

# **STRATEGI PEMASARAN PRODUK TABUNGAN HIJRAH HAJI PADA BANK MUAMALAT INDONESIA KANTOR CABANG KOTA PONTIANAK**

**MAULIDIA DARA AZHARA**

Institut Agama Islam Sultan Muhammad Syafiuddin Sambas  
e-mail: [Daraazhara7@gmail.com](mailto:Daraazhara7@gmail.com)

## **ABSTRACT**

*This research utilizes a qualitative approach with a descriptive character. The type of research used by the researcher is Field Research. The data used consist of primary data obtained directly in the field in the form of information from related parties, while secondary data is obtained from books and the internet. Data collection techniques include observation, interviews, and documentation. The findings of this research indicate that the strategy employed by BMI is marketing mix or 4P. Product-wise, it involves introducing the Tabungan Hijrah Haji product to the public through religious lectures, socialization in schools, offices, and companies. Price-wise, the Bank Muamalat Indonesia Branch Office in Pontianak offers a reasonably affordable price with a minimum initial deposit of Rp. 100,000,- and subsequent deposits of at least Rp. 50,000,-. This savings account has no administrative fees, minimum balance requirements, and is purely entrusted. In terms of Place, the Bank Muamalat Indonesia Branch Office in Pontianak is strategically located in the city center and close to markets, schools, hospitals, offices, and other facilities. Promotion-wise, it includes advertising on websites and social media, personal selling, publicity through sponsors and donors, direct marketing, and promotional draws.*

*Supporting factors include the length of the waiting list, as the longer the wait for Hajj registration, the more it encourages Muslims to plan their pilgrimage early by opening a Tabungan Hijrah Haji account, as well as the high Muslim population in Pontianak City. On the other hand, inhibiting factors include competition from both Sharia and conventional banks, lack of human resources for operations, and the COVID-19 pandemic in Indonesia.*

**Kata Kunci:** Marketing strategy, Hijra Hajj Savings

## **ABSTRAK**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang berkarakter deskriptif. Jenis penelitian yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini adalah jenis Field Research. Data yang digunakan berupa data primer diperoleh secara langsung di lapangan berupa keterangan-keterangan dari pihak terkait, sedangkan data sekunder diperoleh dari buku dan internet. Teknik dan pengumpulan data dilakukan dengan observasi, wawancara dan dokumentasi. Hasil dari penelitian ini strategi yang dilakukan oleh BMI ialah bauran pemasaran atau 4P. Product, yaitu dengan mengenalkan produk Tabungan Hijrah Haji kepada masyarakat melalui pengajian, sosialisasi ke sekolah, kantor, dan perusahaan. Price, harga yang ditawarkan Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pontianak cukup terjangkau dengan setoran awal minimum sebesar Rp. 100.000,- dan setoran berikutnya minimal Rp. 50.000,-.

Tabungan ini tanpa biaya admin, saldo minimum, serta murni titipan. Place, Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pontianak memiliki tempat cukup strategis karena berada di pusat kota dan dekat dengan pasar, sekolah, rumah sakit, kantor, dan lain-lainnya. Promotion, yaitu pengiklanan di website dan sosial media, personal selling, publisitas melalui sponsor dan donatur, pemasaran langsung, dan promo dengan pemberian undian. Faktor pendukung antaralain lamanya waitinglist, semakin lamanya daftar tunggu untuk haji semakin menyadarkan masyarakat muslim untuk merencanakan ibadah haji sejak dini dengan membuka rekening Tabungan Hijrah Haji dan tingginya populasi penduduk muslim di Kota Pontianak. Sedangkan faktor penghambat antaralain persaingan bank baik syariah maupun konvensional, kurang SDM untuk pengoperasian, dan pandemic covid-19 yang terjadi di Indonesia.

**Kata Kunci:** Strategi pemasaran, tabungan hijrah haji

## PENDAHULUAN

Pemasaran merupakan suatu proses perencanaan dan pelaksanaan, penetapan harga, promosi, pendistribusian produk, pelayanan, dan ide yang ditujukan untuk menciptakan kepuasan antara perusahaan dan konsumenya. Tujuan pemasaran bank yaitu untuk menarik nasabah membeli produk yang ditawarkan bank dan untuk mempertahankan produk-produk yang sudah ada agar tetap eksis.<sup>1</sup>

Strategi pemasaran adalah serangkaian tujuan dan sasaran, kebijakan dan aturan yang memberi arah kepada usaha-usaha pemasaran perusahaan dari waktu ke waktu, pada masing-masing tingkatan dan acuan serta alokasinya, terutama sebagai tanggapan perusahaan dalam menghadapi lingkungan dan keadaan persaingan yang selalu berubah.<sup>2</sup> Strategi pemasaran sebuah perusahaan memiliki peran yang sangat penting untuk dapat mencapai keberhasilan usaha, oleh karena itu bagian pemasaran menjadi bagian yang berperan sangat penting dalam mewujudkan rencana usaha.

Bank merupakan lembaga yang melaksanakan tiga fungsi, yaitu menerima simpanan uang, meminjamkan uang, dan memberikan jasa pengiriman uang.<sup>3</sup> Dalam UU No. 21 tahun 2008 pasal 1 ayat 2 menyatakan, Bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalirkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan/atau bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat.<sup>4</sup> Pada tahun 1990-an bank di Indonesia berkembang menjadi bank kovensional dan bank syariah.

Bank syariah merupakan salah satu lembaga keuangan yang ada di Indonesia dengan menjalankan fungsinya sesuai dengan prinsip syariah. Bank syariah berfungsi menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan dana kepada masyarakat. Dalam setiap aktivitas usahanya, bank syariah

<sup>1</sup> M. Nur Rianto Al Arif. *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*. (Bandung: Alfabeta, 2012), 193.

<sup>2</sup> Sofian Assauri. *Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep dan Strategi*. (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2014), 169.

<sup>3</sup> Adiwarman A. Karim. *Bank Islam Analisis Fiqih dan Keuangan*. (Depok: PT RajaGrafindo Persada, 2017), 18.

<sup>4</sup> Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008, *Perbankan*, Pasal 1, ayat (2).

menggunakan hukum-hukum Islam berlandaskan Al-Qur'an dan Hadits.<sup>5</sup> Perkembangan bank syariah di Indonesia ditandai dengan berdirinya Bank Muamalat yang merupakan bank Islam pertama di Indonesia. Bank Muamalat berdiri dengan bantuan Majelis Ulama Indonesia dan Ikatan Cendikiawan Muslim Indonesia dan pengusaha muslim yang kemudian mendapat dukungan dari Pemerintah Republik Indonesia.

Bank Muamalat Indonesia adalah bank umum pertama di Indonesia yang menerapkan prinsip syariah dalam menjalankan operasionalnya.<sup>6</sup> Bank sebagai lembaga keuangan perlu memperkenalkan produk yang ditawarkan oleh bank kepada masyarakat. Hal ini dilakukan agar masyarakat mengetahui, memahami dan memiliki minat untuk menggunakan produk yang ditawarkan oleh bank sesuai dengan kebutuhan dan keinginan masyarakat atau nasabah.

Seiring kapasitas bank yang semakin diakui, bank semakin melebarkan sayap dengan terus menambah jaringan kantor cabangnya di seluruh Indonesia. Pada tahun 2009, bank mendapatkan izin untuk membuka kantor cabang di Kuala Lumpur, Malaysia dan menjadi bank pertama di Indonesia serta satu-satunya yang mewujudkan ekspansi bisnis di Malaysia. Hingga saat ini, bank telah memiliki 325 kantor layanan termasuk 1 (satu) kantor cabang di Malaysia. Operasional bank juga didukung oleh jaringan layanan yang luas berupa 710 unit ATM Muamalat, 120.000 jaringan ATM Bersama dan ATM Prima, serta lebih dari 11.000 jaringan ATM di Malaysia melalui Malaysia Electronic Payment (MEPS).<sup>7</sup>

Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pontianak memiliki beberapa produk yang sesuai dengan prinsip-prinsip Islam. Produk-produk itu antara lain Tabungan Hijrah, Tabungan Hijrah Haji, Tabungan Hijrah Prima, Tabungan Hijrah Rencana, Deposito iB Hijrah, Asuransi Syariah (Asuransi Takaful), Dana Pensiun Lembaga Keuangan Muamalat (DPLK Muamalat) dan sebagainya.<sup>8</sup> Tabungan iB Hijrah Haji merupakan tabungan yang akan membantu mewujudkan impian nasabah untuk meringankan yang memiliki niat menunaikan ibadah haji, tabungan ini menggunakan akad wad'iah (titipan) yang terbebas dari biaya administrasi bulanan dan tabungan ini mempunyai keunggulan.

Ibadah Haji dapat diartikan sebagai aktivitas berkunjung ke rumah Allah SWT (Baitullah) untuk melakukan tawaf, sa'i, wukuf di Arafah, dan amalan manasik lainnya dalam waktu dan tempat tertentu.<sup>9</sup> Ibadah Haji adalah rukun Islam kelima setelah syahadat, salat, zakat dan puasa yang wajib dilaksanakan oleh setiap orang Islam yang memenuhi syarat, baik secara finansial, fisik, maupun mental dan merupakan ibadah yang hanya wajib dilakukan sekali seumur hidup.

---

<sup>5</sup> Khaerul Umam. *Manajemen Perbankan Syariah*. (Bandung: CV Pustaka Stai, 2013), 15.

<sup>6</sup> Bank Muamalat Indonesia, "Profil Bank Muamalat," diakses pada tanggal 23 Desember 2020, <https://www.bankmuamalat.co.id>.

<sup>7</sup> Bank Muamalat Indonesia, "Profil Bank Muamalat," diakses pada tanggal 23 Desember 2020, <https://www.bankmuamalat.co.id>.

<sup>8</sup> Bank Muamalat Indonesia, "Profil Bank Muamalat," diakses pada tanggal 23 Desember 2020, <https://www.bankmuamalat.co.id>.

<sup>9</sup> Departemen Agama RI. *Bimbingan Manasik Haji*. (Jakarta: Direktorat Jederal Penyelenggara Haji dan Umroh, 2003), 10.

Sebagaimana yang sudah dijelaskan dalam Q.S Ali Imran yang menjelaskan tentang kewajiban melaksanakan ibadah haji pada Q.S Ali Imran ayat 97:

فِيهِ ءَايُّتٌ بَيْتٌ مَقَامٌ إِبْرَاهِيمَ وَمَن دَخَلَهُ كَانَ ءَامِنًا وَلَلَّهُ عَلَى النَّاسِ حِجُّ الْبَيْتِ مَن أُسْتَطَاعَ إِلَيْهِ سَبِيلًا وَمَن كَفَرَ فَأَنَّ اللَّهَ عَنِ الْعَمَّارِينَ  
٩٧

Terjemahannya: “Disana terdapat tanda-tanda yang jelas, (diantaranya) maqam Ibrahim. Barang siapa memasukinya (Baitullah) amanlah dia dan (di antara) kewajiban manusia terhadap Allah adalah melaksanakan ibadah haji ke Baitullah, yaitu bagi orang-orang yang mampu mengadakan perjalanan ke sana. Barang siapa mengakhiri (kewajiban) haji, maka ketahuilah bahwa Allah Maha Kaya (tidak memerlukan sesuatu) dari seluruh alam”<sup>10</sup>

Demi menunjang pelaksanaan pemberangkatan dari tanah air dan pelaksanaan ibadah haji dan umroh di Arab Saudi, pemerintah bahkan telah membuat berbagai macam kebijakan dan aturan petunjuk operasional pelaksanaan pengurusan jamaah di daerah-daerah. Selain itu bank-bank syariah berlomba-lomba membuat berbagai macam produk tabungan di antaranya produk tabungan haji dan umrah karena semakin meningkatnya kesadaran masyarakat melaksanakan ibadah haji dan umrah.

Kota Pontianak terdapat beberapa suku bangsa, seperti Melayu, Dayak, Jawa, Batak, dan lain-lain. Berdasarkan data dari Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil kota Pontianak jumlah penduduk di Pontianak sebanyak 670.859 jiwa (2020).<sup>11</sup> Mayoritas penduduk kota Pontianak ialah muslim dengan jumlah 75,40%.<sup>12</sup> Dengan melihat peluang ini produk tabungan haji dan umrah pantas menjadi produk penghimpunan dana yang menjadi unggulan. Fenomena daftar tunggu (waiting list) haji di Indonesia yang terjadi pada saat ini yang mencapai 14 tahun bahkan lebih, banyak menyadarkan umat muslim yang kemudian merencanakan ibadah haji sejak dini yaitu dengan cara membuka rekening tabungan haji.

## METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini penulis menggunakan pendekatan kualitatif yang berkarakter deskriptif. Penelitian kualitatif adalah suatu gambaran kompleks, meneliti kata-kata, laporan terinci dari pandangan responden, dan melakukan studi pada situasi yang alami. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang mendisripsikan suatu gejala, peristiwa, kejadian, yang terjadi saat sekarang.<sup>13</sup> Peneliti bertindak sebagai pengamat yang hanya membuat kategori perilaku, mengamati gejala dan mencatatnya dengan tidak memanipulasi variabel. Artinya, dalam penelitian kualitatif lebih diartikan “proses yang diamati seperti

<sup>10</sup> Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Semarang: CV Asy-Syifa, 2010), 131.

<sup>11</sup> Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kota Pontianak, “Data Kependudukan Kota Pontianak,” diakses tanggal 11 Februari 2021, <https://dukapil.pontianakkota.go.id>.

<sup>12</sup> Wikipedia Bahasa Indonesia, “Kota Pontianak,” diakses tanggal 11 Februari 2021, [https://id.m.wikipedia.org/wiki/Kota\\_Pontianak](https://id.m.wikipedia.org/wiki/Kota_Pontianak).

<sup>13</sup> Juliansyah Noor. *Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi, dan Karya Ilmiah*. (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2011), 34.

perilaku atau sikap". Sehingga dalam penyajian datanya berupa data deskriptif.<sup>14</sup>

Jenis penelitian yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini adalah jenis penelitian lapangan atau Field Research. Penelitian Lapangan adalah peneliti berangkat ke lapangan atau lokasi penelitian, tempat yang dipilih untuk mengadakan pengamatan tentang sesuatu fenomena dalam suatu keadaan ilmiah.<sup>15</sup>

Dengan penelitian deskriptif kualitatif ini digunakan untuk menggambarkan suatu fakta yang apa adanya. Sifat penelitian ini dimaksudkan untuk menggambarkan data dan informasi yang berhubungan dengan Strategi Pemasaran Produk Tabungan Hijrah Haji Pada Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pontianak.

## PEMBAHASAN

### **1. Strategi Pemasaran Produk Tabungan Hijrah Haji Pada Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pontianak**

Bagi dunia perbankan strategi pemasaran sangat diperlukan, perbankan merupakan badan usaha yang berorientasi profit, kegiatan pemasaran adalah merupakan suatu kebutuhan utama dan sudah merupakan suatu keharusan untuk dijalankan. Strategi pemasaran sangat diperlukan untuk menghadapi adanya persaingan terhadap lembaga keuangan lainnya. 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.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan dengan Ibu Emilliaty selaku Business Support Produk Tabungan Hijrah Haji adalah tabungan yang dikhususkan untuk masyarakat yang ingin berangkat haji. Produk ini bertujuan untuk membantu nasabah yang merencanakan ibadah haji atau umrah sesuai dengan kemampuan keuangan dan waktu pelaksanaan yang diinginkan. 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 setelah adanya program Rezeki Haji Berkah mengalami perkembangan yang cukup signifikan, hal ini dibuktikan dengan terus meningkatnya jumlah nasabah produk tabungan iB muamalat Haji dan Umrah. Program Rezeki Haji Berhadiah adalah salah satu program promosi Bank Muamalat Indonesia untuk menarik minat nasabah pada produk tabungan iB Muamalat Haji dan Umrah yang berhadiah 5 tiket umrah tiap bulannya bagi nasabah tabungan iB Muamalat Haji dan Umrah dari seluruh cabang BMI di Indonesia yang beruntung, adapun syarat dan ketentuan program Rezeki Haji Berkah adalah berlaku bagi nasabah tabungan iB Muamalat Haji dan Umrah, setoran rutin bulanan dengan rekening sumber Tabungan Muamalat iB dan minimal saldo 5 juta atau USD 500.<sup>16</sup>

Strategi khusus yang dilakukan oleh pihak bank dalam pemasaran adalah sosialisasi atau menawarkan ke kantor-kantor, perusahaan, pengajian.

<sup>14</sup> Lexy J. Moleong. *Metode Penelitian Kualitatif*. (Bandung:PT. Remaja Rosda Karya, 2012), 67.

<sup>15</sup> Lexy J. Moleong. *Metode ...*, 26.

<sup>16</sup> Bank Muamalat Indonesia, "Profil Bank Muamalat," diakses pada tanggal 22 Maret 2021, <https://www.bankmuamalat.co.id>.

Penawaran juga dilakukan pada nasabah lama yang belum membuka rekening Tabungan Hijrah Haji. Sasaran pasar pada produk ini adalah Kota Pontianak, Kubu Raya, dan sekitarnya.<sup>17</sup>

Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pontianak melakukan strategi pemasaran dengan cara bauran pemasaran. Strategi pemasaran tersebut antara lain:

a. Strategi Produk (*Product*)

Penerapan strategi produk dengan mengenalkan produk Tabungan Hijrah Haji kepada masyarakat. Tujuan utama dari prinsip perbankan syariah adalah terhindar dari transaksi riba, maka produk yang ditawarkan tentu saja berbeda dengan produk bank umum atau konvensional. Produk ini murni titipan tanpa biaya upah dan mendapatkan banyak bonus. Untuk menjaga persaingan dengan bank lain, BMI menjaga kualitas produk baik dari pelayanan maupun kepuasan nasabah.<sup>18</sup>

Keuntungan pada produk ini ialah online dengan SISKOHAT (Sistem Komputerisasi Haji Terpadu) Kementerian Agama, tahun keberangkatan dan besarnya setoran dapat disesuaikan serta bebas biaya fasilitas autodebet, ketenangan batin karena dana dikelola secara syariah, setoran mudah dapat melalui counter teller, e-Banking. Kelemahan produk ini terletak pada transaksi yang tidak bisa diambil sewaktu-waktu karena tabungan ini khusus untuk keberangkatan haji. Peluang produk ini untuk berkembang dapat dilihat tingginya populasi muslim dan kesadaran masyarakat. Didukung dengan waitinglist yang terjadi pada saat ini mencapai 15 tahun atau lebih. Ancaman bagi produk ini adalah banyaknya produk serupa yang dikeluarkan bank lain dengan macam-macam keunggulan yang dimiliki.<sup>19</sup>

b. Strategi Harga (*Price*)

Penetapan harga oleh Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pontianak pada produk Tabungan Hijrah Haji masih dalam kategori standar mengingat semakin banyaknya pesaing yang menawarkan produk yang sejenis. Harga yang ditetapkan oleh BMI cukup terjangkau bagi masyarakat kalangan atas namun masih terjangkau bagi kalangan bawah. Harga yang ditawarkan yaitu dengan setoran awal minimum Rp. 100.000,- dan setoran berikutnya minimal Rp. 50.000,-. Selain itu BMI tidak mengenakan biaya administrasi untuk pembukaan produk tabungan ini. Ketika tabungan sudah mencapai Rp. 25.000.000 maka nasabah tersebut akan langsung didaftarkan untuk masuk *waitinglist*. Untuk nasabah yang ingin langsung masuk dalam *waitinglist* nasabah harus membayar secara lunas Rp. 25.000.000,-.

Muamalat Indonesia juga tidak menetapkan saldo minimal pada tabungan ini. Tidak ada bagi hasil karena tabungan ini murni titipan untuk membantu nasabah yang ingin berangkat haji. Untuk penutupan rekening juga tidak dikenakan biaya administrasi. Jika buku tabungan hilang atau rusak maka nasabah membayar Rp. 10.000,- untuk membuat buku tabungan yang baru.<sup>20</sup>

c. Strategi Tempat (*Place*)

<sup>17</sup> Wawancara dengan Emilliati, tanggal 29 Maret 2021 di Bank Muamalat Kantor Cabang Pontianak.

<sup>18</sup> Wawancara dengan Emilliati, tanggal 29 Maret 2021 di Bank Muamalat Kantor Cabang Pontianak.

<sup>19</sup> Wawancara dengan Emilliati, tanggal 29 Maret 2021 di Bank Muamalat Kantor Cabang Pontianak.

<sup>20</sup> Bank Muamalat Indonesia, "Profil Bank Muamalat," diakses pada tanggal 22 Maret 2021,

<https://www.bankmuamalat.co.id>.

Penentuan lokasi atau tempat suatu cabang merupakan salah satu kebijakan yang sangat penting. Lokasi yang strategis memudahkan nasabah atau masyarakat untuk melakukan kegiatan transaksi. Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pontianak berada di Jalan Sultan Syarif Abdurrahman No. 62 A, Akcaya, Kecamatan Pontianak Selatan, Kota Pontianak, Kalimantan Barat. Lokasi ini cukup strategis untuk meningkatkan penjualan produk dan menarik minat nasabah, karena dekat dengan jalan raya, pasar, rumah sakit, dan sekolah. Sehingga masyarakat yang berlalu lalang dapat mengetahui adanya Bank Muamalat Kantor Cabang Pontianak.<sup>21</sup>

Selain itu BMI Kantor Cabang Pontianak juga menggunakan sistem jemput bola atau *door to door* dimana petugas langsung mendatangi rumah-rumah nasabah atau ke perusahaan-perusahaan sehingga petugas bisa lebih leluasa menjelaskan secara detail produk bank, khususnya produk Tabungan Hijrah Haji kepada calon nasabah. Hal ini juga menguntungkan bagi nasabah karena melalui sistem ini nasabah tidak harus ke bank pada saat ingin melakukan penyetoran ataupun penarikan.

#### d. Strategi Promosi (*Promotion*)

Promosi adalah informasi yang memberi penjelasan untuk meyakinkan calon konsumen tentang produk atau jasa yang ditawarkan sehingga promosi dapat menambah minat para konsumen untuk menggunakan produk yang ditawarkan. Promosi yang dilakukan oleh Bank Muamalat Kantor Cabang Pontianak antara lain:

##### 1) Pengiklanan

Bank Muamalat Kantor Cabang Pontianak melakukan pengiklanan produk Tabungan Hijrah Haji melalui website [www.bankmuamalat.co.id](http://www.bankmuamalat.co.id), brosur, dan melalui media sosial seperti *Facebook*, *Twitter*, dan *Instagram*.

##### 2) Personal Selling

*Personal selling* atau penjualan pribadi adalah promosi penjualan yang dilakukan dengan dua arah dan dinilai lebih efektif dalam memasarkan produk. Promosi dilakukan Bank Muamalat Kantor Cabang Pontianak dengan cara *door to door*, datang ke pengajian-pengajian, perusahaan atau instansi, dan universitas. Dimana kegiatan ini dilakukan dengan interaksi secara langsung atau melakukan pendekatan secara personal antara nasabah dengan marketing.

##### 3) Publisitas

Publisitas merupakan promosi yang dilakukan untuk meningkatkan citra lembaga keuangan didepan masyarakat atau nasabahnya melalui kegiatan seperti seminar, donatur, sponsor kegiatan. Publisitas yang dilakukan oleh BMI kantor Cabang Pontianak adalah dengan melakukan sosialisasi atau seminar di sekolah, perusahaan, instansi, pengajian. Dan Bank Muamalat juga mensponsori even-even yang diselenggrakan oleh Kementerian Agama.

##### 4) Pemasaran Langsung

Pemasaran langsung yang dilakukan oleh Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pontianak yaitu *sales call* dilakukan dengan cara menelepon langsung ke nasabah melalui jaringan telepon seluler atau telepon perusahaan tersebut, untuk menawarkan produk yang

---

<sup>21</sup> Wawancara dengan Emilliati, tanggal 29 Maret 2021 di Bank Muamalat Kantor Cabang Pontianak.

dimiliki Bank Muamalat Indonesia yang sesuai dengan kebutuhan oleh calon nasabah tersebut.

### 5) Promosi Penjualan

Bank Muamalat Indonesia membuat program Rezeki Haji berkah, bagi nasabah Tabungan iB Hijrah Haji akan mendapatkan kesempatan umrah gratis untuk lima pemenang setiap bulannya diseluruh Cabang Bank Muamalat diseluruh Indonesia. Dengan syarat setoran rutin bulanan dengan rekening Tabungan iB Hijrah Haji minimal saldo Rp. 5.000.000,-.

## 2. Faktor Pendukung dan Faktor Penghambat dalam Strategi Pemasaran

### a. Faktor Pendukung

Faktor-faktor pendukung dalam strategi pemasaran yang dilakukan oleh Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pontianak adalah:

#### 1) Lamanya daftar tunggu (*waiting list*) haji

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

#### 2) Bank Muamalat Indonesia merupakan bank syariah

Sudah kita ketahui Bank Muamalat Indonesia adalah bank umum syariah pertama di Indonesia. Maka tidak diragukan lagi sistem yang dilakukan sudah pasti aman dari larangan agama Islam. Larangan yang dimaksud ialah seperti riba. Sistem yang digunakan pada BMI adalah bagi hasil sesuai dengan syariat Islam.

#### 3) Tingginya populasi penduduk beragama Islam

Semua orang muslim pasti ingin melaksanakan ibadah haji dan umrah. Sehingga produk Tabungan Hijrah Haji ini mempunyai prospek yang sangat bagus karena tingginya tingkat populasi penduduk beragama Islam di Indonesia khususnya kota Pontianak.

### b. Faktor Penghambat

Faktor-faktor penghambat dalam strategi pemasaran yang dilakukan oleh Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pontianak adalah:

#### 1) Persaingan dengan bank syariah maupun konvensional

Saat ini banyak bank syariah ataupun konvensional yang telah memiliki tabungan haji dan umrah dengan berbagai macam keunggulan. Hal yang harus diperhatikan dalam persaingan ialah kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh setiap bank. Dengan adanya tingkat persaingan dengan lembaga keuangan lain melalui produk, pelayanan, kualitas jasa, dan adanya perilaku nasabah yang masih ragu-ragu serta menganggap BMI sama saja dengan bank konvensional. Hal ini menjadi sebuah ancaman besar bagi BMI dalam bersaing dalam dunia perbankan syariah.

#### 2) Kurangnya SDM

Kurangnya tenaga kerja marketer produk penghimpunan dana pada Bank Muamalat Kantor Cabang Pontianak. Sehingga menyebabkan proses pemasaran produk kurang maksimal. Mengingat produk-produk yang ditawarkan oleh bank cukup banyak. Saat ini BMI Kantor Cabang Pontianak sedang membuka lowongan pekerjaan untuk menambah kualitas SDM.

#### 3) Pandemic yang sedang terjadi di Indonesia

*Pandemic Covid-19* yang sekarang masih terjadi di Indonesia menjadi salah satu penghambat dalam melakukan strategi pemasaran. Pada saat *pandemic* seperti ini ekonomi negara menjadi turun yang mengakibatkan berkurangnya pendapatan masyarakat. Dengan keadaan seperti ini *mindset* masyarakat akan berubah karena sekarang lebih mementingkan kebutuhan hidup sehari-hari. Strategi promosi juga terhambat karena adanya *social distancing* yang mengakibatkan sulitnya untuk melakukan sosialisasi dengan sekelompok masyarakat.

## **PENUTUP**

Berdasarkan dari hasil pembahasan yang telah dilakukan oleh peneliti pada bab-bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan seperti berikut:

1. Strategi pemasaran yang dilakukan oleh Bank Muamalat Kantor Cabang Pontianak ialah bauran pemasaran yang terdiri dari Strategi Produk (Product), diterapkan dengan mengenalkan produk Tabungan Hijrah Haji kepada masyarakat melalui pengajian, sosialisasi, dan lain-lain. Strategi Harga (Price), penawaran yang dilakukan oleh Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pontianak cukup terjangkau. Setoran awal minimum sebesar Rp. 100.000,- dan setoran berikutnya minimal Rp. 50.000,-. Tabungan ini tanpa biaya admin, saldo minimum, serta murni titipan. Jika ingin masuk waiting list nasabah harus membayar sebesar Rp. 25.000.000,- dengan tunai. Strategi Tempat (Place), Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pontianak cukup strategis karena berada di pusat kota dan dekat dengan pasar, sekolah, rumah sakit, kantor, dan lain-lainnya. Strategi Promosi (Promotion) yang dilakukan pihak bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pontianak ialah Pengiklanan (dilakukan melalui website, brosur, facebook, twitter, instagram), personal selling (dilakukan dengan cara door to door, kunjungan ke kantor atau perusahaan, pengajian-pengajian, dan universitas), publisitas (dilakukan dengan mengadakan seminar atau sosialisasi dan mem sponsori even-even yang diselenggarakan oleh Kementerian Agama), pemasaran langsung (dengan cara salles coll atau menelpon langsung nasabang untuk menawarkan produk yang diperlukan oleh nasabah), promosi penjualan (Bank Muamalat Indonesia membuat program Rezeki Haji Berkah, yaitu memberi kesempatan umrah gratis setiap bulannya kepada nasabah yang rutin melakukan setoran tiap bulan minimal saldo Rp. 5.000.000,-).
2. Faktor pendukung dan faktor penghambat dalam melakukan strategi pemasaran sebagai berikut. Faktor pendukungnya ialah waiting list, Bank Muamalat Indonesia merupakan bank syariah, tingginya populasi penduduk beragama Islam. Faktor penghambatnya ialah persaingan antar bank syariah maupun bank konvensional, kurangnya sumber daya manusia (karyawan), pandemic covid-19 yang terjadi di Indonesia.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adiwarman A. Karim. Bank Islam Analisis Fiqih dan Keuangan. (Depok: PT RajaGrafindo Persada, 2017),
- Bank Muamalat Indonesia, "Profil Bank Muamalat," diakses pada tanggal 23 Desember 2020, <https://www.bankmuamalat.co.id>.
- Bank Muamalat Indonesia, "Profil Bank Muamalat," diakses pada tanggal 22 Maret 2021, <https://www.bankmuamalat.co.id>.
- Bank Muamalat Indonesia, "Profil Bank Muamalat," diakses pada tanggal 22 Maret 2021, <https://www.bankmuamalat.co.id>.
- Departemen Agama RI. Bimbingan Manasik Haji. (Jakarta: Direktorat Jederal Penyelenggara Haji dan Umroh, 2003).
- Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kota Pontianak, "Data Kependudukan Kota Pontianak," diakses tanggal 11 Februari 2021, <https://dukcapil.pontianakkota.go.id>.
- Juliansyah Noor. Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi, dan Karya Ilmiah. (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2011).
- Kementerian Agama RI, Al-Qur'an dan Terjemahnya, (Semarang: CV Asy-Syifa, 2010),
- Khaerul Umam. Manajemen Perbankan Syariah. (Bandung: CV Pustaka Stai, 2013),
- Lexy J. Moleong. Metode Penelitian Kualitatif. (Bandung:PT. Remaja Rosda Karya, 2012).
- M. Nur Rianto Al Arif. Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah. (Bandung: Alfabeta, 2012).
- Sofian Assauri. Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep dan Strategi. (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2014),
- Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008, Perbankan, Pasal 1, ayat (2).
- Wawancara dengan Emilliati, tanggal 29 Maret 2021 di Bank Muamalat Kantor Cabang Pontianak.
- Wawancara dengan Emilliati, tanggal 29 Maret 2021 di Bank Muamalat Kantor Cabang Pontianak.
- Wikipedia Bahasa Indonesia, "Kota Pontianak," diakses tanggal 11 Februari 2021, [https://id.m.wikipedia.org/wiki/Kota\\_Pontianak](https://id.m.wikipedia.org/wiki/Kota_Pontianak).