

LAMPIRAN 1

Daftar Pertanyaan

Kegiatan Marketing Public Relations

1. Kegiatan Marketing Public Relations apa saja yang dilakukan oleh Bank Muamalat? Tujuannya?
2. Bagaimana proses kegiatan Special Event, Publisitas dan Sponsorship yang dilakukan?
3. Bagaimana evaluasi yang dilakukan untuk mengukur keberhasilan kegiatan tersebut?
4. Kapan kegiatan tersebut dilakukan?
5. Siapa yang bertanggung jawab terhadap proses kegiatan hingga pelaksanaan kegiatan tersebut?
6. Di mana saja kegiatan tersebut dilakukan?

Product Knowledge

1. Bagi perusahaan, apakah pemberian pengetahuan produk akan produk Shar-E dinilai penting? Mengapa demikian?
2. Apa ada strategi-strategi tertentu atau khusus untuk memberikan informasi produk kepada khalayak?
3. Bagaimana informasi mengenai produk Shar-E tersebut diberikan? Terkait dengan informasi yang seperti apa yang diberikan kepada khalayak?
4. Bagaimana respon atau tanggapan khalayak terhadap kegiatan yang dilakukan?
5. Bagaimana BMI menilai kegiatan yang telah dilakukan berhasil atau telah sesuai dengan tujuan yang diharapkan? Apa saja tolak ukur keberhasilan yang digunakan?
7. Siapa saja yang menjadi khalayak sasaran yang dituju dalam memberikan informasi tersebut?

LAMPIRAN 2

TRANSKRIP WAWANCARA

Informan : Delyuzar (Asisten Direktur)
Tempat : Bank Muamalat Indonesia
Tanggal : 28 April 2009

I: pertama itu adalah untuk menjembatani atau tepatnya juga mengawal ya, tentang Fatwa MUI tentang bunga bank haram. Jadi begitu kalau kita bilang bunga bank haram jadi gimana dong cara jalan keluarnya? Nah untuk itu dengan menggunakan Shar-E ini lah. Kenapa? Karena Shar-E ini mudah dijangkau di mana saja, jadi produk Shar-E ini bisa diperoleh di kantor pos yang *online* ada sekitar 3.000 kantor pos yang *online* di Indonesia. Itu *realtime online* ya, begitu di klik langsung ya. Cuma hanya untuk pembukaan rekening dan penyetoran, untuk pengambilan belum bisa di kantor pos. Tapi penyetoran udah, untuk pengambilan di kantor pos sedang dalam proses. Mudah-mudahan akhir tahun ini sudah bisa. Sesuai dengan moto dari Shar-E ini, *Easy, Everywhere, Extraordinary*

P: yang dimaksud dengan *Easy*-nya sendiri apa ya?

I: itu gampang diperoleh di mana-mana dan gampang untuk melakukan transaksinya dan untuk aplikasinya. Karena selain dijual di kantor pos itu mudah diperoleh di agen-agen kita juga.

P: kaya MLM gitu ya?

I: ya jangan disebut MLM juga itu beda, kan berantai. jadi orang itu kalau mau buka Shar-E, kalau yang biasa kan kalau mau buka rekening itu harus datang ke *counter* kalau yang ini tidak perlu. Itu yang dimaksud dengan *Easy*. Jadi tidak perlu ke *counter* bisa ke kantor pos, cabang-cabang kita atau ke agen-agen kita. Kemudian yang *extraordinary* itu akan disalurkan ke sektor riil dengan sistem bagi hasil sesuai dengan prinsip syariah, yang transaksi yang halal ya.

P: kelebihan

I: jaringan yang luas, jaringannya bisa menggunakan *counter* Muamalat, ATM Bersama, ATM BCA, kemudian bisa gunakan debit BCA juga

P: kena *charge* ga om?

I: yang satu kelebihannya biaya administrasi kita murah, tiga ribu lima ratus perbulan. Coba dibandingkan dengan bank-bank lain. Kemudian pengambilan di seluruh ATM yang bersama dan yang tadi itu tidak dikenakan biaya. Jadi kelebihannya jaringan luas, biaya administrasi murah, pengambilannya di ATM tidak bayar. Selain itu kita juga memberikan kesempatan bagi nasabah yang memiliki saldo minimal dua juta rupiah akan ada kesempatan untuk mendapatkan peluang untuk umrah. Peluang ya. Karena kita memberangkatkan tiga ratus enam puluh lima nasabah. Program 365. Dengan Shar-E ini kita juga ada program Kas Kilat. Yaitu program *remittance*, pengiriman uang atau *account*. Sekarang baru di Malaysia ya. Misalnya nasabah Shar-E di Malaysia dia kirim ke saudaranya yang disini, saudaranya yang di sini

- buka Shar-E aja, jadi biayanya kurang kan tidak ada pemotongan-pemotongan besar ya seperti bank-bank lain.
- P: untuk sementara hanya di Malaysia aja?
- I: iya untuk sementara hanya di Malaysia, sekarang sedang proses untuk negara-negara lain seperti Timur Tengah dan Hongkong.
- P: itu ada bank tertentu ga om di Malaysia?
- I: di Malaysia itu kita, oh ya satu lagi kelebihan yang lain adalah kita juga *online* dengan lima bank di Malaysia. Uang tadi bisa juga diambil di ATM MEPS itu *Malaysian Electronic Payment System*. Sama dengan Lion Bank.
- P: kekurangan dari produk ini om?
- I: kekurangannya sebenarnya hampir sam dengan produk-produk lain ya. Mm kekurangannya apa ya? Nanti coba kamu cari aja dengan produk lain?
- P: saya sempat cari di internet kalau produk Shar-E ini tidak punya buku tabungan ya?
- I: oo sekarang sudah ada. Jadi nasabah juga bisa punya buku tabungan. Jadi begini itu tidak bisa dibilang kekurangan juga, karena sesuai dengan karakter produknya. Shar-E itu bisa dibaca *Share* berbagai hasil, bisa berarti sesuai syariah. Tergantung bacannya. Shar-E, E-nya itu bisa juga kartu syariah berbasis elektronik. Sehingga kalau sudah berbasis elektronik ga perlu pakai buku lagi. Hanya saja kelemahannya dalamnya masih sangat terbatas hanya bisa melihat lima transaksi terakhir. Itu kelemahannya bisa, bukan kelemahan tapi kekurangannya ya. Kalau kelemahan bisa berarti tidak berarti kan, orang lemah ya lemah kan susah juga kan, orangnya sakit-sakitan mulu. Karena produk ini Shar-E *instant card* lah ya kelebihannya, langsung jadi kan itu ya. Karena dia *electronic banking* jadinya ga pakai buku hanya saja kekurangannya masih lima transaksi terakhir. Dan kelebihannya juga, orang kalau nelp ke *call center* pakai system yang teks itu bisa dijawab langsung lima transaksi terakhir
- P: pakai telepon rumah ya?
- I: iya, bank lain belum ada kan. Kemudian ada juga kelebihannya notifikasi kalau kita mengirim uang atau terima uang ada notifikasinya lewat sms. Anda telah mengirim uang atau Anda telah menerim kiriman uang.
- P: itu melalui apa? Telepon HP atau SMS?
- I: SMS. Jadi fasilitasnya bisa pakai M-Banking. M-Banking itu gampang tinggal di lihat saja di nomor hape, tulisan 'M-Banking' ada di nomor berapa. Jadi tidak perlu repot-repot menghafal. 62265464, itu nomor M-Bankingnya. Gampang kan.
- P: ini khusus untuk produk Shar-E atau produk apa saja?
- I: Shar-E saja.
- P: yang sempat liat dari informasi, produk ini kan produk inovatif ya om. Karena bank-bank lain kan belum ada ya?
- I: makanya ini disebut produk inovatif karena baru ini
- P: yang menjadi target khalayak dari produk ini siapa? Ada kategori khusus untuk khalayaknya?
- I: ga, siapa saja.

- P: produk ini juga pernah dapat MURI karena dalam satu atau dua tahun gitu bisa terjadi peningkatan nasabah
- I: iya, tercepat dalam pertumbuhannya dan juga kelebihannya lagi, nomor rekeningnya itu sama dengan nomor di kartu. Jadi gampang. Kalau bank lain di kartu lain di rekening nomornya juga beda. Susah ingatnya. Salah satunya yaitu juga dapat MURI
- P: khalayaknya juga perkembangannya signifikan ya?
- I: iya
- P: kalau terkait dengan kegiatan MPR-nya bagaimana om?
- I: pertumbuhannya sebelum ada Shar-E ini belum begitu banyak. Begitu ini dibikin, langsung naik.
- P: kalau untuk MPR-nya bagaimana om?
- I: salah satu MPR nya itu raih Umrah 365 tadi. Jadi nanti kita bekali tentang Bank Muamalat, *Culture* Muamalat-nya sebelum berangkat. Selain itu juga kita harapkan mereka untuk menjadi *Shar-E Community*.
- P: ada komunitasnya juga?
- I: kita belum bentuk dalam formal, dalam informal sudah. Dalam waktu dekat ini kita akan bentuk itu. Sehingga nanti ada event-event yang bertahap dan berkelanjutan
- P: untuk mendapatkan Umrah ini itu nanti diundi atau bagaimana?
- I: kita kalau pakai kata diundi itu masih sangat sensitif yah
- P: iya karena masih ada yang bilang itu haram
- I: kita lakukan penarikan lah. Terhadap *customer* yang minimal dua juta lagi kita saring lagi.
- P: itu untuk seluruh Indonesia? Atau misalnya ada batasan di tiap daerah ada jatahnya?
- I: seluruh Indonesia. Ga ada jatah-jatah. Tapi ga tahu selama ini komputer itu ngacak hampir seluruh Indonesia. Itu ga kita atur-atur. Kalau atur-atur bisa aja kita pilih itu sama aja bohong rekayasa.
- P: kemudian juga program yang di Metro TV, Berbagi Cahaya. Itu *Marketing Public Relations* juga kan. Banyak lagi kegiatan-kegiatan yang kita juga ikut.
- I: tujuan kegiatannya?
- P: *tujuannya pertama ya kita mengedukasi, kemudia juga promosi. Kalau promosi aja orang kan ga tahu juga kan. Makanya pertama edukasi dulu. Kalau orang paham, ini keuntungannya, benefitnya banyak manfaatnya segala macam barulah mereka mendapatkan informasi kan bisa sekalian promosi kan.*
- P: edukasinya itu diberikannya bagaimana?
- I: dari kegiatan ekonomi syariah kala di TV kan. Tidak hanya syariah saja, tapi perekonomian global. Kalau yang di Raih Umrah itu kita juga mengajak mereka untuk berperan serta menjadi Dai Muamalat gitu.
- P: kegiatan *special event*, publisitas dan *sponsorship* yang dilakukan?
- I: ya banyak. Kita ikut berbagai *event* local, nasional dan internasional.
- P: kalau yang lokalnya om?
- I: kalau yang lokal-lokalnya tergantung cabang-cabangnya lah. Kegiatan-kegiatan daerah setempatlah. Apa itu Majelis Taklim atau seminar, atau pameran. Kalau di tingkat nasional kita juga festival ekonomi syariah,

kita mensponsori ekonomi syariah ya. Di daerah ada festival ekonomi syariah juga kan. Kemaren juga kita mensponsori kegiatan internasionalnya WIEF itu, *Word Islamic Economic Forum*.

P: untuk sponsorship ini ada kriteria khusus? Apa dipilah-pilah dulu hanya khusus untuk kegiatan yang berbau Islami atau bagaimana?

I: kalau kita semua kegiatan yang dilakukan harus dilihat tidak boleh bertentangan dengan kegiatan islami. Seperti rokok kita tidak boleh sponsor acara rokok. Ga bisa sembarangan. Karena bank syariah sensitif sifatnya. Kalau kita bank syariah tapi cara-cara kita tidak berdasarkan syariah tidak sejalan dengan visi dan misi kita kan.

P: mengenai agen itu om, saya penasaran yang melatarbelakanginya?

I: agen itu kita kenal dengan cara Shar-E Rabat. Jadi orang beli *cash* dulu di satu kotak minimal lima puluh isinya. Shar-E itu kan belinya seratus dua puluh lima ribu, *stater pack* namanya. Nanti itu ada kartunya, ada pin, ten. Ten itu sebagai *pin book* lah namanya. Kalau ada apa-apa tinggal di cel lah, *security*-nya lah. Jadi kemudian dia beli, dia dapat diskon. Kalau yang tadinya seratus dua puluh lima ribu menjadi seratus enam belas. Jadi dia jual ke orang tetap seratus dua puluh lima ribu. Seratus itu saldo awal, terus dua puluh lima ribu untuk administrasi. Nah itu di jual itu di daerah-daerah. Jadi kita menamakan dua daerah gitu berdasarkan kelompok, *saved* dan *unsaved*. *Saved* itu yang ada cabangnya kalau yang *unsaved* itu yang tidak ada cabangnya. Jadi peran Dai itulah yang membantu kita. Namanya Dai Muamalat. Kalau dulu kru juga jual Shar-E. disini kita kru bukan karyawan. Kalau kru itu istilahnya kita lebih produktif, orang lapangan gitu lah. Tampil di mana saja.

P: distruktur nya itu kan bentuknya melingkar gitu ya om, itu maksudnya apa ya?

I: jadi kita fokusnya mulai dari bisnis itu. Jadi makanya ada disitu namanya inovasi. Inti kita inovasi. Kalau berbisnis kita inovasi. Dari situlah semuanya berkembang. Sangat dinamis sekali sehingga tidak terkesan birokrasi gitu. Sehingga pengambilan keputusan lebih cepat.

P: kalau untuk mengevaluasi kegiatan bagaimana om?

I: dari lembaga survey, jadi kita bisa lihat dari hasil tersebut, efektivitas biaya yang dikeluarkan dengan hasilnya. Kalau untuk TV ratingnya lah. Ternyata untuk acara Berbagi Cahaya itu kita ratingnya cukup bagus, respons masyarakat cukup tinggi. Kita lihat lah survey-survey bagaimana pengaruhnya dari iklan tadi terhadap *top of mind*. Obsesi kita juga inginnya ini menjadi global. Makannya di kartu kita ga ada ditulis logo Bank Muamalat hanya Shar-E saja. Seperti *Master Card* kan.

P: apa nanti orang tidak menjadi rancu om, karena kalau Shar-E orang ga jadi ingat Muamalatnya?

I: itu nanti kalau sudah dikenal kan bisa kita bilang Shar-E persembahan dari Bank Muamalat bisa saja kan. Kalau sudah punya nama kan gampang kan

P: jadi kalau produk shar-E ini merupakan produk andalan ya pak?

I: iya

- P: kalau untuk publisitasnya, itu setahu saya kebanyakan melalui koran ya?
- I: iya melalui Koran Republika. Karena dia fokus ke ekonomi syariah. Walau pun kita di Bisnis Indonesia ada, di majalah-majalah lain juga ada. Di Media Indonesia, Kompas, Property dan Manajemen.
- P: ada kriteria khusus ga untuk mempublikasikan produk ini? apa di majalah ekonomi saja?
- I: ga, kita fokusnya memang di Republika sebagai konsekuensi dari karakter media sendiri kan. Arena ekonomi syariah kan masyarakat juga harus tahu. Makannya masuk ke segmen itu tadi.
- P: yang bertanggung jawab atas kegiatan yang dilakukan siapa ya pak?
- I: kita ada CSG Corporate Support Group. Itu saja yang bertanggung jawab. Menangani untuk PR, promosi. Kalau marketing kan ada di unit cabang-cabang kan
- P: untuk edukasi, memberikan informasi dinilai penting?
- I: iya pentinglah, malah kita punya program Breave. Jadi dari tingkat bawah sampai atas direktur di Breave, di uji ditanya mengenai produk Shar-E. kita tanyakan ke seluruh kru
- P: rutin?
- I: rutin. Kecuali kalau yang baru masuk enam bulan lah baru kita Tanya. Kalau kru baru pastilah. Kru lama pun juga gitu. Ini kan produk unggulan. Kalau tidak ada *product knowledge* kan bagaimana?
- P: kalau untuk khalayaknya sendiri?
- I: ya melalui kegiatan-kegiatan itu lah. Kan kita punya *stakeholder*. Kita juga diundang menjadi pembicara seminar. Kita aktif di pusat ekonomi syariah, di masyarakat ekonomi syariah, di ASBISINDO, di Kajian Timur Tengah. Tujuan kita aktif disana itu untuk mensosialisasikan ekonomi syariah
- P: ada strategi tertentu ga sih om memberikan informasi mengenai produk ini?
- I: kita banyak memberikan informasi-infomasi ke sekolah, perguruan tinggi. Karena pendidiakn sangat penting. SMP mereka suka buka, SMA mereka juga tahu apalagi kuliah. Kita juga masuk kepasar-pasar tradisonal kayak ke pedagang-pedagang Tionghoa. Makanya sekarang kita buka cabang ada banyak. Di Puri Indah, Kelapa Gading, Mangga Dua, banyak tuh
- P: jadi khalayaknya ini tidak ada klasifikasinya?
- I: produk ini untuk siapa saja, mendunia. Karena kita pingin orang masuk ek Muamalat karena Shar-E ini. jadi sebagai pintunya. Jadi kalau nanti mereka ingin memindahkan tabungan, mendepositokan, atau tolong ke tabungan haji jadi masuknya ke Shar-E
- P: biasanya bagi orang umum dengar nama Muaamlat sendiri itu kan bank-nya orang Islam. Ada kekhawatiran seperti itu ga om?
- I: karena itu kita perlu melakukan propaganda tadi. Bahwa bank muamalat itu bukan Bank Islam. Makanya melalui pemberitaan tadi. Kita juga masuk ke majalah-majalah Cina juga. Metro TV kita pilih karena pangsa pasarnya luas
- P: informasi yang diberikan melalui apa saja?

I: brosur, Koran, ke sekolah, FOSE untuk mahasiswa ada kan itu. Macam-macam.

P: sepertinya cukup dulu nih om

I: iya nanti saya kasih tambahannya lagi ya.

P: iya, terima kasih banyak ya om.

I: sama-sama.

TRANSKRIP WAWANCARA

Informan : Nidia Rosyiana (Staf Humas)
Tempat : Bank Muamalat Indonesia
Tanggal : 25 Mei 2009

I: jadi kan penelitiannya terkait dengan kegiatan MPR ya bagaimana mengkomunikasikan informasi keluar terkait dengan *special event*, *sponsorship* dan publisitas. Tapi sebenarnya ada juga kegiatan diluar dari ketiga kegiatan tersebut namun masih terkait dengan MPR, jadi mungkin bertahap kita wawancaranya ya. Jadi silahkan dari suci nya dulu kali pertanyaannya apa?

P: baik mbak. untuk kegiatan MPR-nya mbak, kegiatan yang dilakukan apa saja ya mbak?

I: sedikit *flashback* ya tentang produk Shar-E ini sendiri. produk Shar-E ini kan di *launch* itu sekitar tahun 2004, dan sebetulnya produk ini kan menjawab kebutuhan masyarakat akan kebutuhan terhadap perbankan syariah hingga terjangkau hingga ke pelosok. Mengawali ada fatwa dari MUI yang menyatakan bahwa bunga bank itu haram. Nah kalau memang haram lalu apa solusi bagi kita untuk bertransaksi di jalur yang halal gitu sedangkan pada saat itu bank syariah itu belum tumbuh seperti saat ini kan. Dari jumlah kantor cabang dan dari sisinya itu sendiri tidak sebanyak sekarang, nah ini hadir untuk menjawab atau menjembatani permasalahan tersebut. Di satu sisi Fatwa MUI mengharamkan bunga bank di sisi lain kita sebagai jasa penyedia keuangan pertama pada saat itu bertanggung jawab mengeluarkan produk yang tidak alasan lagi lah bagi masyarakat beralasan bahwa 'di tempat saya ga ada bank syariah', itu merupakan alasan kita pada saat itu, kita gambarkan. Nah berangkat dari situ Shar-E ini kan tabungan instant tanpa buku yang bisa dibuka di kantor pos dan arena fleksibilitasnya itu bisa di bawa kemana-mana sampai ke penjuru terpencil di Indonesia, di Papua misalnya di Nabire atau di mana lah yang kita tidak pernah tahu nama daerahnya asal ada kantor pos *online* mereka bisa disana. Nah, dari situ berangkat kita ingin mempunyai program promosi untuk mensosialisasikan kepada masyarakat itu beragam. Kalau di pilah itu ada istilah *peer* ya. Jadi di tempat kita itu ada istilah *peer* berangkat dari pusat sini kemudian di Jakarta, kemudian kota-kota besar dan daerah begitu ya. Kemudian turun ke bawah, cabang Bisnis bukan kota besar tapi dia potensial. Kita juga lihat, ada banyak yang kita lihat ya. Pertama dari sisi *segmented target*, sesuai dengan visi kita hendak menjadi bank yang dominan di pasar spiritual dan dikagumi di pasar rasional. Visi kita tidak bermaksud untuk mengkotonomikan menjadi dua ada rasional dan spriritual tapi maksudnya adalah bahwa pasar itu ada dan pendekatannya itu beda. Jadi berangkatnya dari situ untuk menjawab kebutuhan masyarakat. Tapi memang awalnya masih di spiritual market, kemudian kita lihat juga dari sisi demografi dari daerah besar kemudian turun lagi ke daerah-daerah yang lebih terpencil lagi. Sama Status sosial Ekonomi

apakah A, B atau C. karena produk Shar-E ini tidak secara khusus menyasar ke segmen tertentu. Sebutkanlah begini, suatu produk yang khusus menyasar produk A A+, yang ini C. itu ga. Karena kita ingin menyasar keseluruhan masyarakat Cuma tinggal *packagingnya* seperti apa, kemasan seperti apa itu. Nah memang sepanjang yang saya tahu selama di sini ada program yang memang terpusat ada program yang di *create* juga ada. Kita ada tipe cabang A, B, C.

P: tipe cabang ini maksudnya apa mbak?

I: bahwa kita itu membagi daerah atau wilayah cakupan kita itu kota besar, kota yang tidak terlalu besar tapi menengah ya, kemudian kota kecil atau daerah-daerah gitu. Jadi kita mulai dari Cabang C, Cabang C itu di sini di pusat ya dia *Corporate* Cuma ada satu memang kita adalah Cabang C disini. *Account-account* yang kita tangani kebanyakan *corporate* bukan individual ya. Nah yang kedua Cabang B, Cabang Bisnis. Dia masih berada di kota besar tapi nasabahnya ada yang *corporate* ada juga yang *retail/individu*. Yang ketiga Cabang A, kita sebut Cabang Aliansi ini adanya di kota-kota kecil seperti apa ya kita sebut Purwokerto atau Jogja atau seperti itu. Itu sifatnya sebetulnya nasabahnya ada yang *corporate* ada juga yang individual Cuma yang membedakannya cakupannya memang lokasinya dan daerahnya kita lihat. Apa dia daerah bisnis atau bukan itu jadi pertimbangannya. Kemudian program dari kantor pusat, itu yang paling menonjol saat ini itu adalah, mungkin Suci juga tahu, 365 Umrah. Itu salah satu bentuk apresiasi sekaligus untuk promosi bagi kita bahwa kita ingin memberikan pencerahan bahwa kita tidak ingin sebetulnya membuat orang nabung di kita karena hadiah. Ini hanya bentuk apresiasi kita, makanya kita tidak memberikan dalam bentuk materi. Misalnya di bank lain kan ada hadiah mobil, rumah dan hal-hal lain. Dan kita mewujudkannya dalam bentuk ibadah. Ini memang cukup menarik ya karena mulai sejak diluncurkan saat ini sudah periode ketiga itu antusias masyarakat itu sudah cukup banyak ya, mereka *aware* tentang produk ini dan mereka cukup *appreciate* juga terhadap program ini. dan kami yakin ini merupakan salah satu daya tarik untuk tetap mempromosikan produk ini. itu merupakan salah satu yang bisa kelihatan ya. Terus kemudian untuk *event* kita ada dua macam *event* maksudnya kita ada *event* yang kita sebut sebagai tanggapan. Jadi ada proposal yang masuk ke kita kemudian kita lihat dan kita analisa bahwa acara tersebut dapat kita *support* ya. Dan kita berikan sponsorship dan itu kita pasti dapat kontraprestasi yang kita dapatkan dan minimal kita dapat kesempatan untuk mempromosikan produk Shar-E ini, produk unggulan ini. entah dalam bentuk *stand* apa kita kasih dalam bentuk lomba dan kita masuk *banding* dalam bentuk hadiah kita kasih nominal hadiah dalam bentuk tabungan Shar-E. atau *event-event* yang kita *create* lah untuk mengarah ke arah sana. Kalau buka *stand* kan kita sebar *flyer*, langsung jualan, langsung buka ke sana lah. Orang bisa melihat, merasakan dan langsung dicoba jika dekat dengan ATM nya disana

P: itu ada kriteria tertentu untuk pemberian sponsorshippnya?

1: ow tentu ada. Pertama kita lihat ketika kita akan memberi dukungan terhadap acara tertentu kita mengharapkan *feedback* kepadanya. Bentuknya bisa apa pun apa hanya *awareness* atau *co branding* produk kita Shar-E pasti kita ingin *feedback* langsung di acara tersebut. Jadi kita lihat pertama itu acaranya. Apa sih acaranya. Acara itu bisa merupakan acara yang diinginkan minimal ada target kita yang ada di sana. Jika kita dikatakan kita tidak ada target spesifik untuk produk Shar-E itu memang benar. Tapi kita juga tidak menafikkan bahwa target-target yang mungkin lebih potensial gitu seperti yang tadi dikatakan. Acara ini punya sisi spriritual yang mungkin kita bisa generate dari peserta itu jadi mereka tahu mengenai Shar-E setidaknya mau mencoba menggunakan produk Shar-E itu. Pengajian misalnya atau ada tablig akabr atau sejenisnya yang seperti itu tentu ada kriteria lainnya gitu ya. Jadi kita melihat dari segi acara dan *audience*. Kita juga tidak menutup kemungkinan untuk mensponsori acara lain yang tidak berhubungan dengan agama gitu ya, misalnya kemaren kita sempat mensponsori Mark Plus Conference, kita ketahui itu tidak ada keterkaitan dengan agama ya tap itarget kita karena tahun 2008 kemaren kita sudah mulai masuk ke visi kita yang kedua. Yang pertama kan kita masuk ke spiritual *Market* yang kedua rasional market. Artinya kita lebih *wide* ya lebih luas, itu merupakan upaya untuk masuk ke pasar atau segment itu kita beri masukan kepada masyarakat untuk tahu dan banyak gitu yang masih belum tahu. Dan ini sebetulnya hasil dari riset. Sebelumnya kita telah melakukan kerjasama dengan riset internasional dan itu hasilnya di kota besar, jangankan yang di daerah lain yang dekat di sini saja, banyak orang yang belum tahu tentang Shar-E. Padahal ketika mereka tahu mereka cukup *excited* gitu. 'wah bagus ya ini produk' gitu. Kenapa sih aku selama ini ga pernah dengar. Kayanya di gedung sebelah New Prince gitu apa sih Bank Muamalat, oke lah mereka tahu tentang bank, tapi sebenarnya apa sih produk Muamalat? Mana tahu mereka bisa digunakan di semua ATM tanpa potongan nih, atau juga buat Debit, pokoknya banyak hal yang ketika mereka ketahui tercengang. Apalagi harganya yang murah sekali. Nah di situ itu lah di sisi-sisitu yang kemudian kita oke komunikasi kita yang mungkin kurang agresif atau komunikasi persuasive kita yang kurang ke sana gitu. Jadi hasil penelitian itu dilakukan 2007 atau 2008. Menghasilkan suatu temuan bahwa kita harus masuk ke arah ke sana. Bahan itu akhirnya kita jadikan rekomendasi, melihat sponsorship ini layak atau ga begitu ya. Kalau dulu 2004 kita utamanya di pasar spiritual, kita masuknya dipengajian-pengajian terus kita masuk di acara-acara yang diselenggarakan oleh *stakeholder* kita yang penting ya buat kita. Tapi ga berhenti sampai di situ kita kan juga harus berkembang lagi kan walaupun kita *strick* memang berpegang teguh ini memang system syariah sehingga tampilannya pun harus Islami. Tapi kita kemudian menunjukkan bahwa Islam itu kan rahmatan lil alami, tidak hanya untuk kita tapi untuk semua. Nah untuk pasar yang rasional kan kita mengkomunikasikan bahasa-bahasa yang universal, bahasanya seperti itu. Kita tunjukkan bahwa menggunakan Shar-E lebih menguntungkan,

kita tunjukkan bahwa kita menggunakan sistem yang lebih adil. Jadi kita lebih mengarah ke sana. Jadi itu sponsorship kita lihat acara dan *audience*-nya juga dan apa kah acara ini ada keterkaitan dengan *stakeholders* kita. Itu sangat kita perhatikan. Katakanlah ada dua acara sama-sama potensial salah satu acara adalah atau inisiatif dari salah satu *stakeholder* kita, maka kita akan lebih memilih yang jelas terkait dengan kita. Karena dampaknya akan jelas dibandingkan dengan yang tidak terkait dengan kita. Entah dari tanggung jawab pemberian kontrapretasinya maupun kelanjutan berikutnya. Itu juga merupakan salah satu strategi cara kita untuk menjalin *relationship* kepada *stakeholders* kita.

P: tadi kan kata mbak sekarang ini lebih ke memperkenalkan ke produk Shar-E nya. Pengalaman saya sendiri ya mbak, jika ditanya Shar-E saya itu dari Muamalat, tapi saya baru tahu kalau ternyata Shar-E itu merupakan sebuah produk. Saya juga menanyakan ke orang-orang lain jawabannya sama, mereka tahu ini dari Muamalat tapi tidak tahu jika bentuknya seperti membeli voucher. Terus dari informasi yang saya peroleh sebelumnya, saat ini memang fokusnya ke *brand awareness*-nya dulu, yang penting orang tahu produk Shar-E itu, apa memang seperti itu mbak?

I: jadi memang kita paralel ya, bukan berarti di satu fase udah dan kita terus ke fase berikutnya, itu ga ya. Kan tadi beda pasar ya. Katakanlah lingkungan kampus itu kan masih di kota itu yang saat ini sedang kita garap. Betul kata Bang Del *brand awareness* dari sisi kita masuk ke pasar rasional market, makanya tadi saya bilang kalau dulu kita memang fokus ke spiritual market. Spiritual market kita dekati mungkin tidak banyak ini ya, bukannya mendeskritkan mereka namun lebih mudah lah ya untuk produk yang menyediakan system syariah gitu loh yang kalian cari. Tapi lain jika kita menyasar ke target yang satunya, ga jauh-jauh lah di sekitar kita, di kampus suci sendiri kan temen-temen pada tidak tahu. Dan itu berjalan terus. Di satu sisi untuk segmen yang ini kita komunikasi produknya. Kita lebih *update* kan terus. 'oh sekarang produk syariah ada yang seperti ini loh, atau sekarang sudah bekerjasama dengan asuransi' gitu. Asuransi Sinar Mas, Takaful. Itu untuk yang sudah tahu. Tapi disisi lain untuk market berikutnya yang tidak tahu itu tetep, *brand awareness* tidak akan hilang gitu loh, kalau saya melihat fase untuk melihat pemasaran Shar-E itu ini sudah selesai lalu kemudian ke fase berikutnya itu ga seperti itu. Berjalan sesuai dengan target marketnya.

P: untuk market rasional sendiri ada strategi tertentu untuk mengkomunikasikan produk ini?

I: oh iya tentu saja. Seperti yang saya katakan tadi. Kita mensponsori acara Mark Plus Conference tersebut itu kita sponsor yang cukup besar disana dan memang bertujuan untuk meng-*exposure* bahwa ini loh Shar-E ini loh dari Bank Muamalat. Karena ada orang tahu Shar-E tapi ga tahu itu dari Bank Muamalat, atau sebaliknya, bahkan hanya tahu Shar-E nama bank gitu. Jadi kita itu benar-bener meluruskan atau paling ga mereka *ngeh* gitu. Ini Shar-E dari Bank Muamalat, ini Bank

Muamalat produknya Shar-E gitu loh. Itu yang kita tuju. Terus yang kedua juga. Karena ini adalah rasional market kita juga menyasar *decision maker*, di negeri ini, pemerintah bisa, pengusaha juga bisa pokoknya mereka yang mengambil keputusan yang berlaku dalam negeri ini khususnya transaksi keuangan dalam hal jasa keuangan. Makanya kita punya Berbagi Cahaya. Itu kita tujukan untuk mengkomunikasikan, itu kita buat segeneral mungkin tidak hanya muamalat tapitentang bank syariah secara khusus. Misi kita kan ingin menjadi *role model* perbankan syariah di dunia kan. Bagaimana caranya ya kita mengkomunikasikan bahwa apa sih sebenarnya syariah itu, apa sih keuntungan yang diperoleh dari syariah dibandingkan dengan sistem keuangan yang sebelumnya. Nah kita komunikasikan dalam bentuk itu, dan itu masih sejalan dengan market kita yang rasional market yang berada peer one city atau yang berada di kota-kota besar. Itu kita kemas dalam bentuk TV magazine selama 30 menit. Dan tiap minggunya ada tema-tema tertentu yang menjelaskan ini loh syariah, syariah itu seperti ini, punya produk itu ini, sistemnya ini, dan menguntukannya itu dari sisi ini gitu. Sehingga kita mengharapkan bahwa sasaran kita yang menonton acara itu bisa tergerak untuk tahu oh ternyata syariah itu seperti ini loh, tidak hanya blur dengan ah itu hanya buat islam saja. Atau ah itu hanya system keuangan yang kurang lebih sama lah dengan yang ada sekarang gitu kan. Sehingga nanti ketika katakanlah mereka terekspose dengan beberapa episode kita harapkan mereka sampai minimal padakeputusan oke aku pingin coba lah, aku pindahkan danaku ke syariah. Nah seperti itu jadi arahnya kita ke arah sana jadi salah satu strategi kita.

P: kalau dari yang saya lihat, untuk dari segi iklan tidak segegar bank lain ya mbak, itu kenapa?

I: di satu sisi kita mencari komunikasi itu fiki ya, bukan dalam artian kita pelit atau bagaimana tapi melihat juga sasaran kita itu siapa sih. Apakah dengan kita menggunakan iklan sebesar bank lain itu apakah kita juga akan mendapat *return* yang juga sebesar dengan dana yang kita keluarkan? Atau kita lebih memilih strategi yang lain. Sebenarnya sih lebih bermain ke strategi aja. Jadi kalau untuk di media memang kita tidak banya di media elektronik. Tapi di media cetak dalam satu tahun kita hadir di beberapa. Dan itu memang pilihan kita, dan tahap yang ingin kita laluin itu memang seperti itu. Kita belum pada tahap beriklan banyak gitu kan lah. Dan kita lebih ingin komunikasinya *below the line* nya lah yang lebih kuat. Kalau untuk yang medidnya kita milih program di TV, dan TV nya juga segemented lah dan selain itu juga media cetak publisitas kita masih pada tahap itu. Karena dalam rentang usia 17 tahun ini memang banyak orang yang belum tahu tentang bank muamalat itu. Dan itu memang strategi kita untuk saat ini

P: kalau tidak salah dalam rentang waktu dua atau tiga tahun terjadi kenaikan nasabah hingga 300% ya mbak. Sedangkan yang saya lihat untuk komunikasi yang kelihatannya sendiri masih kurang seperti iklan tidak terlalu gencar gitu ya mbak. Nah itu menarik aja dengan iklan yang minim tapi bisa terjadi kenaikan gitu?

I: kan tadi kita ada cabang gitu. Kalau cabang C kita kan memang fokusnya beda gitu ya, saya bilang tadi cabang A dan B. kita juga fokus ke *below the line activation* yang juga ke arah lain. Mungkin pernah denger kita ada sahabat muamalat atau dai muamalat jadi kita punya kalau dalam bidang asuransi ada namanya agennya. Serupa seperti itu kita sebutnya dai muamalat, atau sahabat muamalat atau lascar muamalat whatever the name lah tergantung arahnya mereka adalah *fronliner2* kita di masyarakat. Pada tahun 2004 pasarnya kan spriritual. Di cabang A itu fokusnya di daerah-daerah kita. Kemudian kita rekrut teman-teman yang ingin menyebarkan produk syariah ini gitu loh. Jadi saya sendiri berangkatnya dari sana pernah merasakan menjadi sahabat muamalat di purwokerto. Di satu sisi kita dibekali apa sih perbankan syariah pada saat itu masih awam lah gitu. Memang belum terlalu seperti sekarang. Di sisi lain kita juga ikut meraskan bagaimana kita berjualan, men-*convenience* orang, meyakinkan orang bagaimana produk ini cukup *benefitable* buat mereka. Nah di situ dari proses itu di setiap daerah itu ada, tenaga-tenaga yang siap untuk itu. jadi dulu itu kita punya program dari satu *pack* itu kan 125 ribu. Dulu itu ada program rabat beli sepuluh atau seratus itu ada potongannya. Bayarnya di awal, nanti dari situ yang normalnya 125 ribu dipotong setiap *pack*nya itu Sembilan ribu jadi seratus enam belas ribu, jadi ada keuntungan . itu bisa dikelola oleh sahabat muamlaat itu tadi. Jadi itu kan sesuatu yang menarik buat mereka. Jadi mereka *freelance* mereka belajar tapi mereka juga menghasilkan itu cara yang kita lakukan. Di sisi lain itu kita ga hanya merekrut dari luar tapi sebelumnya kita *encourage* kru-kru kita dari luar. Jadi bisa bayangkan pada masa itu kita merekrut orang dari luar tapi kita juga meng-*encourage* kru-kru kita untuk berjualan. Katakanlah dalam satu periode kerja berapa yang harus kita jual. Selain kita merekrut dari orang luar kira semangat kru-kru kita untuk mensukseskan produk share ini pada saat itu. Jadi ya bisa dibayangkan gitu ya bagaimana repotnya bagaimana usahanya kawan-kawan sekalian disini untuk memasarkannya ke keluarganya, ke saudara, teman dan orang-orang yang dikenalnya seperti itu. jadi, ya bisa dilihat hasilnya. Penjualannya meningkat tajam, dan jadi, cukup menjadi customer base yang solid ya untuk kita jadi meningkatkan *customer based* juga. Jadi dua itu mereka bisa mengambil dengan rabat, menjual kembali marginnya bisa mereka putar lagi. Itu hak mereka ya Karena memang peraturannya dulu begitu, itu khusus untuk kru dan agen, sahabat muamalat gitu. Kalau untuk yang nasabah biasa tidak bisa. Jadi memang ke arah sana

P: alasannya kenapa pakai sahabat muamalat itu bagaimana mbak?

I: itu sebenarnya ide dari cabang. Kalau memang ada orang tertarik dan kita bisa membinanya pada saat itu kenapa tidak. Sekalian syiar kan, mereka bisa belajar dan membaginya dengan orang lain. Itu kalau tidak salah berawal dari cabang di Jawa Tengah kalau tidak salah. Inisiatif lah dari cabang-cabang, kita buat sistimatis gitu, caranya seperti ini. mereka nanti dapat apa gitu, mereka dapat ilmu di sini. Seperti orang magang lah mereka membantu di sini untuk berjualan. Atau bisa juga

dulunya nasabah karena baru tahu ternyata bisa ya jualan di sini kemudian akhirnya menjadi tambahan bagi mereka kan bisa seperti itu juga. Awalnya memang melihat potensi ya itu bagus ya. Seperti modelnya asuransi cuman lebih enak lah. orang kalau nabung ga hilang duitnya. Sebagian ada juga agen dari asuransi. Pusat juga menanggapi ya. Sampai akhirnya tahun 2008 setiap periode itu ada, kita kan punya tema setiap tahunnya ya. Tahun kemaren *Star War*, tema kinerja perusahaan. Intinya gini Shar-E itu menjadi salah satu poin perhitungan cabang. Kalau misalnya ada ranking itu salah satunya ditentukan oleh pencapaian Shar-E oleh setiap cabang otomatis kan cabang jadi tergerak untuk ayo-ayo kita jualan. Samapi akhirnya mencapai posisi yang tertinggi, dan itu sama Pak Dirut diundang ke pusat untuk diapresiasi dan mereka juga sharing ke rekan yang lain kenapa bisa sukses itu. selain itu kita juga ada program *co branding* dengan perusahaan-perusahaan atau institusi tertentu yang memang bisa memanfaatkan produk ini misalnya institusi pendidikan, mereka bisa memanfaatkan sebagai kartu mahasiswa juga. Kalau di daerah itu seperti Muhammadiyah yang sebelumnya mereka belum punya kartu mahasiswa. Kalau dengan jumlah pemesan kartu atau jumlah anggota seribu orang gitu bisa mendesain kartu sendiri. kaya TK atau SDIT sendiri itu mereka bisa mendesain kartu sendiri tapi tetap Shar-E. jadi kan menarik buat mereka. Mereka kalau membayar dari sini bisa kan langsung auto debet. Gitu bisa. Katakanlah suatu pabrik yang jumlahnya puluhan ribu karyawan dan dia bekerja sama dengan kita melalui pembiayaan gitu, atau juga sekolah yang pembiayaan melalui kita. Simbiolis mutualismenya adalah oke *you* pakai kartu kita ini ya ga akan mengurangi apa-apa bagi mereka malah bisa menguntungkan. Kita bisa cetakin lalu di kasih nama mereka dan nomor induk mereka gitu kan. Atau mungkin bisa ditambah yang lain. Itu salah satu strategi kita. Pada mereka yang minta dari kita atau yang kita tawarkan.

P: kalau Berbagi Cahaya itu jadi masuk kemana mbak, publisitaskah?

I: bukan publisitas juga ya, karena kalau publisitaskan mewartakan kita, tapi program itu memberikan informasi syariah secara umum.

P: *special eventnya* festival ya mbak?

I: iya itu mengarahnya kan *brand activation* ya kita sebutnya *direct selling* bisa di mana saja tempatnya apakah karena kita sponsorin satu acara tertentu dan disediakan stand ya oke kita jalan. Atau kita *create* sendiri seperti tahun lalu mal to mall. Target kita waktu itu B lah belum A lebih ke B dan B+. waktu itu seharusnya lima mall tapi yang jalan Cuma tiga mall. Nah seperti itu lah. Di daerah pun sama. Kalau memang ada kesempatan untuk membuka stand dimana dan mereka ada budget mereka bisa buka. Tujuannya hard selling kita evaluasi berapa yang terjual. Dan juga ya di paralel tapi juga brand awareness kita juga melihat seberapa menarik sih produk ini ibuat mereka.

P: mall to mall itu acaranya seperti apa mbak?

I: sebetulnya sifatnya biasa ya seperti yang liat mall ada *booth* ada SPG. Yang kemaren itu kita kreasikan juga dengan adanya kuis atau tanya jawab seputar syariah jadi orang lewat itu ga sekedar diem. Ada yang

halo-halo lah gitu. Jadi ada yang ngomong ayo bapak ibu silahkan ke *counter* kami adalah bank muamalat ini adalah produk Shar-E hanya seratus dua puluh lima ribu ibu Insya Allah halal. Jadi yang seperti itu sehingga mereka ke *sounding* lah. Kita sediakan seperti itu. Memang hampir sama dengan produk lain. Kita kemas karena bentuk promo dengan pembukaan seberapa kita kasih apa seperti itu. Jadi ketertarikannya ke arah sana. Memang ga ditarik ke arah hadiahnya sih tapi hanya buat menarik aja seperti itu. Jadi kita ada *hard selling, mall to mall*. *Hard selling* bentuknya dikemas dengan ada Tanya jawab. Tergantung tempatnya. Waktu itu kita kan di Detos. Nah itu juga menarik. Jadi memang memilih tempat kita memang melihat *traffic* atau juga lalu lalanganya terus juga kalau di Detos itu kan sepi di bandingkan Margo. Tapi itulah waktu itu lebih *excited* di Detos, ga tahu kenapa memang kita ga boleh *judge the book by it cover* ya, kita lihat pilih-pilih Margo itu sewa tempat lebih mahal. Memang kita harus efisiensi budget juga. Tapi ada blessing waktu itu di sana. Paling fantastis disana. Misalnya kita *tenant* disana seminggu, setiap hari itu ada sekitar empat puluh atau lima puluh pembukaan Shar-E. hanya dari jam Sembilan sampai jam delapan lah. Ya itu terangkatnya karena sabtu minggu. Kalau kita lihat *traffic* gitu ya, sabtu minggu itu memang tinggi tapi kalau di hari lain juga sama. Kemudian kita mengambil evaluasi jadi oke *don't judge the book by it cover*, memang kalau belum belum dicoba ga ketahuan gitu. Jadi makanya pelajarannya kalau untuk market yang di sini seperti ini marketnya, jadi kita selalu mengambil pelajaran misalnya kalau mau ambil *tenant* disana mungkin ambilnya dari hari kamis sampai selasa gitu ya, sehingga jumat sampai minggu itu kena. Jadi hal-hal seperti itu kita ambil pelajaran. Kalau di tempat-tempat lain lain juga pembelajaran yang dapat kita terima misalnya di tempat lain ga sesuai dengan seperti ini gitu.

P: evaluasi yang dilakukan bagaimana sih mbak:

I: tergantung dari programnya yah. Misalnya kita lihat tujuan kita itu apa gitu di sana, misalnya ini kita mau menanamkan *brand awareness* lebih tinggi tentang Shar-E tentang bank muamalat itu kita sudah sejauh mana sih kadang-kadang kita iseng nanya. Idealnya sih kita melakukan survey kecil ya, tapi kita tidak melakukan itu secara lebih khusus yang jelas dari sisi kita lihat dulu dari sisi apa nih. Sisi dari keberhasilan *planning* kita, sisi dari keberhasilan acara tersebut jika kita ikut dalam acara tersebut sama juga dari sisi apa sih *feedback* yang kita dapat. Contohnya *direct selling* mall to mall itu kan ada pihak ketiga yang kita ajak bekerja sama, ada temen-temen gitu lah kita lihat apakah mereka menyampaikan informasi atau pesan itu sudah benar gitu kan. Apakah Shar-E yang gterjual itu sudah cukup banyak gitu. Tapi yang jelas kita selalu mengukur bagaimana acara tersebut, sukses ga, *inline* ga dengan kita atau seperti ada yang kurang . nah evaluasi yang semacam itu akan kita tulis dalam report atau kalau bekerja sama dengan pihak lain kita terima lah reportnya. Kita tanyakan bagaimana kemaren *traffic*nya di hari apa, penjualannya bagaimana, rekomendasinya seperti apa untuk program selanjutnya. Selalu seperti

itu. Jadi evaluasinya adalah kita menyiapkan acara itu, kesuksesan acara itu seperti apa kita lihat *feedbacknya*. Katakanlah kalau sponsorship kita melihat reportnya dari dua sisi gitu dua kontrol. Dari pihak panitianya juga terus kita juga lihat bagaimana sih untuk tahun depan harusnya seperti apa, jadi ketemu. Sama juga kalau kita evaluasi dengan bareng sama bank-bank lain kita juga melihat kan oke itu seperti ini seperti ini loh. Kita juga bisa atau kita lebih baik seperti ini loh. Jadi kita juga bisa *up to date* biar kita ga ketinggalan. Jadi evaluasinya ke arah sana dari diri kita sendiri, ke acaranya sama ke *feedbacknya* apa gitu ke kita. Kemudian rekomendasi untuk program berikutnya

P: untuk informasi mengenai produk Shar-E nya sendiri mbak, itu dari bank sendiri ada memberikan kemudahan atau akses bagi orang luar untuk mendapatkan informasi ini sendiri.

I: dari segi apa dulu nih? Kalau kaya *printed media* kaya brosur kami rasa ketersediaan informasi di brosur sudah cukup lengkap lah itu dari sisi barang cetak seperti brosur, booklet atau poster saya rasa cukup lengkap. Di sisi lain misalnya kita menyediakan website memang harus *up to date* tapi memang untuk saat sekarang sudah mencukupilah memang harus kita tingkatkan lagi. Hanya sekedar untuk mendapatkan apa sih itu Shar-E sudah cukup tersedia dengan lengkap di sana. Atau bisa juga Salam Muamalat, itu *call center* kita nah orang bisa telepon ke sana untuk menanyakan hal-hal detail tentang Shar-E pulsanya juga pulsa lokal. Apa lagi dari sisi layanan di *counter* kita, jika mereka tertarik mereka bisa menanyakan ke sana langsung, jadi memang ketersediaan akses informasi kita buka seluas-luasnya. Atau ga usah jauh-jauh dari teman kru-kru kita apa pun jabatannya mereka harus bisa menjelaskan produk Shar-E tersebut. Ga hanya *fronliner* nya atau marketing tapi semua setiap kru bank muamalat harus tahu dan mau menjelaskan apa itu Shar-E

P: kegiatan yang tadi dilakukan mbak tujuannya apakah hanya sekedar *brand awareness* atau juga sekaligus edukasi?

I: dua-duanya kita inginkan. Karena kalau hanya hanya tingkat recall, kalau syariah apa yang terlintas di benak mu ow bank muamalat misalnya kalau hanya sampai di situ aja mereka tidak melakukan *action* misalnya terus *so what* udah bank muamalat aja udah. Kalau kita edukasi kan lebih dari itu. Kita jelaskan dulu apa sih bedanya bank syariah dengan bank yang biasa misalnya, banyak salah kaprah pengertian masyarakat. Ada yang bilang sama aja kok hanya istilahnya yang beda yang satu bahasanya bunga yang satu bagi hasil itu yang panjang gitu penjelasannya. Mungkin satu *statement* tapi penjelasannya itu panjang itu. Itu yang bedanya kita kalau *mall to mall* itu satu nasabah bisa berpa menit sendiri memberikan penjelasannya untuk kemudian sampai ke closing mereka bisa tanya. Di sisi itu kan kita juga mengedukasi loh ga sekedar 'pak in produk Shar-E loh pak, ini produk syariah pak hanya dengan seratus dua puluh lima ribu rupiah itu udah bla bla' kalau hanya di situ kan Cuma tentang produk Shar-E aja gitu kan orang ga puas. Dan orang ga tertarik gitu. Jadi kita perhatikan orang nanya itu detail. Ga usah tentang Shar-E tapi tentang

syariahnya aja, pembiayaan itu jadi ketika jualan Shar-E atau kita buka stand kita ga hanya sekedar jualan Shar-E aja tapi juga orang nanya banyak dan itu juga merupakan salah satu tujuan kita untuk mengedukasi. Mungkin kalau orang sengaja datang ke bank kadang sungkan, ga sempat atau apalah. Kalau misalnya ga sengaja datang ke acara kita ya kita jelaskan se jelas-sejelasnya karena itu juga syiar gitu. Itu kan terpatrit lah di kru. Jadi memang dua hal itu *brand awarenss*, *edukasi juga* promosi juga dan banyaklah.

P: informasi yang diberikan terkait dengan produk Shar-E mbak, itu yang ditonjolkan yang nantinya diinformasikan ke masyarakat?

I: yang pertama kali kita tonjolkan adalah 125 ribu loh, itu kan murah jika dibandingkan dengan bank lain. Yang buka hanya 125 ribu ada ga? Paling murah dua ratus untuk sekali buka rekening. 125 ribu cukup ringanlah. Apa lagi bank lain yang sampai 500ribu. Orang yang awalnya niat untuk nabung jadi tidak berminat. Apalagi biaya administrasinya, loh kok aku nabung jadi berkurang terus. Kalau di kita kan ga sebesar mereka gitu dan kita juga ada system bagi hasilnya jadi sudah bisa menutupi itu lah jadi memang kita awalnya ke arah sana. Ini benar-benar yang rasional itu yah. Selain itu yang paling utama adaah in merupakan investasi syariah gitu yang mudah gitu orang ingin nabung di bank syariah itu sudah-susah gitu. Sekarang orang ga perlu susah cukup ke kantor pos lah di tiap-tiap kecamatan kan ada. Paling cepat lah gitu prosesnya dibandingkan dengan bank-bank lain it's takes time 30 minute atau 1 jam gitu kan. Kalau kita proses bukanya itu paling ga ada lagi 10 menit. Itu mengapa tagline kita 'Akses Mudah, Investasi Syariah' itu kan mencerminkan itu apa isi atau keunggulan produk kita. Udah di situ aja. Masyarakat kalau mau nabung mudah gitu. Kenapa kita sebutnya investasi karena tabungan itu kan wadahnya gitu ya, tapi secara hakikat kalau di tabungan syariah ini kan dananya kita kumpulkan atau salurkan ke usaha-usaha yang menghasilkan gitulah. Jadi memang kita nabung di Shar-E sama halnya kita investasi di usaha-usaha orang untuk mendapat hasil. Makanya setiap keuntungan disebut bagi hasil bukan bunga. Itu mengapa kita sebut investasi karena emang itu investasi. Dari hasil yang digunakan nantinya kan dibagi. Dan itulah mudah. Akses mudahnya yang pertama ya, itu yang paling kita tonjolkan. Kemudahan transaksi di ATM makanya ada juga tagline kita yang 3 E, easy, extraordinary, everywhere. Mudah, extraordinary ga ada duanya dan dapat ditemukan di mana saja, mudah. Dan dari pembukaan pertama balance nya saldo awalnya itu juga menarik dan umrahnya untuk saat sekarang ya. Itu menarik. Kalau di lapangan kita tawarkan 'pak ini produk syariah' terus so what gitu loh, 'pak ini hanya 125 ribu' wah orang jadi berminat kan murah terus 'pak ada kesempatan untuk umrahnya juga loh'. Jadi kita lebih komunikasikan *customer need gitu*. Kita komunikasikan satu tek ga kena gitu, syariah atau ga sama aja buat aku. Terus pak dengan 125 ribu sudah bisa buka rekening apa lagi kalau di tambah pak setiap kelipatan 2 juta ada kesempatan buat umrahnya lo tek lagi gitu. Mungkin itu menjadi salah satu strategi ditambah dengan feature-

feature lain yang ada di Shar-E ini. Khususnya yang tiga itu menjadi daya tarik yang utama lah bagi masyarakat gitu.

P: kegiatan yang dilakukan itu yang bertanggung jawab itu siapa mbak?

I: kalau di pusat ada bagian CSG, jadi gini ada filosofinya gitu. Jadi ada CSG terdiri beberapa bagian ada legal, bagain saham, Crsec, CO planning dan PR. Nah PR ini yang incharge ya yang bertanggung jawab terhadap event, promosi gitu. Itu untuk yang di pusat. Termasuk kalau untuk ada kegiata yang sifatnya pusat tersentralisir.nantinya diturunkan ke cabang dan mereka tanggung jawab sendiri. Kalau di cabang kan mereka ga punya bagianPR khusus itu biasanya ditangani oeh bagian marketing tinggal mereka nanti meminta pola yang standar seperti apa di pusat. Kalau mereka membuat suatu kreasi asal tidak melanggar prosedur dan sesuai identity it's oke. Dan marketing dicabang ada kru khusus yang menangani Shar-E atau handle Shar-E. entah untuk promosi atau event-eventnya tui di cabang ada khusus yang menangani. Terus untuk sirkulasi Shar-Enya lah kalau ada yang rabat itu mereka yang mencatat transaksi merka yang collect data. Entah itu pencapaian Shar-E di cabang itu atau apa yang berkaitan dengan Shar-E, input data dari Shar-E nya. Mungkin untuk transaksi yang bukan di counter kan CS nya kasihan ya shari bisa seratus gitu nah itu kru itu yang menangani.

P: untuk kegiatan di cabang itu mereka harus mendapat persetujuan dari cabang atau mereka memutuskan sendiri atau bagaimana mbak?

I: pasti harus sesuai dengan kriteria tapi kita tidak menutup bentuknya ya. Karena kita ga tahu bentuknya disini kayak apa. Kita lebih menekankan pada promotional kittnya kaya apa kaya bentuk bannernya backdrop nya itu kita sentralkan jadi ga menyalahi dari segi font, gambarnya. Karena ditampilkan keluaran. Brosur kita tidak izinkan mereka untuk cetak sendiri itu dari pusat. Kalau dari kreatifitas itu terserah mereka yah.

P: cabang yang memutuskan sendiri?

I: iya cabang itu kan punya batas limit sendiri untuk special eventnya. Kalau di pusatkan cakupannya nasional diharapkan dapat menjangkau yang lebih tinggi lagi kalau di daerahkan mereka ada limit cabang gitu ampe berepa mereka dapat memberikan sponsor gitu.

P: target market yang rasional dan emosional itu dilihatnya dari mana mbak?

I: kita tidak menjadikan itu sebagai suatu dikotomi. Karena orang yang rasional mereka juga bisa emosional begitu juga sebaliknya kadang-kadang pun bisa emosional. Mengambil keputusan pun bisa berdasarkan emosi. Tapi gini dalam merumuskan kebijakan itu memang dari visi karena posisinya waktu itu kan memang ga semua orang tereduksi tentang syariah gitu kan. Kalau yang spiritual karena memenag mereka sudah aware kala bunga bank itu haram, bahwa sebaik-baiknya mempunyai atau bertransaksi keuangan itu di bank syariah itu. Itu kita endorse terus mereka. Tapi disisi lain yang spiritual juga ga hanya Cuma orang islam saja. Itu kan di atur juga di Kitab agama lain, saya kurang hapal juga seperti di injil dan di taurat.

Sebetulnya itu diatur sejak dulu kala. Bahwa meskipun di muslim atau nasrani transaksi dengan riba itu haram memang itu ke arah sana. Spiritual itu juga memang kalau kita lebih ke arah muslim. Lebih percaya pada saya bertransaksi syariah karena memang diharuskan dan memang itu jalan yang harus saya tempuh. Tapi di sisi lain juga mereka memutuskan untuk menggunakan itu kan dipengaruhi oleh rasional juga kan. Kita memang harus melakukan transaksi seperti ini dan ini menguntungkan. Dan mereka juga berpikir ga terima aja. Mereka berpikir rasional karena demi masa depan dia di dunia berikutnya supaya mereka merasa aman. Di sisi itu mereka berpikir rasional. Sebaliknya orang yang rasional terkadang juga berpikir emosional. Ga mau ah bank syariah itu ga nguntungi ko pelayanannya juga Cuma gitu-gitu juga coba di bank lain segini aja bisa dapat untuk lebih. Itu kan sebenarnya mereka juga berpikir secara emosional. Memang mudahnya muslim dan non muslim. Tapi ga seperti itu aja. Kita menetapkan porsi. Beda dengan bank biasa yang pakai system bunga yang mau rugi atau untung tetep segitu.

P: jadi ibaratnya partner ya mbak. Perusahaan memberikan modal kemudian bagi untung

I: iya makanya kita yakin ini sistem yang lebih fair. Kalau kita amati Negara yang seperti Inggris sudah mulai membuka bank syariah. Bahkan Singapura mengklaim dirinya sebagai hub, pusat ekonomi syariah di Asia. Entah untuk mendapatkan keuntungan atau ga ya minimal kan mereka sudah mulai terbuka kalau bank system syariah itu menguntungkan. Makanya di Berbagi cahaya kita jelaskan keruntuhan ekonomi di Amerika itu runtuh, di Inggris sekarang sudah mau buka kok itu kita jelaskan. Jadi biar masyarakat berpikir dunia luar aja mau kok pakai bank syariah berarti kita ketinggalan nih kalau tidak pakai bank syariah. Jadi itu. Di kita itu lebih kepada memberikan manfaat untuk bangsa dan untuk kemajuan umat Islam. Jadi kalau kru kita baru masuk gitu ya, kita sudah ditanamkan ini bukan bank yang bergerak di syariah atau bukan bank yang berbisnis syariah. Tapi ini institusi syariah yang bergerak dalam bidang keuangan, beda ruhnya. Kalau yang pertama kita ini lembaga keuangan Cuma sistemnya aja syariah sedangkan yang kedua kita ini institusi syariah yang bergerak dalam bidang keuangan. Makanya itu yang melandasi kita untuk membuat berbagi kasih, MPR, promosi itu pilarnya dari sana. Jadi kita tidak hanya mengejar keuntungan semata tapi jauh dari itu adalah keuntungan kita di hari nanti dan kejayaan Islam lah. Bagaimana suci?

P: sepertinya cukup sampai disini dulu mbak sudah melebihi batas kita juga udah magrib. Kalau nanti ada yang kurang-kurang mungkin akan aku tanya ka mbak lagi

I: iya silahkan, udah malam juga ternyata hahaha..

P: iya, makasih banyak ya mbak atas waktunya

I: iya sama-sama

LAMPIRAN 3

Daftar Pertanyaan

Pengetahuan terhadap produk Shar-E (Nasabah Shar-E)

1. Sudah berapa lama anda mengenal produk Shar-E?
2. Bagaimana anda mengetahui produk ini?
3. Bagaimana Anda memperoleh informasi mengenai produk-produk tersebut?
4. Bagaimana anda menggunakan/memanfaatkan produk ini?
5. Apakah informasi yang anda peroleh sebelumnya sesuai dengan apa yang anda peroleh dari produk tersebut?
6. Menurut anda, bagaimana pesan atau informasi yang diberikan oleh BMI mengenai produk ini?
7. Apakah anda pernah terlibat dalam kegiatan special event, sponsorship ataupun publisitas yang terkait dengan produk ini?
8. Menurut anda, bagaimana kegiatan yang dilakukan oleh BMI? (5 w 1 H)
9. Apakah produk Shar-E sesuai dengan apa yang anda butuhkan?
10. Hal-hal apa saja yang Anda ketahui tentang produk ini?
11. Bagaimana Produk Shar-E dibandingkan dengan produk jasa perbankan lainnya? Kelebihan dan kekurangannya?
12. Apakah Anda mengetahui logo/symbol dari produk Shar-e?
13. Menurut anda, apakah cara penggunaan produk ini sesuai dengan Shar-e?
14. Bagaimana Anda, jika berminat untuk menjadi nasabah, dapat memperoleh produk ini?
15. Apakah produk ini sesuai dengan keinginan dan kebutuhan Anda? Mengapa demikian?

LAMPIRAN 4

TRANSKRIP WAWANCARA

Informan : Aci (Nasabah)
Tempat : Jakarta
Tanggal : 17 April dan 27 Mei 2009

P: sudah berapa ci jadi nasabah produk shar-e?

I: sudah hampir 3 tahun

P: alasannya pilih produk itu kenapa?

I: pertama itu kan praktis kan karena ATMnya pake BCA jadi ATMnya las bisa dimana-mana. Terus debit di mana-mana yang ada logo BCA. Terus ga kena baya administrasi. Terus bisa cek saldo dari telepon rumah. Terus bisa transfer dari telepon rumah asal kita sudah registrasi ke sanalah

P: awal tahu tentang produk ini dari mana?

I: dari iklan, di TV, di Koran, di mana-mana

P: pertama kali tahu?

I: di TV

P: di iklan yang mana?

P: Bary Pramono, perancang busana. Dia bilang intinya dia bilang dengan memakai produk shar-E bisnisnya jadi lebih terbantu lah.

P: dari TV kemudian merasa tertarik?

I: dari Koran. Ada iklannya. Terus kayanya gampang nih. Paketnya juga murah terus ya langsung lah kita datang ke bank muamalat biar tahu lebih detailnya. Bisa aja lebih tau nya ke kantor pos, Cuma untuk lebih yakin aja. Cuma kalau nyetor aci ke kantor pos.

P: sebelum memutuskan untuk menggunakan produk itu ada usaha tertentu ga untuk mencari informasi yang lebih detil?

I: ga, Cuma dari iklan Tanya ke banknya udah

P: tapi yang mempengaruhi aci tetnang pengetahuan produk itu dari mana?

I: dari iklan

P: Koran?

I: di TV, di Koran iya. Karena di Republika ada tuh yah walau pun sedikit-sedikit iklan tentang syariah, kaya brosurnya dapat juga kan kaya ada soalnya dulu aci sering ke kantor pos jadi suka ngambil brosurnya. Apalagi kan ada hadiah umroh jadi tertarik.

P: jadi salah salah satu tertariknya selain kemudahan juga promosinya

I: iya, betul sekali

P: informasi yang diperoleh, kan sekarang sudah jadi nasabahnya, terus pas aci menggunakan itu sesuai ga dengan informasi yang aci terima?

I: kayanya sesuai-sesuai aja. Ga ada masalah. Kan dapat panduannya juga. Ga ada masalah juga.

P: mengenai informasi yang kemudahan dalam penggunaan tersebut memang telah didapat saat setelah menjadi nasabah?

- I: iya, kalau belanja ada debitnya ya udah pake itu dan memang mudah tinggal gesek aja. Ga perlu pakai tanda tangan kalau yang debit lain pakai tanda tangan atau apalah gitu.
- P: kegiatan sehari-hari aci ngapain aja sih?
- I: ibu rumah tangga dengan satu orang anak
- P: frekuensi menonton sehari-hari berapa jam?
- I: berapa jam yah? Kalau pagi itu kan setelah nabila mandi jam 9-10, sian satu jam lagi, sore satu jam lagi. Malam habis magrib sampai nabila tidur, karena malam udah banyak orang juga lah sampai jam 9 gitu.
- P: kalau majalah
- I: majalah bacanya Pera, pokoknya majalah yang ada hubungan dengan ibu dan anak. Sekali-kali majalah sabili karena suami aci suka beli kalau tiap hari ada Koran yang di baca Republika.
- P: kalau informasi mengenai produk shar-e ini kebanyakan diperoleh dari media apa?
- I: republika
- P: di majalah itu hanya pasang iklan saja?
- I: iklannya aja. Kayanya sih iklannya aja. Tapi kadang-kadang kegiatan muamalatnya
- P: pernah tahu ga kegiatan-kegiatan yang dilakukan mungkin yang dilakukan produk shar-e nya ini
- I: ga pernah. Tapi setiap hari senin ada kan di metro TV acara berbagi cahaya kan.
- P: sering nonton?
- I: sering juga lah, sering ikut kuis-kuisnya juga kali-kali aja dapat juga.
- P: tapi kalau di TV dia hanya mencantumkan logonya aja, pas awal-awal aci melihat itu aci sudah tahu tidak sih kalau itu adalah suatu produk tersendiri?
- I: aci tahunya itu merupakan produk muamalat aja tapi ga ngerti kalau itu tabungan yang sifatnya elektronik sama tabungan umat. Aci tahunya beda sama tabungan umat setelah ke muamalat. Kalau di Koran Cuma tahu itu adalah bagian dari muamalat ga tahu kaya apa.
- P: jadi yang bikin aci tertarik hanya kemudahan aja?
- I: iya hanya kemudahan-kemudahan saja
- P: yang memotivasi aci selain kemudahan yang di dapat dari produk itu apa aja?
- I: hadiah umrohnya. Pokoknya intinya aci menabung disitu karena kemudahan-kemudahannya itu.
- P: pernah mencari informasi lebih lanjut mengenai produk itu setelah menjadi nasabah?
- I: maksudnya?
- P: informasi mengenai kemudahan-kemudahan lain?
- I: ga pernah
- P: setelah menjadi nasabah sesuai ga dengan kebutuhan aci ga?
- I: sesuai banget. Kalau belanjada bulanan, aci kan dapat uang bulanan dari suami langsung di tabung, jadi kalau belanja pake debitnya. Kalau bayar-bayar kaya bayar telepon juga lewat BCA aja karena ada link-nya. Kalau ngecek saldo juga gampang lewat telepon, mo lihat

- transaksi terakhir lima transaksi terakhir juga bisa, mau lihat dapat bagi hasil juga.
- P: yang faktor yang membuat aci memutuskan untuk menjadi nasabah karena faktor dari aci sendiri apa ada dari pengaruh suami?
- I: dari aci sendiri. truss suami aci ya itu bagus ambil aja.
- P: sebulan berapa kali transaksi?
- I: paling nabung sebulan itu. Terus bayar-bayaran via ATM terus pake Debit buat belanja
- P: aci tahu ga, kelebihan atau mungkin kekurangan produk Shar-E ini dibandingkan produk lainnya? Atau mungkin perbedaannya?
- I: kekurangannya apa ya? Mungkin karena ga aa buku tabungannya gitu kan jadi kita untuk cek nya jadi kita kalau udah lama ga ngecek agak kaget juga kali ya, karena kok tahu-tahu saldonya segini. Karena kan alau saldonya di bawah tiga juta gitu ka nada kena biaya gitu ya. Walaupun sedikit tapi ka nada. Makanya karena sering telepon untuk cek saldo itu kan itu. Sebenarnya itu aja kali yah, Karen adia ga ada buku tabungan harus menyediakan waktu untuk mengecek saldo.
- P: itu memudahkan atau bagaimana?
- I: memudahkan juga karena kita tidak perlu ke bank nge-*print* buku, memudahkan tapi kadang sebelnya itu kalau menghubungi Salam Muamalat itu suka apa ya, kan karena mesin ya jawab terus pas kita masukan pin terus masukan *secret number*-nya atau nomor kartunya kadang suka diabilang salah-salah lagi jadinya kan ngulang lagi ngulang lagi padahal sebenarnya udah bener masukinya.
- P: permasalahan apa lagi yang aci peroleh setelah menjadi nasabah produk ini? kendala-kendala?
- I: waktu itu pernah narik di BCA di Hermina, narik lima ratus uangnya ga keluar, tapi saldonya berkurang terus langsung menghubungi Bank Muamalat dalam waktu dua hari saldonya masuk lagi. Jadi ga ada masalah. Alhamdulillah sih, kan banyak juga di surat pembaca di Republika yang uangnya ga kembali dan harus ke BCA dan segalanya macam tapi aci Alhamdulillah sih ga begitu.
- P: terus Aci pernah mensosialisasikan produk ini juga ke orang-orang sekitar?
- I: iya, Aci nawarin produk Shar-E ini ke temen-temen kuliah terus ke Ibu juga gitu. Pokoknya ke keluarga lah di promosiin tapi karena ibu Aci pedagang jadi kan butuh terus transaksi-transaksinya jadi agak ribet kalau pakai Shar-E kan karena tidak ada rinciannya. Tapi Shar-E juga bisakan minta rekening korannya di Muamalatnya
- P: yang melatarbelakangi Aci untuk mensosialisasikan produk Shar-E ini kenapa?
- I: karena Aci sudah merasakan kemudahan-kemudahannya jadi kenapa ga sekalian menyebarkan kemudahan-kemudahan tersebut.
- P: tanggapan mereka bagaimana?
- I: tanggapan mereka bagus-bagus aja sih. Ya iya aja. Karena sudah punya tabungan ya, intinya mereka dengerin tapi untuk menjadi nasabah iya atau apanya gitu Aci ga tahu
- P: selain tabungan Shar-E punya tabungan lain ga?

- I: aci punyanya Shar-E aja, ada dulu di BCA tapi udah ga lagi, dipakai ibu Aci untuk transaksi-transaksinya. Sekarang Shar-E aja
- P: ada keinginan untuk menggunakan produk lain?
- I: mungkin kalau dananya udah banyak bisa juga buka tabungan yang lain.
- P: kira-kira produk apa? Sudah ada perencanaan dari sekarang?
- I: belum sih. Karena tadinya kan untuk tabungan pendidikan cuma udah ya karena udah ikut Takaful.
- P: Aci tahu logo Shar-E?
- I: tahu
- P: bisa digambarkan ciri-ciri logonya?
- I: kalau ga salah ungu ya terus ada lambang *A'in*-nya warna kuning.
- P: kan Aci sering menonton acara Berbagi Cahaya, menurut Aci program tersebut bagaimana?
- I: bagus sih, karena dalam acara tersebut ga Cuma tentang produk Shar-E nya aja tapi juga menjelaskan istilah-istilah di perbankan syariah yang kita sebagai orang awam ga begitu tahu.
- P: informasi mengenai produk Shar-E yang diberikan dalam program tersebut jelas ga?
- I: ga dijelasin tentang produk Shar-E nya tapi dalam tayangannya itu kalau menjelaskan gambar-gambar yang ditayangi itu Bank Muamalat. Kaya orang yang lagi transaksi di Muamalat. Jadi secara langsung orang tahunya produk-produk Muamalat. Apalagi hadiah umrah yang ditawarkan kan dari Shar-E jadi ya identik dengan Shar-E nya.
- P: kalau informasi yang diperoleh melalui Koran mengenai produk ini bagaimana?
- I: kalau dari Koran Cuma iklan, ga selengkap Berbagi Cahaya di TV. Pa ya, di Koran itu sama kaya brosur deh jadi kurang kena kalau dari Koran. Karena ya itu biasanya kaya iklan gitu. Kurang informasi tentang produk Shar-E nya gimana. Paling iklan tentang pembukaan cabang Bank Muamalat atau informasi tentang Shar-E memberangkatkan umrah gitu. Ya sedikit ya.
- P: secara keseluruhan, informasi mengenai produk Shar-E menurut Aci bagaimana?
- I: y cukup sih. Karena kan awalnya Aci tertarik karena lihat iklannya di TV dan Koran setelah nabung di Shar-E di *staterpack*-nya dijelasin secara lengkap. Terus di TV itu juga menambah pengetahuan Aci jadi secara umum sudah cukup
- P: kalau informasi dari *staterpack* itu kan jika kita sudah membeli produk tersebut, kalau dari luar bagaimana?
- I: informasi yang diberikan memang beda ya jadinya bikin kita tertarik berbedadari bank yang lain. Kalau produk ini ga pakai buku jadi bisa lewat telpon, yang lain kan ribet. Nah informasi yang dikasih kan cuman keuntungannya aja kalau yang detailnya ya harus ke kantor cabang langsung dengan informasi keuntungannya itu kalau menurut Aci ya menarik. Apalagi kalau nabung ada kesempatan umrah, nah itu bikin jadi tambah menarik lagi.

- P: slogan Shar-E yang *Easy*, *Everywhere* dan *Extraordinary* tersebut menurut Aci sudah sesuai dengan produknya?
- I: sudah. Kalau *everwhere* kan karena bisa ditarik di mana saja, bisa Debit BCA. Yang *Easy* juga ada karena bisa cek saldo lewat telepon rumah. *Extraordinary* juga iya lah kalau ga salah.

TRANSKRIP WAWANCARA

Informan : Djoni (Non-nasabah)
Tempat : Jakarta
Tanggal : 18 April 2009

P: Sudah berapa lama Bapak mengenal produk Shar-E ini?

I: Produknya Bank Muamalat ya? Kalau untuk produknya saya sudah kenal sejak lama tapi untuk detailnya kurang begitu tahu karena saya bukan nasabah Bank Muamalat. Karena waktu pertama kali *launching* kebetulan saya diundang untuk hadir, jadi pengetahuan saya hanya sebatas itu, terakhir produk ini juga berkembang dan promosinya juga cukup gencar baik di media elektronik maupun media cetak. Dan terakhir saya lihat juga mereka melakukan promosi dengan menawarkan hadiah umrah. Jadi setiap setiap harinya itu Muamalat mengundi satu orang untuk umrah. Saya pernah lihat di TV, nasabahnya itu dari informasinya tiga ratus enam puluh lima orang pertahun jadi satu orang per hari.

P: yang Bapak ikut acara *launching*-nya itu tahun berapa?

I: saya ikut *launching* kalau ga salah 2003 apa 2004, lupa juga sih.

P: pada saat *launching* apa pesan yang Anda dapat tentang produk ini?

I: yang pertama saya masih ini yah, waktu itu melihat cara mereka *launching*, produk yang ditawarkan awalnya saya merasa pesimis produk itu akan sukses. Tapi setelah berjalan beberapa tahun, Muamalat juga gencar melakukan promosi-promosi dan mereka juga *istiqomah* terhadap produk ini, *surprise* saya ternyata di lapangan produk tersebut yang saya dengardari temn-teman, produk Shar-E ini mempunyai porsi yang sangat besar dalam struktu rdana Bank Muamalat itu sendiri. kembali ke acara *launching* tadi kan mereka memadukan produk ini dengan teknologi katanya dapat disetiap kantor pos, jadi Bank Muamalat bekerjasama dengan kantor pos untuk memasarkan produk Shar-E. dan terus terang saya ga tahu detailnya seperti apa, katanya seperti beli pulsa HP, bisa nambah kemudian bisa ditarik dimana, tapi terus terang saya ga nasabah Bank Muamalat jadi operasionalnya sendiri saya ga begitu tahu, tapi secara orang luar yang kebetulan saya hadir di acara *launching* dan juga mengamati perkembangan produk itu ya saya rasa Bank Muamalat cukup sukses dengan produk Shar-E nya.

P: tadi kan bapak bilang mengamati perkembangan produk ini, mengapa bapak berminat untuk memperhatikan perkembangan produk ini?

I: karena terkait dengan *background* saya juga, *banker*, dan itu produk inovatif dari bank muamalat itu sendiri saya tertarik untuk mengamati. Dan mungkin karena saya hadir pada waktu *launching* pertama kesan saya waktu itu kurang menarik. Tapi dengan pemasaran yang bagus, dengan promosi yang gencar kemudian dengan tingkat *fighting* karyawan Muamalat yang cukup tinggi di setiap *event* yang apa tuh, *event-event* festival mereka selalu tampil dengan produknya yang

- begitu mencolok. Dari situ saya tertarik untuk mengamati ya karena itu tadi.
- P: tadi bapak bilang promosinya gencar begitu, berartikan bapak tahu lah kurang lebih Bank Muamalat dalam mempromosikan produk ini. promosi apa sih yang bapak pernah liha atau yang diketahui?
- I: yang pernah saya lihat di TV itu testimony dari nasabahnya terutama yang pernah ikut umrah, jadi iklan di TV itu saya lihat ucapan terima kasih dari nasabahnya kerena telah diberangkatkan umrah yang dibiayai Bank Muamalat. Itu gencar itu yang saya lihat di TV dan Bank Muamalatnya juga gencar melakukan promosi yang katanya memberangkatkan umrah satu orang setiap hari, tiga ratus enam puluh lima pertahun ya menarik juga untuk diamati.
- P: intensitas bapak menonton televisi per hari kira-kira berapa jam per hari?
- I: ya tergantung kalau saya pulang agak cepat saya melihat berita
- P: estimasi waktunya kira-kira perhari berapa jam gitu?
- I: kurang lebih dua jam lah atau kalau bisa dua samapai tiga jam lah per hari.
- P: kalau hari libur?
- I: ya sama saja. Saya melihatnya berita atau kalau ada peristiwa-peristiwa yang *Breaking News* itu yang saya lihat.
- P: tadi kan bapak bilang ada festival ya, festival Bank Muamalat dalam melakukan promosi produk Shar-E ini. itu festival apa saya yang bapak ketahui?
- I: yang saya lihat dulu waktu tahun 2006, Masyarakat Ekonomi Syariah melakukan perbankan expo disana Bank Muamalat mengambil *stand* yang cukup besar dan mereka juga gencar melakukan promosi terhadap Shar-E nya. Kemudian di festival Ekonomi Syariah 2007 juga sama mereka konsisten melakukan itu dan di 2008 mereka juga sama. Dan sepertinya Shar-E itu identik dengan Bank Muamalt. Karena saya lihat bagian *marketing*-nya saat mempromosikan produk tersebut, dengan kostumnya, atribut-atributnya, pin-nya, pakaiannya yang sama dengan warna produknya sendiri kemudian dengan *goody bag*- nya, di sana kelihatan mereka professional dalam memasarkan produk tersebut.
- P: menurut bapak sendiri promosi yang dilakukan itu bagaimana?
- I: menurut saya sudah cukup bagus ya, gencar. Karena mungkin mereka melihat pertumbuhan produk ini juga cukup bagus. Jadi ya mereka semangatlah untuk mempromosikan
- P: terus setelah tadi bapak pernah mengikuti acara *launching*-nya dan bapak juga pernah melihat sendiri dia acara festival tersebut, bapak memperoleh informasi mengenai produk ini dari mana lagi pak?
- I: terus terang untuk informasi secara detail saya juga ga menggali informasinya ya. Karena terus terang saya juga tidak berminat untuk membeli atau sebagai salah satu nasabah Shar-E jadi saya tidak tahu lagi masalah teknik mengenai produk tersebut
- P: alasan bapak untuk tidak berminat itu kenapa?

- I: karena saya sendiri sudah punya rekening di bank syariah lain jadi untuk apa juga membuka di satu atau dua bank syariah. Jadi nanti kalau senadainya ikut dan saya juga ga fokus kan juga percuma.
- P: tapi tadi bapak bilang menarik?
- I: menarik dari segi promosinya karena saya *banker* di perbankan syariah saya salut dengan promosi yang dilakukan. Mungkin saya akan banyak mencari informasi juga mengenai strategi-strategi marketing juga bagaimana mereka bisa sesukses tersebut.
- P: jadi bapak melihat hanya sekedar bapak sebagai *banker* jadi bapak melihat perkembangan perbankan syariah khususnya Bank Muamalat gitu?
- I: iya persis sekali. Karena seperti tadi yang saya katakan karena saya ikut hadir dalam acara *launching* tersebut dan saya juga melihat perkembangannya juga cukup bagus. Itu yang saya salut kepada teman-teman di sana karena mereka begitu konsisten di dalam memasarkan produk tersebut. Walaupun mungkin ya di awalnya mereka mengalami kesulitan tapi engan kekonsistenan mereka, kegigihan mereka, keuletan mereka dan *fighting* dari *marketing*-nya yang abgus akhirnya mereka sukses.
- P: kalau dari publisitas di media massa sendiri bapak pernah lihat?
- I: sering. Karena Bank Muamalat itu sering muncul di Koran Republika. Mereka juga sering mempublikasikan internal mereka di Republika
- P: bapak tertarik untuk membca?
- I: iya karena *background* saya sendiri dari perbankan syariah, jadi saya juga tertarik untuk tahu Muamalat sendiri kalau pun ada pemberitaan tentang perbankan syariah lainnya pun saya akan baca.
- P: bapak mengetahui tidak perbandingan produk Shar-E ini dengan produk lainnya, khususnya produk syariah lainnya?
- I: terus terang saya tidak punya datanya untuk itu
- P: sebagai orang luar, menurut bapak kelebihan produk ini dibandingkan dengan produk lainnya?
- I: kelebihannya inovasinya ya. Karena mereka bisa melakukan memasarkan produk ini bekerjasama dengan jaringan dari PT Pos Indonesia dan ini merupakan terobosan dari mereka. Dan saya lihat belum ada bank lain yang bekerjasama dengan pihak luar internal mereka sendiri. biasanya bank lain itu memasarkan dari internal mereka saja, namun ini juga bisa nasabahnya bisa membeli dan mendapatkan produk ini di kantor pos dan disana juga tersedia gerainya Bank Muamalat.
- P: menurut pengamatan bapak sebagai *banker* apa yang menjadi kelemahan produk ini?
- I: sampai sekarang saya belum melihat kelemahannya, karena mungkin saya tidak tahu spesifikasi produk itu secara detail jadi saya tidak tahu kelemahannya itu di mana.

TRANSKRIP WAWANCARA

Informan : Susi (Non-nasabah)
Tempat : Hotel Grand Alia
Tanggal : 1 Mei 2009

Suci (S) : Ibu sudah berapa lama ya bu kenal dengan produk Shar-E ini?

Informan (I) : kira-kira dua tahunan lah yah

S: Dari mana Ibu memperoleh informasi ini awalnya?

I: Kebetulan di keluarga saya tu padapake produk itu, kebetulan saya belum ya hahaha

S: Kenapa bu:

I: ya belum ada waktu aja mbak. Soalnya kebetulan kantor di Jakarta rumah di Pamulang jadi, di ini di Cawang itu belum ada kan

S: yang Ibu ketahui tentang produk ini apa aja?

I: yang saya tahu ya. Kelihatannya, tapi ga banyak sih mbak, cuman katanyabisa beli seperti kartu gitu dan dengan harga tertentu bisa di di gunakan untuk debit, kredit juga bisa untuk isi ulang istilahnya. Bisa untuk nabung juga, bisa di transfer bisa kita ditarik. Gitu aja yang sayatahu

S: selain dari saudara-saudara ibu, ibu tahu dari mana tentang produk ini? yang pernah ibu lihat?

I: yang pernah saya baca sih, dari gerai-gerai bank muamalat. Kebetulan ada saya dua-duanya juga punya rekening di muamalat cuman belum pindah ke shar-E gitu aja. Ada di muamalat. Anak saya dua laki-laki dan perempuan, punya tabungan apa sih itu, saya lupa. Di gerainya ada shar-e-shar-e tapi saya belum tahu banyak gitu. Dan memang jarang masuk ke muamalat karena memang kendala jarang kali ya, waktu juga. Kemudian kekurangan di muamalat itu kadang ga online. Pas kita masuk mati lampu jadi ngantri padahal kita harus masuk kantor gitu.

S: ini yang produk shar-nya ya bu?

I: kalau yang shar-e nya saya kurang tahu.

S: Berarti tadi tentang muamalatnya aja ya bu?

I: iya

S: ibu ada keinginan untuk mencari tahu gab u tentang produk ini?

I: belum yah, karena belum ada waktu. Mungkin setelah ini.

S: selain karena belum ada waktu kenapa bu?

I: apa yah, ga juga sih. Kebetulan juga menarik kayanya dari saya dengar dari kakak-kakak sama adik saya. Cuman belum ada waktu mbak

S: menariknya kenapa bu?

I: ya itu satu kartu bisa untuk beberapa kali transaksi. Itu saja yang saya tahu. Kemudahan lah, ada beberapa kemudahan.

S: menurut ibu sendiri informasi mengenai produk ini bagaimana bu? Maksudnya informasi melalui televisi atau gerai itu sudah cukup membantu ibu untukmengethau produk ini apa belum?

I: belum

S: kenapa bu?

- I: karena belum benar-benar informative yah. Jadi orang itu harus benar-benar istilahnya serius lihat. Kalau hanya sepintas kan, ini kan butuh penjelasan kartu seperti apa gitu sebelum kita beli. Gitu aja
- S: memang pas awalnya apa sih bu yang ibu pikirkan tentang produk ini sebelumnya?
- I: saya belum tahu. Saya tahunya Cuma kartu kaya beli apa gitu yah voucher elektronik atau pulsa telepon gitu yah. Tapi ternyata bisa diisi ulang. Belum tahu terlalu banyaklah
- S: ibu tahu ga, perbedaan produk ini dengan produk tabungan lainnya?
- I: belum. Belum tahu
- S: menurut ibu sendiri produk ini sesuai dengan kebutuhan ibu atau ga?
- I: kalau untuk waktu iya. Karena katanya, sayajuga ga tahu. Katanyabisa ditarik di kantor pos juga. Kalau seandainya tidak ada banknyadi sekitar kantor kan bisa kemana aja, gitu aja mungkin yah
- S: tetapi ibu tertarik ga untuk membuka ini?
- I: ya insyaallah kalau ada waktu, habis jauh sih kalau ke muamalat dari kantor saya. Dari cawang sampai pamulang. Saya pergi pagi pulang sore. Jadi sekitar cawang itu belum ada muamalat. Paling dekat harus ke Thamrin kalau saya. Ke Thamrin atau kemana yah, atau kalau ga ke kampung melayu.
- S: ibu kerja di mana bu?
- I: iya, di kementerian lingkungan hidup
- S: oke bu, sudah cukup. Terima kasih banyak ya bu. Semoga perjalanan umrahnya lancar
- I: iya terima kasih juga

TRANSKRIP WAWANCARA

Informan : Sigit (Nasabah)
Tempat : Hotel Grand Alia
Tanggal : 1 Mei 2009

P: Bapak sudah berapa lama jadi nasabah produk shar-E ini pak?

I: sekitar satu tahunan lah

P: bapak tahu mengenai informasi produk shr-e ini darimana pak?

I: banyak sih. Semua keluarga saya tu di shar-e semua ada, dari adek terus orang tua juga di shar-e semua.

P: jadi bapak diajak keluarga?

I: ga juga. Bukan ga diajak keluarga juga. Gimana ya. Saya tahu produk shar-E ini jauh sebelum keluarga saya juga pakai.

P: dari maan pak:

I: dari Koran dari leaflet, dari macem-macem.

P: kalau korannya dari mana pak?

I: Koran yang terbit di yogya, kedaulatan rakyat sam Bernas

P: di Koran itu banyak ya pak informasi mengenai produk shr-e ini?

I: iya banyak, tapi ya biasalah kalau di Koran itu kan ga bisa mendetail secara menyeluruh yah. Cuma globalnya aja. Mana yang perlu-perlu aja gitu loh.

P: terus bapak mencari informasi lebihnya dari mana?

I: langsung ke bank muamalatnya.

P: selain dari Koran tadi dan leaflet bapak pernah lihat dari mana aja?

I: kalau dari radio juga pernah ada, terus TV juga pernah

P: TV apanya pak?

I: iklannya

P: Terus pertama kali dalam pemikiran bapak produk shar-e ini apa? Yang ada di benak bapak mengenai produk ini?

I: saya karena pakai tabungan lain juga jadi *saya piker sudah waktunya saya pakai tabungan yang ga pakai riba. Sebelumnya konvensional.*

P: kenapa bapak menjatuhkan pilihan ke produk ini?

I: karena waktunya kali yah. Sudah waktunya untuk berubah. Ya ada sebagian besar yang saya tarik ke shar-esemua gitu loh

P: yang bapak tahu dari produk ini apa saja pak?

I: paling dari tabungannya aja yah. Dari depositonya juga ada. Baru dua itu aja yang saya sering lakukan yah. Bankingnya belum.

P: biasanya bapak memanfaatkan produk ini tunuk apa?

I: hanya untuk ambil keluar masuk aja. Tabung dan keluar

P: ada kemudahan-kemudahan yang bapak peroleh dari produk ini?

I: ga ribet. Waktu kemaren saya mencairkan deposito saya sebenrany sudah lewat waktu temponya itu ga butuh prosedur yag berbelit-belit. Terus pinaltinya juga tidak ada. Kalau bank lain kan dihitung masuk pinaltinya dan segala macamnya gitu loh

P: selain itu kemudahan-kemudahan yang bapak peroleh dari produk ini?

I: pengambilannya sudah bisa diambil di ATM mana saja, memang ada beberpaa bank yang menerapkan memotong saldo ya. Cuman itu ada

- di beberapa bank konvensional aja yang memotong saldinya kita. Katkanlah ya menambah potongan saldinya beberapa. Kalau di beberapa bank lain tidak ada.
- P: kalau kelemahan dari produk ini bapak?
- I: mungkin ATMnya yang masih banyak yah. Jadi masih mendompleng dengan bank lai.
- P: maksud bapak ATM bank Muamalatnya gitu?
- I: iya. Muamalatnya sendiri. mungkin di Jakarta ini sudah banyaklah ya. Tapi untuk di daerah-daerah sendiri masih minim lah. Yang jelas sih, promonya masih kurang
- P: kurangnya bagaimana pak:
- I: mungkin bisa dilihat dari contoh bank-bank konvensional yang lain gitu loh. Ya memang kita berlandaskan islam ya, tapi kan ga harus semua memkai kata-kata dengan islam. Karenadengan kata-kata yang konvensional pun banyak orang yang ga islam juga tertarik. Karena banyak teman-teman saya non muslim juga tertarik gitu loh.
- P: teman-teman bapak itu manjdi nasabah juga pak?
- I: iya menjadi nasabah
- P: yang membuat mereka tertarik apa pak?
- I: mereka mencoba sendiri yah. Dariperhitungannya, pertama perhitungan bagi hasilnya, kemudian mereka mencoba bagi hasilnya, bagi hasil depositonya, depositonya sendiri, terus merekanyoba lebih senang gitu. Tidak terpaku pada bahwa kalau telah lewat dari jatuh temponya mereka akan kena pinaltinya. Itu yang mereka senang dari itu gitu loh
- P: menurut bapak perbedaan produk ini dengan produk lainnya apa pak?
- I: kemudahan lebih mudah loh yah. Bagi hasilnya lebih bagurs. Terus pinaltinya itu yang sudah kelewata itu bisa dibilang tidaka da
- P: bapak kan ikut yang umrah ini gitu ya pak, menurut bapak kegiatan ini bagaimana?
- I: bagus sekali. Bisa membuat orang untuk lebih sadar bahwa bagaimanapun orang islam yang sudah mampu harus pergi haji atau umroh. Dan dengan in pun kita ditolong oleh bank syariah bisa nantinya ga hanya umroh tapi juga haji gitu loh
- P: bapak sebelum menjadi nasabah bapak sudah tahu mengenai kegiatan umroh ini?
- I: tahu. Waktu pertama kali membuka tabungan syariah saya sudah tahu, saya ga tahu akan secepat ini tapi Alhamdulillah bisa secepat ini.
- P: setelah bapak menjadi nasabah sekarang, produk ini sesuai tidak pak dengan harapan-harapan dan keinginan bapak?
- I: ya sesuai membantu sekali kita utnuk bisa ya selain menabung juga beramal.
- P: bapak terima kasih ya pak. Sepertinya acaranya akan dimulai
- I: iya sama-sama

LAMPIRAN 5

STRUKTUR ORGANISASI BANK MUAMALAT

ORGANIZATION CHART of PT. BANK MUAMALAT INDONESIA, Tbk

