

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PRODUK PEMBIAYAAN PEMBELIAN BARANG PADA BANK SUMSEL BABEL SYARIAH

Ikit Hasan¹⁾, Deka Juliani²⁾

^{1), 2)} Institut Agama Islam (IAI) Al-Azhaar, Lubuk Linggau

email: ikithasan2019@gmail.com

Abstrak

Strategi pemasaran diantaranya adalah marketing strategy, marketing tactic dan value. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan cara mengumpulkan informasi actual dari gejala yang ada. Teknik Pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara, observasi dan dokumentasi. Strategi pemasaran yang diterapkan oleh Bank Sumsel Babel Cabang Pembantu Syariah Muara Kelingi adalah dengan menggunakan konsep Bangunan Pemasaran yaitu Strategi produk, Strategi harga, Strategi tempat dan Strategi promosi. Strategi pemasaran pada produk ditunjukkan kepada produk Pembiayaan Pembelian Barang (PPB) dengan menggunakan akad Murabahah yang menjadi produk unggulan pada Bank Sumsel Babel Cabang Pembantu Syariah Muara Kelingi. Penetapan harga yang dilakukan oleh pihak Bank sesuai dengan kesepakatan bersama antara pihak Bank dengan nasabah atau calon nasabah yang dijelaskan secara terperinci di awal saat akan terjadi akad.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Produk Pembiayaan Pembelian Barang (PPB)

MARKETING STRATEGY ANALYSIS OF SUMSEL BABEL SHARIA BANK FINANCING PRODUCTS

Abstract

Marketing strategies include marketing strategy, marketing tactics and value. This study uses a qualitative descriptive approach by collecting actual information from existing symptoms. Data collection techniques used are interviews, observation and documentation. The marketing strategy implemented by the Sumsel Babel Bank Syariah Muara Kelingi Sub-branch is to use the Marketing Building concept, namely product strategy, price strategy, place strategy and promotion strategy. The marketing strategy for the product is directed to the Goods Purchase Financing (PPB) product using a Murabahah contract which is a superior product at the Muara Kelingi Syariah Sub-branch of Bank Sumsel Babel. Pricing is carried out by the Bank in accordance with a mutual agreement between the Bank and the customer or prospective customer which is explained in detail at the beginning when the contract will occur.

Keywords: Marketing Strategy, Goods Purchase Financing Products

PENDAHULUAN

Tujuan pemasaran adalah mengidentifikasi kebutuhan pelanggan dan kemudian memenuhi kebutuhan tersebut. Strategi bauran pemasaran, atau "bauran pemasaran," adalah sekelompok alat pemasaran taktis yang

dapat dikendalikan dan digabungkan oleh bisnis untuk memperoleh respons yang diinginkan di pasar sasaran. Bauran pemasaran terdiri dari 4P yang konstituennya adalah Produk, Harga, Tempat dan Promosi. (Hermawan

Kartajaya dan Muhammad Syakir Sula, 2006)

Masyarakat saat ini semakin kritis dan selektif dalam menentukan dan mengatur mata pencahariannya. baik dalam waktu dekat maupun yang akan datang. Berdasarkan hal tersebut, masyarakat umum saat ini sangat membutuhkan lembaga keuangan yang menawarkan solusi yang cepat, akurat, dan aman.(Linda Rahmawati, 2018)

Untuk alasan ini, perbankan syariah menawarkan opsi pembiayaan untuk pembelian barang. Akad murabahah biasanya digunakan untuk produk ini. Akad murabahah adalah perjanjian antara dua pihak untuk menjual dan membeli suatu barang dengan harga pokok produk ditambah margin, dengan penjual membayar harga pembelian kepada pembeli terlebih dahulu.(Muhamad, 2016)

Asalkan semua syarat dan rukun telah dipenuhi, jual beli bisa dilakukan di mana saja jika kedua belah pihak menyetujuinya. Produk ini tergolong aman dan memudahkan untuk menilai persetujuan pembiayaan, selain mudah untuk mengajukan permohonan.

Transaksi jual beli digunakan untuk melakukan instrumen pembiayaan perbankan syariah yang

dikenal dengan akad murabahah.(Prihantono, 2018)

Lembaga pembiayaan membiayai pembelian barang atau aset yang dibutuhkan nasabahnya berdasarkan akad murabahah dengan terlebih dahulu memperoleh barang tersebut dari pemasok barang. Setelah lembaga pembiayaan memperoleh kepemilikan sah atas barang tersebut, ia kemudian menjual barang tersebut kepada klien sambil mempertahankan margin atau keuntungan. Pihak pembiayaan harus mengungkapkan kepada klien berapa banyak pembelian dari pemasok dan berapa banyak profit yang ditambahkan ke harga pembelian bank.(Sutan Remy Sjahdeini, 2014)

Menurut penjelasan ayat di atas, memperoleh kekayaan dengan cara batil dilarang oleh Allah SWT, namun Dia menganjurkan perdagangan yang dilakukan secara musyawarah antara dua orang yang bersangkutan di dalamnya.(Nunung Nurhilal dkk, 2021)

Seiring perkembangan zaman dan meningkatnya kebutuhan masyarakat, modal menjadi sesuatu yang sangat penting bagi masyarakat kelas menengah ke bawah sebagai sarana untuk membuka usaha kecil atau usaha dalam nilai yang besar. Maka lembaga

pembiayaan seperti perbankan memiliki opportunity bisnis dalam pembiayaan pembelian barang.

Seperti pada Bank Sumsel Babel Cabang Pembantu Syariah Muara Kelingi yang juga memiliki produk pembiayaan berupa Pembiayaan Pembelian Barang (PPB) yang dilakukan dengan menggunakan akad *murabahah*. Dimana Pihak Bank membiayai terlebih dahulu untuk membeli produk yang nasabah butuhkan dengan menggunakan akad *wakalah*, dimana pihak bank mewakili kepada customer untuk belanja produk tersebut kepada pihak pertama atau pihak yang mempunyai barang tersebut. Setelah barang tersebut telah di beli dan menjadi milik bank, barulah bank kemudian menjualnya kembali kepada nasabahnya dengan menambahkan *margin* atau keuntungan yang akan disepakati bersama oleh kedua pihak dengan menggunakan akad *murabahah*. Produk Pembiayaan Pembelian Barang (PPB) merupakan pembiayaan konsumtif yang di tawarkan oleh pihak bank Sumsel Babel Cabang Pembantu Syariah Muara Kelingi khusus untuk masyarakat berpenghasilan tetap (PNS) dan masyarakat berpenghasilan tidak

tetap. Produk Pembiayaan Pembelian Barang (PPB) ini memang sudah lama di rilis oleh Bank Sumsel Babel syariah Muara Kelingi namun menurut informasi sekilas yang didapatkan penulis dari pihak bank produk ini mengalami peningkatan peminat serta pendapatan yang sangat pesat di dua tahun terakhir yakni di tahun 2016 dan tahun 2017.

Dari latar belakang diatas penulis melakukan penelitian tentang strategi pemasaran yang dilakukan oleh pihak Bank Sumsel Babel Cabang Pembantu Syariah Muara Kelingi dalam upaya meningkatkan pembiayaan pembelanjaan produk dan membutuhkan strategi pemasaran yang tepat dan meningkatkan pembiayaan pembelian barang serta mengetahui tingkat kenaikan atau penurunan pembiayaan pembelian barang.

METODE PENELITIAN

Jenis dan Pendekatan Penelitian

“Penelitian dengan metode deskriptif adalah penelitian pada status kelompok manusia, suatu obyek, suatu kondisi, suatu sistem pemikiran atau suatu kelas peristiwa pada masa sekarang yang bertujuan membuat deskripsi, gambaran-gambaran atau

lukisan secara sistematis, aktual dan faktual mengenai fakta-fakta serta hubungan antara fenomena yang diselidiki”.(Nazir, 2013) Jadi dalam penelitian ini, penulis ingin mengetahui kondisi yang terjadi dilapangan kemudian dari hasil penelitian tersebut dijabarkan dalam bentuk kalimat.

Subjek Penelitian

Dalam penelitian ini penulis menggunakan dua sumber data. Pertama, sumber data melalui wawancara dengan 1 (satu) orang Pimpinan Cabang Pembantu Bank Sumsel Babel Syariah Muara Kelingi, dan 4 (empat) orang Staf atau Karyawan Bank Sumsel Babel Cabang Pembantu Syariah Muara Kelingi. Kedua, sumber data tambahan yang diperoleh melalui dokumentasi dan observasi pada Bank Sumsel Babel Cabang Pembantu Syariah Muara Kelingi.

Teknik Pengumpulan Data

Adapun pengumpulan data dalam penelitian ini, diantaranya adalah:

- a. Interview (Wawancara) adalah Tanya jawab secara langsung antara dua orang atau lebih dengan menggunakan pertanyaan-pertanyaan pada para responden.(Mardalis, 2014)

dengan wawancara dapat memperoleh informasi dari pihak Bank Sumsel Babel Syariah Cabang Pembantu Syariah Muara Kelingi mengenai strategi yang digunakan oleh bank dalam memasarkan produk Pembiayaan Pembelian Barang.

- b. Observasi merupakan merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari pelbagai proses biologis dan psikologis.(Sugiyono, 2016) Metode ini digunakan untuk memperoleh gambaran umum tentang keadaan Bank Sumsel Babel cabang pembantu syariah Muara Kelingi dalam mengaplikasikan strategi pemasarannya.
- c. Dokumentasi adalah mencari data mengenai beberapa hal yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, prasasti, notulen rapat dan sebagainya.(Arikunto, 2014) Teknik ini digunakan untuk melengkapi data tentang keadaan Bank Sumsel Babel cabang pembantu syariah tersebut.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Pembelian Barang di Bank Sumsel Babel Cabang Pembantu Syariah Muara Kelingi

Berdasarkan hasil penelitian di lapangan yang dilakukan penulis strategi pemasaran yang digunakan oleh Bank Sumsel Babel Syariah Muara Kelingi menggunakan *Marketing Mix* yang juga sesuai dengan salah satu teori *marketing tactic* Hermawan Kertajaya yang digunakan oleh peneliti dalam skripsi ini. Dalam teorinya Hermawan kertajaya menjelaskan *Marketing Mix* yang terdiri dari *product, price, place* dan *promotion*.

Bank Sumsel Babel Cabang Pembantu Syariah Muara Kelingi menggunakan strategi-strategi agar dapat meningkatkan keunggulan dan bersaing dengan lembaga keuangan lain yang menjadi pesaingnya.

Dalam hal ini teori yang penulis gunakan untuk menganalisa strategi pemasaran dengan menggunakan Bauran Pemasaran. Bank Sumsel Babel Cabang Pembantu Syariah Muara Kelingi mempunyai strategi pemasaran diantaranya:

a. Strategi Produk

Berdasarkan observasi yang dilakukan penulis dilapangan penulis melihat bahwa strategi produk yang dijelaskan oleh phak Bank sudah Sesuai dengan yang terjadi dilapangan Sesuai dengan hasil wawancara dengan Analis Pembiayaan Bank Sumsel Babel Cabang Pembantu Syariah Muara Kelingi dalam strategi produk Bank Sumsel Babel Cabang Pembantu Syariah Muara Kelingi menawarkan produknya untuk semua kalangan.

Dalam hal ini produk yang paling banyak diminati adalah Pembiayaan Pembelian Barang (PPB) atau produk murabahah, Pembiayaan Pembelian Barang (PPB) adalah pembiayaan konsumtif yang dilakukan dengan menggunakan akad murabahah. Produk Pembiayaan Pembelian Barang (PPB) di khususkan untuk masyarakat berpenghasilan tetap (PNS) dan masyarakat berpenghasilan tidak tetap. Produk ini disediakan untuk masyarakat yang berkeinginan mempunyai barang-barang konsumtif seperti tanah dan produk konsumtif lainnya. Namun kebanyakan nasabah menggunakan produk PPB untuk mendapatkan sebuah tanah. Mayoritas nasabah yang menggunakan produk ini pun adalah Pegawai Negeri Sipil

Daerah yang gaji atau penghasilannya berada pada Bank Sumsel Babel Cabang Pembantu Syariah Muara Kelingi. Maka dari itu strategi prduk Pembiayaan Pembelian Barang (PPB) ini terbilang berjalan cukup efektif.

b. Strategi Tempat

Bank Sumsel Babel Cabang Pembantu Syariah Muara Kelingi terletak sangat strategis yaitu terletak di pusat perekonomian kecamatan Muara Kelingi Jl. Raya Kecamatan Muara Kelingi yang dimana disana hanya ada Bank Sumsel Babel Cabang Pembantu Syariah sebagai satu-satunya lembaga keuangan syariah di kabupaten Musi Rawas. Sehingga sangat membantu masyarakat yang berada di pedesaan untuk melakukan transaksi tanpa harus ke ibu kota.

c. Strategi Harga

Untuk penetapan *margin* bank melakukannya sesuai dengan akad dan ketentuan yang dijelaskan dan telah disepakati bersama di awal transaksi, sehingga tidak ada kesalah pahaman yang terjadi antara pihak bank dan nasabag mengenai jumlah *margin* yang telah ditetapkan oleh pihak bank.

d. Strategi Promosi

Adapun strategi promosi yang diterapkan oleh Bank Sumsel Babel

Cabang Pembantu Syariah Muara Kelingi adalah sebagai berikut:

1) *Door to Door*

Melihat kondisi yang terjadi dilapangan penulis menilai bahwa Strategi promosi yang dilakukan oleh Bank Sumsel Babel Cabang Pembantu Syariah Muara Kelingi dengan sistem *Door to door* yakni pihak bank mengenalkan produk bank secara langsung dari satu tempat ketempat lain dimana calon nasabah berada, sangat berjalan dengan baik dan efektif. Sesuai dengan hasil wawancara yang telah dilakukan penulis dengan pimpinan kantor cabang pembantu Bank Sumsel Babel Syariah Muara Kelingi, strategi ini berjalan sangat efektif dikarenakan calon nasabah dan pihak bank bertemu secara langsung dan pihak bank menjelaskan secara detail mengenai produk bank.

2) Jemput Bola

Keadaan saat penulis melakukan Observasi juga sinkron dengan hasil wawancara penulis dan Analisis Pembiayaan Bank Sumsel Babel Cabang Pembantu Muara Kelingi dimana sebelumnya penulis telah dijelaskan dan diberikan data mengenai strategi promosi dengan sistem jemput bola yang lebih efektif sehingga

memudahkan nasabah untuk melakukan kegiatan-kegiatan transaksi dengan Bank Sumsel Babel Cabang Pembantu Syariah Muara Kelingi. Sistem ini dilakukan untuk mengubah keadaan yang biasanya nasabah atau calon nasabah harus datang ke kantor untuk melakukan kegiatan-kegiatan transaksi, menjadi lebih mudah dengan adanya sistem jemput bola yang dimana pihak bank yang mendatangi nasabah. Dan sistem ini pun dinilai sangat efektif dan efisien karena sangat menguntungkan bagi nasabah atau calon nasabah.

3) Pemberian hadiah langsung

Seperti halnya yang telah dijelaskan oleh pihak bank kepada penulis saat penulis melakukan wawancara bersama Asisten Pemasaran Bank Sumsel Babel Cabang Pembantu Syariah Muara Kelingi strategi pemberian hadiah langsung ini menjadi daya tarik yang kuat untuk masyarakat, karena dengan adanya pemberian hadiah langsung ketika masyarakat melakukan transaksi di bank, masyarakat akan lebih tertarik untuk menggunakan produk pada Bank Sumsel Babel Cabang Pembantu Syariah Muara Kelingi. Hadiah yang ditawarkan pun beraneka ragam dan

sangat menarik perhatian. Dengan demikian masyarakat akan lebih tertarik menggunakan produk di Bank Sumsel Babel Cabang Pembantu Syariah Muara Kelingi dibandingkan dengan bank lain. Pemberian hadiah langsung ini dilakukan agar masyarakat tetap mempertahankan kepercayaannya terhadap Bank Sumsel Babel Cabang Pembantu Syariah Muara Kelingi dan pemberian hadiah langsung ini dilakukan sebagai wujud terima kasih terhadap nasabah yang telah meletakkan kepercayaannya terhadap Bank Sumsel Babel Cabang Pembantu Syariah Muara Kelingi, serta mengubah mindset pemikiran masyarakat mengenai lembaga keuangan yang selalu mempersulit masyarakat dengan bunga bank yang besar. Dan menurut penulis strategi promosi dengan sistem pemberian hadiah langsung ini sudah dijalankan dan diberikan oleh pihak bank dengan sangat baik dan berhasil mengambil perhatian masyarakat untuk menggunakan produk Pembiayaan Pembelian Barang (PPB).

4) Promo *margin* khusus dan lebih murah dibandingkan pada Bank Konvensional

Berdasarkan Wawancara dengan Analisis Pembiayaan Bank Sumsel Babel

Cabang Pembantu Syariah Muara Kelingi promo *margin* khusus ini selalu di berikan oleh pihak bank di setiap tahunnya serta *margin* yang ditetapkan oleh pihak bank terhitung lebih murah dibandingkan dengan bank konvensional. Ketetapan *margin* yang murah ini dilakukan untuk membantu nasabah atau calon nasabah untuk mempermudah mereka dalam mendapatkan keinginan mereka tanpa harus memberatkan mereka dengan persentase yang besar. *Margin* yang ditetapkan oleh bank pun dijelaskan oleh pihak bank secara terperinci di awal calon nasabah akan memohon bantuan pembiayaan kepada pihak bank, sehingga transaksi yang terjadi antara pihak bank dan nasabah terjadi secara transparan tanpa saling memberatkan. Dari data yang telah penulis kumpulkan sebelumnya dengan observasi penulis dilapangan penulis menganalisa bahwa strategi ini berjalan sesuai dengan data, dokumen, serta penjelasan dari pihak bank serta berjalan sangat efektif dikarenakan masyarakat menjadi lebih tertarik dan tidak takut untuk meminta bantuan pembiayaan kepada pihak bank. Melihat kenyataan di lapanganpun penulis membenarkan bahwa *margin*

yang ditawarkan jauh lebih murah dibanding dengan lembaga keuangan konvensional yang berada di sekitar Bank Sumsel Babel Cabang Pembantu Syariah Muara Kelingi. Oleh karena itu penulis juga menilai bahwa strategi promosi ini sudah berhasil dilakukan oleh pihak bank serta sukses meningkatkan peminat atas produk Pembiayaan Pembelian Barang (PPB) pada bank Sumsel Babel Cabang Pembantu Syariah Muara Kelingi.

Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Pembelian Barang di Bank Sumsel Babel Cabang Pemabantu Syariah Muara Kelingi dalam Prespektif Islam.

Berdasarkan hasil penelitian yang penulis lakukan dilapakan ditemukan bahwa secara garis besar strategi pemasaran pada Bank Sumsel Babel Cabang Pembantu Syariah Muara Kelingi sesuai dengan konsep starategi pemasaran dalam islam, antara lain :

1. Strategi Produk

Berdasarkan hasil penelitian yang didapat oleh penulis, penulis menganalisis bahwasanya produk yang terdapat di Bank Sumsel Babel Cabang Pembantu Syariah Muara Kelingi terutama produk Pembiayaan

Pembelian Barang (PBB) sudah baik, karena produk yang ditawarkan oleh Bank Sumsel Babel Cabang Pembantu Syariah Muara Kelingi kepada masyarakat merupakan produk yang menjadi kebutuhan nasabah. Menghindari konsumsi produk yang haram. Sehingga jika dilihat dalam prespektif islam strategi produk pada Bank Sumsel Babel cabang Pembantu Syariah Muara Kelingi sudah sesuai dengan ajaran dan prinsip syariah, baik dalam pelaksanaannya atau operasionalnya.

2. Strategi Tempat (*Place*)

Berdasarkan hasil penelitian, penulis dapat menganalisa bahwasannya strategi tempat dari Bank Sumsel Babel Cabang Pembantu Syariah Muara Kelingi sudah sangat strategis karena mencakup semua area yang menjadi target pemasaran, yang berada di Jl. Raya Kecamatan Muara Kelingi. Melihat dari pemilihan tempat oleh Bank Sumsel Babel Cabang Pembantu Syariah Muara Kelingi sudah sangat tepat dan sangat strategis dengan sarana prasara yang mendukung, serta tata lokasi yang nyaman dan aman serta tertata dengan rapi dapat dirasakan oleh nasabah. Ditambah lagi lokasi Bank Sumsel

Babel Cabang Pembantu Syariah Muara Kelingi sangat dekat dengan tempat ibadah sehingga dapat lebih memudahkan dan selalu mengingatkan para pegawai bank beserta nasabah yang sedang berada di Bank untuk melaksanakan ibadah tepat pada waktunya. Sebagaimana dijelaskan dalam Al-Qur'an surat Al-Baqarah ayat 3 yang Artinya: *“(yaitu) mereka yang beriman kepada yang ghaib, yang mendirikan shalat dan menafkahkan sebahagian rezeki yang Kami anugerahkan kepada mereka”*. Sehingga strategi tempat Bank Sumsel Babel cabang Pembantu Muara Kelingi dalam pandangan Islam sudah cukup baik untuk dapat dijangkau oleh nasabah atau masyarakat.

3. Strategi Harga

Berdasarkan hasil penelitian penulis dapat menganalisa bahwasannya penetapan harga di Bank Sumsel Babel Cabang Pembantu Syariah Muara Kelingi sudah baik dikarenakan dari hasil wawancara dengan analis pembiayaan bank harga yang ditetapkan sesuai dengan kebutuhan yang diperlukan oleh calon nasabah, serta harga tersebut juga dijelaskan secara terperinci di awal saat akan terjadi akad sehingga terjadi kesepakatan antara pihak bank dengan

calon nasabah dan semua diperhitungkan secara adil tanpa merugikan sebelah pihak. Harga yang diberikan oleh Bank Sumsel Babel Cabang Pembantu Syariah Muara Kelingi pun relatif murah sehingga calon nasabah merasa sangat diuntungkan dengan perhitungan tersebut. Seperti yang terkandung dalam Al-Qur'an surat An-Nahl ayat 90 yang artinya: *"Sesungguhnya Allah menyuruh (kamu) berlaku adil dan berbuat kebajikan, memberi kepada kaum kerabat, dan Allah melarang dari perbuatan keji, kemungkaran dan permusuhan. Dia memberi pengajaran kepadamu agar kamu dapat mengambil pelajaran"*.

Sehingga jika dilihat dari perspektif Islam strategi harga pada Bank Sumsel Babel Cabang Pembantu Syariah Muara Kelingi sudah sesuai dengan prinsip syariah karena penetapan harga yang ditentukan oleh pihak Bank Sumsel Babel Cabang Pembantu Syariah Muara Kelingi terjadi dengan kesepakatan serta kerelaan antara pihak bank dengan nasabah atau calon nasabah, dimana nasabah atau calon nasabah memperoleh apa yang mereka butuhkan dan pihak bank memperoleh

keuntungan tanpa harus memberatkan sebelah pihak.

4. Strategi Promosi

Promosi merupakan kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh pihak bank secara aktif dalam menawarkan produk yang ada pada bank. Dalam Islam promosi yang baik adalah dilakukan dengan jujur tanpa ada kebohongan, menghindari promosi yang bersifat menjelek-jelekkan produk perusahaan lain, serta menghindari tindakan yang menghalalkan segala cara demi keuntungan sendiri. Berdasarkan hasil penelitian dari wawancara langsung dengan bagian pelayanan Bank Sumsel Babel Cabang Pembantu Syariah Muara Kelingi penulis dapat menganalisis bahwasannya kegiatan promosi pada Bank Sumsel Babel Cabang Pembantu Syariah Muara Kelingi sesuai dengan karakteristik syariah *marketing* pemasaran yang ditetapkan oleh pihak Bank Sumsel Babel Cabang Pembantu Syariah Muara Kelingi sebagai aturan dan kewajiban karyawan bank, yaitu:

- a. Ketuhanan (*rabbaniyah*) yang bersifat religius dan meyakini bahwa hukum syariah bersifat ketuhanan merupakan hukum yang adil yang harus dipatuhi

setiap aktivitas pemasaran yang dilakukan.

- b. Etis (*akhlakiyyah*) yaitu mengedepankan masalah akhlak dalam seluruh aspek kegiatan pemasaran.
- c. *Realistis* (*al-waqi'yyah*) yaitu sesuai dengan kenyataan, tidak mengada-ada apalagi menjerumuskan kepada kebohongan yang akan merugikan pihak lain.
- d. *Humanistis* (*insaniyyah*) dilakukan sesuai dengan prinsip yang dilakukan Rasulullah yaitu: memiliki kepribadian spiritual (*takwa*), selalu menepati janji dan tidak curang, jujur dan terpercaya, tidak suka berburuk sangka, tidak suka menjelek-jelekkan, serta tidak melakukan suap.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan Strategi promosi yang dilakukan oleh pihak Bank Sumsel Babel Cabang Pembantu Syariah Muara Kelingi juga tidak pernah melupakan prinsip-prinsip syariah. Dimana dalam setiap aktivitas promosi yang dilakukan Bank Sumsel Babel Cabang Pembantu Syariah Muara Kelingi tidak melupakan strategi promosi seperti yang dilakukan Rasulullah SAW, seperti berperilaku

baik dan simpatik (*siddiq*) terhadap nasabah atau calon nasabah, memiliki kecerdasan dan intelektualitas (*fatanah*) dalam memasarkan produknya, komunikatif dan transparan (*tabligh*) terhadap nasabah atau calon nasabah, serta jujur dan terpercaya terhadap semua nasabah atau calon nasabah dan juga dengan semua karyawan. Sehingga dalam hal ini dapat dilihat bahwa Bank Sumsel Babel Cabang Pembantu Syariah Muara Kelingi sudah melakukan strategi promosi sesuai prinsip syariah dengan cukup baik.

KESIMPULAN

Strategi pemasaran pada produk ditunjukkan kepada produk Pembiayaan Pembelian Barang (PPB) dengan menggunakan akad *Murabahah* yang menjadi produk unggulan pada Bank Sumsel Babel Cabang Pembantu Syariah Muara Kelingi. Penetapan harga yang dilakukan oleh pihak Bank sesuai dengan kesepakatan bersama antara pihak Bank dengan nasabah atau calon nasabah yang dijelaskan secara terperinci di awal saat akan terjadi akad. Strategi tempat dilakukan oleh pihak Bank dengan memiliki tempat yang strategis dan mudah di jangkau oleh nasabah atau calon

nasabah serta pihak Bank tetap menjunjung tinggi prinsip syariah dengan mempertimbangkan lokasi Bank yang dekat dengan tempat ibadah dengan tujuan baik karyawan Bank maupun nasabah tetap dapat menjalankan ibadah tepat pada waktunya.

Sementara, strategi promosi yang dilakukan oleh pihak Bank yaitu dengan *door to door* dimana pihak bank mendatangi langsung dimana nasabah atau calon nasabah untuk memasarkan produk Pembiayaan Pembelian Barang (PPB) dan berdasarkan hasil penelitian penulis dapat menyimpulkan bahwa strategi promosi dengan sistem ini merupakan salah satu senjata ampuh dan benar-benar berhasil menarik simpati nasabah atau nasabah untuk menggunakan Produk Pembiayaan Pembelian barang (PPB), Kemudian dengan sistem jemput bola berdasarkan pengamatan penulis dilapangan dapat penulis simpulkan bahwa strategi ini hampir sama dengan strategi *door to door* namun yang sedikit menjadi pembeda diantara keduanya adalah sistem *door to door* mendatangi nasabah atau calon nasabah ketempat mereka berada hanya untuk melakukan promosi dan penawaran sedangkan sistem jemput

bola dilakukan dengan mendatangi tempat dimana nasabah atau calon nasabah berada untuk menawarkan dan menjelaskan secara terperinci mengenai produk Pembiayaan Pembelian Barang (PPB) yang ada di bank serta memberikan fasilitas berupa jasa dimana pihak bank mempermudah nasabah atau calon nasabah dalam melakukan transaksi seperti pembayaran kredit ataupun yang lainnya tidak perlu datang ke kantor namun pihak bank akan menjemput kerumah atau ketempat nasabah berada agar nasabah dapat melakukan transaksi tanpa harus pergi kekantor, dengan demikian strategi promosi dengan sistem jemput bola ini juga menjadi daya tarik tersendiri bagi masyarakat karena dinilai sangat membantu dan mempermudah nasabah atau calon nasabah dalam berhubungan langsung dengan pihak bank, selain itu strategi promosi yang dilakukan oleh pihak bank Sumsel Babel Cabang Pembantu Syariah Muara Kelingi yaitu pemberian hadiah langsung, dari penelitian yang telah dilakukan oleh penulis dapat disimpulkan bahwa strategi promosi dengan sistem pemberian hadiah langsung ini menjadi pemikat kuat bagi

nasabah atau calon nasabah untuk membeli produk PPB karena kebanyakan masyarakat sangat tertarik dengan keanekaragaman hadiah yang diberikan oleh pihak bank jika nasabah atau calon nasabah membeli produk PPB dengan demikian strategi promosi dengan sistem pemberian hadiah langsung ini merupakan strategi yang tepat dan berpengaruh bagi peningkatan minat masyarakat. Strategi promosi yang terakhir yaitu dengan sistem promo *margin* khusus serta suku *margin* lebih murah dibandingkan Bank Konvensional strategi ini merupakan

strategi yang sangat menjadi pusat perhatian bagi nasabah atau calon nasabah, karena masyarakat yang akan membeli suatu produk pembiayaan pasti akan mempertimbangkan *margin* yang murah. Dari hasil penelitian yang dilakukan penulis dapat disimpulkan bahwa strategi promosi dengan sistem ini sangat menjadi pertimbangan bagi masyarakat dan sangat menarik perhatian masyarakat karena masyarakat calon nasabah atau nasabah akan sangat merasa diuntungkan dengan adanya *margin* yang murah.

REFERENCES

- Arikunto, S. (2014). *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktek*. Rineka Cipta.
- Hermawan Kartajaya dan Muhammad Syakir Sula. (2006). *Syariah Marketing*. Mizan Media Utama (MMU).
- Linda Rahmawati. (2018). *Analisis Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Pembiayaan Produk Griya iB Hasanah Pada Bank BNI Syariah Kantor Cabang Teluk Belitung Lampung*. Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.
- Mardalis. (2014). *Metode Penelitian Suatu Pendekatan Proposal*. Bumi Aksara.
- Muhamad. (2016). *Manajemen Pembiayaan Bank Syari'ah* (Kedua). UPP STIM YKPN.
- Nazir, M. (2013). *Metode Penelitian*. Ghalia Indonesia.
- Nunung Nurhilal dkk. (2021). Analisis Pemasaran Produk Pembiayaan dalam Meningkatkan Jumlah Anggota Pada KSPPS Al Uswah Indonesia Cabang Banjar. *Co-Management, Vol. 4 No.*, 612–631.
- Prihantono. (2018). Akad Murabahah dan Permasalahannya Dalam Penerapan di Lembaga Keuangan

Syariah. *Jurnal Al-Maslahab*, 14
No. 2, 219–236.

Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian
Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*.
PT. Alfabeta.

Sutan Remy Sjahdeini. (2014).

*Perbankan Syariah Produk-produk
dan Aspek-aspek Hukumnya*.

Prenada Media Group.