabah dalam membayar ZIS, baik ke lembaga pengelola ZIS Bank Muamalat maupun ke lembaga-lembaga

ZIS lainnya yang bekerjasama dengan Bank Muamalat, melalui *Phone Banking* dan ATM Muamalat di seluruh cabang Bank Muamalat.

9) Jasa-jasa lain

Bank Muamalat juga menyediakan jasa-jasa Perbankan lainnya kepada masyarakat luas, seperti *transfer, collection, standing instruction, Bank draft*, referensi Bank.

B. Penyajian Data

1. Dana Ritel Bank Muamalat

Berdasarkan penjelasan dari *Retail Funding Coordinator* Bank Muamalat Fachmi Faisal, dana ritel adalah dana murah yang dihimpun dari masyarakat dalam rekening tabungan, giro, dan deposito. Sumber dana ritel tabungan berasal dari dana masyarakat umum dengan kategori individu. Kemudian ada pula dana ritel *corporate* Bank yang berasal dari korporasi non individu. Diakui oleh Fachmi Faisal, dana ritel tabungan di Bank Muamalat Cabang Banjarmasin dikelola secara maksimal karena selain jumlahnya yang sangat banyak juga merupakan dana murah, sehingga penyaluran dana ritel pun harus optimal sesuai syariah.⁴

2. Produk Tabungan Muamalat Prima iB

a. Keunggulan produk tabungan Muamalat Prima iB

Tabungan Muamalat Prima iB merupakan produk unggulan Bank Muamalat untuk segmen menengah atas yang memberikan bagi hasil lebih

⁴Fachmi Faisal, *Retail Funding Coordinator, Wawancara Pribadi*, Juni 2016.

tinggi dibanding produk lain. Tabungan Muamalat Prima iB memberikan benefit dan fitur yang menguntungkan dan fleksibel bagi nasabah.⁵

Lengkap

Menikmati transaksi ATM dan pembayaran belanja di seluruh dunia melalui jaringan ATM Bank Muamalat, ATM Plus/Visa, merchant Visa, MEPS, ATM Bersama dan ATM Prima dengan kartu Shar-E Debit Visa Gold.

Nyaman

Melakukan transaksi dimana saja dan kapan saja menggunakan layanan e-Muamalat: ATM, *Internet Banking*, *Mobile Banking* dan *Phone Banking*.

Menguntungkan

Nikmati waad nisbah yang lebih maksimal.

- b. Mekanisme pembukaan dan penutupan tabungan Muamalat Prima iB

Pembukaan rekening tabungan Muamalat Prima iB

Perorangan

- 1) Mengisi formulir pembukaan rekening
- 2) Melampirkan fotokopi identitas diri :

WNI : KTP / SIM

WNA : KITAS/KITAP, paspor dan surat referensi

- 3) Melampirkan NPWP / surat pernyataan terkait jika Anda WNI atau tax registration jika Anda seorang WNA

Non Perorangan

⁵*Ibid.*

Melampirkan fotokopi identitas diri :

- NPWP
- Akta pendirian dan perubahan
- Izin usaha yaitu TDP dan SIUP bagi badan usaha
- Surat kuasa penunjukkan pengelolaan rekening
- Bukti identitas penerima dan pemberi kuasa

Penutupan rekening tabungan Muamalat prima iB

Perorangan

- 1) Mengisi formulir penutupan rekening
- 2) Melampirkan fotokopi identitas diri :

WNI : KTP / SIM

WNA : KITAS/KITAP, paspor dan surat referensi

- 3) Melampirkan buku tabungan dan kartu ATM

Non Perorangan

- 1) Mengisi formulir penutupan rekening
- 2) Melampirkan fotokopi identitas diri :
 - NPWP
 - Akta pendirian dan perubahan
 - Izin usaha yaitu TDP dan SIUP bagi badan usaha
 - Surat kuasa penutupan rekening
 - Bukti identitas penerima dan pemberi kuasa
- 3) Melampirkan buku tabungan dan kartu ATM

3. Strategi pemasaran tabungan muamalat prima iB dalam meningkatkan dana ritel pada Bank Muamalat Indonesia Tbk Cabang Banjarmasin

Bank Muamalat melakukan sosialisasi, promosi dan edukasi secara terus-menerus Tabungan Muamalat Prima dengan berbagai fitur dan benefit yang dimiliki kepada masyarakat secara umum khususnya masyarakat segmen menengah keatas. Penerapan *marketing mix* pada produk tabungan Muamalat prima iB adalah sebagai berikut:⁶

a. Strategi produk

Tabungan Muamalat Prima iB merupakan produk unggulan Bank Muamalat untuk segmen menengah atas.

b. Strategi Promosi

Tabungan Muamalat Prima iB memberikan benefit dan fitur yang menguntungkan dan fleksibel bagi nasabah serta dapat ditarik melalui ATM di seluruh dunia menggunakan jaringan Visa Internasional dengan kartu Shar'E Debit Visa Gold.

c. Strategi distribusi

Tabungan Muamalat Prima iB dapat diakses oleh nasabah melalui e-channel Bank Muamalat seperti ATM, *Internet Banking*, *Moblile Banking*, *SalaMuamalat*, *Mini Banking*, Gerai Muamalat, *Cash Management System*, dan *Virtual Account*.

⁶*Ibid.*

d. Strategi harga

Tabungan Muamalat Prima iB menawarkan saldo awal yang rendah serta saldo minimum yang ringan serta bagi hasil yang menarik.

e. Strategi pelayanan

Pelayanan untuk nasabah tabungan Muamalat prima iB dilakukan selama 24 jam melalui e-Muamalat yaitu SalaMuamalat (*Phone Banking*), Muamalat *Mobile (Mobile Banking)*, *Internet Banking*.

Usaha yang dilakukan oleh Bank Muamalat jika mengalami penurunan nasabah pada produk Tabungan Muamalat Prima iB antara lain:⁷

a. *Review* Produk

Bank Muamalat melakukan *review* menyeluruh terhadap tabungan Muamalat Prima iB kemudian mencari solusi peningkatan fitur dan benefit serta pengembangan produk tabungan Muamalat Prima.

b. *Maintenance* Nasabah

Bank Muamalat melakukan *review* kepada nasabah baik melalui telepon, kunjungan untuk meminta masukan dan saran dari nasabah terkait produk tabungan Muamalat Prima iB.

Fachmi Faisal menuturkan berkenaan dengan produk tabungan Muamalat Prima iB, bahwa selama ini strategi pemasaran yang dilakukan sudah efektif, mengingat tabungan Muamalat Prima iB merupakan produk unggulan Bank Muamalat. Pencapaian target tabungan Muamalat Prima iB cukup signifikan sejak

⁷*Ibid.*

produk ini dikeluarkan tahun 2012 dan diposisikan sebagai salah satu produk unggulan Bank Muamalat.

Selain itu, Tabungan Muamalat Prima yang diluncurkan tahun 2012, memperlihatkan perkembangan yang sangat baik sejak tahun 2013, diposisikan sebagai salah satu produk unggulan Bank Muamalat. Tabungan iB Muamalat prima yang menyasar target nasabah dari kalangan mass affluent tersebut tercatat berkontribusi saldo dana sebesar Rp. 3,2 triliun atau sekitar 25% dari total dana tabungan di Bank Muamalat pada akhir tahun 2013. Informasi perkembangan tabungan Muamalat prima dari tahun 2014 sampai 2015 dapat dilihat pada tabel berikut:

Tahun	Tabungan Prima Bank Muamalat		
	Saldo Dana (Rp)	Kontribusi	Total Dana Tabungan (Rp)
2013	3.200.000.000.000	25 %	12.800.000.000.000
2014	3.500.000.000.000	25 %	14.000.000.000.000
2015	4.000.000.000.000	27 %	14.900.000.000.000

Sumber: Fachmi Faisal, Retail Funding Coordinator, Wawancara Pribadi, Bank Muamalat Indonesia Cabang Banjarmasin

4. Faktor Pendukung Penerapan Strategi Pemasaran Produk Tabungan Muamalat Prima iB

Faktor-faktor pendukung dalam penerapan strategi pemasaran produk tabungan Muamalat Prima iB antara lain:

- a. Mayoritas penduduk Banjarmasin adalah Muslim
- b. Nisbah bagi hasil yang tinggi dibandingkan nisbah bagi hasil produk Bank Syariah lain.

Contoh Perhitungan Bagi Hasil

Fulan memiliki saldo rata-rata sebesar : Rp. 300.000.000,-.

Hasil Investasi dari 1000 DPKM (HI-1000) : 8,25

Nisbah tabungan Muamalat prima iB : 5%

Wa'ad Nisbah tabungan Muamalat prima iB : 57%

Total Nisbah : 62%

Jumlah hari tabungan : 30

Jumlah hari bulan berjalan : 30

Perhitungan bagi hasil nasabah sebagai berikut

	HI-1000	Nisbah	Jumlah hari tabungan
Saldo rata-rata	1.000	100	Jumlah hari bulan berjalan
300.000.000	8,25	62	30
	1.000	100	30

Bagi hasil yang diterima adalah 1.534.500

- c. Didukung dengan teknologi tinggi menggunakan Muamalat *mobile banking, internet banking, phone banking*

5. Faktor Penghambat Penerapan Strategi Pemasaran Produk Tabungan Muamalat Prima iB

Faktor-faktor penghambat penerapan strategi pemasaran produk Tabungan Muamalat Prima iB antara lain:

- a. Pemahaman masyarakat yang belum sepenuhnya mendukung produk Bank Syariah
- b. Sumber daya manusia yang memahami Perbankan Syariah masih sedikit
- c. Persaingan dengan Bank Konvensional

C. Analisis Data

1. Analisis Strategi Pemasaran Tabungan Muamalat Prima iB dalam Meningkatkan Dana Ritel pada Bank Muamalat Indonesia Tbk Cabang Banjarmasin

Bank Syariah berperan sebagai penjaga likuiditas masyarakat dengan adanya aliran dana dari unit *surplus* kepada unit *deficit* lewat mekanisme pengelolaan penghimpunan dan penyaluran dana masyarakat.⁸ Keberadaan produk tabungan Muamalat Prima iB sebagai produk penghimpunan dana di Bank Muamalat mengindikasikan terjalankannya peran Bank Syariah tersebut. Maka untuk dipergunakannya produk tersebut oleh masyarakat perlu adanya pemasaran yang dilakukan.

Pemasaran (*marketing*) adalah suatu perpaduan dari aktifitas-aktifitas yang saling berhubungan untuk mengetahui kebutuhan konsumen serta mengembangkan promosi, distribusi, pelayanan dan harga agar kebutuhan konsumen dapat terpuaskan dengan baik pada tingkat keuntungan tertentu.

⁸Ikatan Bankir Indonesia, *Memahami Bisnis Bank Syariah* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2014), hlm. 51.

Unsur Strategi pemasaran yakni segmentasi pasar, *targetting* dan *positioning*.⁹ Formulasi Strategi pemasaran dirancang setelah dilakukannya proses perumusan melalui segmentasi, *targetting* dan *positioning*. Penerapan mekanisme perumusan tersebut pada Bank Muamalat untuk produk tabungan Prima iB dapat jelaskan sebagai berikut:

a. Segmentasi

Tabungan Muamalat Prima iB merupakan produk unggulan Bank Muamalat untuk segmen menengah atas yang memberikan bagi hasil lebih tinggi dibanding produk lain.

b. *Targetting*

Masyarakat yang menginginkan keuntungan dalam simpanan dana yang menjadikan mereka sebagai seorang investor.

c. *Positioning*

- 1) Memberikan bagi hasil lebih tinggi dibanding produk lain.
- 2) Memberikan benefit dan fitur yang menguntungkan dan fleksibel bagi nasabah
- 3) Dapat diakses oleh nasabah melalui e-channel Bank Muamalat
- 4) Menawarkan saldo awal yang rendah serta saldo minimum yang ringan.
- 5) Pelayanan untuk nasabah tabungan Muamalat prima iB dilakukan selama 24 jam melalui e-Muamalat

⁹Fandy Tjiptono dan Gregorius Candra, *Pemasaran Strategic* (Yogyakarta: Andi Offset, 2012), hlm. 19-20.

Dengan segala keunggulan diatas, dapat disimpulkan bahwa produk ini diposisikan sebagai produk tabungan yang bersifat investasi dengan berbagai kemudahan didalamnya baik dari segi harga maupun pelayanan.

Menurut Philip Kotler Pemasaran j merupakan proses sosial yang dengan prose situ individu dan kelompok mendapatkan apan yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan secara bebas mempertukarkan produk dan jasa yang bernilai pihak lain.¹⁰

Kemudian dalam definisi Nana Herdiana Abdurrahman menyebutkan definisi pemasaran adalah suatu fungsi organisasi dan seperangkat proses yang menciptakan, mengkomunikasikan, menyampaikan, pada pelanggan dan untuk mengelola kerelasian pelanggan untuk mencapai benefit bagi organisasi.¹¹

Strategi pemasaran pada produk tabungan Muamalat Prima iB seperti yang telah dijelaskan sebelumnya pada penyajian data di lapangan, diketahui terdapat 5 bentuk strategi yang diformulasikan oleh Bank Muamalat yang merupakan aktivitas yang saling berkaitan satu dengan yang lainnya untuk mencapai benefit bagi organisasi seperti yang diungkapkan Kotler dan Amstrong. Aktivitas-aktivitas tersebut yakni:

- a. Strategi produk melalui keunggulan produk yang ditawarkan
- b. Strategi promosi melalui pemberian benefit dan fitur menguntungkan

¹⁰ Philip kotler, alih basaha Benyamin Molan, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Indeks, 2005), hlm.10

¹¹Nana Herdiana Abdurrahman, *Manajemen Strategi Pemasaran* (Bandung: Pustaka Setia, 2015), hlm. 2.

- c. Strategi distribusi melalui aksesibilitas yang mudah dan luas
- d. Strategi harga melalui saldo awal yang rendah serta saldo minimum yang ringan serta bagi hasil yang menarik
- e. Strategi pelayanan melalui pelayanan prima dengan fasilitas yang mumpuni.

Menurut Philip Kotler bahwasanya konsumen tidak mau lagi dijadikan sebagai pasar sasaran oleh perusahaan. Mereka ingin mengemukakan pendapat pribadinya tanpa harus menuruti perkataan perusahaan. Inilah yang disebut dengan pemasaran horizontal di mana perusahaan tidak bisa lagi memerintah atau meminta konsumen mengikuti apa yang diinginkan oleh perusahaan. Konsumen sudah sejajar dan bertindak sebagai mitra bagi perusahaan. Untuk itu, perusahaan harus mendengarkan keinginan dan harapan pelanggan jika ingin berhasil.¹²

Melihat hal tersebut, maka diperlukan pemasaran yang tepat dan akurat serta memiliki daya tarik untuk menarik pelanggan datang untuk membeli produk yang ditawarkan. Hal itu lah yang mendasari dari strategi pemasaran produk tabungan Prima iB di Bank Muamalat. Bank Muamalat mempertimbangkan segala situasi dan kondisi yang terjadi saat ini, dimana masyarakat telah mempunyai selera maupun harapan dalam penggunaan produk perbankan yang beraneka ragam.

Untuk menciptakan nilai bagi pelanggan dan membangun hubungan pelanggan yang kuat dan menguntungkan, diperlukan strategi pemasaran yang

¹² Philip Kotler, *Marketing*, Diterjemahkan oleh herujati purwanto, (Jakarta: Erlangga, 1988), Jilid 2, hlm. 279.

andal. Dengan strategi pemasaran yang andal, perusahaan merancang bauran pemasaran (*marketing mix*) terintegrasi yang terdiri atas empat P (*product, price, place, dan promotion*).¹³

Pemasaran produk tabungan prima iB, terdapat sesuatu yang dikenal dengan istilah bauran pemasaran atau *marketing mix* dengan konsep yang biasa dikenal dengan 4P *in marketing* yaitu:

a. *Product*

Tabungan Muamalat Prima iB memiliki fitur kelengkapan dan benefit yang menjadi keunggulan dibandingkan produk lainnya.

b. *Promotion*

Bank Muamalat melakukan promosi pada produk Tabungan Muamalat Prima iB seperti penyediaan brosur, pengiklanan maupun penjualan secara langsung oleh para karyawan *marketing*.

c. *Price*

Tabungan Muamalat Prima iB menawarkan nisbah bagi hasil yang menarik dengan saldo awal dan saldo minimum yang rendah.

d. *Place*

Tabungan Muamalat Prima iB memiliki saluran distribusi yang memadai seperti dapat diakses oleh nasabah melalui e-channel Bank Muamalat seperti ATM, *Internet Banking, Mobile Banking, SalaMuamalat, Mini Banking, Gerai Muamalat, Cash Management System, dan Virtual Account*.

¹³*Ibid.*, hlm. 16.

Berdasarkan data yang diperoleh peneliti, Tabungan iB Muamalat prima yang menysasar target nasabah dari kalangan mass affluent tersebut tercatat mengkontribusikan saldo dana sebesar Rp. 3,2 triliun atau sekitar 25% dari total dana tabungan di Bank Muamalat pada tahun 2013, hal ini membuktikan bahwa strategi pemasaran Tabungan Prima iB dalam meningkatkan dana ritel pada Bank Muamalat Indonesia Tbk Cabang Banjarmasin berjalan dengan tepat dan efektif.

Dimensi keberhasilan bank syariah meliputi keberhasilan dunia dan akhirat (*long term oriented*) yang sangat memperhatikan kebersihan sumber, kebenaran proses dan kemanfaatan hasil.¹⁴ Termasuk dalam hal pemasaran, maka harus dilakukan dengan tidak melanggar syariat Islam. Dalam hal tersebut berdasarkan analisis peneliti, pemasaran produk tabungan Prima iB tidak melanggar dan tidak bertentangan dengan etika dan norma-norma Islam.

Allah swt berfirman dalam surah An-Nisa/4: 29-30

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالِكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ
تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ ۚ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ
رَحِيمًا ﴿٢٩﴾ وَمَنْ يَفْعَلْ ذَلِكَ عُدْوَانًا وَظُلْمًا فَسَوْفَ نُصَلِّيهِ نَارًا ۚ وَكَانَ
ذَلِكَ عَلَى اللَّهِ يَسِيرًا ﴿٣٠﴾

29. Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu[287]; Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu. 30. Dan barangsiapa berbuat demikian dengan melanggar hak dan

¹⁴Ascarya, *Akad dan Produk Bank Syariah Versi E-Book* (Jakarta: Bank Indonesia, 2006), hlm. 29.

aniaya, Maka kami kelak akan memasukkannya ke dalam neraka. yang demikian itu adalah mudah bagi Allah.

Pada produk yang ditawarkan pun merupakan tabungan berakad *mudharabah* yang berprinsip bagi hasil. Dengan begitu ini juga sesuai dengan pernyataan dari Andi Soemitra yang menyebutkan prinsip utama Bank Syariah yakni Bebas “Maghrib”, yakni *maysir* (perjudian), *gharar* (ketidakjelasan), haram, riba (bunga), dan *bathil* (batal/tidak sah) serta menjalankan bisnis dan aktivitas perdagangan yang berbasis pada perolehan keuntungan yang sah menurut syariah.¹⁵

Allah swt. berfirman dalam surah Ali-Imran/3: 130

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا الرِّبَا أَضْعَافًا مُّضَاعَفَةً وَاتَّقُوا اللَّهَ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ ﴿١٣٠﴾

Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan riba dengan berlipat ganda dan bertakwalah kamu kepada Allah supaya kamu mendapat keberuntungan.

2. Analisis Faktor Pendukung dan Penghambat Strategi Pemasaran Tabungan Muamalat Prima iB dalam Meningkatkan dana ritel Bank Muamalat Indonesia Cabang Banjarmasin

Berdasarkan data yang peneliti dapatkan di lapangan, maka terdapat faktor pendukung dan penghambat dalam strategi pemasaran tabungan Muamalat Prima iB dalam meningkatkan dana ritel Bank Muamalat Indonesia Cabang

¹⁵Andri Soemitra, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah* (Jakarta: Kencana, 2009), hlm. 36.

Banjarmasin. Terdapat 3 faktor pendukung dan 3 faktor penghambat seperti yang telah disajikan sebelumnya.

Faktor pendukung terdiri dari masyarakat Banjarmasin yang mayoritas Muslim, Nisbah bagi hasil yang tinggi, dan didukung oleh teknologi yang memadai sebagai fitur kelengkapan pada produk tabungan Muamalat Prima iB. faktor-faktor ini dapat dikategorisasikan sebagai berikut:

- a. Faktor Internal:
 - 1) Bagi hasil yang tinggi
 - 2) Fasilitas teknologi yang memadai
- b. Faktor Eksternal: Masyarakat Banjarmasin yang mayoritas beragama Islam

Faktor penghambat terdiri dari Pemahaman masyarakat yang belum sepenuhnya mendukung produk Bank Syariah, sumber daya manusia yang memahamai Perbankan Syariah masih sedikit, dan persaingan dengan Bank Konvensional. Jika dilihat, maka ketiga faktor ini merupakan faktor eksternal atau faktor dari luar.

Masih banyak masyarakat yang menganggap produk Bank Syariah sama saja dengan Bank Konvensioanl, hal ini memang merupakan dampak dari kurangnya pemahaman dalam mengenali produk Bank Syariah. selain itun pula, dimulai dari kurangnya pemahaman tadi, masih banyak masyarakat yang loyal dengan Bank Konvensioanl dan tidak beranjak untuk menjadi nasabah Bank Syariah, dan dipicu pula oleh tingkat suku bunga yang dianggap lebih menguntungkan. Maka dari itu, untuk mengatasi hambatan ini, Bank Muamalat

terus berusaha untuk melakukan sosialisasi, promosi dan edukasi dalam menumbuhkan pemahaman masyarakat dalam produk Bank Syariah.