

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Paparan Data

1. Sejarah Berdirinya Bank Muamalat

Bank Muamalat Indonesia merupakan Bank umum pertama di Indonesia yang menerapkan prinsip Syariah Islam dalam menjalankan operasinya. PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk. didirikan pada 24 Rabiul Tsani 1412 H atau 1 November 1991, diprakarsai oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI) dan Pemerintah Indonesia, dan memulai kegiatan operasinya pada 27 Syawwal 1412 H atau 1 Mei 1992.¹ Dengan dukungan nyata dari eksponen Ikatan Cendekiawan Muslim se-Indonesia (ICMI) dan beberapa pengusaha Muslim, pendirian Bank Muamalat juga menerima dukungan masyarakat, terbukti dari komitmen pembelian saham Perseroan senilai Rp 84 miliar pada saat penandatanganan akta pendirian Perseroan. Selanjutnya, pada acara silaturahmi peringatan pendirian tersebut di Istana Bogor, diperoleh tambahan komitmen dari masyarakat Jawa Barat yang turut menanam modal senilai Rp 106 miliar.

Pada tanggal 27 Oktober 1994, hanya dua tahun setelah didirikan, Bank Muamalat berhasil menyandang predikat sebagai Bank Devisa.

¹Bank Muamalat Indonesia, “*profil Bank Muamalat*” dalam <http://www.bankmuamalat.co.id/tentang/profil-muamalat> diakses pada tanggal 8 februari 2019 pukul 10.00

Pengakuan ini semakin memperkokoh posisi Perseroan sebagai Bank Syariah pertama dan terkemuka di Indonesia dengan beragam jasa maupun produk yang terus dikembangkan. Dalam 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 dan 2002 merupakan masa-masa yang penuh tantangan sekaligus keberhasilan bagi Bank Muamalat. Dalam kurun waktu tersebut, Bank Muamalat berhasil membalikkan kondisi dari rugi menjadi laba berkat upaya dan dedikasi setiap Kru Muamalat, ditunjang oleh kepemimpinan yang kuat, strategi pengembangan usaha yang tepat, serta ketaatan terhadap pelaksanaan Perbankan Syari'ah secara murni.

Melalui masa-masa sulit ini, Bank Muamalat berhasil bangkit dari keterpurukan. Diawali dari pengangkatan kepengurusan baru dimana seluruh anggota Direksi diangkat dari dalam tubuh Muamalat, Bank Muamalat kemudian menggelar rencana kerja lima tahun dengan penekanan pada (i) tidak mengandalkan setoran modal tambahan dari para pemegang saham, (ii) tidak melakukan PHK satu pun terhadap sumber daya insani yang ada, dan dalam hal pemangkasan biaya, tidak memotong hak Kru Muamalat sedikitpun, (iii) pemulihan kepercayaan dan rasa percaya diri Kru Muamalat menjadi prioritas utama di tahun

pertama kepengurusan Direksi baru, (iv) peletakan landasan usaha baru dengan menegakkan disiplin kerja Muamalat menjadi agenda utama di tahun kedua, dan (v) pembangunan tonggak-tonggak usaha dengan menciptakan serta menumbuhkan peluang usaha menjadi sasaran Bank Muamalat pada tahun ketiga dan seterusnya, yang akhirnya membawa Bank kita, dengan rahmat Allah Rabbul Izzati, ke era pertumbuhan baru memasuki tahun 2004 dan seterusnya.

Saat ini Bank Muamalat memberikan layanan bagi lebih dari 2,5 juta Nasabah melalui 275 gerai yang tersebar di 33 Provinsi di Indonesia. Jaringan BMI didukung pula oleh aliansi melalui lebih dari 4000 Kantor Pos Online/SOPP di seluruh Indonesia, 32.000 ATM, serta 95.000 merchant debit. BMI saat ini juga merupakan satu-satunya Bank Syari'ah yang telah membuka Cabang Luar Negeri, yaitu di Kuala Lumpur, Malaysia. Untuk meningkatkan aksesibilitas Nasabah di Malaysia, kerjasama dijalankan dengan jaringan Malaysia Electronic Payment System (MEPS) sehingga layanan BMI dapat diakses di lebih dari 2000 ATM di Malaysia. Sebagai Bank Pertama Murni Syari'ah.

Bank muamalat berkomitmen untuk menghadirkan layanan Perbankan yang tidak hanya comply terhadap syari'ah, namun juga kompetitif dan aksesibel bagi masyarakat hingga pelosok nusantara. Komitmen tersebut diapresiasi oleh Pemerintah, media massa, lembaga Nasional dan Internasional serta masyarakat luas melalui lebih dari 70

Award bergengsi yang diterima oleh BMI dalam 5 tahun Terakhir. Penghargaan yang diterima antara lain sebagai Best Islamic Bank in Indonesia 2009 oleh Islamic Finance News (Kuala Lumpur), sebagai Best Islamic Financial Institution in Indonesia 2009 oleh Global Finance (New York) serta sebagai The Best Islamic Finance House in Indonesia 2009 oleh Alpha South East Asia (Hong Kong).

2. Visi dan Misi

a. Visi

Menjadi Bank syari'ah terbaik dan termasuk dalam 10 besar Bank di Indonesia dengan eksistensi yang diakui di tingkat regional:

b. Misi

Membangun Lembaga Keuangan Syariah yang unggul dan berkesinambungan dengan pekatan pada semangat kewirausahaan berdasarkan prinsip kehati-hatian, keunggulan sumber daya manusia yang Islami dan professional serta orientasi investasi yang inovatif, untuk memaksimalkan nilai kepada seluruh pemangku kepentingan.

3. Struktur Organisasi dan Tugas Wewenang Bank Mumalat

a. Branch Manager

Branch Manager merupakan pimpinan kantor cabang yang bertanggung jawab atas pencapaian dan kinerja cabang dengan melakukan perencanaan, monitoring dengan evaluasi fungsi dan pencapaian sales, covering area dan pengelolaan customer untuk

memenuhi target penjualan yang ditetapkan perusahaan beberapa wewenang atau tugas yang dilakukan oleh branch manager diantaranya adalah:

1. Bertindak sebagai pimpinan cabang dan bertanggung jawab pada direktur utama semua operasional cabang.
2. Memimpin kegiatan pemasaran dalam perbankan. Pemasaran perbankan sangat penting dilakukan, hal ini untuk memaksimalkan pendapatan bank. Manager bank harus bias memimpin kegiatan pemasaran produk-produk perbankan, kegiatan pemasaran tersebut bias menggunakan dana yang seefektif dan seefisien mungkin agar program pemasaran yang direncanakan bias dijalankan dengan baik.
3. Memonitor kegiatan operasional perusahaan, monitoring kegiatan operasional perusahaan bias dilakukan dengan menyusun rencana bisnis bank atau RBB. Setelah penyusunan tersebut maka Branch Manager bias menjalankan RBB bukan hanya disusun dan dijalankan saja, namun Manager Bank harus memonitor rencana tersebut apakah benar-benar dijalankan dengan baik oleh stafnya atau kah tidak.
4. Observasi atas kinerja karyawan. Branch Manager bank bisa melakukan observasi langsung terhadap kinerja bawahannya. Hal ini penting dilakukan untuk mengetahui sejauh mana karyawan melakukan pekerjaan yang ditugaskan oleh manager.

Memberikan solusi terhadap semua masalah. Branch manger bukan hanya memerintah bawahannya saja, namun manager cabang juga wajiB memberikan solusi terhadap semua masalah yang dihadapi karyawannya, baik masalah dengan nasabah ataupun masalah dengan sesame karyawan.

b. Operational Manager

Tugas seorang marketing manager adalah untuk memimpin dan bertanggung jawab terhadap seluruh proses kegiatan marketing agar target perusahaan dapat tercapai. Adapun Job descriptionnya adalah sebagai berikut :

1. Mengkoordinasi dan meningkatkan penjualan melalui channel online atau offline.
2. Mengkoordinasikan semua media, organizer acara dan rekan bisnis untuk keperluan promosi dan meningkatkan penjualan.
3. Menjaga efektivitas dari inventory level dengan penjualan.
4. Mengevaluasi pencapaian target sales.
5. Melakukan strategi pemasaran yang efektif serta berorientasi pada pencapaian dan peningkatan target sales.
6. memberikan pengarahan serta problem solving terhadap masalah yang berkaitan dengan pencapaian sales.
7. Membangun serta menjaga hubungan dengan mitra bisnis, klien dan vendor.

8. Melakukan pembinaan dan penilaian terhadap perilaku dan prestasi bawahan.
9. Mengembangkan produk atau jasa dari perusahaan.

c. Manager Marketing : Muhammad Mundzir

Sesuai dengan nama jabatannya, pada jabatan operasional manager memiliki tugas utama atas seluruh aktivitas operasional perusahaan. secara lebih detail tugas dari operational manager adalah sebagai berikut :

1. Bertanggung jawab kepada branch manager atas semua pelaksanaan standar operasional perusahaan.
2. Mengawasi serta melakukan koordinasi kegiatan operasional. Operational Manager harus melakukan koordinasi untuk pengawasan semua aktivitas yang dilakukan oleh staf perbankan yang berkaitan dengan kegiatan operasional seperti yang tergambar pada bagan. Koordinasi tersebut dilakukan agar kegiatan operasional perbankan bisa berjalan dengan maksimal dan tidak ada kegiatan operasional yang sia-sia.
3. Melakukan pengembangan kegiatan operasional. Kegiatan operasional kantor cabang juga harus dikembangkan, apakah itu pelayanannya ataupun produk-produk perbankan yang dimiliki. Pengembangan kegiatan dalam hal pelayanan bisa dilakukan

operation manager dengan mengadakan training secara rutin. kegiatan lain yang juga bisa dilakukan oleh pihak perbankan adalah dengan mengadakan rapat kinerja staf secara rutin.

d. Penagihan Kredit Macet

Peran Debt Collector dalam penagihan kredit macet memang dianggap dapat menyelesaikan masalah dengan cepat dan efisien. oleh karena itu tidak sedikit perbankan dan perusahaan pemegang kartu kredit yang menggunakan jasa mereka. Namun mindset atau pandangan masyarakat mengenai Debt Collector sudah terlanjur negatif. Masyarakat tentu melihat seorang Debt Collector kerjanya hanya menguber-uber nasabah atau konsumen yang berhutang atau menunggak tagihan kartu kreditnya. Pandangan seperti itu memang tidak sepenuhnya salah. hal itu dikarenakan banyak kejadian atau kasus yang mungkin juga dialami oleh anda sendiri saat berurusan dengan debt collector.

e. Marketing Landing Funding

Coord of Funding merupakan marketing funding yang ditunjuk sebagai penanggung jawab atas semua kinerja relationship manager atau marketing funding. Tugas dan wewenang Coord of Financing adalah :

1. Bertanggung jawab pada branch manager tentang kinerja marketing funding dalam mencapai target yang telah ditentukan.
2. Menjadi jembatan untuk memudahkan koordinasi antara relationship manager funding dengan branch manager.

f. Office Operational

Adapun tugas dari back office pada suatu bank adalah sebagai pendukung dari bagian front office (office department, marketing, termasuk Teller dan juga Customer Services). Selain itu secara umum tugas back office adalah melanjutkan (follow up) atas suatu transaksi bank yang dilakukan nasabah pada front office.

g. Legal

Legal Officer memiliki tugas serta fungsi cukup penting dalam sebuah perusahaan, khususnya untuk berbagai bentuk badan usaha, karena operasional perusahaan sangat tergantung pada perizinan dan otoritas legal lainnya. Dokumen dokumen perizinan, kontrak, dan surat-surat yang harus dikelola merupakan penggerak di dalam back office operasional perusahaan. Tanpa adanya dokumen izin industri, dapat dipastikan roda mesin pabrik sebuah perusahaan tidak akan berputar sebagaimana mestinya.

Tanpa arahan dan nasehat hukum dari legal officer, direksi perusahaan akan berjalan meraba tanpa penerangan. segala hal yang berhubungan dengan jalannya perusahaan hampir selalu berurusan dengan hukum, baik dalam urusan internal maupun eksternal.

h. Customer Service

Pada dasarnya tugas head customer service dan customer service adalah sama, hanya saja head customer service sebagai koordinator untuk memudahkan koordinasi dengan jajaran di atasnya.

i. Teller

Fungsi seorang teller adalah memberikan layanan perbankan bagi nasabah dan atau calon nasabah di sebuah bank. fungsi teller menjadi sangat krusial karena setiap hari mereka lah yang langsung berhadapan dengan nasabah, hal ini tentunya harus ditunjang penampilan yang sempurna setiap saat bagi semua teller bank.

4. Produk-Produk yang Tersedia Di Bank Muamalat K.H Mas Mansyur

Seiring dengan peningkatan kebutuhan nasabah terhadap produk-produk Perbankan Syariah, Bank Muamalat senantiasa menciptakan inovasi baru dan menyediakan layanan produk-produk

Perbankan baik dalam hal pendanaan, pembiayaan maupun investasi.

Produk-produk Bank Muamalat diantaranya :

1) Pendanaan

- a) Tabungan iB Hijrah Valas (Dollar)
- b) TabunganKu
- c) Tabungan iB Hijrah Rencana
- d) Tabungan iB Hijrah Haji
- e) Tabungan iB Hijrah Prima
- f) Tabungan iB Simple
- g) Tabungan iB Hijrah Prima Berhadiah
- h) Tabungan iB Hijrah Rencana Berhadiah
- i) Tabungan iB Hijrah Wadi'ah
- j) Tabungan iB Hijarah Mudharabah

2) Pembiayaan

- a) KPR Muamalat iB
 - 1) KPR iB Pembelian
 - 2) KPR iB Kongsi
- b) Pembiayaan iB Muamalat Multiguna

3) Kartu Shar-E Debit

- a) Kartu Shar-E Debit Ihram
- b) Kartu Shar-E Debit Reguler DPN
- c) Kartu Shar-E Debit Klasik
- d) Kartu Shar-E Gold

- 4) Deposito iB Hijrah
- 5) Giro
 - a) Giro iB Hijrah Attijary
 - b) Giro iB Hijrah Ultima

5. Strategi Pemasaran Produk Deposito IB Hijrah Di Bank Muamalat KC Mas Mansyur Surabaya

Strategi pemasaran merupakan salah satu cara yang dapat dilakukan oleh setiap Bank Syariah, dengan melakukan pemasaran yang tepat maka akan menguntungkan bagi bank tersebut dan salah satunya yakni Bank Muamalat KC Mas Mansyur dimana pada penelitian ini strategi pemasaran yang digunakan lebih terfokus pada produk investasi atau biasa disebut dengan produk Deposito iB Hijrah. Produk ini menawarkan investasi yang menguntungkan dengan menggunakan bagi hasil pada nasabahnya.

Beberapa persyaratan yang harus dipenuhi nasabah sebelum melakukan pendanaan dengan menggunakan produk deposito sebagai berikut :²

Deposito syariah dalam mata uang Rupiah dan US Dollar yang fleksibel dan memberikan hasil investasi yang optimal bagi Anda.

Keuntungan nasabah :

²Bank Muamalat, "Produk & Layanan Deposito", <https://www.bankmuamalat.co.id/deposito-consumer/deposito-iB-hijrah> (27 Juli 2019)

- a. Menguntungkan, dapatkan bagi hasil yang optimal
- b. Ketenangan hati, dana investasi Anda dikelola secara syariah dan dapat memberikan ketenangan batin untuk Anda
- c. Fleksibel, pilih jangka waktu sesuai dengan kebutuhan Anda, yaitu 1, 3,6 atau 12 bulan
- d. Sebagai jaminan, kelak anda bisa menggunakan Deposito iB Hijrah sebagai jaminan pembiayaan jika diButuhkan

Syarat-syarat pengajuan Deposito iB Hijrah Bank Muamalat KC Mas Mansyur :

- a. Perorangan
 - 1) Mengisi Formulir pembukaan rekening
 - 2) Melampirkan fotokopi identitas diri: WNI: KTP/ SIM, WNA: KITAS/ KITAP, paspor dan surat referensi
 - 3) Lampirkan NPWP/ surat pernyataan terkait (WNI) atau tax registration (WNA)
- b. Non-Perorangan
 - 1) . Mengisi formulir pembukan rekening
 - 2) Melampirkan berkas seperti:
 - a) NPWP
 - b) Akta pendirian perusahaan
 - c). Izin usaha yaitu TDP dan SIUP bagi badan usaha
 - d) Surat kuasa penunjukan pengelolaan rekening
 - e) Bukti identitas penerima dan pemberi kuasa

Table 4.1
Produk Deposito iB Hijrah

Deskripsi	Deposito Mudharabah
Kategori Nasabah	1. Perorangan 2. Badan Hukum
Minimal Saldo Rekening	Rp 5.000.000 USD 1.000
Pilihan Jangka Waktu	1. 1 Bulan 2. 3 Bulan 3. 6 Bulan 4. 12 Bulan
Fasilitas Asuransi	Tidak Ada

Sumber : <https://www.bankmuamalat.co.id/deposito-consumer/deposito-iB-hijrah>

Dari spesifikasi di atas pada dasarnya Bank Muamalat Mas Mansyur melakukan pemasaran melalui media sosial karena masyarakat sekarang mudah dan cepat mendapatkan informasi melalui media social. Salah satunya yakni dengan Telepon nasabah *existing* (nasabah lama) dan mempertahankan nasabah *existing* (nasabah lama) yang sudah menaruh dananya dan Bank tidak perlu menjelaskan lagi produknya pada nasabah. pendekatan kepada nasabah secara terus menerus bertujuan agar nasabah merekomendasikan ke pihak keluarganya yang lain agar bisa tertarik di Bank Muamalat, mengunjungi nasabah prioritas dan mencari nasabah yang belum mengenal Bank Muamalat sama sekali.³

Nasabah merupakan sumber asset bagi Bank Muamalat KC Mas Mansyur, sehingga tak jarang bank mempunyai inisiatif dan terus mencari banyak cara untuk menjaga loyalitas nasabah agar bertahan di Bank Muamalat KC Mas Manyur Surabaya. Supaya Bank dapat

³ Tata, Wawancara, Surabaya,.....4 Juli 2019

mempertahankan pangsa pasar simpanan diperlukan pembinaan terhadap nasabah simpanannya dengan cara mengunjungi nasabah ataupun dengan cara menelponnya. Di dalam pemasaran modern tidak hanya memasarkan produk dengan baik, menetapkan harga yang menarik dan membuat produk terjangkau oleh konsumen, namun perusahaan juga harus berkomunikasi dengan para nasabah.⁴

Strategi yang digunakan secara umum yakni open table, sebar brosur dan lain sebagainya. Bank Muamalat KC Mas Mansyur menggunakan strategi pemasaran 7P (*product, promotion, place, price, people, physical evidence, and process*):

1) Produk (*product*)

Bank Muamalat KC Mas Mansyur tidak bisa membuat produk sendiri tetapi produknya langsung dari pusat, strategi pemasarannya dengan mengemas produk deposito iB Hijrah lebih menarik dengan kata-kata simple yang mudah dipahami di proposal pengajuan seperti menaruh uang Di Bank Muamalat Mas Mansyur akan mendapatkan bagi hasil atau menaruh uang Di Bank Muamalat KC Mas Mansyur akan mendapatkan hadiah. Produk Bank Muamalat KC Mas Mansyur merupakan produk yang halal yang berprinsip syariah dan diawasi oleh dewan pengawas syariah.

2) Promosi (*promotion*)

⁴ Soetanto Hadinoto, *Bank Strategy On Funding And Liability Management*, (Jakarta: PT elex Media Komputindo, 2008), 81

Promosi yang dilakukan oleh bank muamalat kh mas mansyur seperti membuka open table di waktu ada kegiatan pengajian, mini gatering, seminar atau sosialisasi di lembaga-lembaga Islam untuk menunjukkan produk terbaru yang dimiliki Bank Muamalat KC Mas Mansyur yang menguntungkan bagi organisasi masyarakat Islam. Promosi merupakan upaya untuk memperkenalkan dan menawarkan produk kepada konsumen.

3) Tempat (*place*)

Strategi pemasaran tempat yang dimiliki oleh bank kh mas mansyur merupakan tempat yang strategis karena masuk dalam masuk dalam wilayah wisata religi sunan ampel sehingga warga sekitar mendapatkan keuntungan dari wisatawan dan bisa mendepositokan dananya Di Bank Muamalat KC Mas Mansyur.

4) Harga (*price*)

Bank Muamalat KC Mas Mansyur memiliki strategi dengan menetapkan harga deposito yaitu minimal menaruh dananya sebesar Rp.5.000.000 maka sudah bisa mendapatkan bagi hasil dengan kesepakatan di awal.

5) Manusia (*people*)

Manusia berperan penting dalam menerapkan strategi dari mulai penampilan, cara berbicara, jujur dan harus mentaati prinsip-prinsip syariah. Manusia harus memiliki data lembaga yang akan

dituju seperti nama ketua lembaga dan sejarah lembaga sehingga ada persiapan sebagai pendekatan kepada nasabah.

6) Bukti fisik (*physical evidence*)

Bank Muamalat KC Mas Mansyur memiliki strategi bukti fisik seperti mendengarkan komplain yang disampaikan oleh nasabah, mempunyai rasa peduli, tidak menyela saat nasabah menyampaikan komplain, menjelaskan komplain yang dialami nasabah dan memberikan solusi masalah yang dihadapi nasabah. Lingkungan yang ada Di Bank Muamalat KC Mas Mansyur memiliki fasilitas yang nyaman untuk nasabah seperti terdapat parkir yang memadai, brosur, AC, dan pemandangan yang islami.

7) Proses (*process*)

Bank Muamalat KC Mas Mansyur memiliki strategi proses dengan sering bersilaturahmi dengan nasabah, telepon nasabah untuk menanyakan kabar dengan tujuan untuk mendapatkan respon yang positif dari nasabah agar bisa bekerja sama dengan Bank Muamalat KC Mas Mansyur.

Strategi 7P diatur oleh Bank Muamalat pusat sebagai acuan Bank Muamalat KC Mas Mansyur dan setiap Bank pasti memiliki strategi sendiri sehingga

Pada dasarnya pemasaran produk yang dilakukan oleh Bank Muamalat KH Mas Mansyur secara umum sama, akan tetapi yang

membedakan hanya target nasabah pemasaran yang dituju. Bank Muamalat KH Mas Mansyur lebih mengutamakan menjaga nasabah lama (*existing*) sebagai asset bank dikemudian hari nasabah merasa nyaman dan memasarkan produk Bank Muamalat KC Mas Mansyur ke keluarga maupun ke kerabat dekat nasabah tersebut terutama produk deposito iB Hijrah dimana nasabah hanya menaruh dana dalam waktu yang disepakati akan mendapatkan bagi hasil sesuai kesepakatan diawal.⁵

B. Analisis Strategi Pemasaran Deposito IB Hijrah Bagi Organisasi Masyarakat Islam Di Bank Muamalat KC Mas Mansyur

Manusia memegang penting dalam praktik pemasaran, baik sebagai produsen maupun konsumen. *Marketer* harus jujur dan bertanggungjawab kepada produk yang diBuatnya. *Marketer* muslim harus memberikan perhatian dan perlindungan kepada *supplier* nya, karyawan, partner bisnis, konsumen dan masyarakat. *Marketer* muslim harus berhati-hati dalam melakukan bisnisnya, bahkan Rasulullah SAW berpesan untuk menghindari produk dan jasa dilarang dalam Islam, menghindari barang meragukan, jujur dalam membeli dan menjual, menghindari kegiatan penipuan, dan menghindari praktik spekulasi atau *gharar*.

Etika yang harus ada dalam pemasaran Islam yakni pemasar (*people*) harus menunjukkan rasa tanggung jawab dalam empat kategori: (a) tanggung jawab kepada Allah SWT (b) tanggung jawab terhadap masyarakat (c)

⁵ Tata, Wawancara, Surabaya,.....4 Juli 2019

bertanggung jawab kepada kesejahteraan sendiri dan (d) tanggung jawab terhadap lingkungan. Apabila *marketer* melakukan pelanggaran pada salah satu dari tanggung jawab tersebut maka tindakan itu adalah pelanggaran terhadap prinsip-prinsip Islam.

Promosi khusus produk deposito IB Hijrah pada Bank Muamalat KC Mas Mansyur Surabaya saat ini lebih kepada nasabah *Islamic* semisal Masjid, Hidayatullah, Muhammadiyah, NU, Al-Irsyad dan biasa disebut dengan organisasi masyarakat Islam. Bank syariah akan lebih mudah memasarkan karena kebanyakan sudah ada yang memahami Bank Syariah dan Bank ada tindakan khusus untuk organisasi masyarakat Islam yang bekerja sama dengan Bank Muamalat KC K.H Mas Mansyur.⁶

Pada dasarnya setiap Bank Syariah memiliki strategi khusus yang digunakan untuk lembaga Islam yang mendepositokan dananya maka akan mendapatkan bagi hasil yang lebih besar dan berbeda sama yang deposito individu atau perorangan karena saldo rata-rata lembaga organisasi masyarakat Islam lebih besar. Dengan menggunakan proposal pendanaan yang diajukan pada organisasi masyarakat Islam yang ada juga akan dapat membantu Bank menarik nasabah.⁷

Keuntungan yang akan didapat oleh organisasi masyarakat Islam adalah Menguntungkan, dapatkan bagi hasil yang optimal, Ketenangan hati dana investasi dikelola secara syariah dan dapat memberikan ketenangan

⁶ Tata, Wawanara, Surabaya,.....4 Juli 2019

⁷ Ibid.,

batin untuk Anda, Fleksibel, pilih jangka waktu sesuai dengan kebutuhan Anda, yaitu 1,3,6 dan 12 bulan, Sebagai jaminan kelak bisa menggunakan Deposito iB Hijrah sebagai jaminan pembiayaan jika diButuhkan.

Pemasaran yang dilakukan Bank Muamalat KC Mas Mansyur pada organisasi masyarakat Islam menggunakan 7P (*product, promotion, place, price, people, physical evidence, and process*) berikut penjelasannya:

1. Produk (*product*)

Bank Muamalat KC Mas Mansyur tidak bisa membuat produk sendiri tetapi produknya langsung dari pusat, strategi pemasarannya dengan mengemas produk deposito iB Hijrah lebih menarik dengan kata-kata simple yang mudah dipahami di proposal pengajuan seperti menaruh uang Di Bank Muamalat Mas Mansyur akan mendapatkan bagi hasil atau menaruh uang Di Bank Muamalat KC Mas Mansyur akan mendapatkan hadiah. Produk Bank Muamalat KC Mas Mansyur merupakan produk yang halal yang berprinsip syariah dan diawasi oleh dewan pengawas syariah.

Menekankan produk yang sesuai dengan Islam adalah produk yang memenuhi *karakteristik realistic* (hasil kreativitas), *humanistic* (produk yang manusiawi, disampaikan dengan cara yang santun dan proporsional) dan *transparansi* (sesama pelaku bisnis memperoleh informasi yang lengkap tentang spesifikasi produk).

2. Promosi (*promotion*)

Promosi yang dilakukan oleh bank muamalat kh mas mansyur seperti membuka open table di waktu ada kegiatan pengajian, mini gatering, seminar atau sosialisasi di lembaga-lembaga Islam untuk menunjukkan produk terbaru yang dimiliki Bank Muamalat KC Mas Mansyur yang menguntungkan bagi organisasi masyarakat Islam. Promosi merupakan upaya untuk memperkenalkan dan menawarkan produk kepada konsumen.

Promosi merupakan upaya untuk memperkenalkan dan menawarkan produk kepada konsumen. Dalam Islam dalam melaksanakan promosi dilarang memberikan informasi yang berlebihan. Rasulullah SAW sendiri dalam melakukan promosi barang yang diperdagangkan tidak pernah memberikan informasi yang berlebihan, justru beliau memberikan informasi apa adanya sehingga pembeli akan memperoleh informasi tentang produk secara jelas sebelum memutuskan untuk membelinya.

3. Tempat (*place*)

Strategi pemasaran tempat yang dimiliki oleh Bank Muamalat KC Mas Mansyur merupakan tempat yang strategis karena masuk dalam wilayah wisata religi sunan ampel sehingga warga

sekitar mendapatkan keuntungan dari wisatawan dan bisa mendepositokan dananya Di Bank Muamalat KC Mas Mansyur.

Place sebagai elemen marketing dapat diartikan sebagai distribusi dan tempat usaha yang menentukan keberhasilan strategi pemasaran secara efektif.

4. Harga (*price*)

Bank Muamalat KC Mas Mansyur memiliki strategi dengan menetapkan harga deposito yaitu minimal menaruh dananya sebesar Rp. 5.000.000 maka sudah bisa mendapatkan bagi hasil dengan kesepakatan di awal.

Islam tidak dibenarkan menetapkan harga murah di bawah pasar, melarang praktik *maysir* atau menerima keuntungan tanpa bekerja, mengubah harga tanpa diikuti perubahan kuantitas atau kualitas produk, dilarang menipu pelanggan demi meraup keuntungan, diskriminasi harga diantara pelaku bisnis, melarang propaganda palsu melalui media, gambling (perjudian), penimbunan dan mengontrol harga yang berakibat pada kelangkaan pasokan, menimbun produk apapun dilarang dalam Islam. Islam menekankan praktik *pricing policy* secara sehat dan mengikuti hukum *demand* dan *supply* yang terjadi secara alami (mekanisme pasar).

5. Manusia (*people*)

Manusia berperan penting dalam menerapkan strategi dari mulai penampilan, cara berbicara, jujur dan harus mentaati prinsip-prinsip syariah. Manusia harus memiliki data lembaga yang akan dituju seperti nama ketua lembaga dan sejarah lembaga sehingga ada persiapan sebagai pendekatan kepada nasabah.

Manusia memegang penting dalam praktik pemasaran, baik sebagai produsen maupun konsumen. *Marketer* harus jujur dan bertanggungjawab kepada produk yang dibuatnya. *Marketer* muslim harus memberikan perhatian dan perlindungan kepada supliernya, karyawan, patner bisnis, konsumen dan masyarakat. *Marketer* muslim harus berhati-hati dalam melakukan bisnisnya, bahkan Rasulullah SAW berpesan untuk menghindari produk dan jasa dilarang dalam Islam, menghindari barang meragukan, jujur dalam membeli dan menjual, menghindari kegiatan penipuan, dan menghindari praktik spekulasi atau gharar.

6. Bukti fisik (*physical evidence*)

Bank Muamalat KC Mas Mansyur memiliki strategi bukti fisik yang meliputi lingkungan yang ada Di Bank Muamalat KC Mas Mansyur memiliki fasilitas yang nyaman untuk nasabah seperti terdapat parkir yang memadai, brosur, AC, dan pemandangan yang islami.

Bukti fisik yang menjadi parameter bauran pemasaran adalah pertama, fasilitas eksterior, meliputi: *desain eksterior*, *signage* (simbol, arah, petunjuk), parkir, pemandangan, dan lingkungan sekitarnya. Seperti beberapa negara muslim yang mendesain bangunan Bank dan pusat perbelanjaan yang mengadopsi bentuk arsitektur Islam. Kedua, fasilitas interior meliputi unsur-unsur desain interior, peralatan yang digunakan untuk melayani pelanggan secara langsung atau digunakan untuk menjalankan bisnis, *signage* (simbol, arah, petunjuk), tata letak, kualitas sirkulasi udara dan suhu.

7. Proses (*process*)

Bank Muamalat KC Mas Mansyur memiliki strategi proses dengan sering bersilaturahmi dengan nasabah, telepon nasabah untuk menanyakan kabar dengan tujuan untuk mendapatkan respon yang positif dari nasabah agar bisa bekerja sama dengan Bank Muamalat KC Mas Mansyur.

Elemen proses meliputi prosedur, mekanisme, alur kegiatan dalam pelayanan. Proses juga menunjukkan bagaimana produk atau jasa disajikan sampai pada pengguna akhir. Dalam proses *marketer* harus memiliki integritas intelektual dan tingkat kesadaran yang lebih tinggi pada konsumen. *Marketer* harus menumbuhkan kepercayaan, berkomunikasi dan mempraktikkan nilai-nilai etika mendasar yang dapat meningkatkan kepercayaan konsumen. Dalam

melakukan proses *marketer* harus memiliki beberapa nilai-nilai dasar, seperti kejujuran, tanggung jawab, keadilan, rasa hormat, keterbukaan dan kemasyarakatan.