

IMPLEMENTASI BAURAN PEMASARAN PADA TABUNGAN IB HIJRAH DI BANK MUAMALAT KANTOR CABANG PEMBANTU SUMENEP

*¹Akh Muhlisin, ²Abd. Rosid, ³Abdul Azis, ⁴Haris Huraidi, ⁵Refkiyadi, ⁶Arniatun Mutmainnah, ⁷Nor Zeinah

¹⁻⁷Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Al-Khairat Pamekasan

Email: ¹dudungadraka@gmail.com, ²abdrosyid@alkhairat.ac.id, ³azis.oi89@gmail.com,

⁴huraidiharis@gmail.com, ⁵refkiyadi45@gmail.com, ⁶nurzainah559@gmail.com,

⁷arniatunmutmainnahnaa@gmail.com.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis implementasi bauran pemasaran pada produk Tabungan IB Hijrah di Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu (KCP) Sumenep. Perkembangan industri perbankan syariah yang semakin kompetitif menuntut lembaga keuangan syariah untuk memiliki strategi pemasaran yang efektif guna menarik dan mempertahankan nasabah. Tabungan IB Hijrah merupakan produk unggulan Bank Muamalat dengan akad wadi'ah yad dhamanah yang menawarkan kemudahan, keamanan, serta bebas biaya administrasi. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi selama pelaksanaan kegiatan magang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Bank Muamalat KCP Sumenep telah menerapkan bauran pemasaran 7P yang meliputi product, price, place, promotion, people, process, dan physical evidence secara cukup efektif. Implementasi bauran pemasaran tersebut mampu meningkatkan minat masyarakat terhadap produk Tabungan IB Hijrah dan berkontribusi pada pertumbuhan jumlah nasabah.

Kata kunci: Bauran Pemasaran, Tabungan IB Hijrah, Bank Muamalat.

Abstract

This research aims to analyze the implementation of the marketing mix for IB Hijrah Savings products at Bank Muamalat Sub-Branch Office (KCP) Sumenep. The increasingly competitive development of the sharia banking industry requires sharia financial institutions to have effective marketing strategies to attract and retain customers. IB Hijrah Savings is a superior product of Bank Muamalat with a wadi'ah yad dhamanah agreement which offers convenience, security and free administration fees. The research method used is a descriptive qualitative method with data collection techniques through observation, interviews and documentation during the implementation of internship activities. The research results show that Bank Muamalat KCP Sumenep has implemented the 7P marketing mix which includes product, price, place, promotion, people, process and physical evidence quite effectively. The implementation of this marketing mix is able to increase public interest in IB Hijrah Savings products and contribute to the growth in the number of customers.

Keywords: Marketing Mix, Ib Hijrah Savings, Bank Muamalat.

Pendahuluan

Perbankan syariah merupakan bagian dari sistem ekonomi Islam yang beroperasi berdasarkan prinsip-prinsip syariah dan menjauhi praktik riba. Di Indonesia, perkembangan perbankan syariah mengalami pertumbuhan yang signifikan seiring meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap

transaksi keuangan yang sesuai dengan nilai-nilai Islam (Ramin, 2021). Namun, perkembangan tersebut juga diiringi dengan meningkatnya persaingan antar lembaga keuangan, baik syariah maupun konvensional, sehingga menuntut bank syariah untuk memiliki strategi pemasaran yang efektif.

Strategi pemasaran memiliki peran penting dalam memperkenalkan produk perbankan kepada masyarakat serta membangun kepercayaan nasabah. Salah satu strategi yang umum digunakan adalah bauran pemasaran (marketing mix), yang terdiri dari tujuh unsur utama (7P), yaitu produk, harga, tempat, promosi, orang, proses, dan bukti fisik (Musfar, 2020). Penerapan bauran pemasaran yang tepat dapat memberikan keunggulan kompetitif bagi lembaga keuangan syariah dalam menarik minat nasabah.

Beberapa penelitian terdahulu menunjukkan bahwa penerapan bauran pemasaran berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk perbankan syariah (Mujibno et al., 2021). Namun, kajian yang secara khusus membahas implementasi bauran pemasaran pada produk Tabungan IB Hijrah di Bank Muamalat KCP Sumenep masih terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini memiliki kebaruan ilmiah dalam mengkaji implementasi bauran pemasaran 7P pada produk Tabungan IB Hijrah di tingkat kantor cabang pembantu.

Berdasarkan uraian tersebut, permasalahan penelitian ini adalah bagaimana implementasi bauran pemasaran pada produk Tabungan IB Hijrah di Bank Muamalat KCP Sumenep. Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis penerapan bauran pemasaran dalam memasarkan Tabungan IB Hijrah di Bank Muamalat KCP Sumenep.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Metode ini dipilih untuk memperoleh pemahaman yang mendalam mengenai implementasi bauran pemasaran pada produk Tabungan IB Hijrah di Bank Muamalat KCP Sumenep. Penelitian dilakukan di Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu Sumenep yang berlokasi di Kabupaten Sumenep, Madura, pada bulan Januari hingga Februari 2026.

Sumber data dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui observasi langsung selama kegiatan magang, wawancara dengan karyawan Bank Muamalat KCP Sumenep, serta keterlibatan peneliti dalam aktivitas pemasaran dan pelayanan nasabah. Data sekunder diperoleh dari dokumen internal bank, brosur produk, laporan kegiatan, serta literatur yang relevan dengan pemasaran dan perbankan syariah.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Observasi dilakukan untuk mengamati secara langsung aktivitas pemasaran dan pelayanan produk Tabungan IB Hijrah. Wawancara dilakukan secara informal dengan pihak bank untuk memperoleh informasi terkait strategi pemasaran yang diterapkan. Dokumentasi digunakan untuk melengkapi data berupa arsip, laporan, dan materi promosi. Data yang diperoleh dianalisis secara deskriptif dengan cara mengelompokkan data, menyajikan data, dan menarik kesimpulan sesuai dengan tujuan penelitian.

Hasil Dan Pembahasan

A. Gambaran Umum Lembaga/Instansi Tempat Pelaksanaan Magang

1. Profil

Nama Instansi : Bank Muamalat KCP Sumenep

Alamat Instansi : Komplek Ruko Raden Arya Wiraraja Kav. Blok A, Jl.Trunojoyo No. 214,
Sumenep, Madura

No. HP : +623286763228

Email : -

Web : www.bankmuamalat.co.id

2. Logo



B. Sejarah Singkat Bank Muamalat KCP Sumenep

Bank Muamalat Indonesia (BMI) termasuk dalam bank syariah, di mana bank ini menjadi bank syariah pertama di Indonesia yang tunduk pada peraturan Bank Indonesia (BI). Berdirinya Bank Muamalat sebagai pelopor bank syariah di Indonesia diprakarsai oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI), Cendekiawan Muslim Indonesia (ICMI) dan pengusaha muslim yang kemudian mendapat dukungan dari Pemerintah Republik Indonesia pada tahun 1991. Sebagaimana bank pada umumnya, BMI menjalankan operasionalnya dalam usaha untuk memperoleh laba di bawah perlindungan dan pembinaan Bank Indonesia yang beroperasi secara syariah, memiliki prinsip-prinsip yang harus ditaati, yaitu larangan untuk menggunakan instrumen bunga. Berbeda halnya dengan bank konvensional yang menggunakan sistem bunga dalam operasionalnya, di mana dalam hukum Islam sistem bunga tergolong riba dan tidak sesuai dengan syariat Islam.

Selain itu juga, Bank Muamalat Indonesia (BMI) terus berinovasi dengan mengeluarkan produk-produk keuangan syariah seperti Sukuk Subordinasi Mudharabah, Asuransi Syariah (Asuransi Takaful), Dana Pensiun Lembaga Keuangan Muamalat (DPLK Muamalat) dan *multifinance* syariah (Al-Ijarah Indonesia *Finance*) yang seluruhnya menjadi terobosan baru di Indonesia. Selain itu, produk *Shar-e* yang diluncurkan pada 2004 merupakan tabungan instan pertama di Indonesia. Produk *Shar-e Gold* Debit Visa yang diluncurkan pada 2011 berhasil memperoleh penghargaan dari Museum Rekor Indonesia (MURI) sebagai Kartu Debit Syariah dengan teknologi *chip* pertama di Indonesia serta layanan *e-channel* seperti *internet banking*, *mobile banking*, ATM, dan *cash management*.

Seluruh produk-produk itu menjadi pionir produk syariah di Indonesia dan menjadi tonggak sejarah penting di industri perbankan syariah. Seiring kapasitas Bank yang semakin besar dan diakui, BMI kian melebarkan sayap dengan terus menambah jaringan kantor cabangnya tidak hanya di seluruh Indonesia, akan tetapi juga di luar negeri. Pada 2009, Bank mendapatkan izin untuk membuka kantor cabang di Kuala Lumpur, Malaysia dan menjadi bank pertama di Indonesia serta satu-satunya yang mewujudkan ekspansi bisnis di Malaysia. Hingga saat ini, Bank telah memiliki 239 kantor layanan termasuk 1 (satu) kantor cabang di Malaysia. Operasional Bank juga didukung oleh jaringan layanan yang luas berupa 568 unit ATM Muamalat, 120.000 jaringan ATM Bersama dan ATM Prima, 51 unit Mobil Kas Keliling. Dan salah satu kantor cabang yang menjadi penelitian pada laporan ini adalah Bank Muamalat KCP Sumenep yang terletak di Pulau Madura bagian timur. Di Kabupaten Sumenep sendiri, Bank Muamalat memiliki 1 (satu) kantor cabang dan 1 (satu) *Mobile Branch* yang bertempat di Kantor Kementerian Agama. Bank Muamalat KCP Sumenep semata-mata tidak

langsung berdiri begitu saja, melainkan didahulukan dengan adanya *Mobile Branch* hingga disetujui oleh pusat untuk mendirikan Kantor Cabang, tepatnya di Kolor, Kecamatan Kota Sumenep, Kabupaten Sumenep. *Mobile Branch* sendiri ada sejak bulan Oktober tahun 2018. Dan salah satu fakta didirikannya kantor cabang di Sumenep yaitu karena sejak adanya *Mobile Branch*, banyak masyarakat dari pulau Madura terutama Sumenep untuk mendaftarkan dirinya menjadi nasabah di Bank Muamalat salah satunya menjadi nasabah haji.

Dilansir dari informasi yang diperoleh dari salah satu karyawan bank Muamalat Sumenep bahwa nasabah haji yang mendaftar saat itu sekitar 14 orang. Dan setiap harinya selalu bertambah, hingga akhirnya pada bulan November 2018, kantor tersebut berhasil diresmikan dan berdiri sampai saat ini. Selain itu, produk-produknya pun juga bertambah seiring berkembangnya zaman, mulai dari adanya aplikasi Muamalat DIN (*Digital Islamic Network*) sehingga nasabah bisa membuat rekening melalui online tanpa harus ke bank langsung, produk Prohajj atau Haji Plus sehingga nasabah haji bisa berangkat lebih cepat antara 6 sampai 7 tahun, dan juga adanya fitur Qris sehingga nasabah bisa bertransaksi dimana saja dan kapan saja.

C. Visi dan Misi

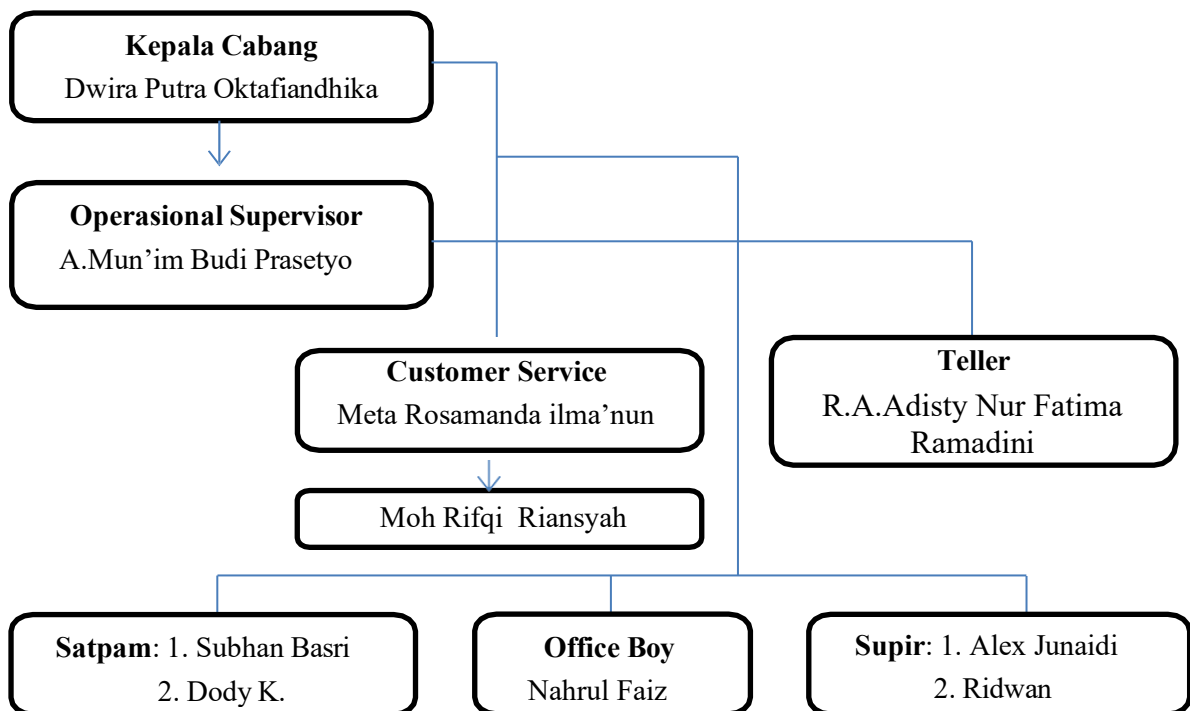
1. Visi Bank Muamalat KCP Sumenep

Adapun visi dari Bank Muamalat KCP Sumenep yaitu menjadi Bank Syariah terbaik dan 10 bank terbesar di Indonesia dengan eksistensi yang diakui di tingkat regional.

2. Misi Bank Muamalat KCP Sumenep

Adapun misi dari Bank Muamalat KCP Sumenep yaitu membangun lembaga keuangan syariah yang unggul dan berkesinambungan dengan penekanan pada semangat kewirausahaan berdasarkan prinsip kehati-hatian, keunggulan sumber daya manusia yang islami dan profesional serta orientasi investasi yang inovatif, untuk memaksimalkan nilai kepada seluruh pemangku kepentingan.

D. Struktur Organisasi



Adapun fokus dari laporan kegiatan magang ini sehingga menghasilkan tujuan khusus pada penelitian terkait implementasi bauran pemasaran pada tabungan IB Hijrah di Bank Muamalat KCP Sumenep, yaitu sebagai berikut:

1. Tabungan IB Hijrah

Tabungan yang ada di Bank Muamalat sendiri terbagi menjadi beberapa inti bagian yaitu tabungan IB Hijrah, IB Hijrah Prima, IB Hijrah Haji, dan IB Hijrah Rencana. Masing-masing tabungan memiliki slogannya tersendiri yaitu sebagai berikut:

- a. IB Hijrah: “Hijrah itu Tenang”, dengan tujuan untuk mengajak nasabah menikmati berkahnya tabungan di jalan syariah. Maka dari itu, banyak nasabah Bank Muamalat Sumenep tertarik untuk menabung di bank ini dengan memilih jenis tabungan tersebut, dikarenakan sistemnya yang menggunakan akad wadiah tanpa biaya administrasi sehingga tidak dikhawatirkan bahwa uang yang ditabung nasabah akan berkurang setiap bulannya hanya karena biaya administrasi. Namun demikian, tidak adanya biaya administrasi, menandakan juga bahwa tabungan IB Hijrah tidak mempunyai bagi hasil untuk nasabah sehingga tabungan nasabah juga tidak akan bertambah. Hal ini dimaksudkan bahwa akad wadiah merupakan penitipan dana kepada penyimpan dana, tidak ada porsi bagi hasil namun berupa bonus yang tidak diperjanjikan (sesuai kebijakan Bank).
- b. IB Hijrah Prima: “Hijrah itu Tumbuh”, dengan tujuan untuk mengajak nasabah menikmati mudahnya bertransaksi bisnis untuk investasi yang terus berkembang. Sedangkan sistem pada tabungan IB Hijrah Prima yaitu menggunakan akad mudharabah, yang mana akad ini diartikan bahwa nasabah memberikan investasi dana kepada pengelola dana (bank) untuk kegiatan usaha yang sesuai syariah dan ada kesepakatan porsi bagi hasil atas hasil pengelolaan dana. Dengan porsi bagi hasil maksimal 5% (sesuai kebijakan bank) untuk nasabah, namun juga ada potongan administrasi sebesar Rp11.000.
 - 1) IB Hijrah Haji: “Hijrah itu Ibadah”, dengan tujuan mengajak nasabah untuk mewujudkan safar terbaiknya menuju Baitullah. Tabungan ini mempermudah nasabah untuk mengumpulkan dananya sebagai investasi menuju Baitullah. Tentunya dengan proses dan transaksi yang begitu mudah.
 - 2) IB Hijrah Rencana: “Hijrah itu Yakin”, dengan tujuan mengajak nasabah untuk merencanakan perjalanan menuju cita-cita bersama. Tabungan ini bekerja sama dengan pihak asuransi, di mana tabungan ini memiliki perlindungan asuransi jiwa dengan usia pembukaan rekening minimal 17 tahun, maksimal 60 tahun. Sedangkan usia saat Tabungan IB Hijrah Rencana jatuh tempo, maksimal 65 tahun.

2. Implementasi Bauran Pemasaran pada Tabungan IB Hijrah di Bank Muamalat KCP Sumenep

Bauran pemasaran atau disebut pula dengan *marketing mix* adalah alat pemasaran yang baik yang berada dalam suatu perusahaan, di mana perusahaan mampu mengendalikannya agar dapat mempengaruhi respon pasar sasaran.⁵ Hal ini tentu saja diterapkan dalam suatu lembaga keuangan syariah, salah satunya Bank Muamalat KCP Sumenep untuk mengenalkan hingga memasarkan produknya agar bisa menarik minat masyarakat untuk menjadi salah satu nasabah sehingga nasabah tersebut akan mengetahui informasi terkait bank dan diharapkan nasabah tersebut juga bisa menginformasikan atau mengajak kerabatnya untuk mengenal bank tersebut. Bauran pemasaran 7P Bank Muamalat KCP Sumenep adalah sebagai berikut:

a. *Product* (Produk)

Produk merupakan salah satu hal utama yang harus ada dalam bauran pemasaran. Selain itu, produk adalah barang atau layanan yang dapat diperdagangkan. Salah satu produk *funding* yang ada di Bank Muamalat adalah Tabungan IB Hijrah. Bank Muamalat merilis produk *funding* ini untuk memberikan kenyamanan pada nasabah karena tabungan ini tidak memiliki biaya administrasi sehingga nasabah tidak perlu khawatir akan berkurangnya tabungan oleh potongan biaya admin. Syarat untuk menabung di tabungan IB Hijrah ini yaitu hanya membutuhkan KTP dan NPWP (hanya opsional atau jika ada). Proses pendaftaran dimulai dengan mengisi data diri di aplikasi muamalat DIN (*Digital Islamic Network*) lalu memilih opsi tabungan IB Hijrah yang menggunakan akad wadiah. Setelah proses pembuatan rekening di aplikasi Muamalat DIN, nasabah akan diarahkan untuk membayar setoran awal sebesar Rp 25.000 di bagian *teller*. Proses pembuatan rekening untuk tabungan IB Hijrah menjadi sangat mudah dikarenakan nasabah bisa membuat rekening tabungan tersebut di mana saja atau tidak perlu datang langsung ke bank, hanya dengan menggunakan layanan yang dapat diakses melalui *handphone* nasabah. Namun begitu, untuk nasabah yang tidak bisa menggunakan *handphone* karena memori yang kurang memadai atau lansia sehingga tidak bisa menggunakan telepon cermat dengan baik, maka nasabah tersebut tetap bisa membuat rekening dengan mengisi data diri secara manual atau mendatangi bank.

b. *Price* (Harga)

Demikian penetapan harga oleh pihak bank berhubungan dengan:

- 1) Bagaimana nasabah menerima harga produk yang ditawarkan oleh bank Bank Muamalat KCP Sumenep dengan memberikan setoran awal pembukaan rekening tabungan yang ringan kepada nasabah.
- 2) Tabungan IB Hijrah diperuntukan bagi Perorangan dan Non Perorangan (badan hukum dan non badan hukum), keduanya wajib membayar setoran awal sebesar Rp 25.000.

Adapun biaya-biaya untuk jenis tabungan ini adalah sebagai berikut:

Tabel. 1. Fitur dan Biaya Tabungan IB Hijrah

<i>Akad</i>	<i>Wadi'ah Yad Dhamanah</i>
<i>Bagi Hasil</i>	Tanpa Nisbah
<i>Biaya Administrasi</i>	Gratis
<i>Biaya Rekening Pasif (Dormant)</i>	Rp 5.000,-
<i>Setoran Awal</i>	Rp 100.000,-
<i>Saldo Minimal Mengendap</i>	Rp 50.000,-
<i>Biaya penggantian buku tabungan rusak/hilang</i>	Rp 25.000,-
<i>Biaya penutupan rekening</i>	Rp 25.000,-
<i>Biaya SMS OTP Debit Online</i>	Rp 700,-/sms
<i>Biaya SMS Notifikasi</i>	Rp 700,-/sms
<i>Biaya Email Notifikasi</i>	Gratis

Keterangan: Rekening pasif (Dormant) adalah rekening yang tidak ada transaksi debit (keluar) dan transaksi kredit (masuk) selama 6 bulan berturut-turut selain transaksi sistem.

c. *Place (Tempat)*

Bank Muamalat KCP Sumenep, yang beralamat di Kolor, Kecamatan Kota Sumenep, Kabupaten Sumenep. Lokasi mudah dijangkau karena dekat dengan gedung Adi Poday Ruko dan juga berada di pusat keramaian. Saluran distribusi dilakukan secara langsung dari Bank Muamalat ke nasabah.

d. *Promotion (Promosi)*

Promosi merupakan sarana yang paling tepat untuk menarik dan mempertahankan nasabah. Salah satu tujuan promosi bank adalah menginformasikan segala jenis produk yang ditawarkan dan berusaha menarik calon nasabah baru. Adapun bentuk promosi yang telah dilakukan oleh Bank Muamalat KCP Sumenep dalam usaha memperkenalkan produk kepada masyarakat adalah

1) *Advertising (Iklan)*

Iklan digunakan sebagai media penyebaran informasi untuk sebuah produk atau merek dari perusahaan. Iklan sangat efektif dalam promosi penjualan karena pesan yang disampaikan di dalamnya akan menggunakan bahasa yang mudah dipahami oleh pembaca, berisi kalimat ajakan dan untuk mempertahankan dari pesaing serta bersifat jangka panjang. Bank Muamalat melakukan iklan secara rutin melalui media online (*Instagram, Facebook, Whatsapp*) serta media offline (brosur) dan untuk meningkatkan

minat nasabah terkait kemudahan bertransaksi di Bank Muamalat, mereka memiliki video tutorial terkait bagaimana cara membuat rekening dengan cepat dan mudah melalui aplikasi MDIN (Muamalat DIN) yang disebarluaskan melalui media online seperti *Whatsapp*.

2) *Personal Selling (Penjualan Perorangan)*

Penjualan perorang yaitu teknik penjualan personal yang menggunakan interaksi tatap muka antara penjual dan pelanggan untuk mempengaruhi keputusan pembelian oleh pelanggan. Teknik ini melibatkan kontak langsung antara penjual dan pelanggan dengan tujuan untuk memotivasi dan meyakinkan pelanggan untuk membeli produk yang ditawarkan. Dalam kegiatan pemasaran penjualan perorangan di Bank Muamalat, *customer service* memberikan informasi secara langsung dan tanpa ragu di sela-sela pembicaraan pasti menawarkan produk kepada nasabah saat berkunjung di Bank Muamalat KCP Sumenep. Selain itu, karyawan di bidang pemasaran melakukan pelayanan dan pendekatan pada nasabah melalui telepon atau kunjungan langsung untuk meningkatkan silaturahmi sembari menawarkan produk.

3) *Sales Promotion (Promosi Penjualan)*

Tujuan promosi adalah untuk memperoleh penerimaan masal atas produk yang dijual sehingga masyarakat dapat membeli dan menggunakannya atau biasa dikenal dengan COB (*Customer on Boarding*). Bisnis sering menggunakan promosi produk sebagai alat pemasaran untuk menarik pelanggan. Promosi penjualan ini dilakukan oleh tenaga pemasaran melalui media online (*Instagram, Facebook, Whatsapp*) maupun media offline (brosur, reklame). Promosi penjualan ini dapat dilakukan pada acara-acara tertentu, seperti pameran, bazar, festival, dan lain-lain, yang biasanya diadakan di satu lokasi.

4) *Public Relations (Hubungan Masyarakat)*

Public relations merupakan proses interaksi antara organisasi dan komunitas untuk menciptakan opini publik, menyampaikan kesadaran, membangkitkan pemahaman, memotivasi, dan membangkitkan partisipasi publik. Melalui kegiatan ini, perusahaan memperoleh citra positif di mata pelanggan, dikenal lebih banyak orang dan mendapatkan lebih banyak minat terhadap produk. Kegiatan *public relations* misalnya mengadakan acara khusus, mensponsori organisasi amal, dan seminar. Bank Muamalat melakukan *public relations* menjadi *sponsorship* kegiatan-kegiatan nasabah seperti kegiatan sekolah atau universitas.

5) *Direct Marketing*

Direct marketing adalah suatu sistem interaktif yang menggunakan satu atau lebih

media periklanan untuk mendapatkan tanggapan dari pembeli potensial. Bank Muamalat menawarkan komunikasi langsung dan tidak langsung yang dilakukan melalui *whatsapp*, telepon, *e-mail*, dan situs *web* kepada calon nasabah.

6) *Physical Evidence (Bukti Fisik)*

Untuk meningkatkan pelayanan pada masyarakat atau nasabah, maka Bank Muamalat KCP Sumenep melakukan hal-hal sebagai berikut:

- a) Selalu menjaga kebersihan serta menyediakan tempat atau ruang tunggu yang nyaman meskipun tempat tidak seluas kantor pusat.
- b) Tata ruang kerja karyawan yang diatur dengan baik sehingga dapat meningkatkan semangat karyawan bekerja.
- c) Melakukan penghimpunan dana langsung ke tempat nasabah yang dilakukan oleh karyawan bagian pemasaran sebagai petugas lapangan. Dengan adanya petugas yang langsung melakukan penghimpunan dana ke lokasi nasabah tidak perlu lagi datang ke bank untuk melakukan penyetoran dan penarikan karena bisa dilakukan melalui petugas lapangan. Di mana petugas lapangan di sini yaitu kepala cabang Bank Muamalat Sumenep yang merangkap sebagai tim bisnis, dikarenakan keterbatasan karyawan yang dimiliki oleh Bank Muamalat Sumenep.
- d) Tersedia komputer yang dapat memudahkan dan mempercepat kegiatan operasional bank seperti menyimpan data-data masyarakat dan mempermudah dalam pembuatan surat menyurat.
- e) ATM yang selalu di cek kondisinya setiap hari Jum'at agar selalu berfungsi dengan baik saat digunakan oleh nasabah.

7) *People (Orang)*

Bank Muamalat KCP Sumenep memiliki karyawan sebanyak 11 orang dan dalam memilih karyawan, Bank Muamalat KCP Sumenep memiliki kategori tersendiri. Adapun kategori tersebut terdiri dari Kepala Cabang yang merangkap sebagai tim bisnis (1 orang), operasional supervisor (1 orang), *teller* (1 orang), *customer service* (2 orang), sedangkan yang merangkap sebagai tim bisnis hanya 1 orang, *office boy/cleaning service* (1 orang), satpam (2 orang), dan supir (2 orang). Bank Muamalat KCP Sumenep menyeleksi karyawan tidak hanya berdasarkan kemampuan, tetapi juga aspek *emotional intelligence* (kecerdasan emosional) dan aspek spiritual.

8) *Process (Proses)*

Jika ada nasabah ingin membuat tabungan IB Hijrah, bisa melalui aplikasi MDIN atau Muamalat DIN (*Digital Islamic Network*) yang bisa diunduh di aplikasi *Play Store*. Setelah menngunduh aplikasi tersebut, nasabah akan dibantu oleh *customer service*

dalam proses pendaftaran. Sebelumnya, *customer service* akan menanyakan pada nasabah terkait kebutuhan tabungan nasabah. Jika nasabah ingin menabung dengan jumlah yang cukup besar dan tidak terlalu aktif untuk melakukan transaksi, maka nasabah akan diarahkan untuk menggunakan jenis tabungan IB Hijrah Prima dengan akad mudharabah karena ada bagi hasilnya maksimal 5% namun juga akan terpotong biaya administrasi sebesar Rp 11.000. Tetapi, jika nasabah hanya menabung dengan jumlah sedikit dan aktif melakukan transaksi seperti transfer dan lain sebagainya, maka nasabah akan diarahkan untuk memilih jenis tabungan IB Hijrah yang menggunakan akad wadiah saja agar tidak terpotong biaya administrasi. Selain itu, beritakan pula bahwa jika menggunakan akad wadiah dan selama 6 bulan tidak ada transaksi yang berlangsung, maka dengan otomatis ada potongan biaya administrasi sebesar Rp 5.000. Sedangkan jika menggunakan akad mudharabah akan terpotong sebesar Rp 15.000.

Setelah nasabah memilih jenis tabungan, secara otomatis aplikasi MDIN akan mengarah pada pengisian data diri baik itu nama, pekerjaan, alamat sesuai KTP, tanda tangan, verifikasi wajah, serta memilih opsi-opsi terkait tujuan pembukaan tabungan serta maksimal transaksi yang akan dilakukan. Karena jika transaksi yang dilakukan nasabah kurang dari Rp 5.000.000, maka ATM yang digunakan adalah GPN (gratis/tanpa biaya kartu bulanan untuk IB Hijrah sedangkan untuk IB Hijrah Prima ada potongan sebesar Rp 2.500). Sedangkan jika transaksi yang dilakukan lebih dari Rp 5.000.000, maka ATM yang digunakan adalah 1HRAM (biaya kartu bulanan sebesar Rp 5.000). Setelah memilih jenis transaksi, nasabah akan diminta untuk mengisi *user ID*, *password*, dan nomor TIN. Nomor TIN bisa digunakan untuk pin ATM serta berfungsi saat bertransaksi di aplikasi MDIN. Setelah proses MDIN selesai, nasabah akan diarahkan untuk membayar setoran awal sebesar Rp 100.000 di *teller*.

Sedangkan untuk nasabah yang tidak bisa menggunakan *handphone* sehingga tidak bisa pula mendownload aplikasi Muamalat DIN (*Digital Islamic Network*), maka nasabah tersebut akan mengisi data diri dalam bentuk FPR dan akan diproses secara manual oleh *customer service*.

Simpulan

Dari informasi yang telah penulis berikan pada bab sebelumnya, dapat diketahui bahwa implementasi bauran pemasaran pada Tabungan IB Hijrah di Bank Muamalat sudah dapat dikatakan telah terealisasi dengan baik. Hal ini dibuktikan dari banyaknya jumlah nasabah yang selalu bertambah baik itu dari promosi yang dilakukan hingga tempat yang berada di tengah keramaian masyarakat sekitar, sehingga masyarakat mengetahui keberadaan Bank Muamalat tersebut. Selain

itu, warna ungu dari Bank Muamalat menjadi dukungan untuk terlihatnya bank tersebut karena mencolok dari bank-bank yang ada di sekitarnya. Demikian pula, hal ini tentu di dorong dari adanya promosi yang dilakukan setiap waktu tanpa henti oleh para karyawan, terutama Kepala Cabang dan *customer service* yang merangkap sebagai tim bisnis, baik itu menawarkan produk saat bersilaturchami dengan nasabah, membuka stan di acara bazar, serta menjadi tamu di acara seminar sekolah.

Begitu pula, Bank Muamalat Sumenep memberikan kemudahan dan kenyamanan dalam bertransaksi menggunakan aplikasi Muamalat DIN (*Digital Islamic Network*), sehingga hal ini menjadi daya tarik tersendiri untuk masyarakat menjadi nasabah Bank Muamalat Sumenep. Aplikasi ini bukan hanya menyediakan fitur dan biaya yang menarik masyarakat, tetapi juga mempermudah calon nasabah ketika akan membuat rekening di Bank Muamalat Sumenep yaitu dengan mendaftarkan menggunakan KTP dan kertas putih untuk tanda tangan, maka rekening tersebut sudah bisa dibuat di tempat tanpa harus datang langsung ke bank dan ini menjadi peluang bagi seluruh karyawan Bank Muamalat Sumenep untuk bisa membantu progres Bank Muamalat Sumenep agar dapat dikenal oleh banyak orang. Teknik ini dinamakan dengan COB (*Customer on Boarding*).

Daftar Pustaka

Bank Muamalat, “Profil Bank Muamalat”, dalam

<https://www.bankmuamalat.co.id/index.php/profil-bank-muamalat>. Akses tanggal 12 Maret 2023.

Faisol, A, “Analisis Kinerja Keuangan Bank Pada PT Bank Muamalat Indonesia Tbk”, *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, Vol. 3, No. 2, 2017.

Mujibno, Octira, M, Ghoni, A, “Kajian Strategi Pemasaran Islam: Studi Tabungan IB Hijrah Haji Pada Bank Muamalat KCP Sumenep”, *Jurnal Reflektika*, Vol. 16, No. 2, 2021.

Musfar, T, F, *Manajemen Pemasaran: Bauran Pemasaran sebagai Materi Pokok dalam Manajemen Pemasaran*, Bandung: CV. Media Sains Indonesia, 2020.