

**STRATEGI PEMASARAN PRODUK "TABUNGAN IB  
HIJRAH RENCANA" PADA PT. BANK MUAMALAT  
INDONESIA, Tbk KANTOR CABANG PEMBANTU NGANJUK**

**ARTIKEL ILMIAH**

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Penyelesaian

Program Pendidikan Diploma 3

Program Studi Perbankan dan Keuangan



Oleh:

**BINTI ROBIATUL JANAH**

**NIM: 2018110447**

**UNIVERSITAS HAYAM WURUK PERBANAS**

**SURABAYA**

**2021**

## **PENGESAHAN ARTIKEL ILMIAH**

Nama : Binti Robiatul Janah  
Tempat, Tanggal Lahir : Nganjuk. 11 Maret 2000  
NIM : 2018110447  
Program Studi : Perbankan dan Keuangan  
Program Pendidikan : Diploma 3  
Judul : Strategi Pemasaran Produk "Tabungan IB Hijrah Rencana" pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Kantor Cabang Pembantu Nganjuk

**Disetujui dan diterima baik oleh :**

Ketua Program Studi Diploma 3,  
Tanggal : 20 Agustus 2021

Dosen Pendamping,  
Tanggal : 20 Agustus 2021

**(Dr.Kautsar Riza Salman, S.E., MSA., Ak., BKP., SAS., CA.) (Chitra Laksmi Rithmaya, SE., MM.)**  
**NIDN : 0726117702 NIDN : 0721106806**

**STRATEGI PEMASARAN PRODUK "TABUNGAN IB HIJRAH  
RENCANA" PADA PT. BANK MUAMALAT INDONESIA, Tbk  
KANTOR CABANG PEMBANTU NGANJUK**

**Binti Robiatul Janah**

**2018110447**

*e-mail* : [2018110447@students.perbanas.ac.id](mailto:2018110447@students.perbanas.ac.id)

**ABSTRACT**

*At this time many banking institutions, both conventional banking and Islamic banking, are growing rapidly. In the world of Islamic banking, all Islamic banks have different products and services, especially in their funding products. This creates competition in marketing products, therefore every bank must have a marketing strategy that is able to attract potential customers to the products offered. The purpose of this study was to determine the marketing strategy in the marketing process of the IB Hijrah Plan Savings product, to find out the obstacles in marketing the IB Hijrah Plan Savings product, to help provide solutions to overcome the obstacles in the marketing process of the IB Hijrah Plan Savings product at Bank Muamalat. This research uses descriptive research methods with data collection methods using interviews, observation, and documentation studies. This study obtained research results, namely, the Marketing strategy used in marketing the IB Hijrah Plan Savings at Bank Muamalat, Calculation of the Profit Sharing Ratio of the IB Hijrah Plan Savings, Barriers in the Marketing Process of the IB Hijrah Plan Savings, Solutions to Overcome the Barriers to Marketing IB Hijrah Plan Savings. The conclusions in this study, which can be useful for PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Nganjuk Sub-Branch Office and prospective customers.*

*Keywords: Marketing Strategy, IB Hijrah Plan Savings, PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk*

**PENDAHULUAN**

Menurut Undang-Undang RI Nomor 10 Tahun 1998 mengenai Perbankan, yang dimaksud dengan Bank yaitu suatu badan usaha yang mempunyai tujuan untuk menghimpun dan dari masyarakat dalam bentuk simpanan, dan disalurkan kembali dalam bentuk kredit, dengan tujuan sebagai salah

satu upaya untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat (Kasmir, 2013: 24).

Dalam perkembangan Perbankan Syariah, Perbankan Syariah diawali dengan berdirinya Bank Muamalat Indonesia, yang merupakan Bank Syariah pertama di Indonesia yang menggunakan prinsip syariah dalam menjalankan kegiatan

Operasionalnya. Seperti yang diketahui bahwa Bank Muamalat Indonesia didirikan pada tahun 1991 oleh Majelis Ulama Indonesia. Dalam kegiatan operasional pada Bank Muamalat Indonesia terdapat aktivitas yakni, menghimpun dana, pembiayaan, serta jasa atau pelayanan. Pendanaan memiliki arti kegiatan bank dalam menghimpun dana yang berasal dari masyarakat atau dana pihak ketiga, dari pemilik, dan dari internal bank sendiri (Nabhan, 2008: 47). Pada perbankan syariah, seluruh bank syariah mempunyai produk serta layanan yang berbeda dengan bank lainnya sesuai dengan kebutuhan dari nasabah dan masyarakat, khususnya pada produk pendanaan.

Diantara produk yang ada pada Bank Muamalat, Bank Muamalat memiliki produk yang bernama Tabungan IB Hijrah Rencana, tabungan IB Hijrah Rencana merupakan tabungan dengan tujuan perencanaan keuangan dengan jangka waktu panjang, dengan setoran rutin setiap bulannya, dan hanya dapat diambil sesuai dengan jatuh temponya. Tabungan IB Hijrah Rencana memiliki tujuan untuk mewujudkan impian dari nasabah seperti dapat menunaikan ibadah haji, biaya pendidikan, pernikahan dan sebagainya. Dengan hadirnya produk ini diharapkan dapat dijadikan solusi bagi perencanaan keuangan syariah untuk calon nasabah yang menabung

sekaligus ingin merealisasikan impian mereka.

Hal ini menimbulkan persaingan antar bank dalam memasarkan produk, sehingga dalam hal ini bank harus mempunyai strategi pemasaran yang bisa menarik minat dari masyarakat atau calon nasabah terhadap produk yang dipasarkan. Dalam menentukan strategi pemasaran yang akan digunakan untuk memasarkan suatu produk, maka dalam menentukan strategi harus sesuai dengan apa yang sedang dibutuhkan oleh masyarakat, serta mengetahui lingkungan pemasaran. Karena pada dasarnya bank dalam melakukan pemasaran harus mengetahui dengan baik tentang lingkungan pemasarannya. Lingkungan pemasaran sangat berpengaruh dengan pemasaran yang akan dilakukan. Maka bank akan lebih mudah untuk menentukan langkah berikutnya ketika sudah mengetahui lingkungan pemasaran (Kasmir, 2004: 166).

Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Nganjuk menjadi tempat untuk penelitian dikarenakan pada Bank Muamalat Indonesia memiliki berbagai produk pendanaan dimana produk pendaan tersebut banyak diminati oleh masyarakat, alasan produk pendanaan pada Bank Muamalat Indonesia banyak diminati karena dapat digunakan sebagai pilihan lain untuk menyimpan dana serta

berinvestasi. Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Nganjuk berbagai jenis produk pendanaan sesuai dengan kebutuhan dari masyarakat. Maka dengan ini penulis akan lebih mudah untuk mendapatkan data yang akan diperlukan. Oleh karena itu, penulis dalam penelitian ini mengambil judul

**“Strategi Pemasaran Produk "Tabungan IB Hijrah Rencana" pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Kantor Cabang Pembantu Nganjuk”.**

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### **Pengertian Bank**

Pengertian bank menurut Kasmir (2014:14) dalam bukunya bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kembali kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk - bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.

### **Fungsi bank**

Fungsi Bank sendiri sudah diatur pada Undang – Undang RI Nomor 7 Tahun 1992 tentang Perbankan sebagaimana telah diubah dengan Undang – Unadang RI Nomor 10 Tahun 1998 Pasal 3 yang menyatakan :

*“Fungsi utama perbankan Indonesia adalah sebagai penghimpun dan*

*penyalur dana masyarakat.”(Undang - Undang RI, 1992, p. 7)*

### **Pengertian Bank Syariah**

Menurut Undang-Undang No. 21 Tahun 2008 mengenai perbankan syariah, pengertian dari bank syariah yaitu merupakan bank yang menjalankan kegiatan operasionalnya dengan menggunakan prinsip syariah. Maksud dari prinsip syariah itu sendiri yaitu prinsip-prinsip yang di ambil dari Al-Qur'an dan Hadis yang sebagai sumber Islam itu sendiri.

### **Tujuan Bank Syariah**

Menurut Sumar' in (2012:53) tujuan dari lembaga keuangan bank syariah yaitu :

1. Memberikan pengarahan mengenai kegiatan ekonomi masyarakat secara Islam.
2. Untuk memberikan keadilan pada bidang ekonomi, dengan menyamaratakan pendapatan melalui kegiatan investasi.
3. Untuk meningkatkan kualitas hidup masyarakat, dengan memberikan peluang berusaha yang lebih besar khususnya kepada masyarakat yang kekurangan dana.

### **Fungsi Bank Syariah**

Menurut Irsyadi Zain dan Rahmat Akbar dalam buku Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya (2020),

menyebutkan beberapa fungsi bank syariah, yaitu :

1. Bank syariah memiliki fungsi untuk menghimpun dan menyalurkan dana masyarakat.
2. Bank syariah menjalankan fungsi sosial dalam bentuk lembaga baitul mal, yaitu menerima dana yang berasal dari zakat, infak, sedekah, hibah dan menyalurkannya kepada organisasi pengelola zakat.
3. Bank syariah dapat menghimpun dana sosial yang berasal dari wakaf, sesuai dengan kehendak pemberi wakaf.

### **Strategi Pemasaran**

#### **Definisi strategi pemasaran**

Menurut Kotler (2012: 72) strategi pemasaran merupakan suatu pemikiran dari pemasaran yang mana perusahaan memiliki keinginan untuk bisa menghasilkan nilai untuk nasabah atau pelanggan demi tercapainya suatu hubungan yang saling menguntungkan antar kedua pihak.

Menurut Sofjan Assauri (2013: 15) strategi pemasaran merupakan suatu kumpulan tujuan dan juga sasaran, kebijakan beserta aturan dimana akan memberikan arah untuk proses pemasaran kedepannya. Sebagai bentuk usaha dari perusahaan untuk menghadapi

perubahan lingkungan pemasaran kedepannya.

### **Fungsi strategi pemasaran**

Menurut Sudaryono (2016: 50) fungsi pemasaran terdiri dari beberapa fungsi, yaitu :

- a. Fungsi Pertukaran
- b. Fungsi Distribusi Fisik
- c. Fungsi Perantara

### **Langkah-langkah strategi pemasaran**

Menurut Wilson Arafat dalam bukunya yang berjudul Manajemen Perbankan Indonesia, strategi pemasaran memiliki lima hal yang saling berkaitan, ke-5 hal tersebut antara lain :

- a. Pemilihan pasar
- b. Perencanaan Produk
- c. Penetapan Harga
- d. Sistem Distribusi
- e. Komunikasi Pemasaran (Promosi)

### **Prinsip Strategi Pemasaran**

Ada beberapa prinsip strategi dalam proses memasarkan suatu produk, prinsip strategi tersebut adalah :

- a) *Segmentation*
- b) *Target Customer's Heart and Soul*
- c) *Build a Belief System (Positioning)*
- d) *Differentiation*

## **Bauran pemasaran**

Menurut Buchari Alma (2016: 205), bauran pemasaran yaitu salah satu strategi yang ikut andil dalam aktivitas pemasaran, untuk mendapatkan perpaduan yang maksimal sehingga menghasilkan sesuatu yang memuaskan. Komponen dari bauran pemasaran yaitu Produk, Harga, Distribusi, Promosi.

## **Tabungan**

### **Definisi tabungan**

Menurut Undang-Undang RI Nomor 7 Tahun 1992, tabungan merupakan simpanan pihak ketiga, yang dapat ditarik sewaktu-waktu, sesuai dengan persyaratan bank, namun tidak dapat ditarik dengan menggunakan media cek atau bilyet giro.

Menurut Kasmir (2014: 37), mengungkapkan bahwa tabungan merupakan simpanan yang ada pada suatu bank, dimana dalam penarikannya dapat dilakukan sesuai dengan persyaratan yang telah dilakukan oleh nasabah dengan bank, dengan menggunakan media slip penarikan, buku tabungan, dan kartu ATM.

### **Tujuan tabungan**

Menurut Drs. Ismail (2015) dalam bukunya yang berjudul akuntansi bank, teori dan aplikasi

dalam rupiah, tujuan dari tabungan yaitu :

1. Nasabah bisa dengan mudah dalam penarikan dana dalam tabungan menggunakan mesin ATM.
2. Nasabah akan merasa aman karena adanya ada dalam tabungan di suatu bank yang selalu diawasi dengan keamanan yang ketat.
3. Nasabah akan lebih hemat, karena nasabah akan menyisihkan sebagian dari penghasilannya untuk ditabung.

### **Jenis-jenis tabungan**

Menurut Kasmir (2014: 71) mengungkapkan bahwa dalam suatu praktik langsung pada perbankan di Indonesia terdapat berbagai jenis tabungan. Perbedaan pada jenis tabungan terdapat pada fasilitas yang diberikan kepada nasabah. Oleh karena itu nasabah memiliki berbagai pilihan. Jenis tabungan terdiri dari Tabungan Pembangunan Nasional (Tabanas), Tabungan Umum, Tabungan Pemuda Pelajar dan Pramuka (Tapelpram), Tabungan Pegawai, Tabungan Asuransi Jiwa, Tabungan Lainnya.

## **METODE PENELITIAN**

### **Desain Penelitian**

Desain penelitian yang digunakan dalam penulisan Tugas Akhir ini yaitu dengan metode penelitian deskriptif kualitatif. Dalam metode deskriptif kualitatif berisi penjelasan mengenai strategi pemasaran yang digunakan oleh Bank Muamalat Indonesia KCP Nganjuk dalam memasarkan produk tabungan IB Hijrah Rencana beserta pembahasan mengenai hambatan dan solusi yang dilakukan oleh pihak bank.

### **Batasan Penelitian**

Batasan penelitian dalam penulisan tugas akhir ini berfokus pada strategi pemasaran produk tabungan IB Hijrah Rencana, hal ini juga terkait pembahasan mengenai hambatan dalam proses pemasaran serta solusi yang dilakukan bank dalam mengatasi hambatan. Topik dalam penelitian ini yaitu strategi pemasaran produk tabungan IB Hijrah Rencana pada Bank Muamalat Indonesia, KCP Nganjuk. Metode analisis data yang digunakan adalah metode penelitian deskriptif kualitatif, dimana metode tersebut memberikan deskripsi mengenai data yang telah dikumpulkan.

### **Data dan Metode Pengumpulan Data**

Waktu penelitian tugas akhir dimulai pada bulan 01 Februari – 30 April 2021 penelitian dilaksanakan bersamaan dengan dilaksanakannya proses kegiatan magang yang

dimulai pada tanggal 01 Februari sampai dengan tanggal 01 Maret 2021, Kemudian penelitian dilanjutkan kembali mulai pada bulan April sampai dengan bulan Juli 2021 untuk mendapatkan data yang lebih lengkap. Tempat dilaksanakannya penelitian yaitu pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Kantor Cabang Pembantu Nganjuk, Jl. Gatot Subroto No.52, Kauman, Kec.Nganjuk, Kabupaten Nganjuk, Jawa Timur. Sumber data yang digunakan yaitu diperoleh dari data primer yang didapatkan melalui wawancara dan observasi. Dan data sekunder didapatkan melalui studi pustaka. Metode pengumpulan data yang digunakan terdiri dari 3 yaitu Observasi yang dilakukan saat pelaksanaan kegiatan magang di Bank Muamalat Indonesia KCP Nganjuk, yang kedua yaitu Wawancara dengan pihak *Relationship Manager*, dan yang ketiga yaitu Studi dokumentasi yang diperoleh dari website resmi Bank Muamalat Indonesia, beserta beberapa buku dan artikel ilmiah lainnya.

### **Teknik analisis data**

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian tugas akhir ini adalah analisis secara kualitatif. Menurut Miles dan Huberman (2018: 37) menyebutkan teknik pengolahan data kualitatif dapat dilakukan dengan 3 tahap, sebagai berikut :



1. Reduksi Data
2. Penyajian Data
3. Penarikan Kesimpulan

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Sejarah singkat perusahaan

Bank Muamalat Indonesia berdiri atas gagasan dari beberapa organisasi besar islam, seperti Majelis Ulama Indonesia, Ikatan Cendekiawan Muslim Indonesia, serta Pengusaha Muslim, dan mendapatkan dukungan penuh dari pemerintah Indonesia, Bank Muamalat Indonesia didirikan pada tanggal 1 Mei tahun 1992. Bank Muamalat Indonesia mendapatkan izin menjadi Bank Devisa pada tanggal 27 Oktober tahun 1994. Bank Muamalat Indonesia terus mengembangkan perusahaannya dengan menambah kantor cabang di luar negeri. Bank Indonesia memperoleh izin membuka kantor cabang di Kuala Lumpur, Malaysia pada tahun 2009.

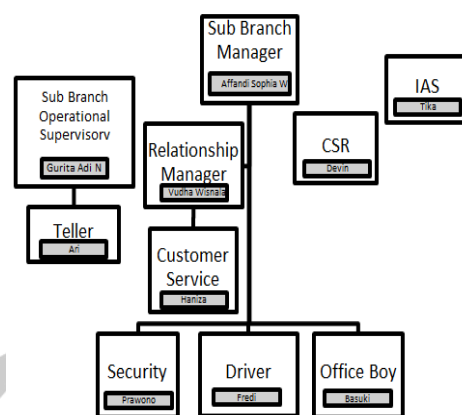
### Visi dan misi

**Visi :** Menjadi bank syariah terbaik dan termasuk dalam 10 besar bank di Indonesia dengan eksistensi yang diakui di tingkat regional.

**Misi :** Membangun lembaga keuangan syariah yang unggul dan berkesinambungan dengan penekanan pada semangat kewirausahaan berdasarkan prinsip kehati-hatian, keunggulan sumber

daya manusia yang islami dan profesional serta orientasi investasi yang inovatif, untuk memaksimalkan nilai kepada seluruh pemangku kepentingan.

### Struktur organisasi



Sumber : Hasil Pengolahan Data

**Gambar 1**  
**Struktur Organisasi Bank**  
**Muamalat KCP Nganjuk**

## Hasil Penelitian

### Strategi pemasaran produk tabungan ib hijrah rencana

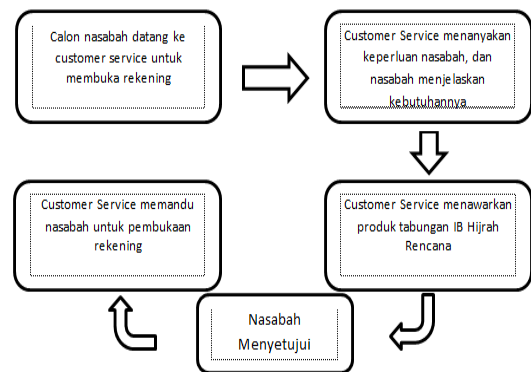
Tabungan iB Hijrah Rencana merupakan tabungan yang memiliki tujuan untuk memberikan solusi perencanaan keuangan yang tepat untuk mewujudkan rencana dan impian di masa depan dengan lebih baik sesuai dengan prinsip syariah.

Strategi pemasaran yang digunakan dalam proses pemasaran produk tabungan IB Hijrah Rencana, yaitu :

1) Penawaran langsung kepada nasabah yang datang ke bank.

Strategi penawaran langsung kepada nasabah yaitu dilakukan ketika ada nasabah baru yang belum memiliki rekening pada Bank Muamalat, customer service akan menanyakan mengenai kebutuhan calon nasabah, kemudian apabila calon nasabah dirasa memerlukan tabungan IB Hijrah Rencana, selanjutnya customer service akan menyarankan calon nasabah untuk membuka rekening pada tabungan IB Hijrah Rencana.

Penjelasan di atas dapat digambarkan melalui alur sebagai berikut :



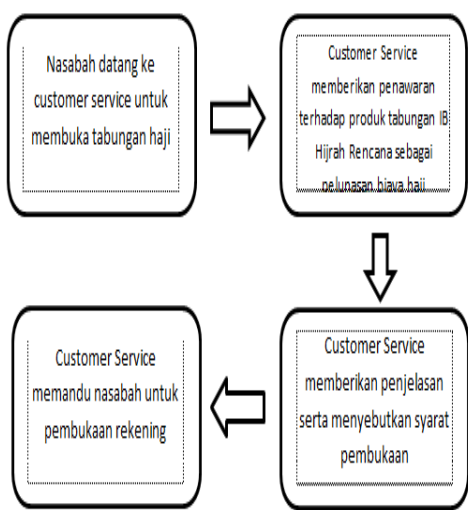
Sumber : Hasil Pengolahan Data

**Gambar 4**  
**Strategi Pemasaran dengan Penawaran Langsung**

2) *Cross Selling*

Strategi pemasaran cross selling yaitu dilakukan pada saat nasabah datang ke bank untuk melakukan transaksi pada customer service, atau pada saat nasabah yang sedang ingin membuka tabungan haji, karena produk tabungan IB Hijrah Rencana dapat digunakan sebagai alternatif pelunasan biaya haji bagi yang sudah mendapat porsi haji. Maka dalam kesempatan ini dapat digunakan oleh customer service untuk menawarkan produk tabungan IB Hijrah Rencana kepada nasabah.

Penjelasan di atas dapat digambarkan melalui alur sebagai berikut :

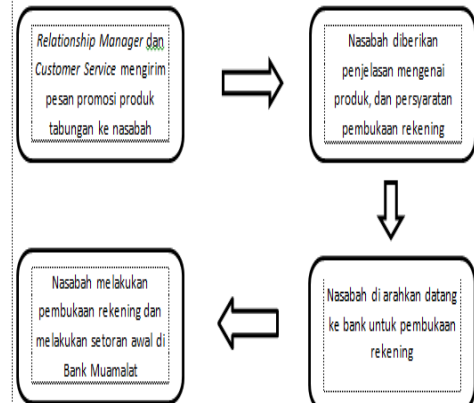


Sumber : Hasil Pengolahan Data

**Gambar 5**  
**Strategi Pemasaran *Cross Selling***

3) Via telepon

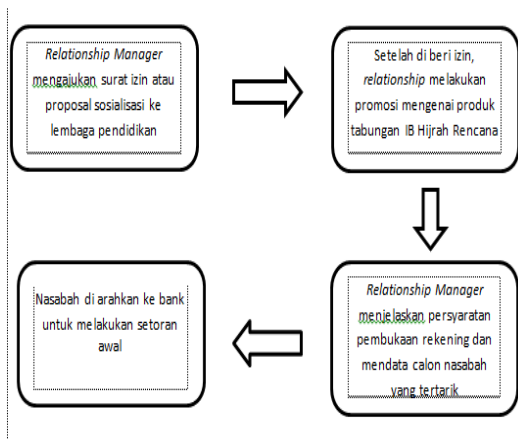
Strategi pemasaran via telepon yaitu dilakukan dengan menghubungi nasabah-nasabah lama yang sudah mempunyai rekening tabungan pada Bank Muamalat. Keunggulan dari strategi ini yaitu lebih memudahkan pihak bank dalam memasarkan produk ke nasabah apabila tidak dapat melakukannya dengan tatap muka secara langsung. Penjelasan mekanisme di atas dapat digambarkan melalui alur sebagai berikut :



Sumber : Hasil Pengolahan Data

**Gambar 6**  
**Strategi Pemasaran Via Telepon**

4) Pengajuan proposal dan sosialisasi ke lembaga pendidikan dan perusahaan  
 Strategi pemasaran ini dilakukan dengan mengirim surat izin atau proposal ke lembaga seperti pendidikan dan perusahaan untuk melakukan sosialisasi mengenai promosi tabungan IB Hijrah Rencana. Lembaga pendidikan yang di kunjungi biasanya merupakan lembaga pendidikan yang memiliki kerjasama dengan Bank Muamalat. Penjelasan di atas dapat digambarkan melalui alur sebagai berikut :



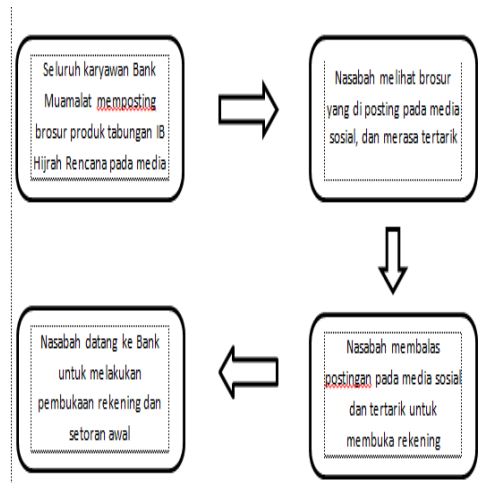
Sumber : Hasil Pengolahan Data

**Gambar 7**  
**Strategi Pemasaran dengan Sosialisasi**

5) Melalui media sosial

Strategi pemasaran dengan media sosial dilakukan melalui aplikasi seperti *WhatsApp*, dan *Instagram*. Seluruh karyawan Bank Muamalat ikut andil dalam melakukan pemasaran melalui media sosial. Aplikasi yang digunakan yaitu aplikasi pribadi, dimana dalam pemasarannya dapat dilakukan dengan membuat atau posting story mengenai brosur dari tabungan IB Hijrah Rencana.

Penjelasan di atas dapat digambarkan melalui alur sebagai berikut :



Sumber : Hasil Pengolahan Data

**Gambar 8**  
**Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial**

**Hambatan dalam Proses Pemasaran Produk**

Hambatan yang terjadi pada saat proses pemasaran produk tabungan IB Hijrah Rencana yaitu :

**Tabel 1**  
**Hambatan Proses Pemasaran**

No.	Kendala
1.	Adanya produk yang sejenis dengan tabungan IB Hijrah Rencana seperti asuransi.
2.	Tidak adanya informasi mengenai jatuh tempo, sehingga menyebabkan saldo langsung di debet ke rekening induk dan harus membuka rekening kembali.

Sumber : Hasil Pengolahan Data

**Upaya untuk Mengatasi Kendala Strategi Pemasaran**

Dalam mengatasi kendala atau hambatan dalam proses pemasaran

produk tabungan IB Hijrah Rencana, Bank Muamalat Indonesia memiliki beberapa upaya antara lain :

**Tabel 2**  
**Upaya dalam Mengatasi**  
**Kendala**

No.	Hambatan Strategi Pemasaran	Upaya untuk Mengatasi Kendala
1.	Adanya produk yang sejenis dengan tabungan IB Hijrah Rencana seperti asuransi.	Memberikan penjelasan kepada calon nasabah mengenai produk tabungan rencana, tujuan dari tabungan rencana, serta menggali informasi apa yang sedang dibutuhkan oleh nasabah, apakah lebih baik dengan membuka tabungan rencana atau tidak.
2.	Tidak adanya informasi mengenai jatuh tempo, sehingga menyebabkan saldo langsung di debet ke rekening induk dan harus membuka rekening kembali.	Menyampaikan pada awal pembukaan rekening tabungan IB Hijrah Rencana mengenai tidak adanya fasilitas mengenai jatuh tempo dari tabungan tersebut.

Sumber : Hasil Pengolahan Data

## **Pembahasan**

### **Strategi Pemasaran Produk Tabungan IB Hijrah Rencana pada Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Nganjuk.**

Strategi pemasaran dalam suatu Bank merupakan sebuah penentuan tujuan dan sasaran jangka panjang suatu perusahaan dengan menggunakan sumber daya yang ada untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Strategi pemasaran bisa disesuaikan dengan bauran pemasaran atau juga dengan kebutuhan dari para konsumen. Bank Muamalat Indonesia menciptakan

produk tabungan IB Hijrah Rencana ini dengan tujuan sebagai solusi perencanaan keuangan yang tepat untuk mewujudkan rencana dan impian di masa depan dengan lebih baik sesuai dengan prinsip syariah. Maka, Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Nganjuk berupaya melakukan pemasaran untuk produk tabungan IB Hijrah Rencana dengan harapan agar nasabah dapat mendapatkan solusi perencanaan keuangan yang tepat untuk kedepannya.

Dalam suatu pemasaran, di samping adanya fungsi pemasaran, terdapat bauran pemasaran dimana dalam dunia pemasaran, bauran pemasaran memiliki peran yang cukup penting untuk membuat nasabah atau konsumen tertarik dengan produk yang sedang dijual atau ditawarkan.

Menurut Buchari Alma (2016: 205), bauran pemasaran yaitu salah satu strategi yang ikut andil dalam aktivitas pemasaran, untuk mendapatkan perpaduan yang maksimal sehingga menghasilkan sesuatu yang memuaskan. Komponen dari bauran pemasaran yaitu produk, harga, distribusi, serta promosi. Penjelasan mengenai 4 komponen tersebut yaitu :

- a. Produk  
Produk yang dipasarkan dengan strategi-strategi pemasaran tersebut yaitu Tabungan IB Hijrah Rencana,

dimana Tabungan IB Hijrah Rencana merupakan tabungan yang memiliki tujuan sebagai solusi untuk perencanaan keuangan untuk mewujudkan impian di masa depan dalam jangka waktu yang panjang. Jangka waktu dari tabungan ini yaitu mulai dari 3 bulan sampai dengan 20 tahun.

b. Harga

Harga dalam bauran pemasaran untuk tabungan IB Hijrah disini yaitu nominal minimal yang harus disetorkan pada awal pembukaan rekening tabungan dan juga setoran setiap bulannya. Dimana untuk setoran awal dan juga setoran tiap bulannya hanya sebesar Rp.100.000.

c. Distribusi

Untuk saluran pemasaran dari produk Tabungan IB Hijrah Rencana dilakukan di Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu Nganjuk, yaitu ketika ada nasabah yang sedang mengunjungi bank untuk melakukan transaksi, selain itu dilakukan dengan media sosial seperti WhatsApp, dan Instagram.

d. Promosi

Promosi yang dilakukan oleh Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Nganjuk yaitu dengan melalui berbagai media sosial seperti

upload brosur mengenai produk tabungan melalui story WhatsApp atau melalui story pada aplikasi Instagram. Selain itu promosi juga bisa dilakukan melalui via telepon dengan menghubungi nasabah lama untuk segmentasi dari pemasaran produk ini yaitu nasabah yang lama yang sudah memiliki porsi haji.

Berdasarkan praktiknya, Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Nganjuk sudah menerapkan prinsip-prinsip strategi pemasaran dalam menjalankan proses pemasaran produk tabungan IB Hijrah Rencana, serta telah menerapkan bauran pemasaran yang terdiri dari 4 komponen dalam menyusun strategi pemasaran produk tabungan IB Hijrah Rencana. Dengan demikian praktik tersebut sudah sesuai dengan teori menurut Hermawan Kartajaya dan Muhammad Syakir Sula (2006: 165) yang menyatakan bahwa prinsip dalam strategi pemasaran salah satunya dengan memilih *segmentation* yang tepat dalam memasarkan produknya, dan menurut Malau (2017: 10) yang menyatakan bahwa pada bauran pemasaran melibatkan 4 komponen diantaranya yaitu : Produk, Harga, Distribusi, dan Promosi.

## **Hambatan Strategi Pemasaran Tabungan IB Hijrah Rencana**

Dalam proses pemasaran produk Tabungan IB Hijrah Rencana yang dilakukan oleh Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Nganjuk, terdapat beberapa kendala yang menjadi hambatan dari proses pemasaran produk tabungan IB Hijrah Rencana. Hambatan-hambatan tersebut antara lain :

- a. Adanya produk yang sejenis dengan tabungan IB Hijrah Rencana seperti asuransi. Maksud dari sejenis dengan produk asuransi yaitu pada tabungan hijrah rencana di lindungi oleh asuransi jiwa, sedangkan hal ini nasabah juga bisa langsung membuka asuransi jiwa tanpa membuka tabungan rencana terlebih dahulu.
- b. Tidak adanya pengingat untuk informasi jatuh tempo. Tidak adanya pengingat atau informasi untuk jatuh tempo dari setoran per bulan untuk tabungan IB Hijrah Rencana menyebabkan apabila nasabah lupa untuk melakukan setoran sampai pada saat jatuh tempo nya maka dana yang ada di rekening tabungan IB Hijrah Rencana akan otomatis kembali ke rekening sumber atau rekening induk, kemudian rekening dari tabungan rencana akan ditutup.

## **Upaya untuk Mengatasi Kendala Strategi Pemasaran**

Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Nganjuk, memiliki upaya yang menjadi solusi untuk mengatasi kendala atau hambatan dalam memasarkan produk tabungan IB Hijrah Rencana, upaya-upaya tersebut antara lain :

- a. Upaya dalam mengatasi adanya produk yang sejenis dengan tabungan IB Hijrah Rencana seperti asuransi. Bank Muamalat Indonesia tetap melakukan upaya dengan memberikan penjelasan kepada calon nasabah mengenai produk tabungan rencana, tujuan dari tabungan rencana, serta menggali informasi apa yang sedang dibutuhkan oleh nasabah, apakah lebih baik dengan membuka tabungan rencana atau tidak. Karena pada dasarnya hal ini tergantung dengan kebutuhan dari nasabah, sebagai contoh apabila nasabah ingin mempunyai perencanaan keuangan jangka panjang untuk pendidikan anaknya maka lebih baik untuk membuka tabungan IB Hijrah Rencana.
- b. Upaya dalam mengatasi hambatan tidak adanya pengingat untuk informasi jatuh tempo. Bank Muamalat Indonesia melakukan upaya dengan menyampaikan pada awal

pembukaan rekening tabungan IB Hijrah Rencana mengenai tidak adanya fasilitas mengenai jatuh tempo dari tabungan tersebut, dengan maksud agar nasabah mengingat tanggal jatuh tempo dari tabungan IB Hijrah Rencana milik mereka.

## **PENUTUP**

### **Kesimpulan**

Dalam memasarkan produknya Bank Muamalat memiliki 5 strategi pemasaran yang diterapkan Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Nganjuk yaitu dengan melakukan penawaran produk langsung kepada nasabah yang sedang berkunjung ke bank, melakukan *cross selling* kepada nasabah yang sedang melakukan transaksi ke bank, menawarkan produk kepada nasabah lama dengan melakukan kunjungan ke rumah atau lewat via telepon, mengajukan proposal ke lembaga-lembaga seperti lembaga pendidikan atau ke perusahaan, serta melalui sosial media.

Dalam melakukan pemasaran ada juga hambatan dalam proses pemasaran, seperti adanya produk yang sejenis dengan produk tabungan IB Hijrah Rencana seperti asuransi, serta hambatan lain yaitu tidak adanya informasi atau pengingat mengenai jatuh tempo, sehingga jika nasabah lupa maka saldo yang ada pada tabungan IB Hijrah Rencana

akan secara otomatis didebet ke rekening sumber atau rekening induk.

Upaya untuk menyelesaikan hambatan yang ada yaitu dengan memberikan penjelasan kepada calon nasabah mengenai produk dan tujuan dari tabungan rencana, serta menggali informasi apa yang sedang dibutuhkan oleh nasabah, apakah lebih baik dengan membuka tabungan rencana atau tidak. Untuk upaya hambatan yang lain dilakukan dengan menyampaikan pada awal pembukaan rekening tabungan IB Hijrah Rencana mengenai tidak adanya fasilitas mengenai jatuh tempo dari tabungan tersebut.

### **Saran dan Implikasi Penelitian**

#### **Saran**

Bagi peneliti berikutnya apabila melakukan penelitian dengan judul dan topik pembahasan yang sama, alangkah lebih baiknya melakukan penelitian pada Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu yang lainnya atau perusahaan yang lainnya. Dan bagi perusahaan dalam melakukan pemasaran produk tabungan IB Hijrah Rencana pada masa pandemic seperti dengan menggunakan video online karena dalam penggunaan media pemasaran ini akan memudahkan dalam melakukan pemasaran mengingat salah satu strategi pemasaran yang dilakukan adalah dengan datang ke lembaga pendidikan atau perusahaan, serta menghubungi nasabah lama



melalui via telepon, dan media sosial.

### **Implikasi Penelitian**

Penggunaan video online dalam strategi pemasaran produk Tabungan IB Hijrah Rencana dapat membantu pemasaran yang dilakukan oleh Bank Muamalat, mengingat sedang adanya pandemic proses pemasaran dengan tatap muka semakin sulit dilakukan sehingga dengan adanya video online akan sangat membantu proses pemasaran, di samping itu hal ini juga dapat menjadi pengganti untuk sementara strategi pemasaran yang biasanya dilakukan dengan datang ke lembaga-lembaga, menghubungi nasabah lama melalui via telepon, serta dengan media sosial. Dengan menggunakan video online proses pemasaran akan semakin mudah dilakukan, calon nasabah juga akan lebih tertarik dengan penjelasan melalui sebuah video online yang menarik, dan dalam hal ini akan memudahkan banyak orang untuk menjangkaunya.

### **DAFTAR RUJUKAN**

- Anifah, N. (2018). *Strategi pemasaran produk tabungan SIRELA di KSPPS BINAMA Semarang*. (Doctoral dissertation, UIN Walisongo Semarang).
- Arrafi, Sandy Yoga. (2018). *Strategi Pemasaran Produk Funding Di Bank Muamalat Cabang*

*Pembantu Magelang*. ( Diss. IAIN SALATIGA).

Arus, S. A., Rohmanudin, E., Riadus, B., Azizah, N. N., Azizah, N., 2019. *Penerapan Tabungan IB Hijrah Rencana Sebagai Alternatif Pelunasan Biaya Haji Pada PT Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Nganjuk*. Kediri: Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri.

Bank Indonesia, (1992). *Undang-Undang No. 7 Tahun 1992 Tentang Perbankan*.

Eliza, S. (2021). *Strategi Pemasaran Syariah Tabungan Ib Hijrah Rencana Di Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu (Kcp) Manna* (Doctoral Dissertation, Iain Bengkulu).

Daniel. Strategi Pemasaran Adalah : Definisi, Tipe, Tahapan, Konsep dan Contohnya(<https://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:kmy4o9ih4CAJ:https://ekonomimanajemen.com/strategi-pemasaran/+&cd=3&hl=id&ct=clnk&gl=id&client=firefox-b-d>) : diakses pada tanggal 7 Juni pukul 17.59 WIB).

Entaresmen, R. A., & Pertiwi, D. P. (2017). *Strategi Pemasaran Terhadap Penjualan Produk Tabungan Ib Hasanah Di PT. Bank Negara Indonesia Syariah Kantor Cabang Jakarta Barat*. Jurnal

Manajemen dan Pemasaran  
Jasa, 9(1), 53-74.

Faiqoh, R. (2016). *Analisis Strategi Pemasaran KPRS di Bank Muamalat Cabang Kudus*. *IQTISHADIA*, 6(2), 279-291.

Sugiyono, (2018). *Metode Penelitian Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Bandung : Alfabeta

NS Taha. (2017). Bab II Kajian Pustaka, Kerangka Pemikiran dan Hipotesis (<http://repository.unpas.ac.id/30165/7/BAB%202.pdf> : diakses pada tanggal 7 Juni 2021 pukul 19.00 WIB).

Penelitian Kualitatif (Metode) : Penjelasan Lengkap – Uji Statistik. (<https://www.statistikian.com/2012/10/penelitian-kualitatif.html> : diakses pada tanggal 8 Juni 2021 pukul 21.34 WIB).

Tamara, Angelica. (2016). *“Implementasi analisis SWOT dalam strategi pemasaran produk mandiri tabungan bisnis.”* Jurnal riset bisnis dan manajemen.

Widayati, Ratna, and Muhamad Rahman. (2019). *“Aktivitas Pemasaran Produk Tabungan Pada PT. Bpr Rangkiang Denai Payakumbuh Barat.”*