BAB IV
HASIL PENELITIAN

A. Paparan Data

1. Strategi Pemasaran Produk Tabungan IB Hijrah Haji di Bank Muamalat KCP Blitar

Strategi pemasaran sangat dibutuhkan pada sebuah perusahaan ataupun lembaga keuangan syariah. Lembaga keuangan syariah khususnya Bank Muamalat Indonesia ini selain berorentasi pada *profit* atau keuntungan juga pada fungsi *social*.

Adapaun strategi yang digunakan Bank Muamalat Indonesia KCP Blitar yaitu menawarkan produk tabungan haji melalui pengajian, ikut serta dalam bazaar, dan juga memalui media social. Selain itu Bank Muamalat melakukan strategi pemsaran yaitu jemput bola. Jemput bola adalah kegiatan yang dilakukan karyawan untuk mendatangi langsung nasabah. strategi ini sangat mempermudah nasabah sebab nasabah yang ingin mendaftarkan diri tidak harus pergi ke Bank. Berdasarkan wawancara dengan Customer Service yaitu Ibu Suci Puspita Sari sebagai berikut:[78]

> *"Untuk strategi pemasaran produk tabungan IB Hijrah Haji dari keunggulannya jelas kita memakai akad wadi'ah yang tidak ada bisa setiap bulannya lalu beberapa bonus juga untuk nasabah dengan kriteria tertentu, untuk segmentasi pasarnya kita dengan masuk menyampaikan ke KBIH lalu pengajian, perusahaan, pondok pesantren serta di Kemenag juga untuk target jelas kita mempunyai target setiap bulannya dan alhamdulilah meningkat dan untuk*

[78] Wawancara dengan Suci Puspita Customer Service Bank Muamalat Indonesia KCP Blitar, 18 Agustus 2020

positioning/ penetapan posisi pada tabungan IB Hijrah haji sendiri juga sudah mencangkup semua target pasar"

Ditambah juga penjelasan dari RM Funding yaitu Ibu Mega Nurjayanti*:*[79]

"Setiap produk dari Bank Muamalat selalu mempunyai strategi pemasarannya masing-masing tidak luput juga dengan strategi pemasaran dari produk tabungan IB Hijrah Haji ini. dengan adanya system jemput bola ini sangat mmepermudah nasabah karena tidak perlu datang ke Bank karyawan akan mendatangi langsung calon nasabah. Selain itu kita menggunakan Bauran pemasaran atau marketing mix 4P yakni product, price, place, dan promotion".

Menurut Teller yaitu Bapak Dio Heksa:[80]

" Untuk strategi pemasaran yang dilakukan BMI ini selain system jemput bola juga melalui media social. Sebab semua kalangan baik muda sampai tua sekarang menggunakan social media. Ini merupakan peluang yang besar untuk pemasaran tabungan haji. selain itu juga dengan memberikan bonus untuk calon nasabah haji juga dapat menarik daya tarik nasabah".

Dari pemaparan karyawan diatas dapat disimpulkan bahwa strategi jemput bola dan pemasaran melalui social media adalah peluang yang sangat besar untuk memasarkan produk Tabungan IB Hijrah Haji.

Terkait dengan bauran pemasaran atau marketing mix peneliti melakukan wawancara dengan Ibu Mega Nurjayanti selaku Marketing Funding:[81]

" Iya mbak, untuk strategi Marketing Mix (4P) yaitu product, price, place dan promotion Bank Muamalat berusaha mempermudah nasabah. Dengan produk-produk yang dibutuhkan nasabah, harga yang ditawarkan khususnya untuk pembukaan tabungan haji yang

[79] Wawancara dengan Mega Nurjayanti RM Funding Bank Muamalat Indonesia KCP Blitar, 18 Agustus 2020

[80] Wawancara dengan Dio Heksa Teller Bank Muamalat Indonesia KCP Blitar, 20 Agustus 2020

[81] Wawancara dengan Mega Nurjayanti RM Funding Bank Muamalat Indonesia KCP Blitar, 18 Agustus 2020

tidak memberatkan nasabah, tempat yang strategis untuk dijangkau dan melakukan promosi.”[82]

Berdasarkan wawancara dengan Customer Service yaitu Ibu Suci Puspita Sari sebagai berikut:[83]

“ Strategi Marketing Mix ini dirasa cukup membantu untuk nasabah. Bank Muamalat menyediakan berbagai kebutuhan nasabah tanpa memberatkan nasabah itu sendiri. misalkan saja untuk tabungan haji minimal pembukaan rekening Rp. 50.000,- sedangkan di Bank lain kebanyakan Rp 100.000,-. Dengan price yang ditawarkan ini dirasa juga dapat menarik nasabah untuk menabung tabungan haji di Bank Muamalat.”[84]

Terkait dengan Strategi pemasaran *yaitu Marketing Mix (4P) peneliti melakukan wawancara dengan* Ibu Mega Nurjayanti selaku Marketing Funding:[85]

“ *Mengenai 4P tadi ya mbak itu yang pertama Product. BMI menciptakan branding atau nama yang bertujuan untuk mudah diingat, terkesan modern, dan memiliki arti positif. Seperti halnya IB Hijrah Haji yang sekarang ini paling best seller atau diminati banyak nasabah sekarang ini adalah tabungan haji ditambah lagi kita bekerja sama langsung dengan KEMENAG. Yang kedua Price untuk harga yang ditawarkan dalam pembukaan rekening tabungan lebih rendah daripada bank lain. Yang ketiga Place untuk tempat sendiri sebenarnya kita berada di pusat kota atau tempat yang strategis untuk dituju. Dan yang terakhir yaitu Promotion dimana kita melakukan promosi melalui offline dan online misalnya memperkenalkan BMI di bazaar atau acara-acara besar yang diadakan kota Blitar. Selain itu kita ikut dalam pengajian dan memperkenalkan BMI khususnya tabungan IB hijrah haji.”*

Berdasarkan wawancara dengan Customer Service yaitu Ibu Suci Puspita Sari sebagai berikut:[86]

---

[82] Wawancara dengan Mega Nurjayanti RM Funding Bank Muamalat Indonesia KCP Blitar, 18 Agustus 2020

[83] Wawancara dengan Suci Puspita Customer Service Bank Muamalat Indonesia KCP Blitar, 18 Agustus 2020

[84] Wawancara dengan Suci Puspita Customer Service Bank Muamalat Indonesia KCP Blitar, 18 Agustus 2020

[85] Wawancara dengan Mega Nurjayanti RM Funding Bank Muamalat Indonesia KCP Blitar, 18 Agustus 2020

"Iya mbak strategi yang digunakan di BMI ini yaitu marketing mix 4P yaitu Product, Price, Place dan Promotion. Disini saya menjelaskan yang promotion saja yang mbak. Untuk promotion kami menggunakan promosi baik itu online maupun offline. Untuk offline kami kenalkan kepada nasabah lama tentang web resmi BMI itu sendiri di web tersebut banyak sekali informasi yang bisa didapat dari BMI dan juga menjelaskan web tersebut kepada nasabah baru dari BMI. Untuk offline kami sering mendatangi langsung nasabah atau kami biasa menyebutnya yaitu jemput bola. Kami mendatangi nasabah bertujuan untuk mempermudah nasabah itu sendiri. selain itu kami juga ikut serta dalam acara-acara yang diadakan kota Bliar seperti bazzar ataupun acara besar di Alun-alun untuk lebih memperkenalkan BMI itu sendiri kepada masyarakat luas. Kami juga ikut serta dalam pengajian guna memperkenalkan BMI khususnya tabungan IB hijrah haji ini."

Menurut Teller yaitu Bapak Dio Heksa:[87]

"BMI menggunakan strategi pemasaran marketing mix 4P yaitu Product, Price, Place, dan Promotion. Untuk place atau tempat sangat stratgeis dimana BMI berada di tengah kota sehingga mudah dijangkau oleh nasabah meskipun agak jauh untuk masyarakat yang rumahnya dipedesaan. BMI sendirisering melakukan sistem jemput bola hal ini bertujuan untuk memudahkan nasabah. Dengan begini juga karyawan lebih leluasa dalam menjelaskan atau memasarkan produk-produk dari BMI itu sendiri."

Selain itu peneliti juga melaksanakan wawancara dengan beberapa nasabah mulai dari yang baru saja membuka rekening tabungan dan yang sudah menabung tabungan Hirah Haji. Bapak Eko mengatakan:[88]

" Saya tertarik untuk membuka rkening di Bank Muamalat pertamanya karena saya sedang mencari lembaga keuangan syariah yang dapat dipercaya untuk menabung tabungan haji. Setelah saya melihat di social media yaitu website dari bank muamalat. Lalu saya tertarik untuk menjadi salah satu nasabah haji disana".

---

[86] Wawancara dengan Suci Puspita Customer Service Bank Muamalat Indonesia KCP Blitar, 18 Agustus 2020

[87] Wawancara dengan Dio Heksa Teller Bank Muamalat Indonesia KCP Blitar, 20 Agustus 2020

[88] Wawancaa dengan Eko nasabah Bank Muamalat KCP Blitar, 21 Agustus 2020

Ibu Sutiin Mengatakan:[89]

“ Ketertarikan untuk menjadi nasabah haji di BMI ini dimulai waktu saya melakukan pengajian dan kebetulan ada sosialisasi tentang naik haji. Ternyata ada salah satu karyawan dari BMI ini menjelaskan bagaimana cara menabung tabungan haji tanpa memberatkan calon nasabahnya. Iya dengan cara menabung sesuai kemampuan calon nasabahnya. Sehingga membuat saya tertarik untuk menjadi salah satu nasabah disana.”

Dari pemaparan beberapa nasabah dapat disimpulkan bahwa strategi yang dilakukan bank muamalat Indonesia sangat berpengaruh apalagi dengan adanya media social yang selalu berkembang setiap harinya.

2. Kendala Strategi Pemasaran Tabungan IB Hirah Haji di Muamalat Indonesia KCP Bitar

Berbagai kendala muncul pada produk Tabungan IB Hijrah Haji dari awal peluncuran produk sampai dengan sekarang. Tidak hanya bersumber dari bagian internal Bank Muamalat Indonesia sendiri namun juga dari bagian eksternal.

a. Kendala Internal

1) Keterbatasan Unit Kantor dan SDM

Kendala internal yang dialami adalah keterbatasan unit kantor dan SDM, khususnya pada *Customer Service* yang ada di kantor yang merupakan penghubung dari keberhasilan pelaksanaan strategi pemasaran yang dilakukan oleh

[89] Wawancaa dengan Suttin nasabah Bank Muamalat KCP Blitar, 23 Agustus 2020

marketing dilapangan, Suci Puspitasari selaku *Customer Service* menyatakan:[90]

"*Seperti yang kita tahu bersama kendala terbesar Bank Muamalat Indonesia adalah masih minimnya unit kantor. Oleh sebab itu kami masih belum bisa menjangkau ke berbagai daerah-daerah lain, sehingga masih banyak masyarakat yang belum bisa menikmati layanna kami khususnya terkait produk Tabungan IB Hijrah Haji yang mana memang mempunyai daya tarik tersendiri bagi masyarakat muslim".*

Ibu Mega Nurjayanti mengatakan:[91]

"Di Bank Muamalat Indonesia memiliki unit kantor yang terbatas dan juga di kantor hanya ada 1 Customer Service yang melayani nasabah. Karena Tabungan IB Hijrah Haji merupakan produk unggulan kami, sering kali nasabah baru membludak. Penjelasan dari Customer Service kepada nasabah baru tentu akan memakan waktu, sehingga kadang kala membuat nasabah lain akan merasa bosan karena menunggu terlalu lama."

Bapak Dio Heksa selaku Teller mengatakan:[92]

"Ya kendala internal kita saat ini adalah terbatasnya unit kantor dan juga kurangnya Customer Service untuk melayani nasabah sebagai penyambung jika masih ada yang belum dimengerti atas penyampaian pemasaran produk tabungan IB Hijrah Haji di lapangan oleh para marketing, apalagi banyak nasabah baru yang butuh penjelasan secara detail mengenai produk yang ingin dia gunakan sama juga dialami oleh nasabah produk tabungan IB Hijrah Haji jadi harus mau mengantri dan bersabar kami usahkan semaksimal mungkin pelayanan yang baik."

Selain wawancara dengan beberapa karyawan, peneliti juga melakukan wawancara dengan pihak nasabah. diantaranya yaitu Ibu Sutiin:[93]

---

[90] Wawancara dengan Suci Puspita Customer Service Bank Muamalat Indonesia KCP Blitar, 18 Agustus 2020

[91] Wawancara dengan Mega Nurjayanti RM Funding Bank Muamalat Indonesia KCP Blitar, 18 Agustus 2020

[92] Wawancara dengan Dio Heksa Teller Bank Muamalat Indonesia KCP Blitar, 20 Agustus 2020

[93] Wawancaa dengan Suttin nasabah Bank Muamalat KCP Blitar, 23 Agustus 2020

"Pelayanan disini sebenarnya ramah, namun karena hanya ada 1 orang yang melayani (Customer Service) kami harus menunggu lama. Terlebih ketika melakukan pencairan dana, banyak dari kami belum mengetahui persyaratan yang harus di bawa. Jadi kami harus bolak-balik dari tempat fotocopy ke BMI. Karena harus foto terlebih dahulu untuk melengkapi berkas."

Bapak Eko mengatakan:[94]

"Kita harus siap mengantri dengan nasabah yang lain juga kalo mau ke CS karena ya masih ada dan nasabah yang mau ke CS kadang cukup banyak apalagi yang pemula seperti saya dulu awal-awal jadi perlu penjelasan dan saya juga banyak tanya tentang tabungan IB Hijrah Haji ini"

Ibu Mariati mengatakan:[95]

" Pelayanan Customer Service sangat ramah dan mudah dipahami tapi ya harus mau mengantri karena jumlahnya masih ada 1 dan yang perlu ke CS lumayan banyak"

b. Kendala Eksternal

1) Jangkauan pendaftaran Tabungan Haji

Hambatan yang dialami BMI tentang keberadaan atau kangtor BMI KCP Blitar yang belum bisa menjangkau seluruh wilayah Blitar.

Ibu Suci Puspita Sari selaku Customer Service mengatakan:[96]

" Karena banyak masyarakat atau nasabah yang tinggalnya jauh dari unit BMI terkadang nasabah harus menuju bank dengan jarak yang lumayan jauh".

Ibu Mega Nurjayanti selaku RM Funding mengatakan:[97]

"Ya untuk kendala eksternalnya sendiri kami mengerti bahwa banyaknya nasabah yang masih mengalami jangkauan ke Bank jauh jadi harus rela menempuh jarak untuk sampai

[94] Wawancaa dengan Eko nasabah Bank Muamalat KCP Blitar, 21 Agustus 2020

[95] Wawancara dengan Mariati nasabah Bank Muamalat KCP Blitar, 24 Agustus 2020

[96] Wawancara dengan Suci Puspita Customer Service Bank Muamalat Indonesia KCP Blitar, 18 Agustus 2020

[97] Wawancara dengan Mega Nurjayanti RM Funding Bank Muamalat Indonesia KCP Blitar, 18 Agustus 2020

lokasi tujuannya yakni Bank Muamalat tapi selalu kami cari solusi yang efisien agar memudahkan nasabah khususnya tabungan IB Hijrah Haji ini ya"

Ditambah penjelasan dari beberapa nasabah diantaranya Ibu Sutiin mengatakan:[98]

"*Karena rumah saya berada di desa kurang lebih 45 menit untuk sampi kesini ya akhirnya mau tidak mau kalau saya mau mengangsur harus menempuh jarak dan waktu sedemikian*"

Bapak Eko mengatakan:[99]

" Jarak yang ditempuh ya lumayan kalo saya dari rumah sampai sini 30 menit lumayan jauh menurut saya untuk sampai ke BMI ini".

Berdasarkan pemaparan dari beberapa narasumber keterbatasan unit dari BMI maka nasabah juga harus mau menempuh jarak yang cukup jauh untuk smapai BMI.

2) Keraguan masyarakat tentang adanya Bank Muamalat Indonesia sebagai Bank Syariah.

Dijelaskan oleh Customer Service yaitu Ibu Suci Puspitasari yaitu:[100]

"Beberapa masyarakat masih asing dengan Bank Muamalat Indonesia mereka menganggap BMI ini adalah bank konvensional seperti bank-bank pada umumnya".

Ibu Mega Nurjayanti selaku RM Funding mengatakan:[101]

"Ya memang beberapa masyarakat masih beranggapan bahwa bank itu sama saja antara bank konvensional sama dengan bank syariah jadi terkadang ragu untuk bergabung dengan kami di Bank Muamalat, jadi ini menjadi tugas kami juga untuk menjelaskan perbedaan antara bank ini mulai dari produk- produk yang ditawarkan, akad yang dipakai, tata cara menabung dan lainlain juga itu perlu dijelaskan agar tidak terjadi salah faham".

---

[98] Wawancara dengan Suttin nasabah Bank Muamalat KCP Blitar, 23 Agustus 2020

[99] Wawancara dengan Eko nasabah Bank Muamalat KCP Blitar, 21 Agustus 2020

[100] Wawancara dengan Suci Puspita Customer Service Bank Muamalat Indonesia KCP Blitar, 18 Agustus 2020

[101] Wawancara dengan Mega Nurjayanti RM Funding Bank Muamalat Indonesia KCP Blitar, 18 Agustus 2020

Berdasarkan pemaparan diatas dijelaskan bahwa masih ada masyarakat yang kurang mengerti serta memahami banwa BMI adalah Bank syariah yang ada di Indonesia.

3. **Solusi untuk mengatasi Kendala pada Strategi Pemasaran Tabungan IB Hijrah Haji di Bank Muamalat Indonesia KCP Blitar**.
   a. Solusi dari Kendala Internal
      1) Kendala yang pertama yaitu mengenai kurangnya minimnya SDM khususnya Customer Service pada pelayanan yang akan berpengaruh pada target strategi pemasaran tabungan IB Hijrah Haji yang dilakukan, begini pemaparan Mega Nurjayanti:[102]

" Bagi nasabah baru untuk tabungan IB Hijrah Haji sebaiknya terlebih dahulu melihat web resmi BMI agar bisa mempelajari terlebih dahulu seputar tabungan IB Hijrah Haji dan kemudian bisa konsultasi ke Customer Service sehingga tidak terjadi antrian saat konsultasi. Untuk nasabah baru kami menyarankan agar menginstal Mobile Banking BMI ini bertujuan untuk mempermudah nasabah itu sendiri".

Suci Puspita selaku *Customer Servise* menambahkan:[103]

" Disini pelayanan dari Customer Servise yang hanya satu sedangkan minat menabung nasabah setiap harinya bertambah. Solusinya yakni penambahan Customer Servise jika memang sangat diperlukan atau membuat aplikasi untuk diinstal yang sistemnya berguna untuk mempermudah nasabah sehingga tidak terjadi antrian panjang".

Dio Heksa selaku Teller juga menambahkan:[104]

" Karena disini kantor cabang pembantu solusinya mungkinpenambahan karyawan untuk teller juga perlu. Sebab sampai sekarang antrian juga banyak sehingga mengurangi kenyamanan nasabah".

Selain itu peneliti juga melakukan wawancara dengan beberapa nasabah. Bapak Eko mengatakan:[105]

[102]Wawancara dengan Mega Nurjayanti RM Funding Bank Muamalat Indonesia KCP Blitar, 18 Agustus 2020

[103] Wawancara dengan Suci Puspita Customer Service Bank Muamalat Indonesia KCP Blitar, 18 Agustus 2020.

[104] Wawancara dengan Dio Heksa Teller Bank Muamalat Indonesia KCP Blitar, 20 Agustus 2020.

[105] Wawancaa dengan Eko nasabah Bank Muamalat KCP Blitar, 21 Agustus 2020.

“ Dari penjelasan pihak Customer Servise bagi nasabah khususnya nasabah baru di BMI diharuska menginstal Mobile Banking ini bertujuan untuk mempermudah nasabah saat bertransaksi. Selain itu untuk mengurangi antri di CS untuk nasabah yag akan melakukan konsultasi terlebih dahulu membaca tentang produk yang akan digunakan di web resmi Bank Muamalat Indonesia”.

Pernyataan nasabah haji lainnya yaitu Ibu Sutiin sebagai berikut: [106]

“ *Dengan adanya aplikasi yang telah dijelaskan oleh CS menurut saya sangat mempermudah nasabah tanpa harus mengantri di Kantor*”.

Berdasarkan penjelasan dari beberapa nasabah dengan adanya solusi yang diberikan dari Bank Muamalat mulai dari menginstal aplikasi dan mempelajari produk-produk di web resmi BMI sangat membantu nasabah untuk mempermudah saat bertransaksi.

B. Temuan Peneliti

Setelah semua hasil dari penelitian dipaparkan, maka selanjutnya yaitu menyampaikan hasil temuan yang berkaitan dengan pokok pembahasan pada penelitian ini. temuan penelitian merupakan pengungkapan data hasil dari penelitian lapangan yang dilakukan oleh peneliti. Dalam temuan peneliti ini nantinya akan memaparkan data hasil yang akan digunakan untuk menjawab penelitian yang telah dirumuskan, serta memudahkan peneliti dalam mengolah paparan data bahasan selanjutnya. Hasil dari penelitian di Bank Muamalat Indonesia Tbk, KCP Blitar dapat dikemukakan temuan sebagai berikut:

1. Strategi Pemasaran Produk Tabungan IB Hijrah Haji di Bank Muamalat KCP Blitar

[106] Wawancara dengan Suttin nasabah Bank Muamalat KCP Blitar, 23 Agustus 2020.

Strategi pemasaran yang digunakan Bank Muamalat Indonesia Tbk, KCP Blitar yaitu *Marketing Mix 4P:*

a. *Product* (Produk) yaitu dalam mengembangkan produknya BMI melakukan beberapa hal yaitu menciptakan *branding* misalnya saja untuk tabungan haji menjadi IB Hijrah Haji. Selain itu tabungan haji ini memnggunakan akad *wadi'ah* atau titipan.
b. *Price* (Harga) yaitu harga yang ditawarkan produk tabungan haji untuk setoran awal pembukaan sebesar Rp. 50.000,- dan bisa diangsur sesuai kemampuan nasabah sampai Rp. 25.000.000,- untuk selanjutnya pihak BMI akan mendaftarkan calon nasabah haji.
c. *Place (*Tempat) yaitu berada di pusat kota Blitar yaitu di JL. A Yani Ruko MTC Blok H Blitar.
d. *Promotion* (Promosi) yaitu secara online maupun offline. Untuk online BMI menyediakan web resmi muamalat sedangkan offline penyebaran brosur, ikut serta dalam pengajian, acara-acara besar yang diselenggarakan kota Blitar seperti bazaar dan jemput bola atau karyawan langsung mendatangi rumah-rumah calon nasabahnya.

2. Kendala Strategi Pemasaran Tabungan IB Hirah Haji di Muamalat Indonesia KCP Bitar

Kendala yang dihadapi Bank Muamalat Indonesia KCP Blitar dalam melakukan proses pencapaian strategi pemasaran haji yaitu:

a. Kendala Internal yaitu keterbatasan SDM dan sempitnya lahan atau kantor dari BMI.

b. Kendala Eksternal yaitu jangkauan untuk daerah terpelosok bagi calon nasabah haji dan keraguan masyarakat tentang BMI sebagai salah satu bank syariah.

3. **Solusi untuk mengatasi Kendala pada Strategi Pemasaran Tabungan IB Hijrah Haji di Bank Muamalat Indonesia KCP Blitar**.

   Solusi yang digunakan Bank Muamalat Indonesia KCP Blitar yaitu:

   a. Kendala internal adalah pengenalan web resmi BMI dan menginstal *mobile banking* yang bertujuan untuk mempermudah nasabah dalam bertransaksi.
   b. Kendala eksternal adalah disediakannya mobil branch dan penyebaran informasi baik cetak maupun elektronik.