

## BAB IV

### PAPARAN DATA, TEMUAN PENELITIAN, DAN PEMBAHASAN

#### A. Profil BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan

Pada bab ini peneliti mengemukakan tentang paparan data dan temuan penelitian, setelah paparan teoritis dikemukakan bab sebelumnya. Paparan data dan temuan penelitian akan mengkolaborasikan dengan temuan lapangan serta sejarah singkat BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan dengan menggunakan metode wawancara, observasi dan dokumentasi.

Jenis	: Bank Pembiayaan Rakyat Syariah
Indusrti	: Perbankan
Bentuk	: Perseroan Terbatas (PT)
Didirikan	: 03 Maret 2008
Wilayah Operasi	: Madura
SitusWeb	: <a href="http://banksyariahspm.co.id/">http://banksyariahspm.co.id/</a>
Pemilik	: Milik swasta dengan pemegang saham H. Achmad Sanusi, Drs. H. Amiril, M.Si, dan Dr. Alwi, M.Hum.

PT BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan secara resmi beroperasi pada tanggal 1 Juli 2008 berdasarkan keputusan Gubernur Bank Indonesia NO.10/14/KEP.GBI/2008 Jkt. 19 Juni 2008 yang diresmikan oleh Ibu Hj. Siti Fajriyah selaku Deputi Gubernur Bank Indonesia. Awal mula peresmian tersebut memakai

nama PT BPRS Sarana Pamekasan Membangun dengan Kantor Pusat beralamat di Jl. KH. Agus Salim No. 20 Pamekasan. Seiring dengan dibukanya kantor Cabang Bangkalan pada tahun 2011 maka pada tahun 2012 nama bank mengalami perubahan menjadi PT BPRS Sarana Prima Mandiri.

PT BPRS Sarana Prima Mandiri lebih dikenal dengan sebutan Bank Syariah SPM memiliki slogan Bersyariah Menuju Berkah dengan tujuan agar produk-produk kami bisa memberikan berkah sesuai syariah. Kehadiran Bank Pembiayaan Rakyat Syariah di wilayah Madura yang religius diharapkan mampu memenuhi kebutuhan masyarakat Madura dalam bertransaksi sesuai syariah Islam.

Bank Syariah SPM Pamekasan memiliki 1 Kantor Cabang di Jl. Trunojoyo No.56 Bangkalan dan 1 Kantor Kas di Jalan Raya Bandaran Pamekasan, mengajak kepada para muslimin dan muslimat untuk menabung dan berinvestasi di Bank Syariah SPM melalui produk Tabungan Wadi'ah, Tabungan Mudharabah dan Investasi berupa Deposito Mudharabah. Dana Tabungan dan investasi nasabah siap kami salurkan kepada umat yang membutuhkan untuk kebutuhan konsumtif maupun produktif melalui produk pembiayaan prinsip *Murabahah*, dengan akad jual beli, prinsip Mudharabah dan Musyarakah dengan akad bagi hasil,

dan prinsip Ijarah dengan akad sewa, serta Gadai Emas iB dengan akad Al Qard.

Perkembangan Bank Syariah SPM mulai terlihat pada tahun 2017, tepatnya bulan Mei, dimana Bank Syariah SPM mengeluarkan produk baru bernama TABAROK, yaitu Pembiayaan tanpa agunan barokah. Produk baru ini semakin berkembang dan membuat PT BPRS Sarana Prima Mandiri mulai bersaing dengan bank konvensional dan bank BPRS lainnya. Selain pengembangan produk BPRS SPM juga akan membuka cabang baru di Sumenep.

## **B. Paparan Data**

### **1. Strategi promosi pada produk pembiayaan *Murabahah* dalam meningkatkan jumlah nasabah di BPRS Sarana prima Mandiri Pamekasan.**

Penelitian ini memaparkan tentang Strategi promosi pada produk pembiayaan *Murabahah* dalam meningkatkan jumlah nasabah di BPRS Sarana prima Mandiri Pamekasan. Pada saat melakukan dilapangan, peneliti memperoleh temuan. Temuan tersebut diungkapkan oleh Bapak Ali Askar selaku Direktur di BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan yang mengungkapkan penerapan strategi promosi pada produk pembayaran murabahah oleh pihak BPRS sarana prima mandiri pamekasan menggunakan dua strategi, diantaranya dor to dor atau rumah kerumah, dan

strategi one day one street. Hal ini sesuai dengan penjelasan bapak

Ali askar yang menyatakan bahwa

“Strategi yang digunakan oleh BPRS ada dua yaitu strategi secara langsung seperti *dor to dor* atau rumah kerumah, dimana karyawan BPRS yang bertugas dalam mencari nasabah mendatangi rumah nasabah secara langsung dan mempromosikan produk-produk yang di pasarkan, dan juga menggunakan one day one street dimana dalam satu hari kita mempromosikan dalam satu jalan tersebut untuk mencari nasabah yang akan menggunakan pembiayaan *Murabahah*, serta mengadakan sosialisasi di tempat- tempat umum dan menjelaskan produk-produk yang kita pasarkan. dan ada juga strategi tidak langsung yaitu menggunakan stroy WA, ig, fb dan media sosial lainnya.”<sup>1</sup>

Hal senada dengan wawancara bapak Tresno Wahyudi selaku karyawan BPRS sarana Prima Mandiri Pamekasan. Beliau menambahkan bahwa

“Strategi yang digunakan oleh BPRS ada dua yaitu strategi secara langsung seperti *dor to dor* atau rumah kerumah, one day one street dan juga menggunakan social media dalam mempromosikannya produknya. Strategi ini diharapkan agar semua kalangan masyarakat menngenal produk yang ada di BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan. Sehingga lebih banyak masyarakat tertarik menggunakan produk yang ditawarkan khususnya produk *Murabahah*.”<sup>2</sup>

kemudian bapak Tresno Wahyudi juga menambahkan keunggulan produk *Murabahah* yang ada di BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan beliau mengungkapkan bahwa

“keunggulan dari pembiayaan *Murabahah* adalah kebebasan dari nasabah untuk mela5kukan pembelian suatu barang yang akan di beli oleh nasabah seperti sepeda motor, bahan bangunan dan lain lain yang akan dibeli oleh nasabah

---

<sup>1</sup> Ali Askar, Selaku Direktur Di BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan, Wawancara Langsung ( 17 Mei 2023)

<sup>2</sup> Tresno Wahyudi, Selaku Karyawan BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan, Wawancara Langsung ( 17 Mei 2023)

meskipun pihak BPRS sudah memiliki kerjasama dengan 61 toko tertentu, tetapi untuk melakukan cicilan pembeliannya tetap di BPRS Sarana Prima mandiri Pamekasan”<sup>3</sup>

Penggunaan pembiayaan secara murabah dinilai lebih mudah dalam membeli atau melakukan kredit kebutuhan masyarakat. Hal ini sesuai dengan apa yang diungkapkan oleh bapak Ali yang menjelaskan bahwa

“Karena dengan menggunakan pembiayaan *Murabahah* masyarakat akan lebih mudah dalam membeli suatu atau mengkredit kebutuhan masyarakat dengan cara menyicil di BPRS, nasabah tidak hanya membeli sesuatu di tempat yang sudah bekerja sama dengan BPRS saja dimanapun nasabah bisa membelinya di tempat lain yang nasabah inginkan.”<sup>4</sup>

Hal senada dengan hasil wawancara dengan Tresno Wahyudi Selaku karyawan BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan.

“Perlu, yaitu dengan cara mempersiapkan brosur yang akan di sebar luaskan kepada masyarakat agar nantinya masyarakat dapat mengetahui produk-produk yang kita pasarkan, dan juga kita bersilaturahmi kepada masyarakat dan menjelaskan tentang keunggulan produk produk yang kita pasarkan.”<sup>5</sup>

Hasil observasi yang dilakukan di BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan pada hari rabu tanggal 17 Mei 2023 ketika berjalan di BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan dan diperlihatkan serah terima sepeda motor kepada nasabah yang menggunakan pembiayaan *Murabahah* dalam membeli sepeda

---

<sup>3</sup> Ibid.

<sup>4</sup> Ali Askar, Selaku Direktur Di BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan, Wawancara Langsung ( 17 Mei 2023)

<sup>5</sup> Tresno Wahyudi, Selaku Karyawan BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan, Wawancara Langsung ( 17 Mei 2023)

motor tersebut.<sup>6</sup> Sesuai dengan hasil pengamatan yang peneliti lakukan.



**Gambar 4.1** Kegiatan penyerahan sepeda motor yang menggunakan Pembiayaan *Murabahah*.<sup>7</sup>

Hal ini senada dengan hasil wawancara dengan Fadholi Salah satu nasabah BPRS Sarana Mandiri Pamekasan mengenai pembiayaan *Murabahah*.

“Karena saya pernah di datangi oleh karyawan BPRS dan mereka menawarkan produk-produk yang ada di BPRS serta menjelaskan keunggulan-keunggulan dari masing-masing produk yang mereka tawarkan. Tetapi saya lebih tertarik pada produk pembiayaan murabahah yang mereka tawarkan kepada saya, pada saat yang bersamaan saya ingin mengkredit sepeda motor tetapi untuk membeli secara cash belum mempunyai biaya yang cukup maka dari itu saya tertarik menggunakan pembiayaan *Murabahah*.”<sup>8</sup>

Hal ini senada dengan hasil wawancara dengan Feky Efendi salah satu nasabah BPRS Sarana Mandiri Pamekasan mengenai pembiayaan *Murabahah*.

<sup>6</sup> Observasi Langsung Di Lingkungan BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan, (17 Mei 2023).

<sup>7</sup> Ibid.

<sup>8</sup> Fadholi, Selaku Nasabah Di BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan, Wawancara Langsung (18 Mei 2023)

“Karena pada waktu itu saya melihat media sosial kebetulan pada saat itu lewat di beranda saya mengenai produk pembiayaan *Murabahah*, pada waktu itu saya lagi membutuhkan suatu barang untuk rumah saya, maka saya menggunakan pembiayaan *Murabahah* untuk mendapatkan barang yang saya butuhkan. sehingga saya tertarik untuk menggunakannya.

Terdapat juga manfaat yang saya dapatkan dari pembiayaan *Murabahah* ini adalah dimana saya lebih mendapatkan barang yang saya inginkan dan membelinya di tempat yang saya inginkan.”<sup>9</sup>

Hal ini senada dengan hasil wawancara dengan Nurhamidi

Salah satu nasabah BPRS Sarana Mandiri Pamekasan mengenai pembiayaan *Murabahah*.

“Karena pada waktu itu saya diberitahu oleh tetangga saya bahwasannya di BPRS ada produk pembiayaan *Murabahah*, kebetulan pada saat itu anak saya ingin melanjutkan kuliah dan membutuhkan laptop, sehingga saya tertarik untuk menggunakannya. Terdapat manfaat yang saya dapat dalam menggunakan produk Pembiayaan *Murabahah* di BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan yaitu anak saya bisa memiliki laptop yang dia inginkan ”<sup>10</sup>

Hal ini senada dengan hasil wawancara dengan Arfan

Efendi Salah satu nasabah BPRS Sarana Mandiri Pamekasan mengenai pembiayaan *Murabahah*.

”Pada saat itu saya melihat story Wa teman saya selaku karyawan di BPRS dan saya langsung bertanya mengenai produk pembiayaan *Murabahah* tersebut. Pada saat itu saya membutuhkan mobil untuk keperluan bisnis saya yaitu untuk muat pakan ayam dari rumah ke kandang ayam yang jaraknya cukup jauh, sehingga saya tertarik untuk menggunakannya. Terdapat manfaat yang saya dapat dalam menggunakan produk Pembiayaan *Murabahah* di BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan yaitu pakan ayam lebih

---

<sup>9</sup> Feky Efendi, Selaku Nasabah Di BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan, Wawancara Langsung (18 Mei 2023)

<sup>10</sup> Nurhamidi, Selaku Nasabah Di BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan, Wawancara Langsung (19 Mei 2023)

mudah di bawa dari pada saya harus pakek sepeda motor yang hanya bisa membawa satu sampai dua karung saja, sedangkan dengan adanya mobil ini saya lebih mudah membawanya.”<sup>11</sup>

Dari hasil wawancara, observasi diatas dapat disimpulkan bahwa strategi promosi pada produk pembiayaan *Murabahah* dalam meningkatkan jumlah nasabah di BPRS Sarana prima Mandiri Pamekasan sudah cukup baik dan memiliki banyak strategi yang digunakan untuk menarik minat nasabah, yaitu dengan strategi secara langsung maupun secara tidak langsung. Dengan adanya bermacam strategi tersebut dapat mempermudah calon nasabah mengetahui info tentang pembiayaan *Murabahah*.

## **2. Faktor-faktor apa saja yang menghambat dalam penerapan strategi promosi pada produk pembiayaan pembiayaan *Murabahah* dalam meningkatkan jumlah nasabah di BPRS Sarana prima Mandiri Pamekasan.**

Penelitian ini peneliti akan memaparkan tentang faktor-faktor yang menghambat dalam penerapan strategi promosi pada produk pembiayaan pembiayaan *Murabahah* dalam meningkatkan jumlah nasabah di BPRS Sarana prima Mandiri Pamekasan. Berikut hasil temuan dilapangan terkait dengan “faktor yang menghambat dalam penerapan strategi promosi pada produk pembiayaan pembiayaan *Murabahah* dalam meningkatkan jumlah

---

<sup>11</sup> Arfan Efendi, Selaku Nasabah Di BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan, Wawancara Langsung (19 Mei 2023)



nasabah di BPRS Sarana prima Mandiri Pamekasan.” Temuan tersebut diungkapkan oleh Bapak Ali Askar selaku Direktur di BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan yang mengungkapkan bahwa

“Kendala yang dihadapi oleh BPRS yang pertama yaitu kompetitor yang sangat banyak, kedua di BPRS kekurangan tempat setor tunai seperti ATM sehingga dalam melakukan pelayanan di BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan hanya bisa dilakukan dengan cara setor langsung ke kantor atau bisa di jemput ke rumah nasabah masing masing.”<sup>12</sup>

Hal senada dengan hasil wawancara dengan Tresno Wahyudi selaku karyawan BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan

“Kendala yang dihadapi oleh BPRS yang pertama yaitu kompetitor yang sangat banyak, kedua di BPRS tidak ada ATM jadi untuk penyetoran itu dilakukan secara langsung atau sistem antar jemput.”<sup>13</sup>

Hasil observasi yang dilakukan di BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan pada hari rabu tanggal 17 Mei 2023 saya diperlihatkan oleh karyawan di BPRS ada nasabah yang sedang melakukan setor tunai pembiayaan *Murabahah* di BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan<sup>14</sup>. Sesuai dengan hasil pengamatan yang peneliti lakukan.

---

<sup>12</sup> Ali Askar, Selaku Direktur Di BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan, Wawancara Langsung ( 17 Mei 2023)

<sup>13</sup> Tresno Wahyudi, Selaku Karyawan BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan, Wawancara Langsung ( 17 Mei 2023)

<sup>14</sup> Observasi Langsung Di Lingkungan BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan, (17 Mei 2023).



**Gambar 4.2** Kegiatan nasabah sedang melakukan setor tunai.<sup>15</sup>

Terdapat cara BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan mempertahankan produk Pembiayaan *Murabahah* yaitu dengan cara memasarkan produk kepada masyarakat. Hal ini sesuai dengan penjelasan bapak Ali askar yang menyatakan bahwa

“Dalam mempertahankan produk *Murabahah* yaitu dengan cara memasarkan produk kepada masyarakat yang dalam pengaplikasiannya BPRS membebaskan nasabahnya untuk memilih tempat dimana saja yang dipilih untuk membeli barang yang diinginkan sehingga nasabah lebih puas terhadap layanan yang diberikan, oleh karena itu produk ini terus berjalan sampai sekarang.”<sup>16</sup>

Hal ini senada dengan hasil wawancara dengan bapak Trensno Wahyudi memyatakan cara BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan mempertahankan Nasabah yang sudah menggunakan produk pembiayaan *Murabahah* yaitu dengan mengingatkan nasabah untuk membayar angsuran setoran tepat waktu dan tidak nungguak bahwa

<sup>15</sup> Ibid.

<sup>16</sup> Ali Askar, Selaku Direktur Di BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan, Wawancara Langsung ( 17 Mei 2023)

“Sebisa mungkin di perhatikan artinya jangan hanya datang ketika dibutuhkan, misalkan kita memperhatikan setoran nasabah sebisa mungkin tidak nunggak dengan cara kita mengingatkan langsung kerumah nasabah ataupun via WA atau telepon. jika nasabah itu baik maka baik untuk di pertahankan dan apabila nasabah tersebut selalu tidak membayar angsuran maka tidak baik untuk di pertahankan. yang pertama harus dipertahankan adalah nasabah membayar angsuran tepat waktu dan tidak nunggak, maka nasabah tersebut akan mudah kembali jika ingin menggunakan pembiayaan *Murabahah* lagi.”<sup>17</sup>

Hal ini senada dengan hasil wawancara dengan Fadholi salah satu nasabah BPRS Sarana Mandiri Pamekasan mengenai pembiayaan *Murabahah*.

“kendala yang saya temukan dalam pembiayaan *murahahah* di BPRS itu kurangnya tempat pembayaran yang disediakan seperti ATM sehingga memengaruhi terhadap kualitas pelayanan yang dimana nasabah untuk setor tunai itu harus ke kantor BPRS dulu atau bisa dijemput langsung ke rumah.”<sup>18</sup>

Hal ini senada dengan hasil wawancara dengan Feky Efendi salah satu nasabah BPRS Sarana Mandiri Pamekasan mengenai pembiayaan *Murabahah*.

“Informasi yang saya dapat kurang jelas mengenai produk yang di tawarkan oleh BPRS itu sendiri terutama pada *Murabahah* ini sehingga masyarakat tertentu itu masih belum mengetahui produk tersebut”<sup>19</sup>

Mempromosikan produk pembiayaan *Murabahah* di BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan untuk menarik minat

---

<sup>17</sup> Tresno Wahyudi, Selaku Karyawan BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan, Wawancara Langsung ( 17 Mei 2023)

<sup>18</sup> Fadholi, Selaku Nasabah Di BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan, Wawancara Langsung (18 Mei 2023)

<sup>19</sup> Feky Efendi, Selaku Nasabah Di BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan, Wawancara Langsung (18 Mei 2023)

masyarakat. Hal ini sesuai dengan pernyataan yang di sampaikan oleh Nurhamidi bahwa

“Hal utama yang menjadi kendala dalam promosi yang dilakukan oleh BPRS itu seharusnya dalam promosinya itu di sampaikan semua kelebihan dan kekurangan produk yang dijualnya tersebut sehingga masyarakat bisa lebih paham mengenai produk tersebut.”<sup>20</sup>

Mempromosikan produk pembiayaan *Murabahah* BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan sudah dapat menarik minat masyarakat, dengan adanya sosialisasi masyarakat tidak berpikir dua kali untuk memilih BPRS . Hal ini sesuai dengan pernyataan Nurhamidi yang menyatakan bahwa

“Menurut saya dengan adanya sosialisasi ini setidaknya masyarakat berpikir dua kali untuk memilih BPRS dari pada bank konvensional.”<sup>21</sup>

Hal ini senada dengan hasil wawancara dengan Arfan Efendi salah satu nasabah BPRS Sarana Mandiri Pamekasan 3mengenai pembiayaan *Murabahah*.

“Tidak, karena informasi bisa di dapatkan dimana saja dan para karyawan BPRS yang bertugas mencari nasabah sudah sering mengunjungi rumah nasabah secara langsung untuk mempromosikan produk-produknya, dengan cara promosi tersebut dapat menarik minat masyarakat untuk menggunakan produk-produk yang ditawarkan.”<sup>22</sup>

Dari hasil wawancara, observasi diatas dapat disimpulkan bahwa yang menjadi faktor yang menghambat dalam penerapan

---

<sup>20</sup> Nurhamidi, Selaku Nasabah Di BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan, Wawancara Langsung (19 Mei 2023)

<sup>21</sup> Ibid.

<sup>22</sup> Arfan Efendi, Selaku Nasabah Di BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan, Wawancara Langsung (19 Mei 2023)

strategi promosi pada produk pembiayaan pembiayaan *Murabahah* dalam meningkatkan jumlah nasabah di BPRS Sarana prima Mandiri Pamekasan karena adanya kurangnya pemahaman masyarakat dalam bank islam, masyarakat banyak yang lebih memilih bank konvensional daripada bank islam. Dan karena tidak adanya ATM maka pembayaran harus secara langsung maupun menggunakan sistem antar jemput.

### C. Temuan Penelitian

Berdasarkan data yang diperoleh hasil wawancara observasi dan dokumentasi yang didapat maka diperoleh hasil temuan sebagai berikut:

#### 1. Strategi promosi pada produk pembiayaan *Murabahah* dalam meningkatkan jumlah nasabah di BPRS Sarana prima Mandiri Pamekasan.

- a. Memberikan kebebasan kepada nasabah dalam membeli barang dapat memilih toko yang nasabah inginkan.
- b. *Dor to dor* atatu rumah kerumah yang dapat memaksimalkan promosi produk yang yang ditawarkan terutama produk *Murabahah*.
- c. *One day one street* yaitu promosi yang memfokuskan pada satu jalan yang diharapkan untuk menarik nasabah.
- d. Mengadakan sosialisasi di tempat tempat umum.
- e. Berinteraksi kepada masyarakat untuk meningkat minat masyarakat dalam menggunakan pembiayaan *Murabahah*.

**2. Faktor yang menghambat dalam penerapan strategi promosi pada produk pembiayaan pembiayaan *Murabahah* dalam meningkatkan jumlah nasabah di BPRS Sarana prima Mandiri Pamekasan.**

- a. Kompetitor yang sangat banyak.
- b. Kurangnya pemahaman masyarakat mengenai Bank syariah.
- c. Kurangnya fasilitas ATM sehingga untuk penyetoran angsuran nasabah diharuskan menyetor ke kantor BPRS.

#### **D. Pembahasan**

Dalam pembahasan ini, peneliti akan memaparkan hasil penelitian Strategi Promosi Pada Produk Pembiayaan *Murabahah* Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Di BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan

##### **1. Strategi promosi pada produk pembiayaan *Murabahah* dalam meningkatkan jumlah nasabah di BPRS Sarana prima Mandiri Pamekasan.**

Strategi adalah menentukan apa yang harus dikerjakan oleh perusahaan agar mencapai misi dan tujuan perusahaan. Dengan kata lain strategi adalah cara yang harus dilakukan oleh perusahaan agar memiliki keunggulan bersaing yang berkesinambungan. Strategi adalah rencana untuk mencapai goals organisai. Strategi mencerminkan kesadaran perusahaan mengenai bagaimana, kapan, dan dimana ia harus bersaing menghadapi lawan dan dengan maksud dan tujuan untuk apa.<sup>23</sup> Strategi adalah suatu langkah atau proses untuk mengembangkan, mempertahankan, menentukan sasaran-sasaran perusahaan untuk memasarkan produknya kepada konsumen. Strategi digunakan untuk dapat menarik minat masyarakat untuk menggunakan produk-produk yang BPRS Sarana Prima Mandiri pasarkan. Dalam melancarkan strategi yang dilakukan oleh pihak BPRS harus memperhatikan tujuan dasar dari strategi tersebut dan melihat peluang dari pemasaran produk tersebut agar nantinya dapat berjalan dengan apa yang telah diharapkan

---

<sup>23</sup> Iqbal Arraniri, *Manajemen Strategi*, 1.

oleh BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan. Promosi yaitu kegiatan menawarkan produk atau jasa yang bertujuan untuk mencari calon konsumen agar mencoba dan membeli suatu produk, promosi berfokus kepada penjualan produk yang bertujuan untuk meningkatkan angka penjualan produk yang dimiliki oleh perusahaan tersebut. Agar produk tersebut laku di jual kepada konsumen, maka masyarakat harus tau kehadiran produk tersebut berikut manfaat, harga dan dimana dapat diperoleh serta kelebihan produk tersebut dibandingkan dengan produk pesaing.

Strategi yang di terapkan di BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan menggunakan strategi langsung dan tidak langsung strataegi langsung yaitu *dor to dor* dan *one day one street*. *Dor to dor* itu sendiri pihak BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan menyuruh karyawannya untuk menyambangi rumah nasabah tersebut secara langsung untuk menawarkan prouk yang ada di BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan. Dan juga BPRS menggunakan strategi *one day one street* yaitu karyawan bagian promosi dalam satu hari tersebut fokus pada satu jalan misal jalan A untuk mempromosikan produknya tersebut yang diharapkan untuk menarik minat nasabaha terutama pada produk *Murabahah*.

Promosi yang diterapkan akan berpengaruh terhadap produk yang dipasarkan. Semakin bagus kualitas promosi yang disampaikan, maka berdampak dengan adanya peningkatan jumlah nasabah. Dalam menjadi pemasar harus pintar menempatkan dirinya dalam berinteraksi dengan



masyarakat serta berpenampilan semenarik mungkin agar masyarakat tertarik dan bergabung menggunakan produk yang ditawarkan oleh pemasar. Promosi bisa dilakukan juga menggunakan media sosial seperti wa, ig, fb dan media sosial lainnya yang dimana masyarakat sekarang lebih banyak yang menggunakan media sosial untuk mencari informasi-informasi yang masyarakat butuhkan. Media sosial sangat membantu dalam pemasaran dan mendapatkan respon positif baik dari anggota lama ataupun baru, sebab promosi ini merupakan salah satu cara untuk memanfaatkan perkembangan teknologi serta juga promosi lewat media sosial tentu lebih murah biayanya dibandingkan harus memasang iklan yang bisa menghabiskan biaya besar.

Penggunaan media sosial juga tidak lepas dari adanya pengaruh dalam perkembangan teknologi komunikasi. Apalagi saat ini setiap orang pasti memiliki handphone atau alat komunikasi mulai dari yang masih biasa saja hingga level yang sudah sangat canggih seperti smartphone. Kondisi inilah yang juga mendorong perkembangan media sosial sebagai salah satu media yang paling banyak digunakan. Maka hasil dari promosi media sosial bagi peningkatan jumlah anggota di BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan dinilai cukup positif dan signifikan pengaruhnya.

Bentuk promosi yang dilakukan oleh BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan adalah menggunakan beberapa sarana, diantaranya adalah melalui sarana periklanan, personal selling, promosi penjualan melalui pemberian hadiah, dan publisitas melalui kegiatan literasi keuangan. Hal

tersebut sesuai dengan teori Kasmir yang menjelaskan bahwa terdapat empat sarana promosi yang dapat digunakan dalam dunia perbankan, diantaranya Periklanan (*Advertising*), Penjualan Pribadi (*Personal Selling*), Promosi Penjualan (*Sales Promotion*), dan Publisitas (*Publicity*).<sup>24</sup> Adapun penjelasannya sebagai berikut:

a. Periklanan (*Advertising*)

Iklan merupakan sarana promosi yang paling banyak digunakan dalam perbankan dengan tujuan untuk menginformasikan segala sesuatu produk yang dihasilkan oleh bank. Tujuan dari periklanan sendiri yaitu menarik serta mempengaruhi calon nasabah. Adapun sarana periklanan yang dapat digunakan yaitu berupa media cetak seperti brosur, koran, spanduk, baleho. Sementara sarana periklanan yang berupa media penyiaran yaitu melalui radio, televisi, media sosial. Hal ini dilaksanakan dengan tujuan untuk menginformasikan kepada calon nasabah, dan mengingatkan calon nasabah.<sup>25</sup>

Hal tersebut sesuai dengan keadaan di lapangan bahwa dalam mempromosikan produknya BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan melalui sarana periklanan. Media periklanan yang digunakan berupa media cetak dan media sosial. Media cetak merupakan segala barang yang dicetak, yang ditunjukkan untuk umum atau untuk suatu publik tertentu, dengan demikian yang

---

<sup>24</sup> Kasmir, Pemasaran Bank, 42.

<sup>25</sup> Ibid, 43.

dimaksud media cetak adalah media untuk penyampai informasi untuk kepentingan umum atau orang banyak dan bentuk penyampaiannya adalah tertulis. Sedangkan media sosial adalah label bagi teknologi digital yang memungkinkan orang untuk berhubungan, berinteraksi, memproduksi dan berbagi isi pesan.

b. Penjualan Pribadi (*Personal Selling*)

Selain menggunakan sarana promosi periklanan, pihak BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan juga menggunakan sarana promosi berupa penjualan pribadi (*personal selling*) dengan sistem door to door yang dilakukan setiap hari saat jam kerja. Hal tersebut sebagaimana teori Kasmir yang menyatakan bahwa penjualan pribadi merupakan komunikasi yang dilakukan secara langsung (*tatap muka*) untuk memperkenalkan produk kepada calon nasabah dan membentuk pemahaman calon nasabah terhadap produk sehingga mereka tertarik membeli maupun menggunakannya. Pada dasarnya sarana promosi berupa penjualan pribadi dilakukan dengan *tatap muka langsung* yaitu bisa dengan *dor to dor*.<sup>26</sup>

c. Promosi Penjualan (*Sales Promotion*)

Promosi penjualan yaitu sarana promosi yang bertujuan untuk meningkatkan penjualan dan meningkatkan jumlah nasabah. Promosi penjualan dapat dilakukan dengan pemberian

---

<sup>26</sup> Ibid, 43.

hadiah, mengadakan festival, memberikan diskon, kupon atau sampel produk.<sup>27</sup>

Hal tersebut sesuai dengan keadaan di lapangan bahwa selain promosi dengan penjualan pribadi, promosi yang dilakukan oleh BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan adalah promosi penjualan (*sales promotion*). BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan melakukan sarana promosi dengan cara pemberian hadiah berupa payung dan tumbler. Hadiah merupakan memberikan sesuatu kepada orang lain dengan maksud sebagai penghormatan dan diberikan secara sukarela.<sup>28</sup>

d. *Publisitas (Publicity)*

BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan juga menggunakan media promosi publisitas. Kegiatan yang dilakukan oleh BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan dalam melaksanakan promosi melalui publisitas yaitu dengan mengadakan literasi keuangan dengan sasaran sekolah-sekolah dan pesantren yang berada di Kabupaten Pamekasan. Kegiatan literasi keuangan ini dijalankan setiap enam bulan sekali, dimana kegiatan ini dikhususkan untuk promosi produk tabungan. Berdasarkan penjelasan tersebut, fenomena yang terjadi dilapangan sesuai dengan teori Kasmir yang menyatakan bahwa publisitas merupakan suatu kegiatan promosi yang mencoba

---

<sup>27</sup> Ibid, 44.

<sup>28</sup> Muhammad Ajib, *Fiqih Hibah Dan Mawaris* (Jakarta: Rumah Fiqih Publishing, 2019).

untuk menarik nasabah dengan melalui kegiatan seperti pameran, bakti sosial, sosialisasi, dan kegiatan lainnya.<sup>29</sup>

Dengan upaya meningkatkan jumlah nasabah yang menggunakan produk pembiayaan *Murabahah* di BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan memberikan kebebasan kepada nasabah yang menggunakan produk pembiayaan *Murabahah* tersebut untuk membeli barang yang mereka inginkan di tempat yang mereka inginkan juga, tidak hanya tempat yang sudah memiliki kerjasama dengan pihak BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan saja melainkan di manapun sesuai dengan keinginan para nasabah. Dengan keunggulan tersebut banyak nasabah yang tertarik untuk menggunakan produk pembiayaan murabah di BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan.

## **2. Faktor-faktor apa saja yang menghambat dalam penerapan strategi promosi pada produk pembiayaan pembiayaan *Murabahah* dalam meningkatkan jumlah nasabah di BPRS Sarana prima Mandiri Pamekasan**

Faktor penghambat merupakan faktor yang sifatnya menghambat jalannya suatu kegiatan. Adapun faktor penghambat pelaksanaan promosi BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan antara lain:

Petama, adanya kompetitor yang sangat banyak sehingga terjadi persaingan pasar yang harus bisa di menangkan oleh BPRS Sarana Prima

---

<sup>29</sup> Kasmir, Pemasaran Bank, (Jakarta: Kencana, 2004), 44.

Mandiri Pamekasan dengan cara promosi yang menarik sehingga bisa menarik nasabah dan juga dapat mempertahankan nasabah

Kedua, di BPRS sarana Prima Mandiri Pamekasan kekurangan fasilitas ATM yang dimana ini adalah faktor yang sangat penting di pada sebuah bank. Dengan kurangnya fasilitas tersebut pelayanan yang diberikan kepada nasabah itu kurang maksimal yang dimana apabila nasabah ingin melakukan setor tunai maka nasabah harus ke kantor BPRS terlebih dahulu untuk melakukan pembayaran atau bisa juga dengan pihak bank melalui karyawannya mendatangi rumah nasabah yang ingin melakukan setor tunai. Dan juga, kurangnya pemahaman masyarakat mengenai Bank syariah terutama produk dan akad yang digunakan menjadi sebuah hal yang menghambat jalannya promosi islami yang dilakukan oleh BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan. Masyarakat awam yang menganggap bahwa Bank syariah sama saja dengan Bank konvensional menjadi hal yang harus diperhatikan oleh BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan. Dalam hal ini dalam pelaksanaan promosi pihak BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan secara langsung untuk lebih menjelaskan secara detail baik tentang perbedaannya maupun bahasa yang digunakan dalam produknya. Serta, kurangnya pengelolaan dalam media periklanan yakni media sosial juga merupakan hambatan untuk melakukan promosi bagi BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan. Salah satu faktor yang dianggap mempengaruhi peningkatan nasabah yaitu digital marketing, karena

digital marketing merupakan suatu wadah yang diharapkan dapat mempermudah setiap aktivitas manusia dalam segala bidang terkhusus pada perbankan agar bisa menjangkau seluruh masyarakat dimanapun berada.<sup>30</sup>

Dalam menjalankan roda usahanya sehari-hari, tidak jarang dijumpai dan tidak dapat dihindari permasalahan-permasalahan yang langsung maupun tidak langsung sangat berpengaruh dalam usaha pencapaian tujuan bank. Kelemahan utama bank islam adalah bahwa bank dengan sistem ini terlalu beprasangka baik kepada semua nasabahnya dan berasumsi bahwa semua orang yang terlibat dalam islam adalah jujur. Dengan demikian, bank islam sangat rawan terhadap mereka yang beritikad tidak baik, sehingga diperlukan usaha tambahan untuk mengawasi nasabah yang menerima pembiayaan dari bank islam.<sup>31</sup>

Kelemahan tersebut merupakan hambatan yang dihadapi bank dalam upaya meningkatkan mobilisasi dana dan pemasarannya kepada masyarakat dalam bentuk strategi selama beberapa tahun terakhir ini pertumbuhan bank sangat pesat, pendirian bank dan pembukaan cabang-cabang sehingga persaingan semakin tajam karena banyak produk yang ditawarkan oleh setiap bank. Oleh karenanya setiap bank berupaya

---

<sup>30</sup> Annadafah dan Ubaydulloh Muayyad, "Penggunaan Digital Marketing di PT Bank Syariah Indonesia dengan Pendekatan Search Engine Optimization (SEO)", *ALKASB: Journal of Islamic Economics*, Volume 1, Nomor 1 Juni 2022, 90-106 (t.t.): 5

<sup>31</sup> Puwarta Atmaja, H Karnae, Drs.MPA dan Antonio H. Muhammad Syafei, M.Ec. *Apa dan Bagaimana Bank Islam* (Jakarta: Dana Bakti Wakaf, 1992)

membuat produk yang memiliki karakteristik masing-masing yang berbeda dengan bank lainnya.

Kendala lain yang dihadapi adalah masalah pricing/penetapan harga untuk kategori produk tertentu (termasuk *Murabahah*) yang relatif lebih mahal sehingga mengharuskan pihak marketing untuk lebih piawai dalam menawarkan produk-produknya

BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan selalu memberikan pelayanan yang terbaik didalam melakukan promosi, karena kendala merupakan suatu hambatan atau rintangan yang harus dihadapi ketika melakukan promosi. Adapun kendala yang dihadapi oleh BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan dalam melakukan promosi adalah kompetitor yang semakin banyak dan Tidak adanya ATM. Faktor inilah yang membuat BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan tidak bisa melakukan secara maksimal.

Cara BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan untuk mengatasi persoalan tersebut adalah dengan cara lebih memaksimalkan promosi lewat offline dan online, dimana pihak BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan brosur atau lebih menekankan atau menghimbau kepada anggota yang sudah bergabung untuk menyampaikan atau menyebar informasi-informasi secara luas kepada kerabat-kerabat terdekat mengenai BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan dan kelebihan apa saja yang akan didapatkan apabila bergabung dengan BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan.



Strategi selanjutnya yang akan dilakukan oleh pihak BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan dalam mempertahankan nasabahnya supaya tidak beralih ke lembaga lain adalah dengan meningkatkan kualitas pelayanan. Dimana, di BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan ini sendiri apabila ada nasabah yang ingin menabung akan tetapi nasabah tersebut ada kendala sehingga tidak bisa datang langsung ke BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan untuk menabung maka pihak BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan itu sendiri yang akan menjemputnya tabungan tersebut ketempat nasabah tersebut tinggal.

Penghambat yang paling utama yang dihadapi oleh BPRS Sarana Prima mandiri Pamekasan adalah kompetitor yang semakin banyak. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Jeddy Octural Lausu yang hasilnya adalah: kendala dan tantangan dari strategi promosi pembiayaan *Murabahah* antara lain, banyaknya kompetitor yang masuk dalam industry perbankan terutama turut membentuk unit pembiayaan serupa, sumber daya yang terlibat dalibat dalam promosi, dan kemampuan manajemen unit pembiayaan serta *pricing* untuk kategori tertentu (khususnya *Murabahah*) yang cukup tinggi.<sup>32</sup>

Akan tetapi, BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan tetap melakukan promosi semaksimal mungkin meskipun kompetitor semakin banyak tidak menjadi penghambat bagi BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan untuk terus meningkatkan sistem promosinya agar biasa

---

<sup>32</sup> Jeddy Octora Lausu, *Strategi Promosi PT. Bank Syariah Mega Indonesia Cabang Rawamangun Dalam Meningkatkan Pembiayaan Mrabahah*, (Skripsi: Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2011)

meningkatkan jumlah nasabah. Pihak BPRS Sarana Prima mandiri Pamekasan mensiasati dengan cara mencata brosur dan dibagikan kepada anggota maupun kepada orang yang datang ke kantor, serta disebarluaskan melalui media sosial. Dan para karyawan mempromosikan secara langsung dengan cara mengunjungi rumah-rumah masyarakat dan menjelaskan apa itu BPRS serta produk-produk yang ada di BPRS seperti salah satunya yaitu pembiayaan *Murabahah*.