

BAB III

PEMBAHASAN

A. Strategi Promotion mix Pada Pembiayaan Murabahah di BPRS Saka Dana Mulia Kudus

BPRS Saka Dana Mulia sebagai perusahaan jasa perbankan tentunya sangat membutuhkan strategi pemasaran yang baik agar kegiatan perusahaan dapat berlangsung dengan baik dan menghasilkan laba perusahaan yang tinggi. Kegiatan atau aktivitas perusahaan pun tidak dapat lepas dari strategi pemasaran yang merupakan suatu kombinasi untuk menciptakan strategi pemasaran yang tepat yang ditujukan agar tercapai tujuan perusahaan yang memenangkan persaingan dengan tercapainya penjualan yang maksimal.

Promosi salah satu variable pemasaran yang dilaksanakan dengan tujuan meningkatkan volume penjualan. Dalam menyampaikan informasi tentang jasa yang tersedia, maka perusahaan dapat menyelenggarakan kegiatan promosi. Dengan adanya promosi diharapkan konsumen akan terdorong untuk memakai jasa yang ditawarkan oleh perusahaan, sehingga dapat meningkatkan volume penjualan. Arti penting kegiatan promosi dewasa ini telah banyak disadari oleh perusahaan-perusahaan dalam merebut konsumen.

Kegiatan promosi BPRS Saka Dana Mulia sebagai perbankan yaitu mempunyai fungsi memberikan, mempengaruhi, dan meningkatkan volume penjualan. Berikut ini akan dijelaskan kegiatan promosi yang dilakukan BPRS Saka Dana Mulia pada pembiayaan murabahah:

1. Periklanan

Periklanan merupakan bentuk promosi yang bertujuan mendorong konsumen lebih tertarik dengan jasa yang ditawarkan. Iklan juga digunakan oleh bank guna menginformasikan, menarik, dan memengaruhi calon nasabahnya. Kegiatan periklanan yang dilakukan BPRS Saka Dana Mulia antar lain:

a. Koran

Koran merupakan media yang cukup efektif karena bisa dicakup oleh semua kalangan, dari menengah kebawah, menengah ke atas, sampai kalangan atas.

b. Radio

Radio juga dianggap media promosi yang efektif karena bisa menyampaikan pesan secara cepat ketika orang-orang sedang mengendarai mobil, berjalan di taman, dan lain-lain. Radio juga merupakan media iklan yang ekonomis untuk berkomunikasi dengan jutaan orang pada saat bersamaan.

c. Brosur

Brosur dapat membantu untuk menciptakan kredibilitas dan memaparkan citra perusahaan secara detail.

2. *Personal selling*

Personal selling merupakan salah satu bentuk variable promosi yang lebih banyak menggunakan tenaga kerja atau tenaga penjual. Untuk memenuhi keinginan konsumen yaitu dilayani secara pribadi, maka BPRS

Saka Dana Mulia melakukan promosi penjual pribadi yaitu salesmen/bagian pemasaran.

3. Promosi penjualan

Promosi penjualan merupakan kegiatan yang menghubungkan antara periklanan, personal selling, juga melengkapi dan mengkoordinir beberapa bidang tersebut. Kegiatan yang dilakukan BPRS Saka Dana Mulia yaitu dengan memberikan hadiah kepada nasabah dengan jumlah tabungan tertentu, dan jaminan pembelian atas pembiayaan murabahah.

4. Publisitas

Publisitas bagi BPRS Saka Dana Mulia merupakan suatu hal yang penting bagi kehidupan perusahaan. Dan usaha tersebut diwujudkan dengan mengadakan kunjungan-kunjungan ke pasar, rumah-rumah warga, maupun instansi-instansi guna mempererat hubungan kerjasama serta menciptakan suasana kekeluargaan.¹

B. Analisis Strategi Promotion Mix Pada Pembiayaan Murabahah di BPRS Saka Dana Mulia Kudus

Meskipun dana yang dialokasikan untuk promosi tidak terlalu besar karna BPRS Saka Dana Mulia termasuk BPRS yang baru karna baru berjalan selama satu tahun tapi strategi promosi yang dilakukan terus berkembang, hal ini dilakukan untuk menunjukkan keberadaan BPRS Saka Dana Mulia kepada masyarakat luas bahwa BPRS Saka Dana Mulia adalah salah satu BPRS yang kompeten dan patut diperhitungkan oleh masyarakat luas.

¹ Wawancara dengan Direktur BPRS Saka Dana Mulia

Jumlah dana yang tersedia merupakan factor penting yang mempengaruhi *promotional mix*. Perusahaan yang memiliki dana yang besar, kegiatan promosinya akan lebih efektif dibandingkan dengan perusahaan yang hanya mempunyai sumber dana lebih terbatas. tetapi BPRS Saka Dana Mulia memiliki konsep promosi yang kreatif artinya BPRS menggunakan dana atau biaya promosi yang sedikit tetapi penyebarannya sangat luas seperti menggunakan Koran, radio, dan yang paling penting yaitu pelayanan yang terbaik karena secara tidak langsung juga akan menarik calon nasabah lain (dari mulut ke mulut).²

² Wawancara dengan Direktur BPRS Saka Dana Mulia