

BAB IV
STRATEGI PROMOSI DAN ANALISIS PENERAPAN STRATEGI
PROMOSI PADA BMT HARAPAN UMAT PATI
KANTOR CABANG PUCAKWANGI

A. Strategi Promosi Pada BMT Harapan Umat Pati Kc Pucakwangi

Strategi promosi merupakan ujung tombak atau suatu alat yang sangat terpenting dalam bauran pemasaran. Strategi promosi merupakan penentu suatu perusahaan yang menciptakan sebuah produk laku atau tidak perusahaan tersebut terhadap produk yang dimiliki dan dipasarkannya. Setiap perusahaan yang menjual suatu produk harus mempunyai strategi promosi untuk memperkenalkan produk tersebut dikalangan masyarakat agar produk tersebut laku dan terjual. Untuk lembaga yang baru berdiri strategi promosi harus benar-benar dipikirkan dengan semaksimal mungkin karena untuk mencari pelanggan yang sebanyak-banyaknya.

Seperti pada BMT Harapan Umat Pati Kc Pucakwangi merupakan tergolong lembaga keuangan syariah non bank yang usianya belum lama hingga belasan taun namun nasabahnya sudah sangat banyak. Berdirinya suatu lembaga keuangan prinsip utama yang harus dipegang yaitu kepercayaan nasabah kepada pihak lembaga keuangan baik bank maupun non bank untuk mengelola dana yang berasal dari nasabah. Selain kepercayaan sistem kerja yang sesuai dengan peraturan dan terorganisir juga sangat diperlukan agar bisa mendapatkan nasabah yang melebihi target. Bagaimana masyarakat bisa tau bahwa lembaga keuangan yang berdiri dapat dipercaya dan sistem kerjanya sesuai dengan peraturan serta terorganisir, maka pihak lembaga harus dapat menyakinkan masyarakat bahwa lembaga keuangan BMT Harapan Umat Pati Kc Pucakwangi dapat dipercaya dan sistem kerjanya sesuai dengan peraturan serta terorganisir.

Banyak cara telah dilakukan oleh pihak BMT Harapan Umat Pati Kc Pucakwangi untuk mempromosikan produk sekaligus untuk menarik hati para pelanggan agar mempercayai bahwa BMT tersebut dapat dipercaya, bekerja

sesuai dengan prinsip syariah serta sistem kerjanya sesuai dengan peraturan dan terorganisir. BMT Harapan Umat Pati Kc Pucakwangi tergolong lembaga yang baru berdiri oleh sehingga masyarakat belum memahami apa itu BMT, bagaimana sistem kerjanya, sistem kerja yang sesuai dengan prinsip syariah itu bagaimana, dll. Dengan begitu maka sudah tugas wajib pihak BMT Harapan Umat Pati Kc Pucakwangi untuk memberitahu mengenai hal tersebut. Untuk memberitahu masyarakat baik disekitar BMT maupun di luar lingkungan BMT mengenai hal tersebut BMT Harapan Umat Pati Kc Pucakwangi telah menggunakan beberapa cara agar masyarakat sekitar dan luar BMT mengetahui mengenai hal tersebut.

Awal mula berdirinya BMT Harapan Umat Kc Pucakwangi masyarakat sekitar mengira bahwa BMT itu merupakan koperasi yang sistem kerja dan unit kerjanya seperti halnya koperasi yang biasanya atau koperasi konvensional. Dengan adanya hal tersebut sehingga pihak BMT Harapan Umat Pati Kc Pucakwangi berusaha untuk memberitahu kepada masyarakat mengenai BMT Harapan Umat. Berikut cara yang telah dilakukan oleh pihak BMT Harapan Umat Pati Kc Pucakwangi untuk mempromosikan produknya, memberitahu apa itu BMT, serta mengajak masyarakat untuk menjadi nasabahnya:

1. Menyebarkan brosur mengenai BMT Harapan Umat serta produk-produk yang ada pada BMT Harapan Umat.
2. Komunikasi dengan warga sekitar dengan sistem komunikasi dari mulut ke mulut jadi seseorang yang telah menjadi nasabah atau bisa juga karyawan BMT dapat menyebarkan berita lewat cerita dari orang satu ke orang yang lain.
3. Pihak BMT Harapan Umat Pati Kc Pucakwangi menjadi sponsorship pada sebuah acara cara dapat melalui pihak BMT mengadakan agenda pengobatan gratis pada acara tersebut atau bahkan pada acara lain.

4. Pihak BMT Harapan Umat Pati Kc Pucakwangi mendatangi rumah-rumah warga (*door to door*) untuk sosialisasi ataupun promosi.¹
5. Pemberian hadiah ataupun sovenir yang menarik kepada para nasabah.
6. Memberikan sumbangan kepada warga sekitar BMT Harapan Umat Pati Kc Pucakwangi ketika mengadakan suatu acara semisal seperti pada saat 17 agustus dapat berupa sumbangan tenaga maupun sumbangan uang.
7. Memberikan bonus kepada nasabah baik nasabah lama ataupun nasabah baru yang telah memenuhi persyaratan
8. Memberikan beasiswa kepada pelajar yang menjadi nasabah pada BMT Harapan Umat Pati Kc Pucakwangi sesuai dengan ketentuan dan syarat.
9. Menyebarkan info melalui media sosial seperti facebook, BBM, Instagram, dan media sosial lainnya mengenai BMT Harapan Umat Kc Pucakwangi.
10. Dengan melalui kolektor, dimana kolektor merupakan setara dengan marketing yang tugasnya mencari nasabah namun hanya ditanam pada per wilayah semisal pada desa Sokopuluhan terdapat satu kolektor yang tugasnya mencari nasabah hanya pada desa tersebut tidak untuk mencakup seluruh wilayah seperti marketing.
11. Menghampiri warga yang tengah bersantai seperti pedagang dipinggir jalan untuk mensosialisasikan mengenai BMT Harapan Umat.²

B. Analisis Penerapan Strategi Promosi pada BMT Harapan Umat Pati Kc Pucakwangi

Agar pihak BMT Harapan Umat Pati Kc Pucakwangi mendapatkan pemasukan dari produk yang akan dijual maka pihak BMT Harapan Umat Pati Kc Pucakwangi perlu menerapkan bauran promosi pada sistem promosinya. Dengan diterapkannya bauran promosi pada sistem promosinya maka kegiatan promosi dapat dipastikan berjalan dengan lancar sesuai dengan keinginan. Bauran promosi sangat penting untuk diterapkan apabila akan mempromosikan suatu produk yang akan dijual. Karena dengan menerapkan

¹ Wawancara dengan Genjik selaku Manager Pemasaran BMT Harapan Umat Pati pada bulan Februari 2017.

² Ibid.

bauran promosi peluang untuk mendapatkan nasabah akan lebih mudah dan lebih cepat sehingga pihak BMT akan semakin cepat mendapatkan pemasukan.

Berikut ini penerapan bauran promosi pada BMT Harapan Umat Pati Kc Pucakwangi untuk mempromosikan produknya kepada masyarakat:

1. Periklanan (*advertising*)

Iklan merupakan kegiatan menawarkan suatu produk kepada masyarakat baik disekitar BMT Harapan Umat Pati Kc Pucakwangi maupun di luar lingkungan BMT Harapan Umat Pati Kc Pucakwangi. Bentuknya dapat berupa lisan secara langsung yang ditayangkan maupun berupa tulisan yang berada disurat kabar, dll. Iklan ini mempunyai tujuan memuaskan keinginan nasabah dan menciptakan kebutuhan nasabah akan produk yang diinginkan.

Pada BMT Harapan Umat Pati Kc Pucakwangi sistem periklanan yang diterapkan dengan cara membuat dan menyebarkan brosur, pamflet, MMT, pengiklanan melalui sosial media (sosmed). Untuk penyebaran brosur dan pamflet dilakukan di sekolah-sekolah, di pasar, di pinggir-pinggir jalan, dan ditempat umum lainnya. Sedangkan untuk MMT dipasang di depan kantor BMT Harapan Umat Pati Kc Pucakwangi. Untuk pengiklanan melalui sosial media (sosmed), media yang digunakan berupa facebook, whatsapp, instagram, BBM.

Iklan ini selain bertujuan memuaskan keinginan nasabah dan menciptakan kebutuhan nasabah akan produk yang diinginkan juga bertujuan untuk mempengaruhi dan mengajak masyarakat sekitar untuk menggunakan produknya.

2. Penjualan pribadi (*personal selling*)

Penjualan pribadi merupakan komunikasi yang dilakukan secara langsung dari pihak BMT Harapan Umat Pati Kc Pucakwangi dengan calon nasabah maupun nasabah tetap. Komunikasi pada penjualan pribadi dapat dilakukan melalui langsung tatap muka maupun via telepon. Pada promosi yang dilakukan secara penjualan pribadi memerlukan banyak

biaya namun hasil yang didapatkan kemungkinan besar efektif karena nasabah merasa diperhatikan oleh pihak BMT.

Promosi yang dilakukan secara penjualan pribadi pada BMT Harapan Umat Pati Kc Pucakwangi dengan cara sistem getuk tular atau komunikasi dari mulut ke mulut untuk menyampaikan berita mengenai BMT Harapan Umat Pati Kc Pucakwangi, *door to door* atau datang langsung kerumah nasabah sekaligus untuk menjalin tali silaturahmi apabila ada nasabah yang minta datang kerumah, dengan menghampiri warga yang tengah bersantai di pinggir jalan baik itu pedagang, anak sekolah, maupun warga biasa.

Dengan adanya promosi menggunakan sistem penjualan pribadi dapat menambah persaudaran dan tetap menjaga tali silaturahmi antara pihak BMT Harapan Umat Pati Kc Pucakwangi dengan para nasabah.

3. Publisitas (*publicity*)

Publisitas merupakan kegiatan promosi yang dilakukan oleh BMT Harapan Umat Pati Kc Pucakwangi dengan cara menyajikan hal-hal lain yang dapat digunakan untuk melangsungkan promosi yang bernilai positif. Promosi dengan publisitas ini sistem promosinya yang menguntungkan bagi nasabah. Pada BMT Harapan Umat Kc Pucakwangi kegiatan promosi dengan publisitas berupa memberikan beberapa hadiah kepada nasabah, memberikan sovenir kepada nasabah, pemberian beasiswa kepada nasabah pelajar yang memenuhi syarat, pemberian bonus kepada nasabah seperti THR pada hari raya idul fitri. Semua itu diberikan oleh pihak BMT baik secara cuma-cuma maupun dengan persyaratan tertentu dan menguntungkan bagi nasabah yang mendapatkannya.

4. Promosi penjualan (*sales promotion*)

Bauran promosi yang terakhir yaitu promosi penjualan dimana pihak BMT Harapan Umat Pati Kc Pucakwangi menjual secara langsung kepada nasabah produk yang dimilikinya. Promosi penjualan merupakan komunikasi yang dilakukan secara langsung kepada para nasabah. Promosi

penjualan ini pihak BMT langsung bertemu dengan para nasabah dan berkomunikasi secara langsung (*face to face*).

Pada BMT Harapan Umat Pati Kc Pucakwangi yang diterapkan pada promosi penjualan dengan cara mengadakan program wisata gratis dengan ketentuan yang sudah ada, pihak BMT menjadi sponsorship pada sebuah acara, pihak BMT mengadakan pengobatan gratis pada sebuah acara atau memang mengadakan sendiri untuk para nasabah, apabila disekitar lingkungan BMT para nasabah mengadakan acara maka pihak BMT turut serta dalam acara tersebut dan memberikan sumbangan.³

³ Wawancara dengan Genjik selaku Manager Pemasaran BMT Harapan Umat Pati pada bulan Februari 2017.