

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN**

#### **A. Paparan Data**

##### **1. Profil BPRS Bhakti Sumekar Pamekasan**

###### **a. Sejarah BPRS Bhakti Sumekar Pamekasan**

Kehadiran perbankan memiliki fungsi untuk melayani masyarakat di berbagai daerah pedesaan dan pinggiran, atau sering dikenal dengan sebutan rural banking. Lembaga keuangan seperti ini sangat dibutuhkan oleh banyak masyarakat di daerah pedesaan dan pinggiran yang belum dijangkau oleh bank umum, baik dari segi penyimpanan dana atau segi pembiayaan nasabah.

Status hukum BPRS diakui pertama kali dalam paket kebijakan oktober (pakto) tanggal 27 oktober 1988, sebagai dari kebijakan keuangan, moneter, dan perbankan. Secara histori BPR adalah penjelmaan dari seperti bank desa, lumbung desa, dan bank pasar. Bank pegawai lumbung pilih nagari (LPN), lembaga perkreditan desa (LPD), bank kredit desa (BKD), badan kredit kecamatan (LPk),dll. Dan semuanya dipersamakan dalam sejak itu'. Sejak dikeluarkan UU No.7 tahun 1992, lembaga keuangan itu diperjelas melaui izin menteri keuangan.

Menurut UU No.21 tahun 2008, tentang perbankan syariah/BPRS adalah bank syariah yang dalam kegiatannya tidak memberikan jasa dalam lalulintas pembayaran.

Berdirinya bank BPRS tidak bisa dilepas dari berdirinya lembaga-lembaga sebelumnya. Cikal bakal bank syariah di Indonesia pertamakali dirintis dari dengan mendirikan tiga BPR syariah, berikut:

1. PT BPR Dana Mardhatillah, Kec. Margahayu, Bandung
2. PT BPR Amal Sejahtera, Kec. Padalarang, Bandung

Pada tanggal 8 oktober 1990, ketiga BPR tersebut telah mendapat izin prinsip dari keuangan RI.

#### **b. Visi dan Misi**

##### 1. Visi

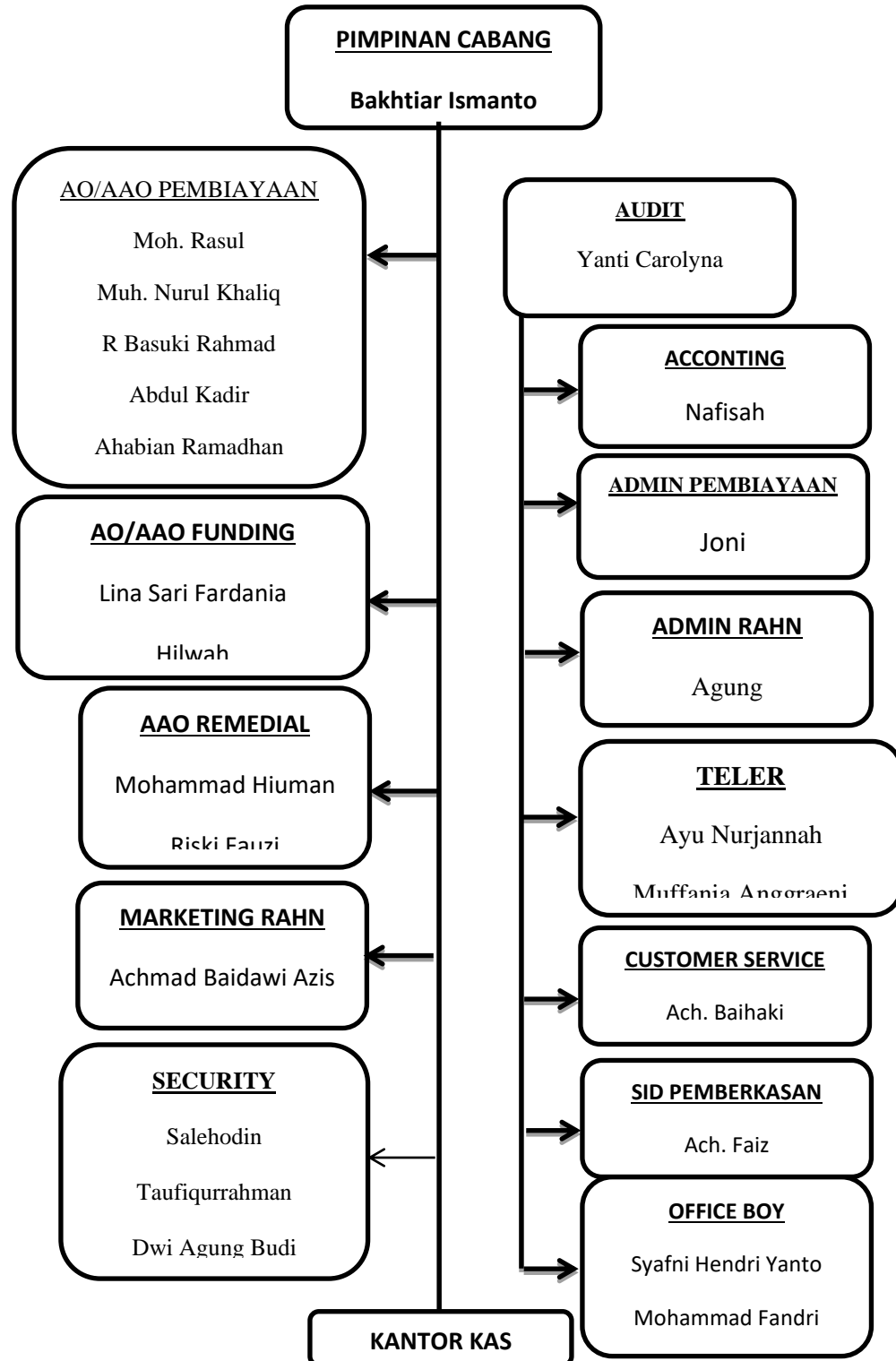
“Terwujudnya masyarakat yang makin sejahtera dengan dilandasi nilai-nilai agama dan budaya”.

##### 2. Misi

- a) Intermediasi antar pelaku ekonomi yang berlebih dengan yang kurang dalam permodalan berdasar syariah.
- b) Membantu melaksanakan pemberdayaan pengusaha ekonomi kecil dan menengah.
- c) Mengupayakan peningkatan Pendapatan Asli Daerah.

c. Struktur BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pamekasan

Gambar 4.1  
Struktur BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pamekasan



Sumber: Data dokumen BPRS Bhakti Sumekar KC Pamekasan

**d. SOP Divisi di BPRS Bhakti Sumekar KC Pamekasan**

## 1. Kepala Cabang

Tugas & Tanggung Jawab:

- a. Memimpin dan bertanggung jawab atas kantor cabang
- b. Selalu menjaga kualitas layanan prima
- c. Memasarkan produk-produk pembiayaan dan pendanaan
- d. Melakukan pengecekan kelayakan permohonan pembiayaan.
- e. Bertanggung jawab atas kelancaran pengembalian dana yang telah disalurkan.

## 2. AAO (Associate Account Officer)

Tugas & Tanggung Jawab:

- a. Membantu AO dalam menjalankan tugasnya.
- b. Melakukan penghimpunan dana dari masyarakat dan lembaga sosial kemasyarakatan
- c. Bertanggung jawab atas penyelamatan dan penyelesaian pembiayaan tergolong kurang lancar.
- d. Membantu melakukan survey atas permohonan pengajuan pembiayaan.
- e. Membuat laporan analisa pengajuan pembiayaan serta menyerahkan kepada kepala cabang.

## 3. Teller

Seorang teller mempunyai tugas dan tanggung jawab untuk melayani nasabah dalam:

- a. Mengatur dan bertanggung jawab atas posisi dana
- b. Memberikan pelayanan transaksi tunai baik itu penarikan maupun penyetoran
- c. Menginput transaksi yang berhubungan dengan uang.
- d. Menginput transaksi pembayaran angsuran.

#### 4. Customer Service

- a. Mengumpulkan berbagai informasi/data nasabah pembiayaan
- b. Memeriksa dan meneliti kelengkapan dokumen yang terkait dengan pembiayaan
- c. Mencatat atas semua transaksi pembiayaan
- d. Bertanggung jawab serta menyiapkan berkas pembiayaan
- e. Menyiapkan pencairan pembiayaan
- f. Bertanggung jawab atas kelancaran pengembalian dana yang telah disalurkan
- g. Melakukan pengawasan dan pembinaan terhadap nasabah-nasabah kelolaannya

**e. SOP Produk BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pamekasan****1. Produk Penghimpun Dana****a. Tabungan Barokah**

Tabungan Barokah ini bisa digunakan sebagai simpanan dana (tabungan) untuk masa depan dengan akad wadi'ah yad dhamanah di BPRS Bhakti Sumekar.

**b. Tabungan SIMPEL**

Tabungan SIMPEL ini digunakan bagi pelajar atau siswa-siswi di sekolah atau lembaga pendidikan mulai dari TK sampai SD

**c. Deposito Mudharabah**

Deposito adalah jenis investasi yang menguntungkan menggunakan akad mudharabah mutlaqah atau bagi hasil sesuai ajaran islam.

**d. Tabungan Hari Raya Tahara**

Tahara merupakan simpanan berencana yang diperuntungkan bagi masyarakat yang ingin menyiapkan dananya atau simpanannya untuk hari raya idul fitri dengan lebih terencana. Tabungan tahara ini sudah sesuai dengan syariat islam yaitu halal, aman dan menguntungkan.

**2. Produk Pembiayaan****a. Pembiayaan UMKM**

Pembiayaan UMKM merupakan pembiayaan modal kerja atau investasi bagi perorangan yang memiliki usaha kecil dengan menggunakan akad jual beli (murabahah) atau bagi hasil.

b. Pembiayaan Serba Guna

Pembiayaan serba guna adalah pembiayaan yang diperuntukkan bagi PNS/Karyawan swasta yang memiliki penghasilan tetap dengan menggunakan akad murabahah.

c. Gadai Emas/Rahn

Gadai emas adalah layanan pembiayaan untuk segala keperluan untuk perorangan dengan menggunakan prinsip syariah.

d. Pembiayaan Sepeda Motor

Pembiayaan sepeda motor merupakan pembiayaan yang diperuntukkan bagi masyarakat yang membutuhkan kendaraan namun belum memiliki dana yang cukup untuk mewujudkannya atau membelinya.

Pada pembiayaan sepeda motor ini menggunakan akad murabahah, akad murabahah adalah akad jual beli suatu barang dimana penjual menyebutkan harga jual yang terdiri atas harga pokok dan tingkat keuntungan tertentu atas barang dimana harga jual tersebut disetujui oleh pembeli.

e. Pembiayaan Pensiunan

Pembiayaan pensiunan merupakan pembiayaan yang diberikan kepada para pensiunan untuk keperluan renovasi rumah dan biaya

pendidikan, modal kerja atau keperluan lainnya berdasarkan syariat islam.<sup>49</sup>

## 2. Data Lapangan

Berdasarkan data yang peneliti temukan saat melakukan observasi di lapangan, berdasarkan beberapa metode antara lain *pengamatan, wawancara serta dokumentasi*, maka diperoleh hasil dari peneliti akan menyampaikan data yang diperoleh di lapangan yang berkaitan dengan strategi pemasaran 7P produk pembiayaan Sepeda motor dan efektifitasnya dalam meningkatkan jumlah nasabah di BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pamekasan. Berikut pemaparan data yang diperoleh peneliti:

### **a. Implementasi marketing mix 7P (*Product, price, promotion, place, people, process, dan physical evidence*) Produk Pembiayaan Sepeda Motor Dalam Meningkatkan Minat Nasabah Pada BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pamekasan**

Perkembangan perbankan dari waktu ke waktu semakin meningkat sehingga bisa dikatakan perkembangannya begitu pesat, sehingga akan menimbulkan banyak pesaing yang ada. Perkembangan perbankan syariah yang begitu pesat salah satunya adalah BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pamekasan maka dari itu strategi pemasaran sangat diperlukan untuk menghadapi pesaing yang ada. Setiap lembaga keuangan pasti mengetahui kendala yang sudah ada di pasar contohnya yaitu persaingan yang cukup

---

<sup>49</sup> Data diperoleh pada saat melakukan penelitian di BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pamekasan



ketat, maka dari itu tidak semua perbankan syariah bisa memenuhi tujuan nasabah yaitu kebutuhan dan keinginan nasabah.

Pihak perbankan harus mempersiapkan strategi pemasaran yang sudah terencana maka dari itu dapat diketahui kemana arah perbankan dan produknya dipasarkan dan untuk siapa saja produk direkomendasikan. Dalam hal tersebut BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pamekasan menerapkan sebuah strategi pemasaran *product, price, promotion, place, people, process*, dan *physical evidence* dalam menarik minat nasabah agar memakai produk pembiayaan Sepeda Motor.

### ***1) Product***

Dalam perbankan tentunya ada strategi pemasaran *product* untuk produk pembiayaan sepeda motor, marketing akan melakukan analisis terlebih dahulu terhadap strategi agar memudahkan dalam proses pemasaran produk yang sudah ada. Dari hasil wawancara yang dilakukan peneliti dengan karyawan bagian marketing pembiayaan yaitu Bapak Rasul menjelaskan:

Sementara Bapak Rasul sebagai AO Pembiayaan mengatakan hal yang sama, selain itu juga berpendapat:

”Produk merupakan suatu komponen yang dimiliki bank dan yang akan dipasarkan kepada masyarakat. Jika tidak ada produk maka apa yang harus dipasarkan kalau bukan produk yang dimiliki BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pamekasan. Dalam menentukan produk apa yang layak kami sebagai marketing harus mengetahui terlebih dahulu keadaan pasar dan masyarakat. Produk apa yang paling diminati serta dibutuhkan masyarakat. Maka dari situ kami akan menciptakan produk

yang sama tetapi dengan keunggulan yang berbeda yaitu berdasarkan angsuran dari awal hingga akhir akan sama atau tetap. Setelah itu divisi marketing bisa melakukan pemasaran produk yang telah ada ini salah satunya adalah produk pembiayaan sepeda motor yang menjadi salah satu produk yang BPRS Bhakti Sumekar miliki”<sup>50</sup>

Hal tersebut juga ditunjang dari pendapat Ibu Nia selaku AO Funding mengatakan:

“Suatu produk akan sangat laku di pasaran jika produk tersebut memiliki keunggulan yang berbeda dengan produk lembaga keuangan lainnya. Dengan begitu kami dalam menentukan produk melihat situasi perekonomian masyarakat. Seperti contohnya yaitu produk pembiayaan sepeda motor dimana produk ini merupakan produk pembiayaan yang bisa dipakai oleh masyarakat yang ingin membeli kendaraan bermotor tetapi tidak mempunyai uang yang cukup. Maka dengan menggunakan produk pembiayaan sepeda motor ini masyarakat bisa memiliki kendaraan bermotor dengan cara melakukan pembiayaan dan membayar secara angsuran atau cicilan kepada BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pamekasan”<sup>51</sup>

Dari wawancara di atas maka dapat disimpulkan bahwa produk sangat penting bagi perbankan salah satu produk pembiayaan di BPRS Bhakti Sumekar KC Pamekasan adalah produk pembiayaan Sepeda Motor. Produk merupakan hal yang dapat dibeli serta digunakan oleh masyarakat dan dirasakan manfaatnya.

## 2) *Price*

Setelah strategi pemasarn produk selanjutnya yang ditentukan adalah harga (*price*). Menetapkan harga adalah tugas dari seorang marketing agar

---

<sup>50</sup> Moh. Rasul, AO Pembiayaan BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pamekasan, Wawancara Langsung (14 April 2021).

<sup>51</sup> Lina Sari Fardania, AO Funding BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pamekasan, Wawancara Langsung (15 April 2021).

harga produk tersebut unggul di pasaran, dengan penetapan harga ini maka pihak marketing perlu mengetahui harga produk serupa di lembaga keuangan lainnya.

Dalam menentukan harga, bapak Rasul selaku marketing pembiayaan mengatakan:

“Harga yaitu hal yang ada dalam produk. Jika ada produk maka akan ada harga produk tersebut. Dalam menentukan harga produk pembiayaan sepeda motor yaitu dengan cara mengetahui dahulu harga kendaraan di dealer atau dipasaran, setelah mengetahui harga tersebut kami selaku marketing bisa menentukan margin yang akan ditetapkan. Margin ini ditetapkan dengan cara melihat harga pasaran dan tidak membebankan suatu masyarakat. Harga yang relative akan menciptakan minat nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan sepeda motor.”<sup>52</sup>

Serta Ibu Nia selaku Marketing Funding juga berpendapat bahwa:

“Dalam menentukan harga pembiayaan sepeda motor bukan hanya melihat harga pada dealer tetapi juga melihat harga produk serupa yang dimiliki oleh lembaga keuangan lainnya. Dengan begitu harga produk pembiayaan sepeda motor yang kami punya bisa menyesuaikan dengan harga produk serupa yang dimiliki oleh lembaga keuangan lainnya.”<sup>53</sup>

Kemudian informasi tersebut diperjelas oleh Ibu Nana selaku bagian *accounting* berpendapat:

“Harga merupakan faktor utama yang bisa menentukan produk pembiayaan sepeda motor laku di pasaran serta bisa mengalahkan pesaing yang juga memiliki produk yang sama. Harga bisa ditentukan dengan cara melihat harga penjualan di dealer serta harga kredit di dealer. Harga pembiayaan sepeda motor merupakan faktor terpenting yang akan dilihat oleh calon nasabah jika harga atau margin yang ditetapkan tidak sesuai dengan pasaran atau lebih tinggi maka

---

<sup>52</sup> Moh. Rasul, AO Pembiayaan BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pamekasan, Wawancara Langsung (14 April 2021).

<sup>53</sup> Lina Sari Fardania, AO Funding BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pamekasan, Wawancara Langsung (15 April 2021).

masyarakat tidak akan melakukan pembiayaan ini di BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pamekasan melainkan akan melakukan pembiayaan di lembaga keuangan lainnya. Maka dari itu pihak BPRS Bhakti Sumekar dalam menentukan harga produk pembiayaan sepeda motor tidak sembarangan melainkan melalui beberapa faktor yang akan menjadi hal untuk dipertimbangkan seperti perekonomian masyarakat dan harga produk yang sejenis yang dimiliki oleh lembaga keuangan lainnya.”<sup>54</sup>

Dari informasi yang diperoleh maka disimpulkan bahwa faktor-faktor utama yang menjadi acuan dalam menentukan harga (*price*) produk pembiayaan Sepeda Motor adalah yang pertama harga dari Dealer sepeda motor terlebih dahulu. Maka dari harga tersebut pihak BPRS Bhakti Sumekar dapat menentukan harga jual produk serta margin yang akan ditetapkan. Kedua, penentuan harga yaitu dengan cara melihat situasi keadaan ekonomi masyarakat sekitar.

### **3) *Place (Tempat)***

Penentuan tempat suatu produk pembiayaan Sepeda Motor adalah dengan cara menentukan tempat yang strategis dengan begitu akan membawa keuntungan bagi BPRS Bhakti Sumekar KC Pamekasan karena akan mudah dijangkau oleh masyarakat sekitar.

Menurut hasil wawancara yang saya peroleh dari salah satu marketing pembiayaan yaitu bapak Rasul mengatakan:

“Untuk penentuan tempat pastinya akan memilih tempat yang strategis dikarenakan tempat juga menjadi faktor dalam pemasaran. Jika tempat tidak strategis maka masyarakat kurang minat dikarenakan mungkin

---

<sup>54</sup> Nafisah, Accounting BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pamekasan, Wawancara Langsung (16 April 2021).

sulit untuk dijangkau antara kantor dan tempat tinggal. Maka dari itu BPRS Bhakti Sumekar memilih membuka kantor cabang di Pamekasan dengan tempat yang strategis dan mudah dijangkau oleh masyarakat Pamekasan”<sup>55</sup>

Hal senada juga dikatakan oleh Ibu Nia selaku marketing funding mengatakan:

“Tempat merupakan salah satu hal utama yang mendasari suatu lembaga keuangan akan dikatakan berkembang. Tempat yang strategis akan membawa keuntungan bagi lembaga keuangan salah satunya BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pamekasan karena semakin tempat strategis semakin bertambah juga pengetahuan masyarakat akan adanya BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pamekasan maka dari itu jika masyarakat sudah mengetahui maka mudah bagi marketing dalam melakukan pemasaran dan akan menciptakan rasa minat masyarakat terhadap produk yang ada di BPRS Bhakti Sumekar salah satunya yaitu produk pembiayaan sepeda motor. Semakin banyak yang mengetahui pembiayaan ini melalui sosialisasi dan sosial media maka akan semakin bertambah minat nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan tersebut, sehingga hal itulah yang akan menjadi faktor BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pamekasan dikatakan berkembang.”<sup>56</sup>

Dari hasil wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa tempat atau lokasi juga menjadi faktor penting bagi berhasilnya lembaga keuangan. Lokasi atau tempat yang sangat strategis juga akan menciptakan keuntungan bagi BPRS Bhakti Sumekar KC Pamekasan karena mudah dijangkau oleh masyarakat atau calon nasabah. Lokasi yang strategis biasanya biaya retail atau investasi tempat akan menjadi mahal. Tingginya biaya lokasi itu dapat dipenuhi dengan mengurangi biaya marketing dan sebaliknya tempat atau lokasi yang tidak strategis akan membutuhkan

---

<sup>55</sup> Moh. Rasul, AO Pembiayaan BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pamekasan, Wawancara Langsung (14 April 2021).

<sup>56</sup> Lina Sari Fardania, AO Funding BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pamekasan, Wawancara Langsung (15 April 2021).

biayah lebih mahal untuk menarik minat nasabah agar berkunjung atau menjadi nasabah.

#### **4) *Promotions* (Promosi)**

Promosi merupakan suatu kegiatan menyampaikan kelebihan-kelebihan produk pembiayaan sepeda motor serta kegiatan untuk menarik minat nasabah untuk melakukan pembiayaan atau membelinya. Dengan cara promosi maka pemasaran di sini bisa dilakukan dengan baik serta tepat agar dapat menarik minat nasabah lebih banyak lagi. Kegiatan promosi dilakukan guna memperkenalkan produk dari BPRS Bhakti Sumekar KC Pamekasan agar bisa dikenal publik kegiatan ini merupakan komponen utama yang menjadi salah satu prioritas dari kegiatan pemasaran.

Dari hasil wawancara yang sudah dilakukan oleh peneliti dengan karyawan bagian marketing pembiayaan yaitu Bapak Rasul mengatakan:

“Promosi yang dilakukan oleh BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pamekasan dengan cara langsung dan tidak langsung. Promosi yang dilakukan terhadap produk pembiayaan sepeda motor secara langsung bisa dilakukan dengan cara sosialisasi ke beberapa instansi seperti Pemda, Kantor Dinas, Sekolah-sekolah, serta beberapa perusahaan yang ada di Pamekasan bahkan marketing BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pamekasan juga melakukan di masjid ketika marketing istirahat dan bertemu dengan beberapa orang di masjid tersebut maka marketing akan melakukan sosialisasi untuk memberikan informasi terhadap keunggulan produk pembiayaan sepeda motor tersebut. Dengan berbagai cara akan dilakukan marketing jika itu akan menimbulkan keuntungan bagi BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang

Pamekasan. Promosi secara tidak langsung bisa dilakukan melalui sosial media.”<sup>57</sup>

Sementara itu Ibu Nia mengatakan hal yang sama dan berpendapat dengan menjelaskan:

“Promosi adalah salah satu cara marketing dalam menarik minat nasabah agar membeli atau menggunakan produk di BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pamekasan. Promosi dilakukan dengan cara sosialisasi serta menyebarkan brosur terkait produk yang ada di BPRS Bhakti Sumekar salah satunya produk pembiayaan sepeda motor. Selain menyebarkan brosur marketing juga melakukan strategi pemasarn melalui sosial media antara lain yaitu WhatsApp, instagram dan Web BPRS Bhakti Sumekar. Dengan begitu pihak marketing berharap akan menimbulkan rasa minat nasabah terhadap produk pembiayaan sepeda motor ini. Semakin tinggi minat nasabah juga menjadi keuntungan bagi BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pamekasan.”<sup>58</sup>

Setelah itu dari informasi tersebut ditunjang dengan informasi nasabah yang bernama Bapak Atmo yang berpendapat:

“Benar jika marketing BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pamekasan melakukan promosi secara langsung dengan diadakannya silaturahmi serta pemasaran produk pembiayaan sepeda motor ke masyarakat serta sekolah-sekolah dan kantor dinas yang ada di Pamekasan. Saya pribadi mengetahui informasi ini dikarenakan marketing BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pamekasan mendatangi sekolah. Maka dari itu saya minat untuk melakukan pembiayaan sepeda motor ini. Karena pembiayaan ini merupakan pembiayaan yang sesuai syariah dan angsurannya tetap dari awal higgs lunas.”<sup>59</sup>

Pendapat tersebut juga disampaikan dari salah satu nasabah

Pembiayaan sepeda motor, yaitu Bapak Moh. Zairah mengatakan:

---

<sup>57</sup> Moh. Rasul, AO Pembiayaan BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pamekasan, Wawancara Langsung (14 April 2021).

<sup>58</sup> Lina Sari Fardania, *AO Funding* BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pamekasan, Wawancara Langsung (15 April 2021).

<sup>59</sup> Atmo, Nasabah Pembiayaan Sepeda Motor BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pamekasan, Wawancara Langsung, (17 April 2021).

“Saya mengetahui produk ini dikarenakan memperoleh informasi dari sosial media serta brosur yang disebar. Produk pembiayaan sepeda motor ini beda dari lembaga keuangan lainnya karena berbasis syariah dan angsurannya sangat kompetitif. Maka dari itu saya minat melakukan pembiayaan sepeda motor ini.”<sup>60</sup>

Dari wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa promosi adalah bagian penting dalam melakukan pemasaran karena dengan dilakukannya promosi artinya juga memperkenalkan suatu produk pembiayaan sepeda motor agar dapat menarik minat nasabah serta terciptanya rasa ingin membeli nasabah.

##### 5) *Peoplle (Orang)*

SDM merupakan komponen penting dalam strategi marketing mix. Faktor sumber daya manusia sangat menentukan maju atau tidaknya perusahaan. Tidak dapat kita pungkiri bahwa faktor ini berperan penting dalam membuat suatu kemajuan atau bahkan kemunduran dari suatu perusahaan.

Dari hasil wawancara yang sudah dilakukan oleh peneliti dengan karyawan bagian marketing pembiayaan yaitu Bapak Rasul mengatakan:

“SDM merupakan faktor penting dalam kesuksesan untuk menarik calon nasabah dalam pembiayaan sepeda motor, karena SDM yang dapat berinteraksi dengan baik dengan nasabah dapat memicu ketertarikan nasabah untuk menggunakan jasa yang ditawarkan, oleh sebab itu SDM yang berkualitas sangat diperlukan oleh BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pamekasan. Ada beberapa kriteria yang diwajibkan yang harus dimiliki oleh marketing BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pamekasan yaitu sopan, jujur, serta mampu menguasai secara keseluruhan tentang apa yang ditawarkan. Untuk mencapai kriteria tersebut Dalam perekrutan SDM yang dilakukan oleh BPRS

---

<sup>60</sup> Moh Zairah, Nasabah Pembiayaan Sepeda Motor BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pamekasan, Wawancara Langsung, (18 April 2021).



Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pamekasan menggunakan sistem seleksi dari beberapa pelamar dengan serangkaian tes seperti pemberkasan serta wawancara. Sehingga penerimaan pegawai diharapkan mendapatkan SDM yang berkualitas. Jadi saat dilapangan dapat bekerja secara maksimal serta sukses untuk menarik minat nasabah untuk bertransaksi dengan BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pamekasan dalam pembiayaan sepeda motor.”<sup>61</sup>

Setelah itu dari informasi tersebut ditunjang dengan informasi nasabah yang bernama Bapak Atmo yang berpendapat:

“Benar jika marketing BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pamekasan dalam menyampaikan sopan dengan memberikan salam terlebih dahulu serta bertanya apakah keberadaannya mengganggu dan meminta izin sebelum menawarkan produknya pada saat itu serta paham dan fasih dalam menjawab apa yang dinyatakan oleh saya.”<sup>62</sup>

Pendapat tersebut juga disampaikan dari salah satu nasabah Pembiayaan sepeda motor, yaitu Bapak Moh. Zairah mengatakan:

“cara marketingnya sangat bagus sehingga dapat memberikan daya tarik bagi saya sebelum saya membeli, dilihat dari orangnya sangat rapi serta tutur kata yang bagus memberikan rasa percaya untuk dapat menggunakan produk ini.”<sup>63</sup>

Dari wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa Orang (marketing) adalah bagian penting dalam melakukan pemasaran karena dengan memiliki SDM yang berkualitas dapat dengan mudah menarik minat nasabah untuk menggunakan jasa pembiayaan sepeda motor yang ditawarkan pada saat itu.

---

<sup>61</sup> Moh. Rasul, AO Pembiayaan BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pamekasan, Wawancara Langsung (01 September 2021).

<sup>62</sup> Atmo, Nasabah Pembiayaan Sepeda Motor BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pamekasan, Wawancara Langsung, (06 September 2021)

<sup>63</sup> Moh Zairah, Nasabah Pembiayaan Sepeda Motor BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pamekasan, Wawancara Langsung, (06 September 2021).

## 6) *Process (Proses)*

Proses di sini mencakup bagaimana cara perusahaan melayani permintaan tiap konsumen, mulai dari konsumen memesan hingga akhirnya mereka mendapatkan apa yang mereka inginkan.

Berapa perusahaan tertentu biasanya memiliki cara yang unik atau khusus dalam melayani konsumennya.

Pernyataan-pernyataan terkait, apakah karyawan tersebut memiliki performance tinggi atau sebaliknya, apakah karyawan tersebut mampu melayani konsumen dengan baik atau sebaliknya akan membantu kesuksesan sebuah perusahaan jasa di pasaran.

Dari hasil wawancara yang sudah dilakukan oleh peneliti dengan karyawan bagian marketing pembiayaan yaitu Bapak Rasul mengatakan:

“proses merupakan serangkaian tahap yang harus dilakukan oleh kedua pihak untuk mencapai kesepakatan serta transaksi transaksi sesudah ada kesepakatan, dari pemesanan hingga pengiriman barang. Untuk proses yang dilakukan oleh BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pamekasan pada umumnya sama yaitu penawaran secara langsung atau calon nasabah datang langsung ke kantor, setelah mencapai kesepakatan maka lanjut pada pengumpulan persyaratan yang telah ditentukan sampai semua sudah terpenuhi, setelah itu pengecekan hingga pengiriman barang pada nasabah. Serangkaian proses tersebut sudah difikirkan untuk mempermudah nasabah serta sudah difikirkan untuk keamanan kantor dalam meminimalisir resiko pembiayaan bermasalah”<sup>64</sup>

Setelah itu dari informasi tersebut ditunjang dengan informasi nasabah yang bernama Bapak Atmo yang berpendapat:

---

<sup>64</sup> Moh. Rasul, AO Pembiayaan BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pamekasan, Wawancara Langsung (01 September 2021).

“Proses pengambilan pembiayaan sepeda motor di BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pamekasan tidak ribet mudah dilengkapi serta proses pemberkasan, pemesanan hingga barang datang tidak lama hanya 7 hari. Sehingga saya puas dalam pelayanan yang diberikan oleh BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pamekasan.”<sup>65</sup>

Pendapat tersebut juga disampaikan dari salah satu nasabah

Pembiayaan sepeda motor, yaitu Bapak Moh. Zairah mengatakan:

“Proses transaksi produk ini sangat bagus, untuk saya proses yang cepat serta tidak ribet dapat membantu nasabah dalam melengkapi semua persyaratan yang ada sehingga hal ini juga memberikan daya tarik juga bagi saya”<sup>66</sup>

Dari wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa Proses adalah bagian penting dalam melakukan pemasaran karena dengan proses yang baik dan benar dapat mempermudah nasabah serta lembaga dalam mengakses saat transaksi serta dapat meminimkan resiko yang tidak terduga di masa yang akan datang.

### **7) *Physical Evidence (Tampilan Fisik)***

Tampilan fisik tempat usaha akan menjelaskan bagaimana penataan bangunan dari suatu perusahaan. Apakah perusahaan menggunakan interior yang unik, lighting system yang menarik, desain ruangan yang menarik perhatian, dll.

Perusahaan tentu akan menyadari bahwa penataan bangunan di suatu perusahaan tentu akan mempengaruhi mood pengunjung.

---

<sup>65</sup> Atmo, Nasabah Pembiayaan Sepeda Motor BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pamekasan, Wawancara Langsung, (06 September 2021)

<sup>66</sup> Moh Zairah, Nasabah Pembiayaan Sepeda Motor BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pamekasan, Wawancara Langsung, (06 September 2021).

Dari hasil wawancara yang sudah dilakukan oleh peneliti dengan karyawan bagian marketing pembiayaan yaitu Bapak Rasul mengatakan:

“Tampilan fisik kantor BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pamekasan sudah bisa dikategorikan baik dilihat dari depan hingga ruangan-ruangan yang ada di dalamnya hal ini bertujuan untuk memberikan rasa nyaman pada nasabah yang berkunjung atau melakukan transaksi didalam kantor serta menambah keyakinan bahwa kantor BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pamekasan dapat dipercaya. Namun tampilan fisik didalam kantor tidak akan berguna ketika marketing tidak dapat memberikan daya tarik pada nasabah untuk bertransaksi dengan lembaga ini. Karenaseperti yang diketahui bahwa sistem marketing yang kami gunakan seperti yang sudah dijelaskan diatas yaitu kami langsung menawarkan ke rumah atau kantor tempat target yang dituju, jadi penampilan fisik yang digunakan bukan hanya fokus pada tata letak kantor maupun interior didalamnya, tapi fokusnya juga pada penampilan fisik dari marketing (orang) yang melakukan pemasaran. Penampilan fisik ini seperti kerapian pakaian, cara berbicara, serta cara menanggapi berbagai respon calon nasabah yang ada. Sehingga calon nasabah akan merasa nyaman serta timbul kepercayaan dan kemungkinan ketertarikan minat calon nasabah akan tercipta”<sup>67</sup>

Setelah itu dari informasi tersebut ditunjang dengan informasi nasabah yang bernama Bapak Atmo yang berpendapat:

“marketing BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pamekasan sangat rapi serta mempunyai tutur kata yang baik dan bagus dalam beretika, serta titik lokasi kantor yang jelas dan penggunaan interior yang diletakkan secara baik yang dapat memberikan kenyamanan bagi saya saat berada dalam kantor BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pamekasan.”<sup>68</sup>

Pendapat tersebut juga disampaikan dari salah satu nasabah Pembiayaan sepeda motor, yaitu Bapak Moh. Zairah mengatakan:

---

<sup>67</sup> Moh. Rasul, AO Pembiayaan BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pamekasan, Wawancara Langsung (01 September 2021).

<sup>68</sup> Atmo, Nasabah Pembiayaan Sepeda Motor BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pamekasan, Wawancara Langsung, (06 September 2021)

“kantornya sangat nyaman buat semua nasabah yang datang karena pemilihan warna serta interior yang pas membuat nasabah lebih nyaman bertransaksi lebih-lebih saat menunggu”<sup>69</sup>

Dari wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa Tampilan Fisik adalah bagian penting dalam melakukan pemasaran karena dengan memiliki tampilan fisik baik bangunan ataupun orangnya dalam hal inimarketik dapat menciptakan sebuah kenyamanan dan memberikan daya tarik sendiri bagi nasabah.

**b. Efektivitas Strategi Pemasaran 7P (Product, Price, Promotion, Place, people, process, dan physical evidence) Produk Pembiayaan Sepeda Motor Dalam Meningkatkan Minat Nasabah Pada Bank BPRS Bhakti Sumekar KC Pamekasan**

Dilihat dari minat nasabah bagi BPRS Bhakti Sumekar KC Pamekasan merupakan hal penting untuk dijadikan suatu tolak ukur perkembangan dan kemajuan yang bisa menjadikan bank tersebut produktif. Kesuksesan suatu lembaga keuangan tentu hasil dari peran seorang marketing yang dapat melakukan pemasaran produk secara optimal sesuai keinginan dan kebutuhan nasabah.

BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pamekasan menerapkan strategi pemasaran 7P (*Product, Price, Promotion, Place* people, process, dan physical evidence) untuk mengevaluasi keadaan pasar dan agar produk yang

---

<sup>69</sup> Moh Zairah, Nasabah Pembiayaan Sepeda Motor BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pamekasan, Wawancara Langsung, (06 September 2021).

ditawarkan tidak kalah terhadap pesaing yang ada. Strategi pemasaran 7P yang tepat akan menghasilkan keuntungan untuk kepuasan nasabah yang akan membawa keuntungan juga terhadap meningkatnya minat nasabah. Efektif tidaknya strategi pemasaran tergantung meningkat tidaknya minat nasabah dari waktu ke waktu dan pelayanan yang optimal juga menjadi salah satu hal pendukung dalam meningkatkan minat nasabah.

Peneliti memperoleh informasi berdasarkan wawancara yang dilakukan terhadap Bapak Moh Rasul selaku AO pembiayaan BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pamekasan:

“Suatu lembaga keuangan akan dikatakan efektif jika lembaga keuangan tersebut berkembang serta banyak nasabah yang melakukan pembiayaan atau menabung di lembaga keuangan tersebut, salah satunya yaitu BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pamekasan. BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pamekasan akan melakukan strategi pemasaran yang bisa membawa keuntungan bagi BPRS Bhakti Sumekar tersebut. Maka marketing akan melakukan pemasaran agar menimbulkan rasa minat masyarakat, jika masyarakat minat terhadap produk pembiayaan yang ada di BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pamekasan maka masyarakat tersebut akan membelinya atau menggunakan. Minat nasabah akan membawa keuntungan bagi BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pamekasan semakin banyak masyarakat yang memiliki rasa minat akan berdampak pada bertambahnya jumlah nasabah di BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pamekasan, maka dari hal itu minat nasabah juga menjadi faktor penting BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pamekasan dikatakan efektif.”<sup>70</sup>

Strategi pemasaran 7P saat digunakan banyak keuntungan yang di dapat BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pamekasan. Dengan diterapkannya strategi pemasaran 7P maka marketing mudah saat melakukan pemasaran dalam menarik minat nasabah dari pesaing yang ada di pasaran. Oleh karena

---

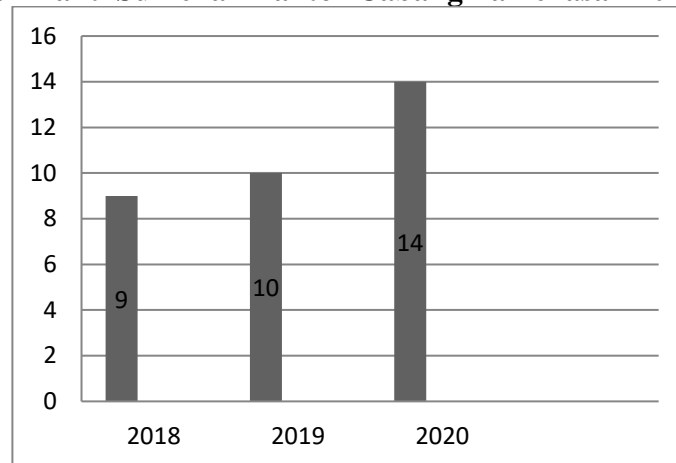
<sup>70</sup> Moh. Rasul, AO Pembiayaan BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pamekasan, Wawancara Langsung (14 April 2021).

itu strategi pemasaran 7P harus diterapkan dan dikembangkan melalui inovasi yang ada supaya lebih produktif lagi. Dengan melakukan inovasi terbaru tersebut maka akan memperoleh keuntungan untuk BPRS Bhakti Sumekar KC Pamekasan.

Dari hasil wawancara yang sudah dilakukan oleh peneliti dengan Ibu Nana selaku bagian *Accounting* berpendapat bahwa:

“BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pamekasan bisa dikatakan efektif karena minat nasabah menggunakan pembiayaan sepeda motor dari tahun ke tahun semakin meningkat. Meningkatnya minat nasabah disebabkan oleh strategi pemasaran 7P yang dilakukan oleh marketing. Selain itu juga pelayanan yang optimal juga menjadi faktor penentu bagi meningkatnya minat nasabah. Pelayanan yang baik adalah hal utama bagi pihak BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pamekasan untuk melakukan strategi pemasaran. Dengan memberikan pelayanan yang baik akan menimbulkan rasa kepuasan nasabah dengan begitu minat nasabah terhadap produk yang ada akan semakin tinggi pula.”<sup>71</sup>

**Gambar 4.2**  
**Grafik Perkembangan Nasabah Pembiayaan Sepeda Motor**  
**BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pamekasan 2018-2020**



Sumber: Data diolah berdasarkan dokumen arsip BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pamekasan.<sup>72</sup>

<sup>71</sup> Nafisah, *Accounting BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pamekasan, Wawancara Langsung* (16 April 2021).

<sup>72</sup> Data diolah berdasarkan data yang diperoleh peneliti dari BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pamekasan pada saat melakukan penelitian.

Berdasarkan grafik dan informasi dari informan tersebut, maka sudah jelas bahwa penerapan strategi pemasaran marketing mix 7P (*Product, price, promotion, plac, people, process, dan physical evidence* ) berdasarkan produk pembiayaan sepeda motor sangat berdampak dalam peningkatan minat nasabah.

Dari hasil informasi yang didapatkan pada saat wawancara dapat disimpulkan yaitu strategi pemasaran 7P yang diterapkan marketing BPRS Bhakti Sumekar sudah bisa dikatakan efektif dan membawa dampak positif terhadap BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pamekasan. Pelayanan yang optimal juga merupakan salah satu hal yang menjadi tolak ukur dalam menentukan efektif atau tidaknya suatu produk atau lembaga keuangan tersebut.

## **B. Temuan Penelitian**

Berdasarkan pengamatan yang peneliti temukan dilapangan maka data hasil penelitian selama melakukan penelitian sebagai berikut:

- a. Sebelum turun ke lapangan untuk menawarkan produk tabungan dan pembiayaan hal pertama harus memahami produk yang akan ditawarkan kepada masyarakat. Mengetahui keinginan serta kebutuhan nasabah.
- b. *Product* hal utama yang dimiliki oleh lembaga keuangan, macam-macam produk yang ada pasti sudah sesuai di pasaran. Peneliti menemukan suatu produk pembiayaan di BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Madya Pamekasan yaitu produk pembiayaan sepeda motor, produk ini diciptakan



setelah mengetahui produk yang laku dipasaran, maka dari itu pihak BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pamekasan juga memiliki produk yang sama dengan lembaga keuangan lainnya tetapi memiliki keunggulan yang berbeda.

- c. Berdasarkan *price* (harga) yang ditemukan peneliti di BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pamekasan pada pembiayaan sepeda motor harga ditentukan dengan cara mengetahui harga di dealer serta dipasaran maka dari itu pihak bank bisa menentukan kisaran harga nantinya.
- d. *Promotion* (promosi) disini yang temukan peneliti dari pihak marketing yaitu promosi secara langsung dan tidak langsung. Promosi secara langsung yaitu dilakukannya sosialisasi kepada masyarakat atau instansi yang ada di Pamekasan. Promosi secara tidak langsung yaitu melalui sosial media seperti Whatsapp, Instagram, Web [www.bhaktisumekar.co.id](http://www.bhaktisumekar.co.id) dan sosial media lainnya.
- e. Pihak BPRS Bhakti Sumekar memiliki kantor cabang di Pamekasan yang sangat strategis dalam penentuan tempat disini pihak BPRS Bhakti Sumekar pasti mempunyai langkah-langkah dalam penentuannya. Dalam penentuan disini hal utama yang dilakukan yaitu memikirkan agar tempat tersebut diketahui oleh banyak masyarakat serta jarak tempuh tempat tinggal calon nasabah harus dijadikan bahan pertimbangan.
- f. Berdasarkan hasil penelitian strategi pemasaran 7P (*Product, Price, Promotion, Place, process, dan physical evidence*) pada produk pembiayaan sepeda motor di BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang

Pamekasan dapat dikatakan efektif, dikarenakan minat nasabah terhadap produk pembiayaan sepeda motor dari tahun ke tahun selalu meningkat. Peningkatan minat nasabah ini disebabkan oleh berhasilnya pihak marketing menarik perhatian masyarakat untuk membeli atau menggunakan pembiayaan sepeda motor ini.

### **C. Pembahasan**

Berdasarkan temuan peneliti yang dipaparkan, oleh karena itu peneliti akan membahas hasil data penelitian yaitu:

Semua lembaga keuangan yang salah satunya yaitu BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pamekasan harus memiliki suatu strategi pemasaran yang bisa jadi acuan saat menjalankan pemasarannya di semua instansi atau di lingkungan masyarakat. Setiap perbankan saat menjalani strategi pemasaran pasti mempunyai tujuan yaitu untuk memasarkan produk yang ada secara tepat dan diminati nasabah.

BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pamekasan memiliki produk pembiayaan untuk masyarakat yang ingin mempunyai kendaraan pribadi sesuai keinginannya, produk tersebut yaitu produk pembiayaan sepeda motor.

#### **1. Strategi Pemasaran 7P (Product, Price, Promotion, Place, people, process, dan physical evidence) Produk Pembiayaan Sepeda Motor Dalam Meningkatkan Minat Nasabah Pada Bank BPRS Bhakti Sumekar KC Pamekasan**

Strategi pemasaran yang dilakukan oleh BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pamekasan yaitu menerapkan sosialisasi pada semua produk yang dimilikinya salah satunya produk pembiayaan sepeda motor. Dengan sosialisasi ini tujuan BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pamekasan adalah menanamkan rasa percaya masyarakat terhadap produk pembiayaan sepeda motor. Kegiatan sosialisasi ini berperan penting bagi suatu lembaga keuangan agar produknya diketahui banyak masyarakat. Pihak BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pamekasan memberi informasi secara detail serta menarik minat nasabah tentang hal yang berkaitan dengan produk pembiayaan sepeda motor.

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

Produk adalah suatu barang atau jasa yang dapat dipasarkan atau dibeli oleh konsumen atau masyarakat untuk digunakan. Jadi produk merupakan sesuatu yang dapat digunakan manfaatnya untuk memenuhi kebutuhan masyarakat.<sup>73</sup>

Berdasarkan temuan peneliti yaitu produk di BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pamekasan mempunyai produk pembiayaan sepeda motor yang juga mirip dengan produk lembaga keuangan lainnya tetapi keunggulannya berbeda dengan tujuan memenuhi keinginan atau kebutuhan nasabah. Sesuai dengan teori Andrianto dalam bukunya yaitu manajemen bank syariah.

---

<sup>73</sup> Andrianto, *Manajemen Bank Syariah*, 142.

Produk merupakan suatu faktor penting bagi lembaga keuangan salah satunya BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pamekasan yang mempunyai produk pembiayaan sepeda motor. Keunggulan dari produk pembiayaan sepeda motor yaitu produk yang dikhususkan untuk masyarakat yang ingin mempunyai kendaraan impiannya yang prosesnya cepat, angsuran dari awal hingga lunas yaitu tetap, margin sesuai, dan produknya sesuai syariat islam.

Produk pembiayaan sepeda motor di BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pamekasan menggunakan akad murabahah. Kualitas produk pembiayaan sepeda motor ini bagus dikarenakan bagi nasabah yang melakukan pembiayaan sepeda motor ini dapat dicicil maksimal 120 bulan tergantung dari harga kendaraannya dan kesepakatan nasabah.

#### **b. Price (Harga)**

Harga adalah suatu komponen yang terdapat di suatu barang yang menunjang barang tersebut bisa memenuhi berbagai kebutuhan (needs), keinginan (wants) dan bisa memuaskan konsumen (satisfaction) yang dapat diperoleh dengan uang.<sup>74</sup>

Berdasarkan temuan penelitian sebuah barang atau jasa pasti mempunyai harga tertentu untuk menghasilkan uang dalam menentukan harga pada produk pembiayaan sepeda motor yang dilakukan pihak BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pamekasan dengan cara mengetahui harga di dealer

---

<sup>74</sup> Andrianto, *Manajemen Bank Syariah*, 142.

serta dipasaran maka dari itu bisa ditentukan kisaran harga nantinya. Pendapat ini sesuai dengan teori Andrianto dalam bukunya manajemen bank syariah.

Dalam bauran pemasaran harga merupakan faktor terpenting untuk melakukan pemasaran produk yang ada karena harga bisa menentukan berhasil atau tidaknya lembaga keuangan dengan mengukur besar keuntungan yang didapatkan lembaga keuangan dari hasil penjualan produk ataupun jasa yang ada di lembaga keuangan tersebut.

BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pamekasan setiap produk pasti mempunyai harga yang berbeda antara lain produk pembiayaan sepeda motor untuk melakukan pembiayaan ini harus tahu terlebih dahulu harga pasaran serta harga kendaraan di dealer tertentu. Jika harga kendaraan sudah diketahui maka pihak BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pamekasan bisa menentukan besarnya margin nantinya. Maka dengan begitu nantinya akan tercipta harga jual dari pihak BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pamekasan terhadap nasabah.

### **c. *Promotion* (Promosi)**

*Promotion* (promosi) merupakan suatu kegiatan pemasaran untuk menginformasikan produk dan jasa dari lembaga keuangan dengan cara menarik perhatian masyarakat supaya membeli atau mencoba suatu produk yang ada dengan cara mempromosikan atau menawarkannya.<sup>75</sup>

Berdasarkan temuan peneliti yaitu promosi yang dilakukan BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pamekasan dilakukan dengan cara langsung dan

---

<sup>75</sup> Andrianto, *Manajemen Bank Syariah*, 143.

tidak langsung dengan tujuan untuk memasarkan atau memberikan informasi terkait produk pembiayaan sepeda motor terhadap nasabah. Dengan cara menginformasikan produk pembiayaan sepeda motor kepada nasabah maka pihak marketing dapat menarik minat nasabah. Berdasarkan penjelasan tersebut sesuai dengan teori Andrianto dalam bukunya yaitu manajemen bank syariah.

Dalam melakukan promosi setiap perbankan pasti mempunyai tujuan utama dari kegiatan promosi adalah mempengaruhi, menginformasikan dan menawarkan konsumen sasaran tentang lembaga keuangan dan bauran pemasaran. BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pamekasan dalam melakukan promosi pada produk pembiayaan sepeda motor dengan cara mempromosikannya kepada instansi yang ada di daerah Pamekasan antara lain yaitu Kantor Pemda, Dinas, serta sekolah-sekolah yang ada. Dengan begitu melalui kegiatan promosi ini pihak marketing berharap produk pembiayaan sepeda motor dapat diminati banyak masyarakat.

Dalam melakukan promosi BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pamekasan menggunakan dua cara yaitu promosi secara langsung dan tidak langsung contohnya melalui sosial media.

Promosi secara langsung dilakukan dengan cara sosialisasi face to face atau tatap muka tanpa menggunakan media atau alat komunikasi. Tujuan dilakukannya sosialisasi yaitu untuk memberi informasi terhadap satu orang atau kelompok agar mencapai keinginan yang diharapkan. Manfaat dari sosialisasi yang dilakukan marketing yaitu mengajak masyarakat

menggunakan pembiayaan sepeda motor bagi orang yang ingin mempunyai kendaraan tetapi tidak mempunyai dana yang cukup untuk membelinya secara langsung, serta menyampaikan berbagai kelebihan dari produk pembiayaan sepeda motor agar menambah minat nasabah.

Promosi secara tidak langsung yang dilakukan BPRS Bhakti Sumekar dengan cara menggunakan alat atau perantara seperti saat melakukan penyebaran brosur-brosur yang dimiliki BPRS Bhakti Sumekar kepada masyarakat, kemudian melalui sosial media seperti Instragram, Whatsapp, dan website [www.bhaktisumekar.co.id](http://www.bhaktisumekar.co.id) dengan menggunakan sosial media tersebut nasabah atau calon nasabah bisa mengenal lagi produk-produk yang ada di BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pamekasan.

**d. *Place (Tempat)***

*Place* (tempat) merupakan suatu penentuan lokasi yang mempengaruhi kegiatan dan kesuksesan pemasaran yang dilakukan lembaga keuangan. Penentuan lokasi menjadi sangat penting hal ini disebabkan supaya konsumen mudah dalam menjangkau lokasi yang akan menjadi kegiatan pemasarannya. Lokasi semakin strategis dan mudah dijangkau akan tinggi pula tingkat penjualan dan sebaliknya.<sup>76</sup>

Berdasarkan temuan peneliti tempat merupakan hal paling penting dalam melakukan suatu penjualan produk yang dimiliki. Tempat yang strategis akan membawa keuntungan bagi BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pamekasan. Semakin strategis tempat juga akan berdampak banyaknya

---

<sup>76</sup> Andrianto, *Manajemen Bank Syariah*, 144.

pembelian yang dilakukan masyarakat karena tempat tersebut mudah dijangkau oleh masyarakat. Pendapat tersebut sesuai dengan teori yang disampaikan oleh Andrianto dalam bukunya yaitu manajemen bank syariah.

BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pamekasan lokasinya sudah sangat strategis mudah dijangkau oleh nasabah untuk melakukan kegiatan dengan mitra di bank. BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pamekasan terletak di pusat kota Pamekasan tepatnya di jalan Masegit sudah bisa dikatakan strategis dikarenakan tempatnya terletak di sebelah Alun-alun Kota Pamekasan dan dekat dengan akses jalan raya sehingga sangat mudah diketahui atau dijangkau oleh nasabah maupun calon nasabah. Tempat yang strategis merupakan salah satu hal yang dilihat oleh masyarakat karena jika tempatnya tidak strategis nasabah akan kurang minat untuk melakukan pembelian. Inovasi tempat juga sangat diperlukan semakin tempat itu nyaman akan semakin besar pula BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pamekasan dalam menarik minat nasabah.

**e. Orang (*People*)**

Berdasarkan temuan penelitian orang merupakan sebuah faktor sangat penting dalam pemasaran, semakin baik kualitas yang dimiliki oleh orang tersebut maka semakin baik juga pemasarannya, maka sebaliknya juga semakin buruk kualitas orang maka semakin buruk pemasaran yang dilakukan, orang dalam hal ini marketing yang melakukan pemasaran sangat berpengaruh bagi kesuksesan pemasaran yang dilakukan, sehingga perlu



suatu seleksi khusus bagi lembaga untuk merekrut sebuah karyawan pada posisi pemasaran ini.

Hal ini terbukti dengan tanggapan yang diberikan oleh nasabah yang diwawancarai diatas bahwa marketing yang baik dapat memberikan daya tarik bagi nasabah untuk menggunakan produk ini.

**f. Proses (*Process*)**

Berdasarkan temuan penelitian proses merupakan faktor penting juga, karena dapat diketahui bersama semua butuh proses, kecenderungan proses yang mudah, cepat, dan aman mayoritas disukai oleh semua orang. Proses yang baik merupakan proses yang terstruktur sehingga pada tahap akhir tidak ditemukan sebuah permasalahan yang berarti yang dapat menciptakan sebuah kegagalan transaksi yang hampir selesai.

Hal ini sangat diperhatikan oleh lembaga ini dimana dari pengakuan nasabah memberikan keterangan bahwa prosesnya sangat mudah serta pengiriman barang yang cepat yang paling lambat 7 hari dihitung dari setelah semua persyaratan serta semua proses telah dilengkapi.

**g. Tampilan Fisik (*Physical Evidence*)**

Berdasarkan temuan dalam penelitian ini tampilan fisik merupakan sebuah patokan bagi nasabah untuk mempercayai apakah lembaga ini benar-benar ada sehingga nasabah merasa aman bertransaksi dengan lembaga ini. Penataan ruang serta pemilihan warna serta interior yang baik juga berpengaruh pada kenyamanan nasabah saat ada dalam kantor. Namun pada lembaga ini tampilan fisik tidak berfokus pada bangunan kantor saja, tapi juga fokus pada

penampilan orang atau marketing yang berpersn penting dalam pemasaran dilapangan.

Hal ini diperkuat oleh penagakuan nasabah yang diwawancarai yaitu bahwasannya kantor ini sangat memperhatikan tampilan fisik kantor maupun karyawannya. Ketertarikan nasabah untuk memilih produk ini tidak lepas dari tampilan fisik yang meyakinkan.

## **2. Efektivitas Strategi Pemasaran 7P (Product, Price, Promotion, Place, people, process, dan physical evidence) Produk Pembiayaan Sepeda Motor Dalam Meningkatkan Minat Nasabah Pada Bank BPRS Bhakti Sumekar KC Pamekasan**

Menurut Hani efektivitas adalah suatu hubungan antara pengeluaran dan tujuan. Semakin banyak pengeluaran terhadap suatu tujuan yang ada, dengan begitu akan semakin efektif suatu kegiatan atau program perusahaan. Efektivitas akan lebih fokus terhadap hasil program yang dilakukan dinilai efektif apabila pengeluaran yang diperoleh dapat memenuhi suatu tujuan yang telah dilaksanakan.<sup>77</sup>

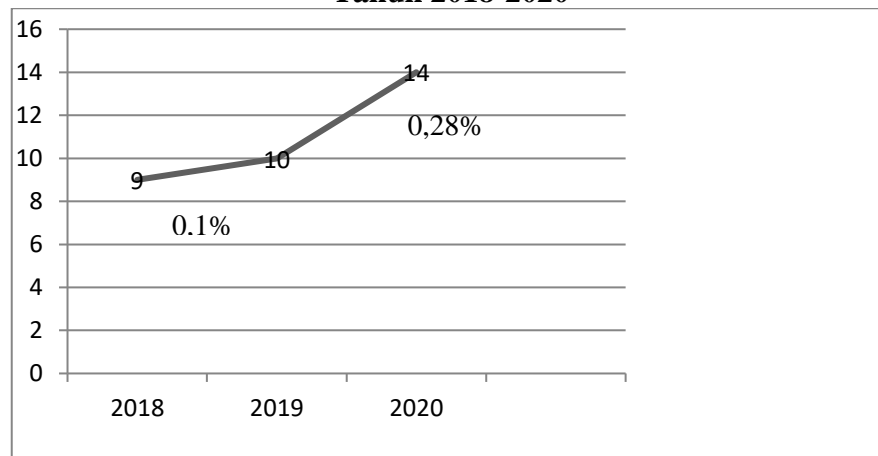
Dari hasil lapangan di BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pamekasan, untuk mengetahui tingkat minat nasabah maka pihak bank menerapkan salah satu cara yaitu survey terhadap minat nasabah. Tjiptono menegaskan bahwa metode survey merupakan cara yang bisa digunakan dalam melakukan survey minat nasabah dengan menanyakan akan kepuasan nasabah tersebut. Pihak

---

<sup>77</sup> Dea Ahimsa, "Efektivitas Strategi Pemasaran BPR Syariah Bangun Drajat Warga (BWD) Yogyakarta Dalam Peningkatan Nasabah," *Jurnal Strategi Pemasaran*, Vol.1, No.1 (Maret, 2017), 4.

bank melakukan pengamatan atau survey dengan menggunakan cara wawancara pribadi dengan salah satu nasabah pembiayaan sepeda motor. Melakukan silaturahmi dengan cara mengunjungi salah satu tempat tinggal nasabah serta memberikan beberapa pertanyaan terhadap produk pembiayaan sepeda motor yang telah dilakukan. Dengan begitu ketika nasabah bersama pihak BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pamekasan otomatis akan memulai pembicaraan mengenai hal apa saja yang menjadi faktor minat atau tidaknya nasabah terhadap bank tersebut. Ketika nasabah sudah merasa puas terhadap apa yang dilakukan karyawan maka otomatis nasabah akan minat dan jumlah nasabah akan meningkat.

**Gambar 4.3**  
**Minat Nasabah yang melakukan pembiayaan sepeda motor**  
**Di BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pamekasan**  
**Tahun 2018-2020**



Sumber: Data diolah dari dokumen BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pamekasan.<sup>78</sup>

<sup>78</sup> Data diolah berdasarkan data yang diperoleh peneliti dari BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pamekasan pada saat melakukan penelitian.

Selain itu peneliti untuk bisa mengetahui tingkat minat nasabah dalam melakukan pembiayaan sepeda motor yaitu dengan cara peneliti menanyakan puas atau tidaknya nasabah, dari data jumlah nasabah pembiayaan sepeda motor maka bisa diketahui efektif atau tidaknya strategi pemasaran 7P yang dilakukan pihak BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pamekasan. Ternyata dari hasil data tersebut maka bisa dikatakan strategi pemasaran 7P tersebut efektif.