

# Market Strategy for Expanding New Market Segment

Bank Muamalat Indonesia - Product & Business Development  
Officer

Presented by  
Elang Ardra Angkawijaya

Elang Ardra Angkawijaya

Data Science Enthusiast

Lulusan Statistika dari Universitas Islam Indonesia dengan keahlian dalam analisis data, machine learning, dan visualisasi data. Saya mahir dalam menggunakan berbagai tools seperti Python dan R.



Kuningan, Jawa Barat



Elangardra.a@gmail.com



[elangardra](#)

# About Company

Bank Muamalat Indonesia adalah institusi perbankan syariah terkemuka di Indonesia, didirikan pada tahun 1991 dengan komitmen untuk menyediakan layanan keuangan yang sesuai dengan prinsip-prinsip Islam. Bank menawarkan berbagai produk dan layanan perbankan syariah, termasuk tabungan, deposito, pembiayaan, dan investasi. Dengan fokus pada inovasi, Bank Muamalat memperkenalkan berbagai produk perbankan syariah pertama di Indonesia, seperti Mudharabah Subordinated Sukuk dan asuransi syariah. Bank memiliki jaringan luas dengan 239 kantor layanan, termasuk cabang di Malaysia, serta jaringan ATM yang luas. Bank Muamalat terus berkembang sebagai bank syariah modern dan profesional, menawarkan solusi keuangan yang inovatif dan berkomitmen untuk memberikan layanan

# Project Portfolio

Sebagai Product and Business Development Officer di Bank Muamalat, proyek ini ditujukan untuk menganalisis dan mengembangkan produk Muamalat Deposito Terencana. Fokus utama adalah pada analisis segmentasi pasar berdasarkan generasi nasabah, mulai dari Boomers hingga Gen Z. Tujuan proyek ini adalah untuk meningkatkan penetrasi pasar dan keuntungan dengan mempersiapkan strategi pemasaran yang tepat untuk setiap generasi. Dengan menganalisis preferensi nasabah dan tren pasar, proyek ini akan membantu mengevaluasi efektivitas pemasaran di masa depan.

Dataset:

[Data Customer Bank Muamalat](#)



# Data Cleaning

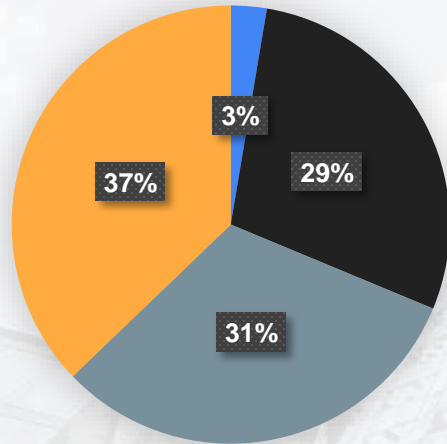
## Cleaned data:

Umur	Pekerjaan	Status Pernikah	Pendidikan	Saldo	Housing	Deposit	Reason to Deposit	Generasi
54	PNS	Divorced	S1	Rp 36,658,578.00	yes	yes	Dana Pensiun	Gen X
22	Mahasiswa	Single	S1	Rp 704,070.00	yes	yes	Liburan	Gen Z
22	Wiraswasta	Single	SMA	Rp 19,870,420.00	no	yes	Umroh	Gen Z
26	Wiraswasta	Divorced	S2	Rp 38,739,496.00	yes	no	Belum Tertarik	Gen Z
44	Manajemen	Single	S2	Rp 2,878,864.00	yes	no	Belum Tertarik	Gen X
40	PRT	Married	S2	Rp 12,986,180.00	yes	yes	Liburan	Milenial
24	Karyawan Swasta	Single	S3	Rp 8,527,070.00	no	no	Belum Tertarik	Gen Z
18	Karyawan Swasta	Married	SMA	Rp 15,646.00	no	yes	Other	Gen Z
33	Karyawan Swasta	Divorced	S2	Rp 79,638,140.00	yes	yes	Dana Pendidikan	Milenial
47	Admin	Divorced	S2	Rp 1,564,600.00	no	yes	Dana Pensiun	Gen X
49	Teknisi	Divorced	SMA	Rp 3,113,554.00	yes	no	Belum Tertarik	Gen X
45	Manajemen	Married	S1	Rp 7,197,160.00	yes	yes	Umroh	Gen X
35	Tidak Bekerja	Married	S1	Rp 10,999,138.00	yes	yes	Investasi	Milenial
18	Wiraswasta	Married	S1	Rp 60,033,702.00	yes	no	Belum Tertarik	Gen Z
46	Tidak Bekerja	Married	S3	Rp 9,559,706.00	yes	yes	Umroh	Gen X

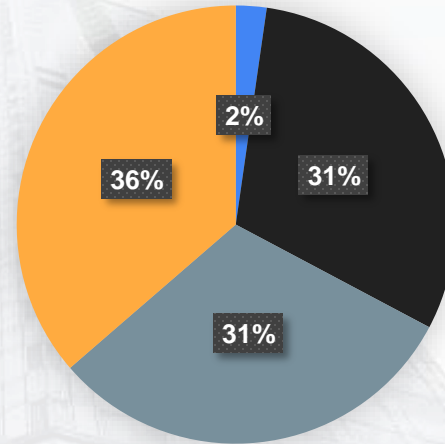
Langkah – langkah yang dilakukan untuk membersihkan data yaitu :

- Melakukan penyamaan format data sesuai dengan kolom
- Menghapus data kosong
- Menambahkan data generasi
- Menghapus kolom yang tidak digunakan

## Distribusi Customer



## Distribusi Saldo Customer



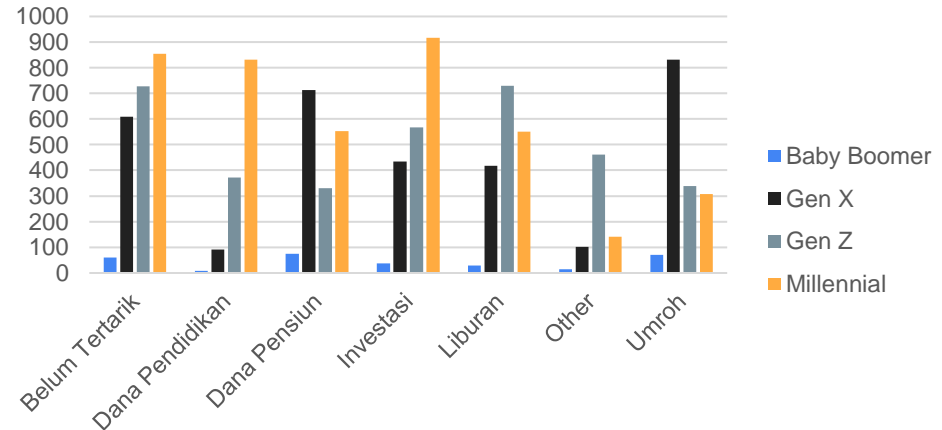
- Baby Boomer
- Gen X
- Gen Z
- Millennial

*kedua grafik ini memberikan gambaran bahwa Milenial adalah kelompok dengan proporsi pelanggan dan saldo terbesar, sedangkan Baby Boomer adalah yang terkecil di kedua aspek tersebut.*

# Data Visualization & Insight Findings

- *Millennial: Menunjukkan minat tertinggi dalam hampir semua kategori, terutama dalam dana pendidikan, investasi, dan liburan.*
- *Gen X: Menunjukkan minat yang tinggi dalam Umroh*
- *Gen Z: Menunjukkan minat yang tinggi dalam dana pendidikan dan liburan.*
- *Baby Boomer: Menunjukkan minat yang paling rendah dalam hampir semua kategori,*

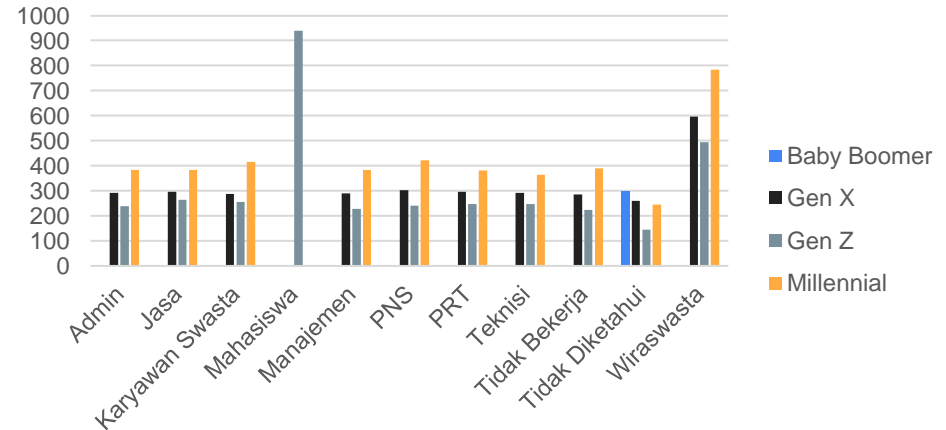
Perbandingan Alasan deposito Antar Generasi



# Data Visualization & Insight Findings

Grafik ini menunjukkan jumlah pekerjaan berbeda yang didominasi oleh masing-masing generasi. Baby Boomer mendominasi pekerjaan seperti admin, jasa, kantor, mahasiswa, dan nelayan. Gen Z lebih banyak di bidang PNS, POLRI, teknisi IT, dan wiraswasta. Sementara Milenial mendominasi pekerjaan wirausaha

distribusi berbagai jenis pekerjaan berdasarkan generasi,

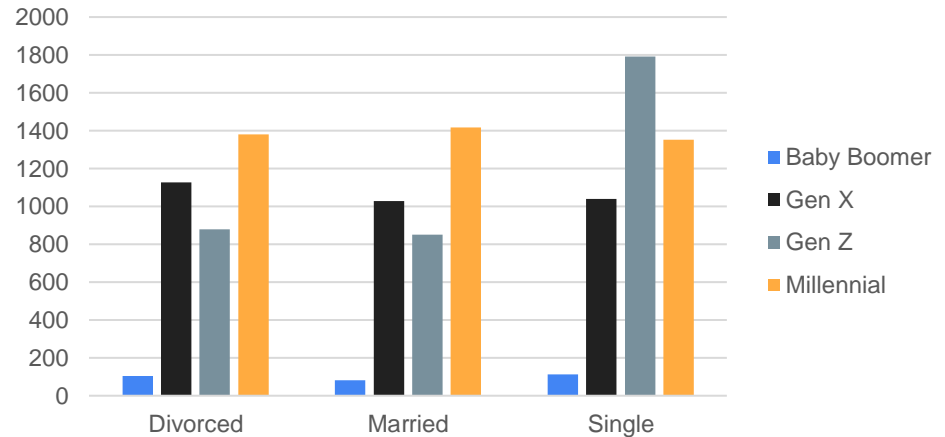




# Data Visualization & Insight Findings

*Diagram ini mengindikasikan bahwa Generasi X lebih sering bercerai, Millennial lebih banyak menikah, dan Generasi Z lebih banyak yang masih lajang.*

Distribusi status pernikahan berdasarkan generasi



# Segmentasi Pasar

	Gen Z	Milenial	Gen X	Baby Boomer
Segmentasi demografis	Penghasilan bervariasi, banyak yang masih mahasiswa atau bekerja di sektor IT dan wirausaha.	penghasilan menengah ke atas, banyak yang bekerja sebagai wirausaha.	penghasilan menengah, dominan di sektor PNS dan POLRI.	Penghasilan bervariasi, banyak yang bekerja di sektor admin, jasa, dan kantor.
Segmentasi perilaku	Menabung untuk pendidikan dan liburan.	Menabung untuk investasi jangka panjang, perumahan, pendidikan, dan liburan.	Menabung untuk perencanaan pensiun dan pendidikan anak.	Menabung untuk masa pensiun dan keamanan finansial.

# Segmentasi Pasar

	Gen Z	Milenial	Gen X	Baby Boomer
Positioning Produk	Produk investasi yang mudah diakses dan dipahami.	Produk investasi jangka panjang dengan fleksibilitas pembayaran	Produk investasi yang fleksibel dan menguntungkan.	Produk tabungan dan investasi yang aman dan stabil.
Penawaran Produk	Jangka pendek, setoran minimal terjangkau.	Jangka panjang, pembayaran berkala atau bertahap.	Fleksibilitas jangka waktu, opsi perpanjangan otomatis.	Jangka waktu tetap, bagi hasil yang kompetitif.
Strategi Promosi	Influencer marketing, video promosi, media sosial.	Influencer marketing, video promosi, media sosial.	Digital marketing, email marketing, konten edukatif.	Media tradisional seperti koran, TV, dan seminar.
Strategi Distribusi	Platform digital yang menarik dan interaktif.	Platform digital yang user-friendly.	Cabang bank dan platform digital.	Cabang bank dan layanan konvensional.

## 4. Conclusion

Segmentasi pasar Bank Muamalat Indonesia berdasarkan demografi dan perilaku membantu fokus pada empat segmen utama:

- Baby Boomer Profesional: Fokus pada tabungan dan investasi stabil untuk masa pensiun.
- Gen X Berpenghasilan Menengah-Atas: Menawarkan produk investasi fleksibel untuk perencanaan pensiun dan pendidikan anak.
- Millennial Muda Profesional/Wirausaha: Produk investasi jangka panjang dengan pembayaran berkala, dipromosikan melalui media sosial dan influencer.
- Gen Z Mahasiswa/Pekerja Muda: Produk investasi yang mudah diakses dengan jangka pendek, promosi melalui media sosial dan platform digital.

Pendekatan ini membantu Bank Muamalat menyampaikan produk dan layanan sesuai dengan kebutuhan dan perilaku masing-masing segmen pelanggan.

# Thank You

