

**STRATEGI PEMASARAN PRODUK TABUNGAN  
iB MUAMALAT HAJI DAN UMRAH  
DI BANK MUAMALAT INDONESIA KANTOR CABANG  
SEMARANG**

**TUGAS AKHIR**

**Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan**

**Guna Memperoleh Gelar**

**Ahli Madya Perbankan Syari'ah**



**Disusun oleh :**

**MUHAMMAD NADZIF**

**NIM : 132503133**

**PROGRAM STUDI D3 PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG**

**2016**

**Dra. Hj. Nur Huda, M. Ag.**

**Jl. Tugu Lapangan No. H-40 Tambakaji RT/RW 04/05**

**Ngaliyan Semarang**

---

### **PERSETUJUAN PEMBIMBING**

Lamp : 4 (empat) eks.

Hal : Naskah Tugas Akhir

An. Sdr. Muhammad Nadzif

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UIN Walisongo Semarang

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Setelah saya meneliti dan mengadakan perbaikan seperlunya, bersama ini saya kirim naskah Tugas Akhir Saudara:

Nama : Muhammad Nadzif

NIM : 132503133

Judul : **Strategi Pemasaran Produk Tabungan iB Muamalat Haji dan Umrah di Bank Muamalat kantor cabang Semarang**

Dengan ini saya mohon kiranya Tugas Akhir saudara tersebut dapat segera dimunaqasyahkan.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Pembimbing

  
Dr. Hj. Nur Huda, M. Ag.

NIP. 196908301994032003



KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
Jl. Prof. Dr. Hamka (Kampus III) Ngaliyan Telp. (024) 7606405 Semarang 50185  
Website : febi.walisongo.ac.id - Email : febiwalisongo@gmail.com

PENGESAHAN

Nama : Muhammad Nadzif  
NIM : 132503133  
Judul/Tugas Akhir : **Strategi Pemasaran Produk Tabungan iB Muamalat Haji dan Umrah  
di Bank Muamalat kantor cabang Semarang**

Telah dimunaqasahkan oleh Dewan Penguji D3 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang dinyatakan LULUS dengan predikat cumlaude/baik/cukup, pada tanggal:

**10 Juni 2016**

Dan dapat diterima sebagai syarat guna memperoleh gelar Ahli Madya tahun akademik 2015/2016.

Semarang, 10 Juni 2016

Penguji I

Dr. Ari Kristin P., SE., M.Si  
NIP. 19790512 200501 2 004

Penguji II

Dra. Hj. Nur Huda, M. Ag.  
NIP. 19690830 199403 2 003

Penguji III

Heny Yuningrum, SE, M.Si.  
NIP. 19810609 200710 2 005



Penguji IV

Dr. H. Nur Fatoni, M.Ag.  
NIP. 19730811 200003 1 004

Pembimbing

Dra. Hj. Nur Huda, M. Ag.  
NIP. 19690830 199403 2 003

## **MOTTO**

“Iringilah pelaksanaan haji dan umrah karena keduanya (haji dan umrah) dapat melenyapkan kefakiran dan dosa-dosa, seperti alat peniup api menghilangkan karat yang ada pada besi, emas atau perak. Sungguh tidaklah ada balasan atau ganjaran bagi haji yang mabrur kecuali surga.”

**(HR. An Nasai, Ahmad dan At-Tirmidzi)**

## **PERSEMBAHAN**

Karya ini saya persembahkan kepada:

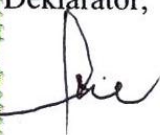
- Bapak dan Ibu .. “kasih sayangmu membuatku merasa tak sendiri di dunia yang ramai ini”.

## DEKLARASI

Dengan penuh kejujuran dan tanggung jawab, penulis menyatakan bahwa tugas Akhir ini tidak berisi materi yang telah pernah ditulis oleh orang lain atau diterbitkan. Demikian juga Tugas Akhir ini tidak berisi satupun pikiran-pikiran orang lain, kecuali informasi yang terdapat dalam referensi yang dijadikan bahan rujukan.



Semarang, 10 Mei 2016  
Deklarator,

  
**Muhammad Nadzif**  
**NIM. 132503133**

## ABSTRAK

Alasan peneliti meneliti strategi pemasaran produk tabungan iB Muamalat Haji dan Umrah di BMI KC Semarang karena peneliti tertarik dengan metode pemasaran Bank Muamalat Indonesia, banyaknya masyarakat muslim di kota Semarang serta fenomena daftar tunggu (*waiting list*) yang mencapai belasan tahun mampu dimanfaatkan Bank Muamalat Indonesia dengan menciptakan produk tabungan haji dan selalu berinovasi dalam strategi pemasaran. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana strategi pemasaran dan analisis terhadap strategi pemasaran produk tabungan iB Muamalat Haji dan Umrah di BMI KC Semarang.

Metodologi penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Penulis menggunakan data primer dengan teknik pengumpulan data melalui observasi langsung ke BMI KC Semarang dan melakukan wawancara secara sistematis untuk mendapatkan data dan informasi, serta menggunakan data sekunder yang penulis ambil dari studi kepustakaan yaitu menelaah buku-buku literatur yang berhubungan dengan penelitian yang dibahas.

Dari hasil penelitian ini diketahui BMI KC Semarang dalam memasarkan produk tabungan iB Muamalat haji dan umrah dengan merumuskan pasar yang dituju yaitu masyarakat muslim Semarang dan sekitarnya dari berbagai usia dan kalangan profesi. Serta mengembangkan marketing mix atau bauran pemasaran. Menciptakan produk dengan branding iB Muamalat Haji dan Umrah yang menerapkan akad *wadi'ah*. Dalam harga menawarkan Rp. 50.000 untuk setoran awal minimal. Tempat atau distribusi dengan menerapkan sistem jemput bola. Dan dalam promosi dengan brosur, *website*, penjualan pribadi dan membuat program Rezeki Haji Berkah yang berhadiah umrah gratis untuk lima pemenang setiap bulannya. Analisis yang dilakukan terhadap strategi pemasaran produk tabungan iB Muamalat Haji dan Umrah menemukan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman.

Kata kunci : Strategi Pemasaran Produk Tabungan

## KATA PENGANTAR

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Puji syukur kehadirat Allah SWT, karena segala rahmat, taufiq dan hidayah-Nya yang telah diberikan, penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini. Tak lupa kita panjatkan shalawat dan salam kepada Nabi Besar Muhammad SAW, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan tugas akhir yang berjudul: **“STRATEGI PEMASARAN PRODUK TABUNGAN iB MUAMALAT HAJI DAN UMRAH DI BANK MUAMALAT INDONESIA KANTOR CABANG SEMARANG”**. Tugas akhir ini disusun dalam rangka memenuhi salah satu syarat guna menyelesaikan pendidikan program Diploma 3 pada jurusan Perbankan Syari'ah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa proses penyusunan tugas akhir ini dapat selesai berkat bantuan dari berbagai pihak, bimbingan dan dorongan serta perhatiannya. Untuk itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H.Muhibbin, M.Ag selaku Rektor UIN Walisongo Semarang
2. Bapak Dr.H.Imam Yahya, M.Ag selaku Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang
3. Bapak Johan Arifin ,S.Ag., MM. selaku Ketua Program Studi D3 Perbankan Syari'ah
4. Ibu Dra. Hj. Nur Huda, M.Ag yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga, pikiran, untuk memberikan bimbingan dan pengarahan dalam penyusunan tugas akhir ini.
5. Seluruh dosen pengajar Program Studi D3 Perbankan Syari'ah UIN Walisongo Semarang.



6. Bapak ibuku tersayang serta semua keluarga yang selalu memberikan motivasi kepada penulis untuk menyelesaikan tugas akhir ini
7. Pegawai Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Semarang
8. Teman-temenku semua di D3 Perbankan Syari'ah UIN Walisongo Semarang yang telah memberikan dorongan dan doa.
9. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu dalam penyusunan tugas akhir ini

Penulis percaya bahwa Tugas Akhir ini masih jauh dari sempurna, sehingga penulis akan sangat berterima kasih atas kritik dan saran yang bersifat membangun guna penyempurnaan Tugas Akhir ini. Akhirnya penulis berharap semoga Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi yang membutuhkan

*Wassalamu 'alaikum Wr.Wb.*

Semarang, 10 Mei 2016

Penulis

MUHAMMAD NADZIF

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING</b> .....	ii
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	iii
<b>HALAMAN MOTTO</b> .....	iv
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	v
<b>HALAMAN DEKLARASI</b> .....	vi
<b>ABSTRAK</b> .....	vii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	viii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	x

### **BAB I PENDAHULUAN**

A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian .....	6
D. Kegunaan penelitian .....	6
E. Tinjauan Pustaka .....	7
F. Metode penelitian .....	9
G. Sistematika penulisan .....	11

### **BAB II LANDASAN TEORI**

A. Strategi Pemasaran	
1. Pengertian Strategi .....	13
2. Pengertian Pemasaran .....	15
3. Bauran Pemasaran .....	17
B. Produk dan Tabungan	
1. Pengertian Produk .....	20
2. Pengertian Tabungan .....	21

C. Haji dan Umrah	
1. Pengertian Haji .....	22
2. Pengertian Umrah .....	25

### **BAB III GAMBARAN UMUM LEMBAGA KEUANGAN SYARIAH**

A. Sejarah dan Perkembangan Bank Muamalat Indonesia .....	27
B. Visi, Misi, dan Motto .....	29
C. Struktur Organisasi .....	30
D. Gambaran Kerja .....	30
E. Produk-produk .....	35

### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

A. Pengertian tabungan iB Muamalat Haji dan Umrah .....	42
B. Strategi Pemasaran produk tabungan iB Muamalat Haji dan Umrah di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Semarang .....	44
C. Analisis Terhadap Strategi Pemasaran Produk Tabungan iB Muamalat Haji dan Umrah di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Semarang .....	50

### **BAB V PENUTUP**

A. Kesimpulan .....	54
B. Saran-Saran .....	55
C. Penutup .....	56

### **DAFTAR PUSTAKA**

### **LAMPIRAN**

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang

Berkembangnya bank Islam di Negara Islam berpengaruh ke Indonesia. Pada awal periode 1980-an, diskusi mengenai bank syari'ah sebagai pilar ekonomi Islam mulai dilakukan.<sup>1</sup> Akan tetapi prakarsa lebih khusus untuk mendirikan bank syariah di Indonesia baru dilakukan pada tahun 1990. Bank Syari'ah adalah suatu sistem perbankan yang dikembangkan berdasarkan prinsip syari'ah sedangkan prinsip syari'ah adalah prinsip hukum Islam dalam kegiatan perbankan berdasarkan fatwa yang dikeluarkan oleh lembaga yang memiliki kewenangan dalam penetapan fatwa dibidang syari'ah.

Dalam UU No. 21 tahun 2008 pasal 1 ayat 2 menyatakan, Bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk Simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan/atau bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat. Dari pasal tersebut dapat disimpulkan bahwa sistem hukum perbankan di Indonesia bank sebagai intermediary bagi masyarakat yang surplus dana dan masyarakat yang kekurangan dana.

Dikeluarkannya UU No 21 tahun 2008 harus di tanggapi positif bahwa ini merupakan salah satu bentuk perhatian pemerintah terhadap bank bagi hasil dari lebih populer dengan bank syariah. Menyadari hal itu prinsip bank syariah perlu di pertegas kembali, agar persepsi masyarakat yang memandang perbankan syariah sama dengan bank konvensional dapat dihilangkan. Karena hal itu akan menghambat proses sosialisasi yang terus di gulirkan, sehingga sikap masyarakat yang meliputi sikap terhadap system dan produk perbankan syariah menunjukkan prospek yang menggembirakan terhadap sistem maupun produk perbankan syariah. Untuk itu, perlu di

---

<sup>1</sup> Muhamad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah : Dari Teori ke Praktik*, Jakarta: Gema Insani Press, 2001, h. 25

ciptakan daya inovasi baru untuk mendapatkan produk baru sebagai variasi dan produk yang telah ada dan akhirnya mampu menciptakan segmentasi pasar baru di Antara pasar yang telah ada.

Perkembangan Lembaga Keuangan saat ini telah mengalami banyak perubahan. Setiap lembaga keuangan dihadapkan dengan masalah mengenai pemasaran maka dari itu, dapat merumuskan rencana strategi pemasaran kompetitif yang efektif, perusahaan perlu mendapatkan sejauh mungkin segala sesuatu mengenai pesaingnya. Perusahaan harus terus menerus membandingkan produk, harga, saluran dan promosi miliknya dengan milik pesaingnya. Perusahaan harus terus menerus membandingkan produk, harga, saluran dan promosi miliknya dengan milik pesaingnya. Dengan cara ini perusahaan akan dapat menemukan kekurangan atau keunggulan kompetitif yang ada, dan dapat melakukan kampanye yang kuat terhadap pesaing dan bila perlu dapat menyiapkan pertahanan yang kuat terhadap aksi pesaing.<sup>2</sup> Oleh karena itu, diperlukan suatu strategi pemasaran dalam usaha untuk meningkatkan anggota yaitu dengan mengukur kemampuan perusahaan dalam memasarkan produk dan layanan pada pelanggan, sebagai cara untuk mengetahui penilaian konsumen terhadap perkembangan lembaga.

Haji merupakan kewajiban yang mesti dipenuhi oleh umat Islam yang mampu, baik dari segi finansial, maupun fisik. Haji merupakan ibadah yang memerlukan pengorbanan keduanya. Dia termasuk rukun Islam yang kelima, yang wajib ditunaikan oleh setiap muslim yang mampu menjalankannya. Mengingkari kewajiban haji, sama dengan mengingkari kewajiban lainnya, walaupun dia tidak mampu melaksanakannya bukan berarti haji menjadi tidak wajib. Karena haji kewajiban yang mesti dipenuhi oleh manusia yang beriman dalam rangka memenuhi panggilan Allah SWT.

Ibadah Haji adalah rukun Islam kelima setelah syahadat, salat, zakat dan puasa yang wajib dilaksanakan oleh setiap orang Islam yang memenuhi

---

<sup>2</sup> Nembah F.Hartimbul Ginting. *Manajemen Pemasaran*, Bandung : CV. Yrama Widya, h. 241.

syarat, baik secara finansial, fisik, maupun mental dan merupakan ibadah yang hanya wajib dilakukan sekali seumur hidup. Ibadah haji adalah bentuk ritual tahunan yang dilaksanakan kaum muslim sedunia dengan berkunjung dan melaksanakan beberapa kegiatan di beberapa tempat di Arab Saudi pada suatu waktu yang dikenal sebagai musim haji. Hal ini berbeda dengan ibadah umroh yang bisa dilaksanakan sewaktu-waktu.

Untuk 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. Undang-Undang No.13/2008 bahkan mengatur secara tegas manajemen pelayanan dan administrasi pelaksanaan ibadah haji di tanah air. Meskipun bukan merupakan ibadah yang sederhana, sebagaimana dari kita sudah mafhum ketika mendengar gabungan dua kata yaitu “ ibadah haji”. Bahkan, secara otomatis, pikiran kita pun menerawang menuju ke kota makkah. Ibadah haji juga dapat di artikan sebagai aktivitas berkunjung ke rumah Allah Swt. (*Baitullah*) untuk melakukan *thawaf*, *sa'i*, *wukuf* di arafah, dan amalan manasik lainnya dalam waktu dan tempat tertentu. Sanggup mengadakan perjalanan berarti menyangkut kesanggupan fisik, materi, maupun rohani. Ketiganya merupakan syarat yang harus dipenuhi oleh seorang muslim yang hendak melaksanakan ibadah haji. Bila syarat tersebut belum terpenuhi, maka gugurlah kewajiban untuk menunaikannya. Sanggup juga bisa diartikan orang yang sanggup mendapatkan pembekalan dan alat-alat pengangkutan serta sehat jasmani dan perjalananpun aman.

Sebagaimana firman Allah SWT arti dalam QS.*Ali Imran* ayat 97

فِيهِ آيَاتٌ بَيِّنَاتٌ مَّقَامُ إِبْرَاهِيمَ ۖ وَمَنْ دَخَلَهُ كَانَ آمِنًا ۗ وَلِلَّهِ عَلَى النَّاسِ حِجُّ  
الْبَيْتِ مَنِ اسْتَطَاعَ إِلَيْهِ سَبِيلًا ۚ وَمَنْ كَفَرَ فَإِنَّ اللَّهَ غَنِيٌّ عَنِ الْعَالَمِينَ

Artinya “Di situ ada tanda-tanda keterangan yang nyata (yang menunjukkan kemuliaannya; di antaranya ialah) Makam Nabi Ibrahim. Dan siapa yang masuk ke dalamnya aman tenteramlah dia. Dan Allah mewajibkan manusia mengerjakan ibadah Haji dengan mengunjungi Baitullah yaitu sesiapa yang mampu sampai kepadanya. Dan sesiapa yang

*kufur(ingkar akankewajiban ibadat Haji itu), maka sesungguhnya Allah Maha Kaya (tidak berhajatkan sesuatu pun) dari sekalian makhluk”.*

Dalam suatu hadits dijelaskan tentang keutamaan ibadah haji, yang artinya “Rasulullah SAW bersabda: “*sesungguhnya jika engkau beranjak dari rumahmu menuju Baitul Haram (Ka’bah), maka untamu tidak meletakkan kakinya, tidak pula mengangkatnya, kecuali Allah menetapkan untukmu satu (ganjaran) kebajikan serta menghapus (dari catatan amalmu) satu dosa. Adapun sholat dua rakaat yang engkau lakukan setelah thawaf (maka ganjarannya) sama dengan memerdekakan seorang dari putra (Nabi) Isma’il as. Adapun sa’imu antar Shafa dan Marwah (Pahalanya) bagaikan memerdekakan tujuh puluh hamba sahaya. Adapun wukufmu pada sore hari di Arafah, maka sesungguhnya Allah ‘turun’ ke langit bumi untuk membanggakanmu di hadapan malaikat sambil berfirman: ‘Hamba-hamba-Ku datang berbondong-bondong dariseluruh penjuru, mereka mengharapkan surga-Ku. Seandainya dosa kamu (walau) sebanyak butir-butir pasir, atau tetesan-tetesan hujan, atau buih lautan, pasti kuampuni. Bertolaklah (dari ‘Arafah ke Mina) dalam keadaan telah diampuni dan untuk siapa yang engkau mintakan untuk diampuni.’ Adapun lontaran krikilmu, maka ia merupakan pengampunan dari dosa besar yang menjermuskan (ke neraka). Sedangkan penyembelihan (binatang/kurban) yang engkau lakukan, maka itu jadikan bekal untukmu di sisi Tuhanmu. Sesedangkan Pengguntingan (pencukuran) rambut yang engkau lakukan, maka untuk setiap rambut yang engkau cukur engkau mendapat satu (ganjaran) kebajikan dan menghapus darimu satu dosa. adapun thawafmu di sekeliling Ka’bah sesudah itu (thawaf Ifadhah sesudah bercukur), maka (sebenarnya) ketika itu, engkau melaksanakan thawaf dalam keadaan tidak mempunyai dosa; malaikat datang meletakkan tangannya di bahu mu sambil berkata ‘bekerjalah untuk masadatang, karena telah diampuni dosamu yang lalu’” (HR. ath-Thabrani dan al-Mundziri, rangkaian semua perawinya terpercaya dan ingatannya kuat)<sup>3</sup>.*

Dalam hadits lain riwayat An Nasai, Ahmad dan At-Tirmidzi juga dijelaskan “*Iringilah pelaksanaan haji dengan umrah karena keduanya (haji dan umrah) dapat melenyapkan kekafiran dan dosa, seperti alat peniup api menghilangkan karat yang ada pada besi, emas atau perak. Sesungguhnya tidak ada alasan atau ganjaran bagi haji yang mabrur kecuali surga”.*

Logikanya Indonesia merupakan penyumbang jamaah haji terbesar di dunia. Indonesia merupakan Negara berpenduduk muslim terbesar di dunia yang tersebar dari Sabang sampai Merauke, oleh karena itu merupakan salah satu modal utama kenapa banyak bank-bank konvensional membuka unit usaha syariah ataupun membuka bank syariah yang terlepas dari induk

---

<sup>3</sup> Syakur DJ Abdullah dan Amnalullah Halim, *Haji dan Umrah: Uraian manasik, hukum, nikmah, & panduan meraih haji mabrur/M. Quraish Shihab*, Tangerang: Lentera Hati, 2012, h. 515-517.

usahanya. 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. Karena banyaknya bank yang melihat peluang itu kemudian berlomba-lomba membuat produk tabungan yang sama sehingga persaingan semakin ketat maka diperlukan strategi pemasaran khusus untuk menarik minat nasabah.

Dari pengalaman yang penulis peroleh selama menjalani proses praktek kerja lapangan di Bank Muamalat Kantor Cabang Semarang, dari berbagai produk tabungan yang tersedia di Bank Muamalat Kantor Cabang Semarang, Tabungan iB Muamalat Haji dan Umrah merupakan salah satu produk unggulan yang ada. Dengan jumlah penduduk kota Semarang adalah 1.765.589 Jiwa<sup>4</sup> dan mayoritas di antaranya adalah penduduk muslim 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. Hal ini kemudian ditangkap menjadi peluang oleh bank-bank dan lembaga keuangan lain dengan membuat produk tabungan haji dengan berbagai strategi pemasaran untuk menarik minat nasabah. Peluang ini juga ditangkap oleh Bank Muamalat, untuk menarik minat nasabah pihak bank menerapkan berbagai macam strategi pemasaran, salah satunya dengan cara membuat program Rezeki Haji Berakah yang berhadiah lima tiket umrah gratis setiap bulannya.

Berdasarkan uraian tersebut penulis ingin mengadakan penelitian tentang strategi pemasaran yang dilakukan oleh pihak bank dengan judul “STRATEGI PEMASARAN PRODUK TABUNGAN IB MUAMALAT

---

<sup>4</sup><http://dispendukcapil.semarangkota.go.id/statistik/jumlah-penduduk>. Diakses pada tanggal 12 Maret 2016 pukul 22.40 WIB



HAJI DAN UMRAH DI BANK MUAMALAT INDONESIA KANTOR CABANG SEMARANG.”

### **B. Rumusan Masalah**

Dari uraian latar belakang di atas dapat dirumuskan pokok permasalahan yang menjadi fokus penelitian adalah:

1. Bagaimana Strategi Pemasaran produk Tabungan iB Muamalat Haji dan Umrah di Bank Muamalat Kantor Cabang Semarang?
2. Bagaimana Analisis terhadap strategi pemasaran produk Tabungan iB Muamalat Haji dan Umrah di Bank Muamalat Kantor Cabang Semarang?

### **C. Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah

1. Untuk mengetahui strategi pemasaran produk Tabungan iB muamalat Haji dan Umrah di Bank Muamalat Kantor Cabang Semarang.
2. Untuk mengetahui analisis terhadap strategi pemasaran produk Tabungan iB muamalat Haji dan Umrah di Bank Muamalat Kantor Cabang Semarang.

### **D. Kegunaan Penelitian**

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat manfaat dan berguna bagi beberapa aspek, diantaranya:

1. Kegunaan teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan mampu menambah informasi dan pengetahuan tentang strategi pemasaran produk Tabungan iB muamalat Haji dan Umrah di Bank Muamalat Kantor Cabang Semarang.

2. Kegunaan praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan informasi dan pengetahuan pada para praktisi dalam strategi pemasaran produk tabungan haji dan umrah pada Bank Syariah.

## E. Tinjauan Pustaka

Dalam kegiatan penelitian biasanya bertitik tolak pada ilmu pengetahuan yang sudah ada, pada umumnya semua peneliti akan memulai penelitiannya dengan cara menggali dari apa yang telah diteliti oleh para pakar peneliti sebelumnya. Pemanfaatan terhadap apa yang telah dikemukakan dan ditemukan oleh peneliti dapat dilakukan dengan mempelajari, mencermati, mendalami dan menggali kembali serta mengidentifikasi hal-hal yang sudah ada maupun yang belum ada. Untuk mengetahui hal-hal yang ada dan belum ada, dapat melalui laporan hasil penelitian dalam bentuk jurnal ataupun karya-karya ilmiah.

- 1) Skripsi Akhmad Nurasikin yang berjudul Strategi Pemasaran warung mikro Bank Syari'ah Mandiri (BSM) cabang kendal. Skripsi ini membahas tentang strategi pemasaran yang digunakan oleh warung mikro BSM cabang kendal dalam penjualan produknya antara lain :  
(a) Strategi produk yaitu; dengan menentukan moto lebih adil dan menentramkan dan menciptakan merk (PUM Tunas, Madya, dan Utama), (b) Strategi harga; jangka waktu angsuran minimal 12 bulan sampai 48 bulan sesuai plafond yang di inginkan nasabah dan angsuran tetap sampai dengan jatuh tempo, (c) Strategi tempat; menggunakan sistem jemput bola dan dekatnya outlet dengan tempat usaha nasabahnya dan (d) Strategi promosi; periklanan memasang spanduk di jalan, tempat, atau lokasi strategis dan mencetak brosur untuk disebar di setiap Sales outlet, pemberian cinderamata serta kenang-kenangan yang lainnya pada konsumen yang loyal.<sup>5</sup> Strategi yang digunakan hampir sama dengan yang digunakan BMI dalam memasarkan produk tabungan iB Muamalat Haji dan Umrah, yang membedakan di BMI dalam strategi promosi membuat program Rezeki Haji Berkah yang berhadiah umrah gratis.

---

<sup>5</sup> Skripsi. Akhmad Nurasikin, 2008, *Strategi Pemasaran Warung Mikro Bank Syari'ah Mandiri (BSM) cabang kendal*. IAIN Walisongo Semarang.

- 2) Tugas Akhir Noviyanto yang berjudul Strategi Pemasaran Produk Tim (Tabungan Investasi Masyarakat) Di BPRS Artha Surya Barokah Semarang. Penelitian ini membahas tentang strategi pemasaran yang dilakukan BPRS Artha Surya Barokah Semarang terhadap produk TIM (Tabungan Investasi Masyarakat) dengan menggunakan *marketing mix* atau biasa disebut dengan 4P yaitu *produk, price, place, promotion*. Dimana produk TIM merupakan elemen yang paling penting sebab dengan inilah BPRS dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan nasabah. Dengan ketentuan harga yang relatif murah dengan setoran awal Rp. 20.000 dan selanjutnya Rp. 10.000, dengan saluran distribusi ke pasar-pasar, sekolah-sekolah dan lingkungan sekitar di daerah Semarang adapun cara lain untuk mempromosikan BPRS Artha Surya Barokah dan produknya yaitu dengan memasang iklan, menyebarkan brosur-brosur dan penjualan pribadi dengan cara marketing mendatangi langsung ke lokasi dimana produk BPRS akan ditawarkan.<sup>6</sup> Strategi yang digunakan hampir sama dengan yang digunakan BMI dalam memasarkan produk tabungan iB Muamalat Haji dan Umrah, sama-sama menggunakan strategi harga yang relatif murah dan yang membedakan dengan BMI dalam strategi promosi membuat program Rezeki Haji Berkah yang berhadiah umrah gratis.
- 3) Tugas Akhir Joko Purnomo Hadi yang berjudul Strategi pemasaran Produk Tabungan Haji IB Tasya Baitullah di BPRS Suriyah Cabang Semarang. Penelitian ini membahas tentang strategi pemasaran dan kendala-kendala yang dihadapi dalam memasarkan produk tabungan haji IB Tasya Baitullah di BPRS Suriyah Cabang Semarang dengan menggunakan strategi pemasaran (a) Strategi produk, menciptakan branding dengan mempertimbangkan faktor-faktor berikut: mudah diingat, terkesan modern, dan memiliki arti positif (b) Strategi harga

---

<sup>6</sup> Tugas Akhir. Noviyanto, 2009, *Strategi Pemasaran Produk TIM (Tabungan Investasi Masyarakat) di BPRS Artha Surya Barokah Semarang*, IAIN Walisongo Semarang.

(c) Strategi tempat: menggunakan sistem jemput bola (d) Strategi promosi :spanduk, brosur, pemberian undian,kegiatan bakti social dan penjualan cara door to door. Sementara untk kendala-kendala dalam pemasarannya adalah: (a) tidak adanya pengembangan skill kepada marketing (b) marketing fokus dalam satu tabungan saja sehingga produk yang lain di abaikan (c) masih kalah saing dengan bank umum dan BPR yang berdiri sudah lebih lama dan berpengalaman (d) BPRS Suriyah belum menggunakan media elektronik untuk media promosi.<sup>7</sup> Strategi yang digunakan hampir sama dengan yang digunakan BMI dalam memasarkan produk tabungan iB Muamalat Haji dan Umrah, yang membedakan di BMI tidak ada kendala dalam pemasaran serta dalam strategi promosi membuat program Rezeki Haji Berkah yang berhadiah umrah gratis.

## F. Metode Penelitian

Untuk mendapatkan data yang jelas maka penulis akan menggunakan identifikasi sebagai berikut:

### 1. Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan jenis penelitian kualitatif deskriptif yang hanya memaparkan situasi dan peristiwa, tidak mencari atau menjelaskan hubungan, tidak menguji hipotesis atau membuat prediksi. Dalam penelitian deskriptif, dititikberatkan pada observasi dan setting alamiah. 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 perilaku atau sikap”. Sehingga dalam penyajian datanya berupa data deskriptif.<sup>8</sup>

---

<sup>7</sup> Tugas Akhir. Joko Purnomo Hadi, 2014,. *Strategi pemasaran Produk Tabungan Haji IB Tasya Baitullah di BPRS Suriyah Cabang Semarang*, IAIN Walisongo Semarang.

<sup>8</sup> Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, Bandung:PT. Remaja Rosda Karya 2012, h. 67.

## 2. Sumber Data

### a. Data Primer

Data primer adalah data yang didapat dari sumber pertama baik dari individu atau perseorangan. Dengan data ini penulis mendapatkan gambaran umum tentang Bank Muamalat Kantor Cabang Semarang dan starategi pemasaran Produk Tabungan iB Muamalat Haji dan Umrah.<sup>9</sup>

### b. Data sekunder

Data sekunder adalah data primer yang telah diolah lebih lanjut dan disajikan baik oleh pihak pengumpul data primer atau oleh pihak lain.<sup>10</sup>

Dengan metode ini penulis mendapatkan data lampiran slip angsuran, modul gambaran umum tentang Bank Muamalat Kantor Cabang Semarang.

## 3. Metode pengumpulan data

### a. Wawancara

Merupakan teknik pengumpulan data dengan cara melakukan tanya jawab dengan pegawai dan marketing funding Tabungan iB Muamalat Haji dan Umrah di Bank Muamalat Kantor Cabang Semarang.

### b. Observasi

Metode ini dilakukan dengan cara mengamati secara langsung terhadap objek tertentu yang terjadi fokus penelitian dan mengetahui suasana kerja Bank Muamalat Kantor Cabang Semarang serta mencatat segala sesuatu yang berhubungan.

### c. Dokumentasi

Pengumpulan data relevan melalui arsip-arsip, catatan-catatan, pendapat-pendapat dan lainnya yang berhubungan dengan penelitian ini.

---

<sup>9</sup> Husein Umar, *Research Methods in Finance and Banking*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, cet. ke-2, 2002, h. 82.

<sup>10</sup> Op.cit.

d. Metode Analisis

Analisis data yang di gunakan adalah deskriptif analisis data yang di wujudkan bukan dalam bentuk angka melainkan dalam bentuk laporan dan uraian dalam bentuk deskriptif. Metode ini bertujuan untuk membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat tentang faktor-faktor, sifat-sifat tentang hubungan antara fenomena yang di selidiki, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis data tentang Strategi Pemasaran Produk Tabungan iB Muamalat Haji dan Umrah di Bank Muamalat Kantor Cabang Semarang.

**G. Sistematika Penulisan**

**BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini memuat tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, tinjauan pustaka, metode penelitian, sistematika penulisan penelitian pada Bank Muamalat Kantor Cabang Semarang .

**BAB II LANDASAN TEORI**

Dalam bab ini dibahas tentang pengertian strategi, pemasaran, tabungan, haji dan umrah.

**BAB III GAMBARAN UMUM BANK MUAMALAT INDONESIA  
KANTOR CABANG SEMARANG**

Yang berisi Sejarah Bank Muamalat Indonesia, Visi dan misi serta Motto Bank Muamalat Indonesia, struktur organisasi, gambaran kinerja Bank Muamalat Indonesia serta produk-produk Bank Muamalat Indonesia.

**BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Dalam bab ini dibahas produk tabungan iB Muamalat Haji dan Umrah, stratei pemasaran dan analisis terhadap strategi pemasaran produk tabungan iB Muamalat Haji dan Umrah di Bank Muamalat Kantor Cabang Semarang.

**BAB V PENUTUP**

Bab ini memuat tentang kesimpulan hasil penelitian, saran-saran dan penutup.

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### A. Strategi Pemasaran

##### 1. Pengertian Strategi

Kata strategi berasal dari bahasa Yunani, yaitu *strategos* yang diambil dari kata *stratos* yang berarti militer dan *Ag* yang berarti memimpin. Pada konteks awalnya, strategi diartikan sebagai *generalship* atau sesuatu yang dilakukan oleh para jenderal dalam membuat rencana untuk menaklukkan musuh dan memenangkan perang. Namun pada akhirnya strategi berkembang untuk semua kegiatan organisasi termasuk keperluan ekonomi, sosial budaya dan agama.<sup>6</sup>

Strategi adalah penetapan tujuan jangka panjang yang dasar dari suatu organisasi, dan pemilihan alternatif tindakan dan alokasi sumber daya yang diperlukan untuk mencapai tujuan tersebut.<sup>7</sup>

Menurut kamus umum bahasa Indonesia, strategi adalah ilmu siasat perang atau akal (tipu muslihat) untuk mencapai suatu maksud. Namun dalam perkembangannya kata ini sering dipakai dalam pengertian yang lebih luas sebagai cara yang ditempuh seseorang atau organisasi untuk mencapai tujuan yang dicita-citakan<sup>8</sup>

Sukristono mendefinisikan strategi sebagai suatu rencana yang akan dilakukan untuk mencapai misi perusahaan, adapun definisi misi adalah sasaran yang ingin dicapai.<sup>9</sup> Misi bisa dikatakan sebagai inti strategi.

---

<sup>6</sup> Rafi'udin dan Manna Abdul Djaliel, *prinsip dan strategi dakwah*, Bandung: Pustaka Setia, 1997, h.199.

<sup>7</sup> Mamduh M Hanafi, *Manajemen*, Yogyakarta: Unit Penerbit. 2003, h.136.

<sup>8</sup> Makhalul Ilmi, *Teori dan Praktek Lembaga Mikro Keuangan Syariah*, Yogyakarta: UII Press. 2002, h. 57.

<sup>9</sup> Sukristono, *Perencanaan Strategis Bank, Edisi 2*, Jakarta: Institut Bankir Indonesia, 1992, h. 336-337



Dalam manajemen strategis yang baru, Mintzberg mengemukakan 5 P yang sama artinya dengan strategi, yaitu perencanaan (*plan*), pola (*patern*), posisi (*position*), prespektif (*prespectife*), dan permainan atau taktik (*play*).

a. Strategi adalah Perencanaan (*Plan*)

Konsep strategi tidak lepas dari aspek perencanaan, arahan, atau acuan gerak langkah perusahaan untuk mencapai suatu tujuan di masa depan. Akan tetapi, tidak selamanya strategi adalah perencanaan ke masa depan. Yang belum dilaksanakan. Strategi juga menyangkut segala sesuatu yang telah dilakukan di masa lampau, misalnya pola-pola perilaku bisnis yang telah dilakukan di masa lampau.

b. Strategi adalah Pola (*Patern*)

Menurut Mintzberg strategi adalah pola, yang selanjutnya disebut sebagai “*intended strategy*”, karena belum terlaksana dan berorientasi ke masa depan. Atau disebut juga sebagai “*realized strategy*” karena telah dilakukan oleh perusahaan.

c. Strategi adalah Posisi (*Position*)

Yaitu menempatkan produk tertentu ke pasar tertentu yang di tuju. Strategi sebagai posisi menurut Mintzberg cenderung melihat ke bawah, yaitu ke satu titik bidik di mana produk tertentu bertemu dengan pelanggan, dan melihat ke luar yaitu meninjau berbagai aspek lingkungan eksternal.

d. Strategi adalah Prespektif (*Prespectif*)

Jika dalam P kedua dan ketiga cenderung melihat ke bawah dan ke luar, maka sebaliknya dalam prespektif cenderung melihat ke dalam yaitu ke dalam organisasi.

e. Strategi adalah Permainan (*Play*)

Menurutnya strategi adalah suatu manuver tertentu untuk memperdaya lawan atau pesaing. Suatu merek misalnya meluncurkan merek kedua agar posisinya tetap kukuh dan tidak

tersentuh, karena merek-merek pesaing akan sibuk berperang melawan merek kedua tadi.<sup>10</sup>

## 2. Pengertian Pemasaran

Pemasaran (*marketing*) adalah kegiatan manusia yang diarahkan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan melalui proses pertukaran. Pemasaran bersangkutan paut dengan kebutuhan hidup sehari-hari kebanyakan orang. Melalui proses tersebut, suatu produk dan jasa diciptakan, dikembangkan dan didistribusikan pada masyarakat.

Definisi pemasaran menurut WY. Stanto yang mengemukakan bahwa pemasaran adalah sesuatu yang meliputi seluruh sistem yang berhubungan dengan tujuan untuk merencanakan dan menentukan harga sampai dengan mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang bisa memuaskan kebutuhan pembeli actual maupun potensial.<sup>11</sup>

Pemasaran merupakan fungsi pokok bagi perusahaan. Semua perusahaan berusaha memproduksi dan menawarkan produk atau jasa untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Menurut Kolter dan Amstrong, pemasaran adalah sebuah proses social dan manajerial yang denganya individu-individu dan kelompok-kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan mereka inginkan dengan menciptakan dan saling mempertukarkan produk-produk dan nilaisatu sama lain.

Pemasaran berarti mengelola pasar untuk menghasilkan pertukaran dan hubungan, dengan tujuan menciptakan nilai, memuaskan kebutuhan dan keinginan. Jadi kita kembali pada definisi mengenai pemasaran sebagai sebuah proses, yang degannya seseorang atau kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan

---

<sup>10</sup> Suryana, *Kewirausahaan*, Jakarta: PT Salemba Emban Patria. 2001, h. 129-130.

<sup>11</sup> Deliyanti Oentoro, *Manajemen Pemasaran Modern*, Yogyakarta: LaksBank PRESSindo, 2012, h. 1.

dan inginkan, dengan menciptakan dan saling menukarkan produk dan nilai dengan orang lain.<sup>12</sup>

Konsep paling dasar yang melandasi pemasaran adalah: pertama; kebutuhan (*needs*) adalah suatu pernyataan dari perasaan kekurangan, kedua; keinginan (*wants*) adalah kebutuhan manusia yang dibentuk oleh budaya dan kepribadian seseorang, dan yang ketiga; permintaan (*demands*) adalah keinginan manusia yang didukung oleh daya beli.<sup>13</sup>

Seorang pemasar harus mampu menyampaikan keunggulan-keunggulan produknya dengan jujur dan tidak harus berbohong dan menipu pelanggan, dan harus menjadi komunikator yang baik yang bisa berbicara benar dan bijaksana kepada mitra bisnisnya. Kalimat-kalimat yang keluar dari seorang pemasar seharusnya berbobot. Al-Qur'an menyebutnya dengan istilah *qaulan sadidan* (pembicaraan yang benar dan berbobot).

Firman Allah SWT tentang pemasaran:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا ( ) يُصْلِحْ لَكُمْ أَعْمَالَكُمْ  
وَيَغْفِرْ لَكُمْ ذُنُوبَكُمْ ۗ وَمَنْ يُطِيعِ اللَّهَ وَرَسُولَهُ فَقَدْ فَازَ فَوْزًا عَظِيمًا

“Hai orang-orang yang beriman, bertaqwalah kamu kepada Allah dan katakanlah perkataan yang benar, niscaya Allah memperbaiki bagimu dosa-dosamu. Dan barang siapa mentaati Allah dan Rasul-Nya, maka sesungguhnya ia telah mendapatkan kemenangan yang besar”. (QS. Al-Ahzab : 70-71)<sup>14</sup>

Strategi pemasaran merupakan hal yang penting bagi perusahaan. Menurut Bygrave (1996) mendefinisikan strategi

<sup>12</sup> Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Jakarta: Erlangga. 2001, h. 16-17.

<sup>13</sup> Freedy Rangkuti, *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 1997, h. 18.

<sup>14</sup> Al Qur'an surah. Al-Ahzab ayat 70-71

pemasaran sebagai kumpulan petunjuk dan kebijakan yang digunakan secara efektif untuk mencocokkan program pemasaran (produk, harga, promosi dan distribusi) dengan peluang pasar guna mencapai sasaran usaha. Dalam bahasa yang sederhana, suatu strategi pemasaran pada dasarnya menunjukkan bagaimana sasaran pemasaran dapat dicapai.<sup>15</sup>

Strategi pemasaran adalah rencana yang menyeluruh terpadu dan menyatu dibidang pemasaran, yang didalamnya memberikan panduan tentang kegiatan yang akan dijalankan untuk dapat tercapainya tujuan pemasaran suatu. Dengan kata lain, strategi pemasaran adalah serangkaian tujuan pemasaran. Kebijakan dan aturan yang member arah kepada usaha-usaha pemaaran dari waktu kewaktu, pada masing-masing tingkatan dan acuan serta alokasinya, terutama sebagai tanggapan perusahaan dalam menghadapi lingkungan dan keadaan persaingan yang selalu berubah.<sup>16</sup>

### 3. Bauran Pemasaran

Bauran pemasaran terdiri dari sebuah kumpulan keputusan strategi yang dibuat dibidang-bidang produk, promosi, harga dan distribusi untuk tujuan kenyamanan para pelanggan didalam suatu proses sasaran. Jumlah variabel termasuk didalam keempat bidang ini adalah sangat besar, membuat ratusan kombinasi mungkin dilakukan.<sup>17</sup>

#### a. Produk (*Product*)

Kebijakan produk merupakan bagian terpenting. Pembeli akan membeli produknya apabila sesuai dengan keinginannya. Jadi produklah yang harus menyesuaikan pembeli bukan pembeli yang

---

<sup>15</sup> Ismail Yusanto, M. Karebet Widjaya Kusuma, *Menggagas Bisnis Islam*, , Jakarta: LPKN 2000 h. 804.

<sup>16</sup> Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, Ed 1, Cet. Ke-7, h.168.

<sup>17</sup> Donald A. Ball dan Wendell H. Mcclloch, *Bisnis internasional*, Jakarta: PT Salemba Emban Patria,2001 h. 59.

menyesuaikan diri terhadap produk. Produk mempunyai andil terhadap pertumbuhan perusahaan krena dapat menghasilkan laba.

Menurut Kotler pengertian dari produk adalah hasil akhir yang mengandung elemen-elemen fisik, jasa dan hal-hal yang simbolis yang dibuat dan di jual oleh perusahaan untuk memberikan kepuasan dan keuntungan bagi pembelinya (Mursid, 1997: 71)

b. Harga (*Price*)

Harga merupakan penetapan jumlah harga yang harus dibayar oleh pelanggan untuk memperoleh suatu produk dan harga suatu barang atau jasa merupakan penentu bagi permintaan pasarnya. Harga dapat mempengaruhi posisi persaingan perusahaan dan juga mempengaruhi *market shared-nya*. Faktor-faktor yang dipertimbangkan dalam penetapan harga antara lain: (i) Biaya (*cosy*) perusahaan, (ii) Keuntungan, (iii) Praktek saiangan, (iv) Perubahan keinginan pasar.

Kebijakan harga ini menyangkut pula penetapan jumlah potongan dan sebagainya yang berhubungan dengan harga. Dasar penetapan harga adalah atas dasar persaingan pasar ketat. Dalam hal ini dalam menetapkan harga disesuaikan menurut kebutuhan perusahaan dalam hal persaingan dengan perusahaan lain yang merupakan pesaing-pesaingnya.<sup>18</sup>

c. Tempat (*Place*)

Distribusi atau tempat menunjukkan berbagai kegiatan yang dilakukan produsen agar suatu produk dapat dihasilkan dan tersedia bagi konsumen. Saluran distribusi memiliki posisi strategis dalam pemasaran karena berfungsi memperlancar arus barang atau jasa dari produsen ke konsumen. Kerja sama yang baik

---

<sup>18</sup> Indriyo Gito Sudarmo, *Manajemen Pemasaran edisi-1*, Yogyakarta: BPFE, 1994, h. 119.

antara produsen dan distributor akan menciptakan kekuatan dalam pemasaran. Karena perbedaan sifat pasar dan produk, produsen biasanya melakukan seleksi terhadap penyalur. Semakin kompeten distributor maka semakin besar kemungkinan perusahaan akan memasarkan produknya terhadap pelayanan konsumen.

d. Promosi (*Promotion*)

Promosi adalah komunikasi yang persuasif, mengajak, mendesak, membujuk dan meyakinkan (Mursid, 1997: 95). Promosi dapat ditujukan kepada konsumen lama bentuk harga kupon, harga khusus, pameran khusus, contoh gratis, dan kontes. Perusahaan dapat meningkatkan kembali kegiatannya yaitu salah satunya dengan promosi karena secara tidak langsung promosi merupakan media komunikasi antara produsen dengan konsumen yang memberi informasi kepada konsumen mengenai produk perusahaan.

Tujuan promosi adalah Karena ada banyak hal yang harus diketahui oleh pihak luar, untuk meningkatkan penjualan, untuk memperkenalkan kualitas perusahaan dan untuk menghadapi persaingan.

Agar kegiatan promosi perusahaan mendapatkan hasil yang memuaskan maka ada beberapa cara yaitu:

1) Periklanan (*Advertising*)

Periklanan yaitu kegiatan penawaran kepada suatu kelompok masyarakat baik secara langsung lisan maupun dengan berita suatu produk, jasa atau ide. Fungsi periklanan yaitu:

- Memuaskan keinginan konsumen tentang informasi yang ingin didapat dari suatu produk sebelum membelinya
- Menciptakan kebutuhan bahwa suatu produk berbeda dengan produk lainnya

- Membujuk dan mempengaruhi terutama kepada pembeli potensial untuk membeli suatu produk.
- 2) Penjualan pribadi (*Personal Selling*)  
*Personal selling* adalah komunikasi persuasife seseorang secara individual kepada seseorang atau lebih calon pembeli dengan maksud menimbulkan permintaan (Mursid, 1997: 98)
  - 3) Publisitas (*Publicity*)  
 Merupakan promosi yang dilakukan dengan cara membuat berita atau berupa peyajian-penyajian lain yang bersifat positif (Mursid, 997: 99)
  - 4) Promosi penjualan (*Sales Promotion*).

## **B. Produk dan Tabungan**

### **1. Pengertian Produk**

Produk adalah segala sesuatu baik yang bersifat fisik maupun non fisik yang dapat ditawarkan kepada konsumen untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya. Pengertian produk menurut Philip kotler adalah sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar guna mendapatkan perhatian untuk dibeli, digunakan, atau dikonsumsi sehingga dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan. Dari pengertian ini dapat dijabarkan bahwa produk merupakan sesuatu, baik berupa barang maupun jasa, yang ditawarkan ke konsumen agar diperhatikan, dan dibeli oleh konsumen.<sup>19</sup>

Sesuai dengan definisi di atas, produk dapat dikelompokkan menjadi dua jenis, berikut:

- a. Produk yang berupa benda fisik atau benda berwujud, seperti buku, meja, kursi, rumah, mobil, dan lain-lain.

---

<sup>19</sup> Kasmir, *Kewirausahaan*, Jakarta: PT Raja Grafindo. 2006, h.174.

- b. Produk yang tidak berwujud, biasanya disebut jasa. Jasa dapat disediakan dalam berbagai wahana, seperti pribadi, tempat kegiatan, organisasi, dan ide-ide.<sup>20</sup>

Sebenarnya secara umum terdapat banyak produk yang secara teknis-finansial dapat dikembangkan Bank untuk dapat menjalankan usahanya.

## 2. Pengertian Tabungan

Tabungan merupakan jenis simpanan yang sangat populer di lapisan masyarakat umum, mulai dari masyarakat kota sampai pedesaan. Pada awalnya menabung masih secara sederhana, menyimpan di dalam celengan dan disimpan di rumah, namun faktor resiko menyimpan uang di rumah begitu besar seperti resiko kehilangan dan kerusakan. Dalam perkembangan zaman, masyarakat saat ini membutuhkan bank, disebabkan karena faktor keamanan uangnya.

Pengertian Tabungan Menurut Undang-Undang Perbankan No. 10 Tahun 1998 adalah simpanan masyarakat yang penarikannya dapat dilakukan oleh penabung sewaktu-waktu pada saat dikehendaki dan menurut syarat-syarat tertentu yang telah ditetapkan oleh bank penyelenggara. Tetapi penarikannya tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet giro atau alat lainnya yang dipersamakan dengan itu.<sup>21</sup>

Syarat-syarat yang dimaksud antara lain ialah:

- a. Penarikan hanya dapat dilakukan dengan mendatangi kantor bank atau alat yang disediakan untuk keperluan tersebut dan tidak dapat dilakukan dengan menggunakan cek, bilyet giro dan surat perintah pembayaran lainnya yang sejenis.

---

<sup>20</sup> Makhalul Ilmi, *Teori dan Praktek Lembaga Mikro Keuangan Syariah*, Yogyakarta: UII Press, 2002, h. 30.

<sup>21</sup> Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2003, Edisi Revisi, Cet. 7, h. 74.



- b. Penarikan tidak boleh melebihi jumlah tertentu sehingga menyebabkan saldo tabungan lebih kecil dari saldo minimum, kecuali penabung tidak akan melanjutkan tabungannya.

Pengertian penarikan hanya dapat dilakukan menurut syarat-syarat tertentu yang disepakati, menarik uang yang disimpan di rekening tabungan antara satu bank dengan bank lainnya berbeda, tergantung dari bank yang mengeluarkannya. Hal ini puladengan perjanjian yang telah dibuat antara bank dengan si penabung<sup>22</sup>

## C. Haji dan Umrah

### 1. Pengertian Haji

Kata *hajj* ditinjau dari makna aslinya adalah mengunjungi ke baitullah untuk menjalankan ibadah. Sedangkan haji menurut pengertian bahasa berarti *menyengaja*. Menurut istilah ialah sengaja mengunjungi Makkah (Ka'bah) untuk mengerjakan ibadah yang terdiri dari tawaf, sa'i, wukuf, dan ibadah-ibadah lainnya guna memenuhi perintah Allah dan mengharapkan ridho-Nya.

Pengertian haji menurut istilah sebagian ulama' berpendapat bahwa haji adalah menuju ke ka'bah untuk melakukan perbuatan-perbuatan tertentu atau dengan kata lain bahwa haji adalah mengunjungi (mendatangi) suatu tempat tertentu (Ka'bah dan Arafah) pada waktu tertentu (bulan-bulan haji: Syawal, Dzulqaidah, Dzulhijjah, dan 10 pertama bulan Dzulhijjah) dengan melakukan suatu pekerjaan tertentu (Ihram, Wukuf, Mabit di Muzdhalifah, Mabit di Mina, Melontar jumrah, mencukur, thawaf, sa'i).<sup>23</sup>

Haji adalah Berkunjung ke baitullah (ka'bah) untuk melakukan beberapa amalan antara lain: Wukuf, mabit, thawaf, sa'i dan amalan

---

<sup>22</sup> Kasmir, *Dasar-dasar Perbankan*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2003, Edisi Revisi, Cet.-3, h. 84.

<sup>23</sup> Nasukhah, Zuhani, *Studi Fungsi Koordinasi dalam KBIH Amanat Bangsa Surabaya*, Surabaya: Fakultas Dakwah IAIN Sunan Ampel Surabaya, 2006, h.27.

lainnya pada masa tertentu demi memenuhi panggilan Allah SWT dan mengharap ridho-Nya.<sup>24</sup>

### Hukum Haji

Ibadah haji adalah salah satu rukun Islam yang lima, yang diwajibkan oleh Allah bagi setiap muslim yang mampu mengerjakannya sekali seumur hidupnya. Barangsiapa mengingkari wajibnya maka ia murtad. Tetapi tidak ada larangan untuk mengerjakan lebih dari satu kali

Berikut ini ayat Allah yang menjelaskan tentang kewajiban melaksanakan ibadah haji:

وَلِلَّهِ عَلَى النَّاسِ حِجُّ الْبَيْتِ مَنِ اسْتَطَاعَ إِلَيْهِ سَبِيلًا ۚ وَمَنْ كَفَرَ فَإِنَّ اللَّهَ غَنِيٌّ  
عَنِ الْعَالَمِينَ

*“Mengerjakan ibadah haji adalah kewajiban manusia terhadap Allah, yaitu orang yang sanggup mengadakan perjalanan ke Baitullah . Siapa mengingkari, maka sesungguhnya Allah Maha Kaya dari semesta alam”.*(QS. Ali Imran : 97)<sup>25</sup>

### Syarat Haji

Adapun syarat dalam melaksanakan haji adalah sebagai berikut:

- a. Islam
- b. Baligh (dewasa)
- c. Aqil (berakal sehat)
- d. Merdeka
- e. Istitha'ah (mampu)<sup>26</sup> , dalam kitabnya al-Wajiz fi Fiqhis Sunnah wal Kitabil 'Aziz, asy-Syaikh 'Abdul 'Azhim Badawi berkata: Kemampuan (untuk mengadakan perjalanan ke

<sup>24</sup> Departemen Agama RI, *Bimbingan Manasik Haji*, Jakarta: Direktorat Jederal Penyelenggara Haji dan Umrah.2003, h.10.

<sup>25</sup> Al qur'an surah Ali Imran ayat 97

<sup>26</sup> Slamet Abidin dan Moch Suyono, *Fiqih Ibadah*, Bandung: CV Pustaka Setia, 1998, h.

Baitullah) terwujud dengan beberapa syarat, yaitu: kesehatan jasmani, memiliki bekal yang cukup untuk pergi dan kembali, serta mencukupi segala hajat/kebutuhannya dan kebutuhan orang-orang yang menjadi tanggung jawabnya dalam nafkah serta keamanan dalam perjalanan (menuju tanah suci).<sup>27</sup>

### **Rukun Haji**

Ialah Rangkaian amalan yang harus dilakukan dalam ibadah haji dan tidak dapat diganti dengan yang lain walaupun dengan dam. Jika ditinggalkan maka tidak sah hajinya. Rukun haji meliputi:

- a. Ihram ialah niat memulai mengerjakan ibadah haji atau umrah, selama dalam keadaan ihram seseorang diharamkan melakukan perbuatan yang sebelumnya dihalalkan. Dengan telah mengucapkan niat haji atau umrah maka seseorang telah memulai melaksanakan haji atau umrah.
- b. Wukuf di Arafah merupakan salah satu rukun haji yang paling utama. Jamaah haji yang tidak melaksakana wukuf di Arafah berarti tidak mengerjakan haji.
- c. Thawaf, yaitu mengelilingi Ka'bah. Tawaf yang wajib adalah tawaf ibadah, yaitu mengelilingi Ka'bah sebanyak tujuh kali dimulai dari hajar Aswad. Ka'bah berada disebelah kiri atau berkeliling berlawanan dengan arah jarum jam sambil berdo'a.
- d. Sa'i ialah berjalan dari bukit Shafa-Marwah dan sebaliknya sebanyak 7 kali, perjalanan dimulai dari bukit Shofa dan berakhir di Marwah. Perjalanan dari bukit shofa kebukit Marwah dihitung 1 kali.
- e. Cukur (Tahallul)
- f. Tertib<sup>28</sup>

---

<sup>27</sup> <http://www.Alquran-sunnah.com/haji-dan-umrah/figh-haji/153-makna-istithaah-kemampuan-melaksana-kan-ibadah-haji> Diakses tanggal 13 April 2016 pada pukul 9:06 WIB

<sup>28</sup> Daud Ali Muhammad, *Pendidikan Agama Islam*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2000, h. 285-290

## 2. Pengertian Umrah

Ibadah umrah memang sekilas sangat mirip dengan ibadah haji, namun tetap saja umrah bukan ibadah haji. Kalau dirinci lebih jauh, umrah adalah haji kecil, dimana sebagian ritual haji dikerjakan di dalam ibadah umrah. Sehingga boleh dikatakan bahwa ibadah umrah adalah ibadah haji yang dikurangi.

Secara makna bahasa, kata '*umrah* berarti *az-ziyarah*, yaitu berkunjung atau mendatangi suatu tempat atau seseorang. Sedangkan secara istilah, kata umrah di dalam ilmu fiqih didefinisikan oleh jumbuh ulama sebagai :

- Thawaf di sekeliling Baitullah dan sa'i antara Shafa dan Marwah dengan berihram.
- Mendatangi Ka'bah untuk melaksanakan ritual ibadah yaitu melakukan thawaf dan sa'i.<sup>29</sup>

Umrah ialah berkunjung ke baitullah dengan melakukan thawaf, sa'i dan bercukur demi mengharap ridho Allah SWT.<sup>30</sup>

### Waktu pelaksanaan Umrah

Menurut para ulama' waktu mengerjakan umrah adalah tidak terikat oleh waktu tertentu, dapat dilakukan setiap waktu sesuai dengan kesempatan dan kesanggupan orang yang hendak melaksanakannya, kecuali waktu yang dimakruhkan melaksanakan umrah, yaitu pada saat jamaah haji wukuf di arafah, hari nahar (10 dzulhijjah) dan hari tasyrik.

---

<sup>29</sup> Ahmad Sarwat, *Seri Fiqih Kehidupan (6) : Haji & Umrah*, Jakarta: DU Publishing, 2011, h. 23-24.

<sup>30</sup> Departemen Agama RI, *Tanya Jawab Manasik Haji*, Jakarta: Direktorat Jenderal Penyelenggara Haji dan Umrah, 1997, h. 1

### Syarat Umrah

Adapun syarat dalam melaksanakan umrah adalah sebagai berikut:

aIslam

- a. Baligh (dewasa)
- b. Aqil (berakal sehat)
- c. Merdeka
- d. Istitha'ah (mampu)<sup>31</sup>

Apabila tidak memenuhi syarat ini, maka gugurlah kewajiban umrah seseorang.

### Rukun umrah

Amalan-amalan yang dilakukan dalam rukun umrah yaitu:

- a. Berihram, yaitu berniat untuk melaksanakan ibadah umrah dengan menggunakan pakaian ihram, yaitu *rida'* (selendang) yang menutup badan bagian bawah. Pakaian ihram warnanya putih dan tidak berjahit.
- b. Thowaf, yaitu mengelilingi Ka'bah tujuh kali dengan cara-cara dan doa-doa tertentu.
- c. Sa'i, yaitu lari-lari kecil antara bukit shafa dan marwah
- d. Cukur (tahallul)
- e. Tertib (melaksanakan ketentuan manasik sesuai aturan yang ada)

Rukun umrah tidak dapat ditinggalkan, bila tidak terpenuhi maka umrahnya tidak sah.<sup>32</sup>

---

<sup>31</sup> Departemen Agama RI, *Bimbingan Manasik Haji*, Jakarta: Direktorat Jenderal Penyelenggara Haji dan Umrah, 2003, h. 17

<sup>32</sup> Ibid. h.18

### **BAB III**

#### **GAMBARAN UMUM BANK MUAMALAT INDONESIA**

##### **A. Sejarah Berdirinya Bank Muamalat Indonesia**

PT Bank Muamalat Indonesia Tbk didirikan pada 24 Rabiul Tsani 1412 H atau 1 Nopember 1991, diprakarsai oleh Majelis Ulama Indonesia operasinya pada 27 Syawwal 1412 H atau 1 Mei 1992. Dengan dukungan nyata dari eksponen Ikatan Cendekiawan Muslim se- Indonesia 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 menyanggah predikat sebagai Bank Devisa. Pengakuan ini semakin memperkuat posisi Perseroan sebagai bank syariah pertama dan terkemuka di Indonesia dengan beragam jasa maupun produk yang terus dikembangkan.

Pada akhir tahun 90an, Indonesia dilanda krisis moneter yang memporakporandakan sebagian besar perekonomian Asia Tenggara. Sektor perbankan nasional tergulung oleh kredit macet di segmen korporasi. Bank Muamalat pun terimbas dampak krisis. Di tahun 1998, rasio pembiayaan macet (NPF) mencapai lebih dari 60%. Perseroan mencatat rugi sebesar Rp 105 miliar. Ekuitas mencapai titik terendah, yaitu Rp 39,3 miliar, kurang dari sepertiga modal setor awal.

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 syariah 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 satupun 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, (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 4,3 juta nasabah melalui 457 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, 1996 ATM, serta 95.000 merchant debit. BMI saat ini juga merupakan satu-satunya bank syariah 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 lebih dari 2000 ATM di Malaysia. Selain itu Bank Muamalat memiliki produk shar-e gold dengan teknologi chip pertama di Indonesia yang

dapat digunakan di 170 negaradan bebas biaya di seluruh merchant berlogo visa. Sebagai Bank Pertama Murni Syariah, bank muamalat berkomitmen untuk menghadirkan layanan perbankan yang tidak hanya *comply* terhadap syariah, namun juga kompetitif dan aksesibel bagi masyarakat hingga pelosok nusantara. Komitmen tersebut diapresiasi pemerintah media massa, lembaga nasional dan internasional serta masyarakat luas melalui lebih dari 70 award bergengsi yang diterima BMI dalam 5 tahun terakhir. Penghargaan yang diterima antara lain sebagai Best Islamic Bank in Indonesia 2009 oleh Islamic News Finance (Kuala Lumpur), sebagai Best Islamic Financial Institution in Indonesia 2009 oleh Global Finance ( New York) serta sebagai Best Islamic Finance House in Indonesia 2009 oleh Alpha South East Asia (Hongkong).<sup>28</sup>

## **B. Visi, Misi dan Motto Bank Muamalat Indonesia**

### **a. Visi Bank Muamalat Indonesia**

*“The Best Islamic Bank and Top 10 Bank in Inddonesia with Strong Regional Presence”*

### **b. Misi Bank Muamalat Indonesia**

Membangun lembaga keuangan syariah yang unggul dan berkesinambungan dengan penekanan pada kewirausahaan berdasarkan prinsip kehati-hatian, keunggulan sumber daya manusia yang islami dan professional serta orientasi investasi yang inovatif.<sup>29</sup>

### **c. Motto Bank Muamalat Indonesia**

Motto Bank Muamalat Indonesia adalah **“Pertama Murni Syari’ah”**

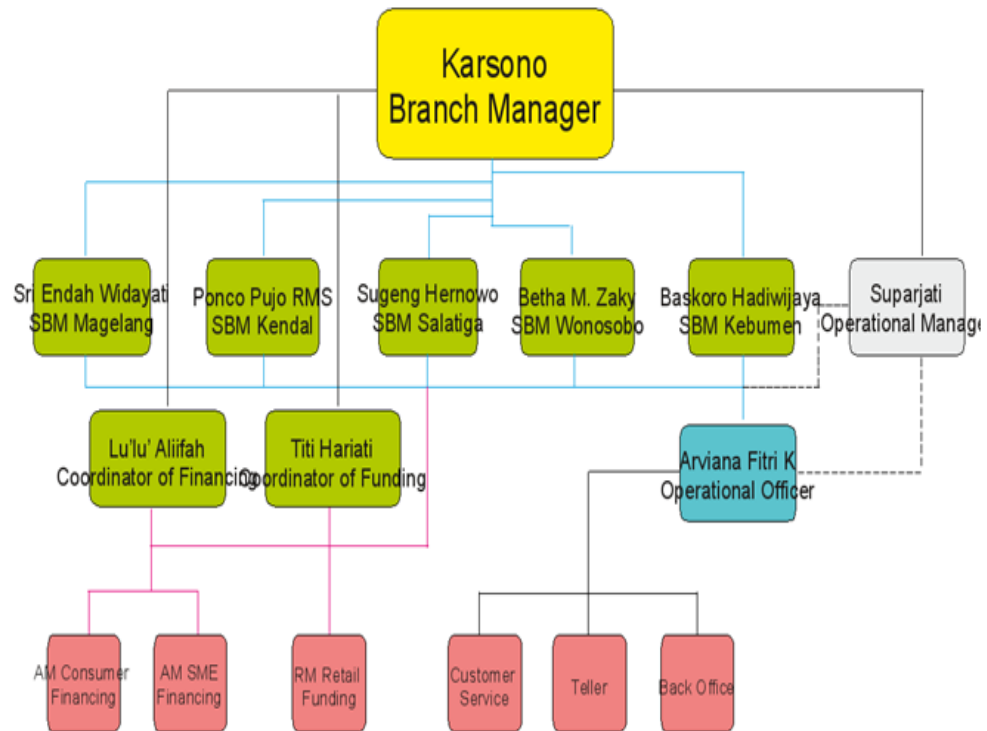
---

<sup>28</sup> <http://www.muamalat.co.id/>. Diakses pada tanggal 24 Maret 2016 pukul 20.40 WIB

<sup>29</sup> Ibid.



### C. Struktur Organisasi Bank Muamalat Indonesia KC Semarang



### D. Gambaran Kerja Organisasi Bank Muamalat Indonesia

Berikut ini uraian pembagian tugas masing-masing jabatan di Bank Muamalat Indonesia

#### 1. Pimpinan Cabang (*Branch Manager*)

Pimpinan cabang ialah seorang pemimpin dan pengawasan kegiatan Bank Muamalat Indonesia sehari-hari sesuai dengan kebijaksanaan umum yang telah disetujui dewan komisaris dalam Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS).

Tugas-tugas dan tanggung jawab pimpinan cabang :

- a. Bertanggung jawab secara keseluruhan terhadap operasional perkembangan cabang Bank Muamalat Indonesia;
- b. Sebagai koordinator seluruh crew cabang Bank Muamalat Indonesia,

- c. Sebagai pelaksana kebijakan-kebijakan direksi terkait dengan operasional cabang;
  - d. Mempunyai wewenang tertinggi di cabang; dan
  - e. Pemegang limit pengeluaran biaya dan pembiayaan
2. *Account Manager*

Fungsi *Account Manager* ialah sebagai pejabat manajemen yang ditugaskan membantu pimpinan cabang dalam menangani tugas-tugas khususnya yang menyangkut bidang *marketing* dan pembiayaan di samping itu berfungsi sebagai supervisi dan pekerjaan lain sesuai dengan ketentuan */policy management*

Tugas-tugas pokok *Account Manager* :

- a. Melakukan koordinasi setiap pelaksanaan tugas-tugas marketing dan pembiayaan dari unit/bagian yang berada di bawah supervisinya, hingga dapat memberikan pelayanan kebutuhan perbankan bagi nasabah secara efektif dan efisien yang dapat merumuskan dan menguntungkan baik bagi nasabah maupun Bank Muamalat Indonesia;
- b. Melakukana monitoring, evaluasi, riview dan supervisi terhadap pelaksana tujan dan fungsimarketing pada unit atau bagian yang ada di bawah supervisi;
- c. Bertindak sebagai komite pembiayaan dalam upaya pengambilan keputusan;
- d. Melakukan monitoring dan evaluasi terhadap kualitas portofolio pembiayaan yang telah diberikan;
- e. Melayani dan menerima calon nasabah atau nasabah secara aktif yang memerlukan pelayanan jasa perbankan khususnya mengenai masalah pembiayaan;
- f. Memelihara dan membina hubungan baik dengan pihak nasabah serta antara intern unit kerja yang ada di bawah serta lingkungan perusahaan;
- g. Menyusun strategi planing selaku Accaunt Manager nasabah baik dalam rangka penghimpunan sumber dana maupun penanaman dana/pembiayaan secara efektif dan terarah;

- h. Berkewajiban untuk meningkatkan mutu pelayanan perbankan terhadap nasabah maupun calon nasabah; dan
- i. Berkewajiban untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan untuk membantu kelancaran tugas sehari-hari.

### 3. Penghimpun Dana (*Funding*).

Penghimpunan Dana (*Funding*) adalah bertugas dalam pengumpulan dana masyarakat sesuai dengan produk yang ada, seperti tabungan umum, tabungan umum junior, *shar-e*, deposito, deposito *full inves* dan giro *wadi'ah*. Untuk mencapai hasil yang optimum maka sebelum bagian penghimpunan dana tersebut beroperasi, maka haruslah membuat rencana target yang ingin dicapai.

### 4. Penanaman Dana (*Lending*)

Penanaman Dana (*Lending*) bertugas memproses calon nasabah permohonan pembiayaan sehingga menjadi debitur. Selanjutnya membina debitur tersebut agar memenuhi kesanggupannya terutama dalam pembayaran kembali pinjamannya serta menyelesaikan kasus atau masalah debitur yang perlu dilakukan penanggulan kemungkinan terjadi masalah, sehingga sejauh mungkin dapat dihindari secara *preventif*.

### 5. *Customer Service*

*Customer service* bertugas untuk melayani nasabah secara langsung yang datang ke counter Muamalat.

Tugas-tugas pokok *customer service* :

- Media penyampaian informasi dan penjualan produk-produk *funding*
- Memberikan layanan kepada nasabah untuk pembukaan dan penutupan rekening;
- Media pemeliharaan hubungan dengan nasabah; dan
- Menginput data nasabah *funding*.

### 6. *Teller*

*Teller* selaku bank untuk melaksanakan pekerjaan yang berkaitan dengan penerimaan dan penarikan pembayaran uang.

Tugas-tugas pokok kas dan teller :

- Mengatur dan memelihara saldo/posisi uang kas yang ada dalam tempat khasanah bank;
- Pelaksanaan transaksi keuangan tunai : setoran dan pembayaran;
- Pelaksana mutasi uang tunai antar teller kantor kas; dan
- Berkewajiban membuat laporan kas harian

#### 7. *Back Office*

Back office bertugas dalam membuat laporan keuangan, transaksi dengan Bank Indonesia diantara bank lainnya.

Tugas-tugas pokok back office :

- Pelaksana dan penanggung jawab transaksi harian cabang non tunai;
- Pelaksanan kliring dan transfer ke Bank Indonesia;
- Penyediaan data keuangan dan laporan perbankan; dan
- Proses penyelesaian utang-piutang antara bank dalam satu wilayah kliring (wilayah yang menjalankan sistem kliring dalam satu wilayah tertentu).

#### 8. Bagian Umum

Fungsi bagian umum adalah sebagai karyawan bank yang bertugas untuk membantu penyediaan sarana kebutuhan karyawan atau perusahaan agar dapat menjalankan tugasnya dengan baik. Di samping itu, bagian umum juga melaksanakan tugas-tugas terkait dengan urusan personalia/kepegawaian.

Tugas-tugas pokok bagian umum :

- Menginventarisasi persediaan gudang, ATK dan barang gerak untuk kebutuhan-kebutuhan karyawan dan atau perusahaan yang berlaku;
- Pembebanan biaya-biaya operasional, pencadangan dan amortisasi dengan cara melakukan pengadaan/ pembelian serta pembukaan dan melakukan penyusutan atas setiap harta/investasi kantor dengan memperhatikan pengendalian biaya;

- Memelihara dan menjaga harta/investasi kantor agar tetap dalam kondisi yang baik dan bertanggung jawab atas keamanan harta/peralatan tersebut;
- Berkewajiban melakukan rekrutmen Sumber Daya Insani serta menyiapkan pembayaran gaji karyawan sesuai dengan ketentuan direksi;
- Berkewajiban untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan baik untuk diri sendiri maupun penyiapan program peningkatan/pendidikan bagi karyawan lain; dan
- Melakukan tugas lain seperti menjadi humas di perusahaan tersebut.

#### 9. Operasional Pembiayaan

Di dalam proses pembiayaan terdapat administrasi yang ditangani oleh *account manager* ataupun *support* dan *legal*. Di samping itu setelah pemohon menjadi debitur mulai dari pencarian dananya sampai pelunasan ataupun pembayaran-pembayaran, debitur akan ditangani oleh operasi pembiayaan.

Fungsi bagian operasi pembiayaan

- Melakukan pembukuan dropping
- Melakukan pendebetn rek nasabah sesuai dengan jadwal angsur atau sesuai dengan memo marketing
- Membuat dan memelihara kartu pembiayaan
- Pembukuan offset jaminan dan write off pembiayaan
- Laporan – laporan intern dan ekstern

#### 10. *Unit Support* Pembiayaan

*Unit Support* Pembiayaan pembiayaan bersama dengan *account manager* penanaman dana mengadakan penilaian permohonan pembiayaan sehingga memenuhi kriteria dan persyaratannya. *Unit Support* Pembiayaan memproses calon debitur dalam kelayakan dan keabsahannya untuk mendapatkan pembiayaan, seperti kebenaran lampiran, usaha maupun penggunaan pembiayaan, taksasi jaminan, keabsyahan jaminan dan lain-lain.

Tugas-tugas pokok *Unit Support* Pembiayaan:

- Memnatu proses pembiayaan dalam hal pengadministrasian

- Fungsi hukum
- Mengumpulkan dan mengolah data pembiayaan dalam bentuk laporan kepada manajemen dan BI
- Administrasi dan filling dokumen pembiayaan dan menjaga kerahasiaan isidokumen dan perjanjian antar nasabah dengan bank
- Penghubung antara unit kerja internal dan eksternal dalam pelaksanaan pembiayaan
- Sekretaris komite pembiayaan

#### 11. Bagian Keamanan dan Urusan Rumah Tangga Kantor (*Non Bank Staff*)

*Non bank staff* bertugas dalam mengamankan kekayaan kantor serta pemeliharaan dan urusan rumah tanggal liannya.

Bagian-bagian dan tugas-tugas pokok *non bank staff* :

- Satpam bertugas untuk siap siaga terhadap situasi kantor, memantau keluar masuk nasabah ke kantor, *menfull* (mengeluarkan dan memasukan uang dari *hasanah* bersama *teller* dan pejabat bank), pengawalan penyetoran uang ke Bank Indonesia, serta membantu *customer service* dalam penjualan *shar-e*;
- *Office boy* bertugas memelihara kekayaan kantor dan membantu kegiatan kru yang lain; dan
- *Driver* bertugas dalam bagian transportasi dan memelihara kendaraan kantor.

### E. Produk-produk Bank Muamalat Indonesia

#### 1. Pendanaan

##### a. Tabungan

##### 1) Tabungan Muamalat iB

Tabungan syariah dalam mata uang rupiah yang akan meringankan transaksi keuangan Anda, memberikan akses yang mudah, serta manfaat yang luas. Tabungan Muamalat kini hadir dengan dua pilihan kartu ATM/Debit yaitu Shar- E Regular dan Shar-E Gold.

## **2) Tabungan Simpel iB**

Tabungan simpanan pelajar (SimPel) iB adalah tabungan untuk siswa dengan persyaratan mudah dan sederhana serta fitur yang menarik untuk mendorong budaya menabung sejak dini.

## **3) Tabungan Muamalat Dollar**

Tabungan syariah dalam denominasi valuta asing US Dollar melayani kebutuhan transaksi dan investasi yang lebih beragam, khususnya yang melibatkan mata uang USD dan SGD.

## **4) Tabungan Muamalat Pos**

Tabungan syariah dalam mata uang rupiah yang dikhususkan bagi Anda yang rutin bertransaksi di kantor pos.

## **5) Tabungan iB Muamalat Haji dan Umrah**

Merupakan tabungan yang dimaksudkan untuk mewujudkan niat nasabah untuk menunaikan ibadah haji atau umrah. Produk ini akan membantu nasabah untuk merencanakan ibadah haji atau umrah sesuai dengan kemampuan keuangan dan waktu pelaksanaan yang diinginkan. Dengan fasilitas asuransi jiwa, Insya Allah pelaksanaan ibadah haji tetap terjamin. Dengan keistimewaan tersebut, nasabah Tabungan iB Muamalat Haji dan Umrah bisa memilih jadwal waktu keberangkatannya sendiri dengan setoran tetap tiap bulan, keberangkatan nasabah terjamin dengan asuransi jiwa.

## **6) TabunganKu**

Tabungan syariah dalam mata uang rupiah yang sangat terjangkau bagi Anda dan semua kalangan masyarakat serta bebas biaya administrasi.

## **7) Tabungan iB Muamalat Rencana**

Rencana dan impian masa depan yang ingin kita wujudkan memerlukan keputusan perencanaan keuangan yang dilakukan saat ini, seperti perencanaan biaya pendidikan, dana persiapan hari tua,

biaya perjalanan wisata/ibadah, biaya pernikahan, serta rencana ataupun impian lainnya.

Tabungan iB Muamalat Rencana adalah solusi yang tepat untuk keputusan keuangan yang harus dilakukan saat ini untuk mewujudkan rencana dan impian di masa depan dengan cara yang sesuai prinsip

#### **8) Tabungan iB Muamalat Prima**

Sebagai bentuk dari komitmen PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk untuk memenuhi kebutuhan Nasabah dengan produk-produk yang inovatif, maka pada tanggal 13 Juli 2012 PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk. Secara resmi meluncurkan Tabungan iB Muamalat Prima. Tabungan Prioritas yang di desain bagi Nasabah yang ingin mendapatkan Bagi Hasil yang tinggi bahkan setara dengan deposito.

### **b. Deposito**

#### **1. Deposito Mudharabah iB**

Deposito syariah dalam mata uang Rupiah dan US Dollar yang fleksibel dan memberikan hasil investasi yang optimal bagi nasabah. Berdasarkan prinsip syariah dengan akad mudharabah muthlaqah (bagi hasil).

#### **2. Deposito full Invest**

Deposito syariah dalam mata uang Rupiah dan US Dollar yang fleksibel dan memberikan hasil investasi yang optimal serta perlindungan asuransi jiwa gratis bagi nasabah. Berdasarkan prinsip syariah dengan akad *mudharabah muthlaqah* (bagi hasil).

### **c. Giro**

#### **1) Giro Muamalat Attijary Corporate iB**

Produk giro berbasis akad wadiah yang memberikan kemudahan dan kenyamanan dalam bertransaksi. Merupakan sarana untuk memenuhi kebutuhan bisnis Nasabah perorangan maupun non-perorangan yang didukung oleh fasilitas Cash Management.



## 2) Giro Muamalat Ultima Corporate iB

Produk giro berbasis akad *mudharabah* yang memberikan kemudahan bertransaksi dan bagi hasil yang kompetitif. Sarana bagi nasabah perorangan dan non-perorangan untuk memenuhi kebutuhan transaksi bisnis sekaligus memberikan imbal hasil yang optimal.

## 2. Pembiayaan

### a. Konsumen

#### 1) Pembiayaan Hunian Syariah

Pembiayaan Hunian Syariah adalah produk pembiayaan yang akan membantu Anda untuk memiliki rumah (stock/bekas), apartemen, ruko, rukan, kios maupun pengalihan take-over KPR dari bank lain. Berdasarkan prinsip syariah dengan dua pilihan yaitu akad *murabahah* (jual-beli) atau *musyarakah mutanaqisah* (kerjasama sewa)

#### 2) Auto Muamalat

Auto muamalat adalah produk pembiayaan yang akan membantu Anda untuk memiliki kendaraan bermotor. Produk ini adalah kerjasama Bank Muamalat dengan Al- Ijarah Indonesia Finance (ALIF). Berdasarkan prinsip syariah dengan akad *murabahah* (jual-beli).

#### 3) Pembiayaan Anggota koperasi

Pembiayaan konsumtif yang diperuntukkan bagi beragam jenis pembelian konsumtif kepada karyawan/guru/PNS (selaku end user) melalui koperasi. Berdasarkan prinsip syariah dengan akad *mudharabah* (bagi-hasil) antara bank dengan koperasi atas pendapatan margin pembiayaan *murabahah* (jual-beli) dari yang disalurkan kepada anggota.

**b. Modal kerja****1) Pembiayaan Modal Kerja**

Pembiayaan Modal Kerja adalah produk pembiayaan yang akan membantu kebutuhan modal kerja usaha Anda sehingga kelancaran operasional dan rencana pengembangan usaha Anda akan terjamin. Berdasarkan prinsip syariah dengan pilihan akad *musyarakah*, *mudharabah*, atau *murabahah* sesuai dengan spesifikasi kebutuhan modal kerja.

**2) Pembiayaan Jangka Pendek BPRS iB**

Pembiayaan Jangka Pendek BPRS iB adalah produk pembiayaan yang ditujukan kepada Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) untuk memenuhi modal kerja BPRS yang bersifat sementara (jangka pendek) dan untuk memenuhi modal kerja yang akan disalurkan oleh BPRS ke *end-user* dengan pola *executing*.

**3) Pembiayaan LKM Syariah**

Pembiayaan Modal Kerja Lembaga Keuangan Mikro (LKM) syariah adalah produk pembiayaan yang ditujukan untuk LKM Syariah meningkatkan pendapatan dengan memperbesar portfolio pembiayaannya kepada Nasabah atau anggotanya (*end-user*). Berdasarkan prinsip syariah dengan akad *mudharabah* atau *musyarakah*.

**4) Pembiayaan Rekening Koran Syariah**

Pembiayaan Rekening Koran Syariah adalah produk pembiayaan khusus modal kerja yang akan meringankan usaha Anda dalam mencairkan dan melunasi pembiayaan sesuai kebutuhan dan kemampuan. Berdasarkan prinsip syariah dengan akad *musyarakah* dan skema *revolving*.

**c. Investasi****1) Pembiayaan Investasi**

Pembiayaan Investasi adalah produk pembiayaan yang akan membantu kebutuhan investasi usaha Anda sehingga mendukung

rencana ekspansi yang telah Anda susun. Berdasarkan prinsip syariah dengan akad murabahah atau ijarah sesuai dengan spesifikasi kebutuhan investasi

## 2) Pembiayaan Hunian Syariah Bisnis

Pembiayaan Hunian Syariah Bisnis adalah produk pembiayaan yang akan membantu usaha Anda untuk membeli, membangun ataupun merenovasi property maupun pengalihan take-over pembiayaan properti dari bank lain untuk kebutuhan bisnis Anda. Berdasarkan prinsip syariah dengan dua pilihan yaitu akad *murabahah*.

## 3. Jasa pada Bank Muamalat

### a. Internasional banking

#### 1) Remittance

Adalah layanan pengiriman atau penerimaan uang valas dari atau kepada pihak ketiga kepada atau dari pemilik rekening Bank Muamalat Indonesia baik tunai maupun non tunai dalam denominasi valuta asing.

#### 2) Trade finance

Bank Muamalat memiliki pengalaman dan keahlian dalam bidang pembiayaan perdagangan secara syariah baik lokal maupun international. Hal ini menjadikan Bank Muamalat sebagai mitra yang amanah serta mengerti kebutuhan layanan bisnis perdagangan nasabah. Bank Muamalat memiliki layanan jasa dan pembiayaan syariah yang inovative untuk mendukung kelancaran bisnis perdagangan Nasabah, baik untuk transaksi perdagangan lokal maupun international dan untuk transaksi L/C maupun non L/C.

Layanan produk Muamalat Trade Finance :

- Produk Ekspor
- Produk Impor
- Produk Ekspor - Impor Non LC Financing

- Produk SKBDN
- Produk Bank Garansi
- Produk Letter of Credit
- Produk Stanby LC

Bank Muamalat siap memberikan solusi terbaik dengan layanan prima untuk kemajuan bisnis Nasabah. Dalam memberikan layanan export/import. Bank Muamalat juga bekerja sama dengan Bank-Bank dalam dan luar negeri serta lembaga-lembaga multilateral lainnya.

#### **b. Layanan 24 jam**

##### **1) SalaMuamalat**

Merupakan layanan Phone Banking 24 jam melalui 500016/ (021) 500016 (jika dihubungi melalui telpon seluler) yang memberikan kemudahan kepada nasabah, setiap saat dan dimanapun nasabah berada untuk memperoleh informasi mengenai produk, saldo dan informasi transaksi, transfer antar rekening Muamalat hingga Maksimal Rp.50.000.000, serta pembayaran ZIS.

##### **2) Internet Banking Muamalat**

Layanan transaksi perbankan elektronik melalui akses internet dengan menggunakan SMS Token yang dapat beroperasi 24 Jam 7 hari seminggu dengan mudah, kapan saja dan dimana saja. Nasabah bisa melakukan *monitoring* atas transaksi keuangan pribadi maupun bisnis dari seluruh rekening Bank Muamalat Anda dalam 1 CIF (*Customer Information File*).

##### **3) MuamalatMobile**

MuamalatMobile adalah layanan perbankan dengan menggunakan teknologi GPRS yang dilakukan dari ponsel. Nasabah dapat melakukan transaksi non-tunai seperti cek saldo, transfer maupun melihat histori transaksi secara Real time dengan biaya yang sangat murah.<sup>30</sup>

---

<sup>30</sup> <http://www.muamalat.co.id/>. Diakses pada tanggal 24 Maret 2016 pukul 21.10 WIB

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS

#### A. Pengertian Tabungan iB muamalat Haji dan Umrah

Tabungan iB muamalat Haji dan Umrah merupakan tabungan yang dimaksudkan untuk mewujudkan niat nasabah untuk menunaikan ibadah haji atau umrah. Produk ini akan membantu nasabah untuk merencanakan ibadah haji atau umrah sesuai dengan kemampuan keuangan dan waktu pelaksanaan yang diinginkan. Dengan fasilitas asuransi jiwa, Insya Allah pelaksanaan ibadah haji tetap terjamin. Dengan keistimewaan tersebut, nasabah Tabungan iB Muamalat Haji dan Umrah bisa merencanakan jadwal waktu keberangkatannya sendiri dengan setoran tetap tiap bulan, keberangkatan nasabah terjamin dengan asuransi jiwa.

Fitur Tabungan iB muamalat Haji dan Umrah:

- Jenis Rekening : Rekening perorangan dan dapat diperuntukan atas nama anak (dibawah 17 tahun), tersedia dalam pilihan mata uang IDR atau USD.
- Akad : *Wadiah* (akad penitipan dana dari nasabah sebagai pemilik dana, kepada bank selaku penyimpan dana)
- Syarat Pembukaan Rekening : WNI: Fotokopi Kartu Identitas (KTP & NPWP), WNA: KITAP/KITAS, Paspor, Surat Referensi dan *Tax Registration*.
- Setoran Awal Minimum : Rp 50.000,-/USD 20
- Saldo Minimum : Rp 50.000,-/ USD 5
- Biaya Administrasi : Gratis
- Biaya Penutupan Rekening : Rp 50.000,-/USD 5, apabila rekening ditutup sebelum keberangkatan haji dan/atau umrah.
- Pendebetan Rekening : Penarikan hanya dapat dilakukan untuk keperluan pembayaran biaya ibadah haji atau umrah.

Keuntungan yang bisa didapatkan dari Tabungan iB muamalat Haji dan Umrah:

- Lebih praktis, tidak perlu membawa uang tunai berlebihan, sebagai nasabah Tabungan iB muamalat Haji dan Umrah dengan fasilitas *standing instruction* (SI) , anda memperoleh kartu Shar-E Debit Gold yang bisa digunakan bertransaksi di seluruh ATM dan pembayaran belanja di tok/*merchant* berlogo Visa/Plus.
- Lebih ringan, tidak dikenakan biaya administrasi ataupun pemindahan dana ke rekening Tabungan iB muamalat Haji dan Umrah.
- Lebih banyak bonusnya, nasabah akan mendapatkan berbagai souvenir eksklusif serta perlengkapan haji.
- Lebih seru hadiahnya, selama periode Juli 2015 hingga Juni 2016, ada lima pemenang yang berkesempatan mendapatkan umrah gratis setiap bulannya.

Proses pendaftaran haji Nasabah Tabungan iB muamalat Haji dan Umrah

1. Calon jemaah ibadah haji membuka rekening Tabungan iB muamalat Haji dan Umrah di Bank Muamalat.
2. Nasabah setoran yang akan dipilih.
3. Jika menggunakan *standing instruction* (SI), saldo tabungan nasabah secara otomatis akan terpotong sesuai jumlah setoran yang dipilih.
4. Jika saldo telah mencukupi Rp 25 juta, calon jemaah haji melakukan pendaftaran haji dikantor KEMENAG wilayah setempat (sesuai KTP calon jemaah haji) dengan memenuhi persyaratan yang ditentukan oleh Kemenag.
5. Petugas kantor KEMENAG melakukan registrasi data calon jemaah haji di SISKOHAT.

6. Setelah melakukan registrasi, maka calon nasabah mendapatkan lembar SPPH (surat pendaftaran pergi haji) yang sudah ditandatangani pejabat KEMENAG.
7. Nasabah membawa SPPH ke Bank Muamalat untuk mendapatkan nomor porsi haji.
8. Calon jemaah haji memasuki masa tunggu keberangkatan ibadah haji sesuai dengan regulasi KEMENAG.<sup>31</sup>

#### **B. Strategi Pemasaran Produk Tabungan iB Muamalat Haji dan Umrah di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Semarang**

Strategi pemasaran diperlukan pada sebuah lembaga keuangan syariah seperti Bank Muamalat Indonesia, dimana lembaga ini selain berorientasi pada fungsi profit, lembaga ini juga mempunyai kapasitas sebagai lembaga yang berorientasi pada fungsi social. Pada lembaga keuangan syariah seperti Bank Muamalat Indonesia, disadari perlunya bersaing pada pemasaran produk-produk serta jasa layanan, sehingga diperlukan strategi pemasaran pada produk dan jasa bank. 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.

Dari hasil interview yang dilakukan oleh peneliti terhadap marketing funding Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Semarang Bapak Zaenuri; 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 sangat 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

---

<sup>31</sup> Brosur Bank Muamalat Indonesia

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. Hadiah diberikan oleh Bank Muamalat Indonesia sebagai bentuk promosi untuk lebih menarik minat masyarakat untuk menggunakan produk tabungan iB Muamalat Haji dan Umrah.

Strategi khusus yang digunakan adalah menawarkan ke perusahaan-perusahaan, pengajian ibu-ibu dan bapak-bapak, KBIH (walaupun pegawai sudah haji tetapi tabungan tersebut diperuntukan untuk keluarganya) serta karyawan yang *payroll* di Bank Muamalat. Segmen pasar yang di bidik oleh Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Semarang dari segi daerah/wilayah meliputi; Kota Semarang, Kendal, Demak, Salatiga, Ungaran, Magelang, Wonosobo dan Kebumen. Target pasar produk tabungan iB muamalat Haji dan Umrah dilihat dari pekerjaan mulai dari pegawai negeri, swasta, wiraswasta dan dari semua berbagai jenis pekerjaan. Sedangkan target pasar dilihat dari segi usia mulai dari anak-anak yang sudah memiliki akte kelahiran sampai dengan usia yang tidak dibatasi.

Dalam pemasaran produk, marketing sudah dibekali training/pendidikan marketing diantaranya adalah tentang strategi pemasaran produk yaitu marketing diajari bagaimana cara memasarkan suatu produk agar masyarakat tertarik untuk menggunakannya, kemudian tentang materi produk yaitu pemahaman produk agar marketing lebih mengetahui segala sesuatu tentang produk-produk yang ada di Bank Muamalat Indonesia. Di lain hal marketing Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Semarang juga dibebani target dalam mendapatkan nasabah produk tabungan iB muamalat Haji dan Umrah. Untuk kendala dalam pemasaran selama ini tidak ada kendala dan target tercapai. Meskipun menggunakan produk *wadiah* yang tidak mendapatkan bagi hasil namun kenyataannya nasabah tidak



mempermasalahkannya karena dengan produk *wadiah* nasabah mendapatkan bonus dari bank.<sup>32</sup>

Untuk melakukan kegiatan pemasaran, Bank Muamalat Indonesia mempunyai strategi pemasaran tersendiri yaitu sebagai berikut :

1) Strategi produk

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. Hal ini kemudian ditangkap menjadi peluang oleh Bank Muamalat Indonesia yang kemudian menciptakan produk tabungan iB Muamalat Haji dan Umrah dengan menerapkan akad *wadiah*, yaitu simpanan murni tetapi nasabah mendapat bonus dari bank.

Dalam mengembangkan produknya Bank Muamalat Indonesia melakukan beberapa hal yaitu: Bank Muamalat Indonesia menciptakan branding iB Muamalat Haji dan Umrah, dengan mempertimbangkan faktor-faktor berikut:

- a. Mudah diingat dan dimengerti, Bank Muamalat Indonesia memberi nama produknya singkat dan jelas agar nasabah mudah mengingat nama produk-produk tersebut. Seperti produk tabungan iB Muamalat Haji dan Umrah, pada produk terdapat kata haji dan umrah sehingga masyarakat mudah mengingat dan mengetahui tabungan itu ditujukan untuk yang ingin merencanakan ibadah haji atau umrah.
- b. Terkesan modern, Bank Muamalat Indonesia dalam menciptakan merek dengan cara melihat perkembangan pasar yang semakin berkembang dalam hal penamaan produk. Dalam produk tabungan iB Muamalat Haji dan Umrah terdapat kata “iB” atau Islamic

---

<sup>32</sup> Wawancara dengan Zaenuri pada tanggal 28 Maret 2016 di Kantor BMI KC Semarang.

Banking yang terkesan modern karena perkembangan ekonomi islam pada saat ini.

- c. Memiliki arti (dalam arti positif), Bank Muamalat Indonesia menciptakan merek memiliki arti yang bermanfaat bagi nasabahnya. Dalam produk tabungan iB Muamalat Haji dan Umrah yaitu tabungan haji dan umrah yang dijalankan menurut prinsip syari'ah dan tentu bebas dari unsur riba sehingga memberikan ketenangan batin para nasabah.

## 2) Strategi harga

Dalam hal harga produk tabungan iB Muamalat Haji dan Umrah di Bank Muamalat Indonesia dibandingkan dengan bank syariah lain contohnya Bank Mandiri Syariah, harga yang ditawarkan Bank Muamalat Indonesia lebih rendah dari Bank Syariah Mandiri, dimana harga yang ditawarkan Bank Muamalat Indonesia sebesar Rp 50.000 untuk setoran awal minimal, sedangkan untuk Bank Syariah Mandiri setoran awal minimalnya Rp 100.000.<sup>33</sup> maka tak heran jika dalam pemasaran produk ini dilihat dari segi harga lebih unggul sehingga menarik perhatian masyarakat dan tidak memberatkan masyarakat yang ingin memiliki tabungan haji dan umrah tersebut, karena hanya dengan biaya Rp 50.000 masyarakat dapat membuka rekening tabungan haji dan umrah di Bank Muamalat Indonesia.

## 3) Strategi tempat/distribusi

Kegiatan fungsional BMI KC Semarang berada di Jl. Sugiyopranoto No. 102, Semarang, Jawa Tengah. Lokasi ini dinilai strategis dengan pusat kota. Dalam upaya bank melayani nasabah tepat waktu dan tepat sasaran. Keterlambatan dalam penyaluran informasi dapat mengakibatkan bank kehilangan waktu dan kualitas jasa serta diambilnya kesempatan oleh para pesaing. Oleh karena itu, Bank Muamalat Indonesia cabang Semarang menggunakan sistem jemput bola yaitu petugas langsung mendatangi nasabah di rumah-

---

<sup>33</sup> <http://www.syariahmandiri.co.id/category/consumer/tabungan-mabrur-bsm/>

rumah atau ditempat mereka berusaha. Karena petugas lebih leluasa dalam menjelaskan dan memasarkan produk Bank Muamalat Indonesia kepada calon nasabah.

#### 4) Strategi promosi

Salah satu tujuan promosi Bank Muamalat Indonesia adalah menginformasikan segala jenis produk yang ditawarkan dan berusaha menarik calon konsumen yang baru. Berikut ini strategi promosi yang digunakan Bank Muamalat Indonesia dalam mempromosikan produk tabungan iB Muamalat Haji dan Umrah:

- Memperluas jaringan dari satu nasabah kemudian menawarkan pada pasangan, keluarga dan teman nasabah melalui telepon atau langsung datang kerumah.
- Dengan brosur-brosur/iklan-iklan yang menarik dan agamis, sehingga masyarakat dengan mudah mengetahui adanya lembaga keuangan syariah, produk maupun jasa layanannya, khususnya produk tabungan iB Muamalat Haji dan Umrah.

Tabungan iB Muamalat Haji dan Umrah

**Berkembang** itu bisa berdoa di depan Ka'bah  
setelah bertahun-tahun hanya memimpikannya





 Dapatkan kesempatan umrah gratis  
melalui program Rezeki Haji Berkah

Syarat dan ketentuan program hubungi:  
SolaMuamalat 1500016 | [www.bankmuamalat.co.id](http://www.bankmuamalat.co.id)


**Bank Muamalat**  
 [facebook.com/bankmuamalat](#)
 [@bankmuamalat](#)
 [bankmuamalat](#)

- Dengan *website* [www.muamalat.co.id](http://www.muamalat.co.id), informasi tentang Bank Muamalat Indonesia dengan produk maupun jasa layanannya khususnya produk tabungan iB Muamalat Haji dan Umrah pada Bank Muamalat Indonesia dapat diketahui masyarakat secara luas.
- Penjualan pribadi dilakukan oleh marketing dengan cara door to door serta datang langsung ke kelompok-kelompok pengajian.
- Membuat program Rezeki Haji Berkah, bagi nasabah tabungan iB Muamalat Haji dan Umrah mendapatkan kesempatan umrah gratis untuk lima pemenang setiap bulannya dari seluruh cabang BMI di Indonesia yang beruntung selama periode Juli 2015-Juni 2016.

Rezeki Haji Berkah

**Berkembang itu bisa naik haji dan dapat umrah gratis dari Bank Muamalat**



**Tersedia bagi 5 pemenang setiap bulannya**



- Berlaku bagi nasabah Tabungan Muamalat iB Haji dan Umrah
- Setoran rutin bulanan dengan rekening sumber Tabungan Muamalat iB
- Minimal saldo Rp 5 juta atau USD 500
- Pengumuman 5 pemenang setiap bulan, selama periode Juli 2015 - Juni 2016

 [facebook.com/BankMuamalatIndonesia](https://facebook.com/BankMuamalatIndonesia)

 [twitter.com/BankMuamalat](https://twitter.com/BankMuamalat)



**Bank Muamalat**

Terdaftar dan diawasi OJK

Berikut ini daftar pemenang umrah gratis Rezeki Haji Berkah periode April 2016: (1) Hasanah Capem Antasari Lampung, (2) Samalina Pakpahan Cabang Padang Sidempuan Sumbagut, (3) Juma'ati Capem Bombana Kendari, (4) Rachma Febriana Cabang

puri Indah Jakarta, (5) Astri Dyah Kartikasari Capem Sukoharjo Solo.

- Pemberian berbagai souvenir eksklusif serta perlengkapan haji (souvenir tergantung kebijakan dari Bank Muamalat).

### **C. Analisis Terhadap Strategi Pemasaran Produk Tabungan iB muamalat Haji dan Umrah di Bank Muamalat Kantor Cabang Semarang**

Hasil yang diperoleh dari analisis kekuatan dan kelemahan serta peluang dan ancaman dalam strategi pemasaran produk tabungan iB muamalat Haji dan Umrah di Bank Muamalat Indonesia kantor cabang Semarang antara lain sebagai berikut:

#### **1) Kekuatan**

Kekuatan menggambarkan keunggulan kompetitif yang dimiliki perusahaan. Berdasarkan analisis yang dilakukan, maka diperoleh beberapa kekuatan yang dimiliki Bank Muamalat Indonesia kantor cabang Semarang:

##### **a) Citra perusahaan yang baik**

Bank Muamalat Indonesia telah melayani sistem perbankan syariah selama 24 tahun. Hal ini jelas mempengaruhi citra perusahaan Bank Muamalat Indonesia kantor cabang Semarang sehingga masyarakat tidak ragu untuk menggunakan produk tabungan iB muamalat Haji dan Umrah.

##### **b) Produk tabungan iB muamalat Haji dan Umrah lebih terjamin dan mempunyai fitur yang menarik**

Lebih terjamin karena terhubung secara *online* dengan SISKOHAT dan KEMENAG, untuk memperoleh kepastian mendapatkan kuota/porsi keberangkatan ibadah haji. Fasilitas dan manfaat yang diberikan adalah dengan fasilitas *standing Instruction (SI)*, nasabah memperoleh kartu Shar-E Debit Gold yang bisa digunakan bertransaksi di seluruh ATM dan pembayaran belanja di toko/*merchant* berlogo Visa/Plus. Serta untuk panduan haji dan

umrah nasabah bisa menginstall aplikasi *mobile* Muamalat Haji dan Umrah di Google Play.

- c) Strategi promosi Produk tabungan iB muamalat Haji dan Umrah yang menarik

Dalam strategi promosi produk tabungan iB muamalat Haji dan Umrah Bank Muamalat Indonesia membuat program Rezeki Haji Berkah yang berhadiah lima tiket umrah setiap bulannya. Program ini efektif memancing minat nasabah untuk menggunakan produk tabungan iB muamalat Haji dan Umrah.

- d) Memiliki SDM yang berkualitas

Bank Muamalat Indonesia memiliki SDM yang berkualitas dengan dibekali pendidikan dan pelatihan. Untuk marketing juga dibekali training/pendidikan marketing diantaranya adalah tentang strategi pemasaran produk yaitu marketing diajari bagaimana cara memasarkan suatu produk agar masyarakat tertarik untuk menggunakannya, kemudian tentang materi produk yaitu pemahaman produk agar marketing lebih mengetahui segala sesuatu tentang produk-produk yang ada di Bank Muamalat Indonesia.

## 2) Kelemahan

Kelemahan mencerminkan hal yang tidak dimiliki perusahaan serta merupakan kendala internal perusahaan dalam memasarkan produk tabungan iB muamalat Haji dan Umrah. Berdasarkan analisis yang dilakukan, maka diperoleh beberapa kelemahan yang terdapat pada Bank Muamalat Indonesia kantor cabang Semarang, antara lain:

- a) Masih kurangnya jumlah kantor

Jumlah kantor layanan setara Cabang Pembantu maupun Kantor Kas di setiap wilayah tingkat kota/kabupaten sehingga mempersulit nasabah maupun calon nasabah untuk transaksi keuangan.

b) Masih kurangnya jumlah ATM

Bank muamalat Indonesia kantor cabang Semarang memiliki kelemahan lainnya, yakni masih kurangnya jumlah ATM. Namun hal ini tidak menjadi kendala yang terlalu besar, karena ATM produk tabungan Muamalat bisa digunakan di ATM Bersama.

c) Kerjasama dengan *chanelling* hanya untuk produk tertentu.

Kerjasama dengan *chanelling* hanya untuk produk tertentu, yakni Shar-e yang bekerjasama dengan Kantor Pos. Itu pun masih bersifat transaksional, belum menyentuh layanan perbankan syariah secara umum.

### 3) Peluang

Peluang merupakan faktor yang berasal dari lingkungan yang dapat membantu perusahaan dalam memasarkan produk tabungan iB muamalat Haji dan Umrah. Berdasarkan analisis yang dilakukan, maka diperoleh beberapa kelemahan yang terdapat pada Bank Muamalat Indonesia kantor cabang Semarang, antara lain:

a) Lamanya daftar tunggu (*waiting list*) haji

Semakin lamanya daftar tunggu untuk haji semakin menyadarkan masyarakat muslim untuk merencanakan ibadah haji sejak dini yaitu dengan membuka rekening tabungan iB muamalat Haji dan Umrah.

b) Bank Muamalat merupakan bank syariah

Ibadah haji adalah rukun islam, tak bisa dipungkiri masyarakat muslim pasti lebih mempercayakan urusan ibadah haji kepada bank syariah.

c) Tingginya populasi penduduk beragama islam

Semua orang muslim pasti ingin melaksanakan ibadah haji dan umrah sehingga produk tabungan iB muamalat Haji dan Umrah mempunyai prospek yang sangat bagus karena tingginya tingkat populasi penduduk beragama islam di Indonesia khususnya kota semarang.

#### **4) Ancaman**

- a) Semakin gencarnya promosi bank syariah kompetitor

Hal yang harus diperhatikan adalah kegiatan promosi pesaing dalam memasarkan produk tabungan haji merupakan suatu ancaman yang harus terus untuk terus bisa bersaing untuk mendapatkan banyak nasabah.

- b) Semakin lengkap dan inovatif fitur produk bank kompetitor

Yang dilengkapi dengan teknologi canggih

Semakin banyaknya produk tabungan haji bank kompetitor yang inovatif serta dilengkapi dengan teknologi canggih membuat semakin ketatnya persaingan pemasaran produk tabungan haji.



## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan pembahasan pada bab-bab sebelumnya maka penulis menarik kesimpulan, yaitu:

1. Strategi Pemasaran Produk Tabungan iB Muamalat Haji dan Umrah di Bank Muamalat Indonesia kantor Cabang Semarang

Produk tabungan iB muamalat Haji dan Umrah adalah salah satu produk unggulan BMI, tingkat pertumbuhan nasabah produk tabungan iB muamalat Haji dan Umrah setelah adanya program Rezeki Haji Berkah mengalami perkembangan yang sangat signifikan. Keberhasilan strategi promosi produk tabungan iB muamalat Haji dan Umrah di BMI KC Semarang adalah karena dibuatnya program Rezeki Haji Berkah. Keberhasilan pemasaran tersebut juga tak lepas dari pelatihan marketing yang diberikan oleh Bank Muamalat Indonesia kepada marketing-marketingnya.

Adapun langkah yang merupakan strategi BMI dalam memasarkan Produk Tabungan iB Muamalat Haji dan Umrah memiliki beberapa tahapan antara lain:

- a. Adanya strategi produk, BMI menciptakan branding iB Muamalat Haji dan Umrah supaya mudah diingat. Serta menggunakan akad *wadiah* yaitu simpanan murni tetapi nasabah mendapat bonus dari bank.
- b. Adanya strategi harga, dengan biaya Rp 50.000,- dalam membuka rekening sehingga tabungan sangat terjangkau.
- c. Adanya strategi tempat/distribusi, dengan mendatangi nasabah, dalam hal ini pihak bank menerapkan sistem jemput bola.
- d. Adanya strategi promosi, diadakannya program Rezeki Haji Berhadiah bagi nasabah tabungan iB Muamalat Haji dan Umrah mendapatkan kesempatan umrah gratis untuk lima pemenang setiap bulannya selama periode Juli 2015-Juni 2016, brosur-brosur/iklan-iklan yang menarik dan agamis serta *website* dan pemberian berbagai souvenir eksklusif serta perlengkapan haji.

2. Analisis Terhadap Strategi pemasaran Produk Tabungan iB Muamalat Haji dan Umrah di Bank Muamalat Indonesia kantor Cabang Semarang

Analisis yang dilakukan terhadap strategi pemasaran Produk Tabungan iB Muamalat Haji dan Umrah menemukan kekuatan, kelemahan, peluang serta ancaman anatara lain: keunggulannya adalah BMI adalah produk tabungan iB muamalat Haji dan Umrah lebih terjamin. Strategi promosi produk tabungan iB muamalat Haji dan Umrah yang menarik, dalam hal ini bank membuat program Rezeki Haji Berkah. Serta memiliki SDM yang berkualitas dengan dibekali pendidikan dan pelatihan.

Kelemahan yang terdapat pada BMI KC Semarang, antara lain: masih kurangnya jumlah kantor layanan, Masih kurangnya jumlah ATM, kerjasama dengan *chanelling* hanya untuk produk tertentu.

Peluang yang dimiliki BMI KC Semarang, antara lain: Lamanya daftar tunggu (*waiting list*), BMI merupakan bank syariah, tingginya populasi penduduk beragama islam. Sedangkan untuk ancamannya antara lain: semakin gencarnya promosi bank syariah kompetitor serta semakin lengkap dan inovatif fitur produk bank kompetitor yang dilengkapi dengan teknologi canggih.

## **B. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis, maka saran yang diberikan kepada BMI KC Semarang dalam strategi pemasaran produk tabungan iB Muamalat Haji dan Umrah agar terus berinovasi dalam hal pemasaran dengan membuat program-program baru untuk menarik minat masyarakat menggunakan produk tabungan ini dengan tetap berprinsip kepada syariat islam.

Selain itu perlunya sosialisasi lebih mendalam lagi mengenai produk tabungan iB Muamalat Haji dan Umrah kepada masyarakat agar lebih mengetahui tentang produk ini serta program-programnya. Dalam hal ini pihak bank berarti harus terus meningkatkan skill marketing melalui pendidikan marketing dalam hal strategi pemasaran dan pemahaman tentang produk tersebut.

### **C. Penutup**

Puji syukur kepada Allah SWT atas berkat, rahmat, dan karunianya, penulis penulis dapat menyelesaikan penulisan Tugas Akhir ini sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan studi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Penulis mengakui bahwa Tugas Akhir ini masih jauh dari kesempurnaan karena keterbatasan kemampuan penyusun. Namun menjadikan pengalaman dari penulis supaya lebih giat dalam menempuh kegiatan-kegiatan akademik.

Semoga Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya dan masyarakat pada umumnya sebagai masukan dan bahan kritikan yang sifatnya membangun di masa yang akan datang.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Syakur DJ dan Amnalullah Halim. 2012. *Haji dan Umrah: Uraian manasik, hukum, nikhmah, & panduan meraih haji mabru/M. Quraish Shihab*. Tangerang: Lentera Hati.
- Abidin, Slamet dan Moch Suyono. 1998. *Fiqih Ibadah*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Akhmad Nurasiqin. 2008. *Strategi Pemasaran Warung Mikro Bank Syariah Mandiri (BSM) cabang Kendal (Skripsi)*. Semarang: IAIN Walisongo Semarang.
- Antonio, Muhamad Syafi'i. 2001. *Bank Syariah : Dari Teori ke Praktik*. Jakarta: Gema Insani Press.
- Assauri, Sofjan. 2004. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, Ed 1, Cet. Ke-7
- Ball, Donald A dan Wendell H. Mcclloch. 2001. *Bisnis international*. Jakarta: PT Salemba Emban Patria.
- Departemen Agama RI. 2003. *Bimbingan Manasik Haji*. Jakarta: Direktorat Jenderal Penyelenggara Haji dan Umrah.
- Departemen Agama RI. 1997. *Tanya Jawab Manasik Haji*. Jakarta: Direktorat Jenderal Penyelenggara Haji dan Umrah.
- Ginting, Nembah F. Hartimbul. *Manajemen Pemasaran*, Bandung : CV. Yrama Widya.
- Hanafi, Mamduh M. 2003. *Manajemen*. Yogyakarta: Unit Penerbit.
- Ilmi, Makhalul. 2002. *Teori dan Praktek Lembaga Mikro Keuangan Syariah*. Yogyakarta: UII Press.
- Ismail Yusanto, M dan Karebet Widjaya Kusuma. 2000. *Menggagas Bisnis Islam*. Jakarta: LPKN.
- Joko Purnomo Hadi. 2014. *Strategi pemasaran Produk Tabungan Haji IB Tasya Baitullah di BPRS Suriyah Cabang Semarang (Tugas Akhir)*. Semarang: IAIN Walisongo Semarang.
- Kasmir. 2003. *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, Edisi Revisi.
- Kasmir. 2003. *Dasar-dasar Perbankan*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, Edisi Revisi, Cet.-3
- Kasmir. 2006. *Kewirausahaan*, Jakarta: PT Raja Grafindo.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2001. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Moleong, Lexy J. 2012. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosda Karya.

- Muhammad, Daud Ali. 2000. *Pendidikan Agama Islam*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Noviyanto. 2009. *Strategi Pemasaran Produk TIM (Tabungan Investasi Masyarakat) di BPRS Artha Surya Barokah Semarang (Tugas Akhir)*. Semarang: IAIN Walisongo Semarang.
- Oentoro, Deliyanti. 2012. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: LaksBank PRESSindo.
- Rafi'udin dan Manna Abdul Djaliel. 1997. *Prinsip dan strategi dakwah*. Bandung: Pustaka Setia
- Rangkuti, Freedy. 1997. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sarwat, Ahmad. 2011. *Seri Fiqih Kehidupan (6) : Haji & Umrah*. Jakarta: DU Publishing. 2011.
- Sudarmo, Indriyo Gito. 1994. *Manajemen Pemasaran edisi-1*. Yogyakarta: BPFE.
- Sukristono. 1992. *Perencanaan Strategis Bank, Edisi 2*. Jakarta: Institut Bankir Indonesia.
- Suryana. 2001. *Kewirausahaan*. Jakarta: PT Salemba Emman Patria.
- Umar, Husein. 2002. *Research Methods in Finance and Banking*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, cet. ke-2.
- Zuhan, Nasukhah. 2006. *Studi Fungsi Koordinasi dalam KBIH Amanat Bangsa Surabaya*. Surabaya: Fakultas Dakwah IAIN Sunan Ampel Surabaya.
- Al Qur'an surah. Al-Ahzab
- Al Qur'an surah Ali Imran
- Brosur Bank Muamalat Indonesia
- Zaenuri interview. 2016. "Wawancara Strategi Pemasaran Produk Tabungan iB Muamalat Haji dan Umrah BMI KC Semarang". Semarang.
- <http://dispendukcapil.semarangkota.go.id/statistik/jumlah-penduduk>
- <http://www.Alquran-sunnah.com/haji-dan-umrah/fiqh-haji/153-makna-istithaah-kemampuan-melaksana-kan-ibadah-haji>
- <http://www.muamalat.co.id/>
- <http://www.syariahmandiri.co.id/category/consumer/tabungan-mabrur-bsm/>

## LAMPIRAN

### Berapa biaya yang harus kita setorkan setiap bulannya?


Pilihan	Dapatkan Porsi Rp 25,000,000			Setoran Tabungan	
	Setoran Awal	Tahun	Bulan	Bulanan	Harian
1		20	10	Rp 100,000	Rp 3,333
2		13	11	Rp 150,000	Rp 5,000
3		10	5	Rp 200,000	Rp 6,667
4		8	4	Rp 250,000	Rp 8,333
5	Rp 50,000	7	0	Rp 300,000	Rp 10,000
6		6	0	Rp 350,000	Rp 11,667
7		5	3	Rp 400,000	Rp 13,333
8		4	8	Rp 450,000	Rp 15,000
9		4	2	Rp 500,000	Rp 16,667
10		2	1	Rp 1,000,000	Rp 33,333

### Muamalat Haji dan Umrah

Berkembang itu bisa memberikan aplikasi inovatif untuk masyarakat



Ayo install aplikasi mobile Muamalat Haji & Umrah

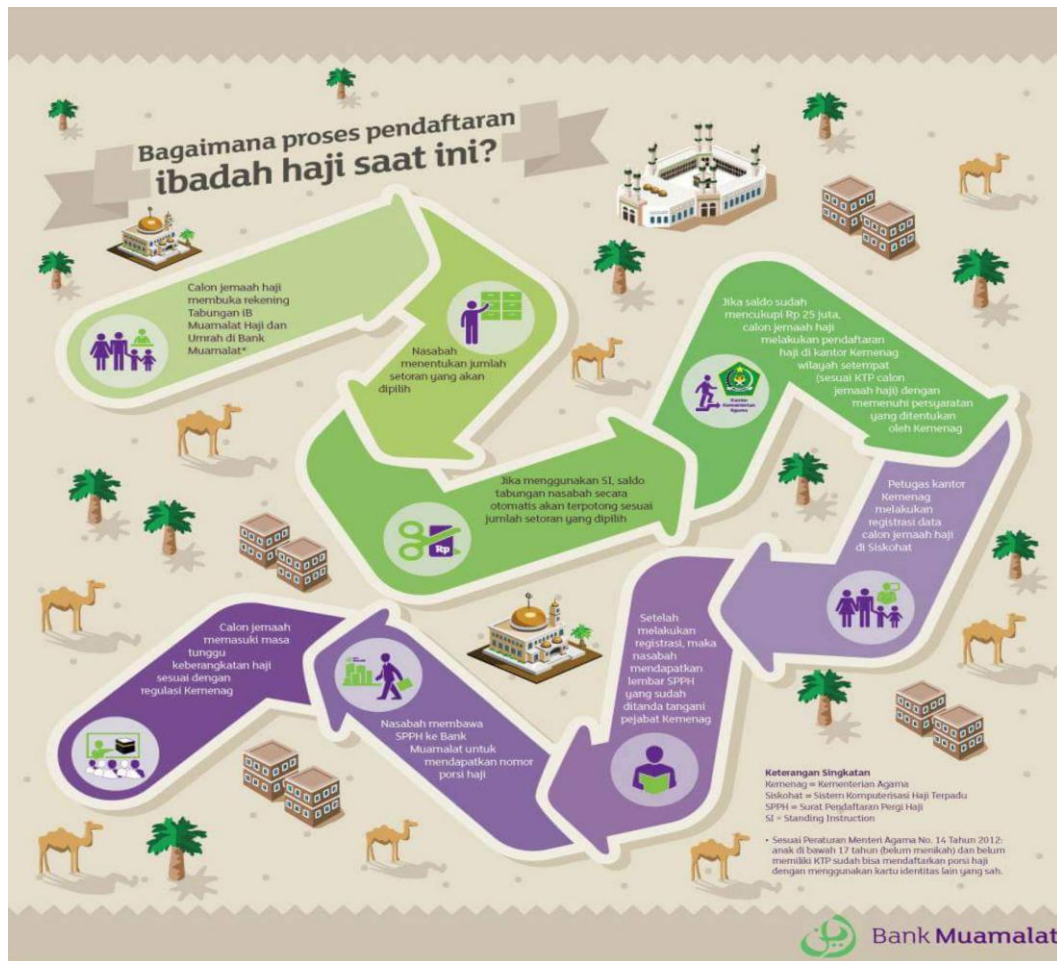
Download di  Google play dan ajak rekan Anda menikmati manfaatnya.

SalaMuamalat 1500016 | [www.bankmuamalat.co.id](http://www.bankmuamalat.co.id)

 [twitter.com/bankmuamalat](https://twitter.com/bankmuamalat)  [facebook.com/bankmuamalatIndonesia](https://facebook.com/bankmuamalatIndonesia)

 Bank Muamalat



## Berkembang itu bisa naik haji dan dapat umrah gratis dari Bank Muamalat

**Rezeki Haji Berkah**

**Selamat bagi pemenang umrah gratis Rezeki Haji Berkah periode April 2016**

**Hasanah**  
 Capem Antasari - Lampung

**Samalina Pakpahan**  
 Cabang Padang Sidempuan - Sumbagut

**Juma'ati**  
 Capem Bombana - Kendari

**Rachma Febriana**  
 Cabang Puri Indah - Jakarta

**Astri Dyah Kartikasari**  
 Capem Sukorhajo - Solo

**Tersedia bagi 5 pemenang setiap bulannya**

Syaikat dan kerantunan hubungi:  
 SalaMuamalat **1500016** | [www.bankmuamalat.co.id](http://www.bankmuamalat.co.id)

**Bank Muamalat**  
 Terkini dan Inovasi