



# ANALISIS STRATEGI PROMOSI PEMBIAYAAN MODAL USAHA DENGAN MENGGUNAKAN AKAD MUDHARABAH DALAM MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH DI BPRS FAJAR SEJAHTERA BALI

Iswahyuni

STAI Denpasar Bali, Program Studi Ekonomi Syariah  
[iswahyunijenar@gmail.com](mailto:iswahyunijenar@gmail.com)

Sahrial Ardiansyah

STAI Denpasar Bali, Program Studi Ekonomi Syariah  
[syahrialsyah.ss@gmail.com](mailto:syahrialsyah.ss@gmail.com)

Jl. Angsoka Cargo Permai I No. 12 Ubung Denpasar Bali

**Abstract.** : Mudharabah is a form of contract in sharia banking which is based on the principle of profit sharing. In this contract, there are two main parties: shahibul maal (capital owner) and mudharib (capital manager). Shahibul maal provides capital, while mudharib is responsible for managing this capital for productive business activities. Promotion strategies using mudharabah contracts require a deep understanding of several key aspects, including profit sharing mechanisms, associated risks, and good governance. This research aims to analyze promotional strategies for business capital financing in increasing the number of customers at BPRS Fajar Sejahtera Bali. The research method used in this research is a qualitative descriptive method. For data collection techniques using observation, interviews and documentation methods. Data analysis techniques include data reduction, data presentation, drawing conclusions. Meanwhile, the validity of the data uses triangulation which can help researchers to test the validity of information from various sources. The results of this research are 1) Promotion strategy for business capital financing using mudharabah contracts: a) Advertising used, namely by using social media for online marketing and going directly to the field, b) Sales promotion: Promotion of big margins at the beginning of the year and promotion of savings with prizes , c) Publication: The initial step in publication is determining the product, creating content on social media, then creating a calculation scheme or simulation, d) Personal implementation: making an approach or friendship, making initial contact with potential customers or clients, either through direct meetings, telephone calls or other communications. 2) The advantages of the promotional strategy for business capital financing include offering business capital financing specifically for people who have micro businesses or MSMEs.

**Keywords:** Promotional strategy, business capital financing, number of customers

**Abstrak.**: Mudharabah merupakan salah satu bentuk akad dalam perbankan syariah yang berbasis pada prinsip bagi hasil. Dalam akad ini, terdapat dua pihak utama: shahibul maal (pemilik modal) dan mudharib (pengelola modal). Shahibul maal menyediakan modal, sementara mudharib bertanggung jawab atas pengelolaan modal tersebut untuk kegiatan usaha yang produktif. Strategi promosi dengan menggunakan akad mudharabah memerlukan pemahaman yang mendalam tentang beberapa aspek kunci, termasuk mekanisme bagi hasil, risiko yang terkait, dan tata kelola yang baik. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi promosi pembiayaan modal usaha dalam meningkatkan jumlah nasabah di BPRS Fajar Sejahtera Bali. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif deskriptif. Untuk Teknik pengumpulan data menggunakan metode observasi, wawancara dan dokumentasi. Teknik analisis data meliputi reduksi data, penyajian data, penarikan simpulan. Sedangkan keabsahan data menggunakan triangulasi yang dapat membantu peneliti untuk menguji validitas informasi dari berbagai sumber. Hasil penelitian ini adalah 1) Strategi promosi pembiayaan modal usaha dengan menggunakan akad mudharabah : a) Periklanan yang digunakan yaitu dengan menggunakan media sosial untuk pemasaran secara online dan langsung turun ke lapangan, b) Promosi penjualan: Promosi gebyar marjin diawal tahun

dan promosi tabungan berhadiah, c) Publikasi: Langkah awal dalam publikasi menentukan produk, membuat konten disosial media, lalu membuat skema atau simulasi perhitungan, d) Penjualan personal: melakukan pendekatan atau silaturahmi, melakukan kontak awal dengan calon pelanggan atau nasabah, baik melalui pertemuan langsung, panggilan telepon atau komunikasi lainnya. 2) Kelebihan strategi promosi pembiayaan modal usaha diantaranya adanya penawaran pembiayaan modal usaha khusus untuk masyarakat yang mempunyai usaha mikro atau UMKM.

**Kata Kunci:** Strategi promosi, pembiayaan modal usaha, jumlah nasabah.

## **PENDAHULUAN**

### **Latar Belakang**

Strategi promosi merupakan salah satu hal yang sangat penting untuk diterapkan oleh perusahaan. Salah satu tujuan promosi adalah menginformasikan segala jenis produk yang ditawarkan dan berusaha menarik calon nasabah baru. Kemudian promosi juga berfungsi mengingatkan nasabah akan produk, promosi juga akan mempengaruhi nasabah untuk membeli dan akhirnya promosi juga akan meningkatkan citra bank dimata nasabahnya. Berdasarkan pengertian tersebut, berarti semakin baik komunikasi pemasaran yang tercipta, maka akan mendatangkan kepuasan yang semakin tinggi bagi semua pihak yang terlibat didalamnya. Strategi merupakan cara-cara untuk mencapai tujuan. Pemasaran adalah kegiatan perusahaan dalam membuat rencana menentukan harga, promosi serta mendistribusikan barang dan jasa. Jadi strategi pemasaran merupakan penetapan sasaran dan tujuan yang dilakukan dalam penerapan pemasaran produk pembiayaan mudharabah oleh BPRS Fajar Sejahtera Bali. Mudharabah merupakan akad kerja sama usaha antara dua pihak dimana pihak pertama (pemilik dana) menyediakan seluruh dana, sedangkan pihak kedua (pengelola dana) bertindak selaku pengelola, dan keuntungan usaha dibagi diantara mereka sesuai kesepakatan sedangkan kerugian finansial hanya ditanggung oleh pengelola dana. Sebagaimana diterangkan dalam Alquran. Artinya: "Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan harta sesamamu dengan cara yang batil (tidak benar), kecuali berupa perniagaan atas dasar suka sama suka di antara kamu. Janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu". (Q.S An-Nisa: 29).

Dalam ayat di atas dijelaskan bahwa dalam melakukan perniagaan, kedua belah pihak harus suka sama suka atau saling rela, yang kemudian diikat dengan akad mudharabah. Dalam syariat Islam, akad mudharabah adalah suatu bentuk kerjasama dalam ekonomi Islam dimana satu pihak menyediakan modal (shahibul mal) dan pihak lainnya menyediakan tenaga, keterampilan, atau usaha (mudharib). Akad ini bertujuan untuk melakukan suatu usaha yang produktif dan berbagi keuntungan yang diperoleh dari usaha tersebut sesuai dengan kesepakatan awal.

Menurut ulama Hanafiyah berpendapat bahwa yang menjadi rukun akad mudharabah adalah ijab dan qabul saja, sedangkan sisa rukun-rukun yang disebutkan jumbuh ulama itu, sebagai syarat akad mudharabah. Adapun syarat-syarat mudharabah berhubungan dengan pelaku mudharabah (al aqidani), modal dan akad. Bagi pemilik modal dan pengusaha harus cakap bertindak hukum dan cakap untuk menjadi wakil. Syarat dalam hal modal adalah harus berbentuk uang, dan jelas jumlahnya. Juga disyaratkan harus ada, tunai, bukan dalam bentuk utang, dan harus diberikan kepada mudharib. Oleh karena itu jika modal itu berbentuk barang menurut ulama fiqh tidak dibolehkan, karena sulit untuk menentukan keuntungannya.

Setiap bank syariah mempunyai bermacam-macam produk yang ditawarkan sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Didalam menawarkan produk maka akan terjadinya persaingan antara bank syariah lainnya, sehingga perlu adanya strategi didalam pemasaran masing-masing bank tersebut. Salah satu bank pembiayaan syariah di Bali adalah bank pembiayaan rakyat syariah (BPRS) Fajar Sejahtera Bali. BPRS Fajar Sejahtera Bali adalah salah satu bank pembiayaan yang melandaskan operasionalnya menurut prinsip syariah. Pada umumnya masalah yang dihadapi oleh pelaku usaha selain modal, yaitu diperlukannya tambahan modal usaha guna untuk lebih meningkatkan kualitas barang, tempat usaha, dan lain sebagainya. Pembiayaan modal usaha menjadi solusi bagi para pengusaha untuk memperluas bisnis yang dijalaninya.

Pembiayaan modal usaha dapat digunakan untuk memperluas usaha yang dijalani. Misalnya untuk mengembangkan produksi. Hal ini karena setiap usaha memerlukan pengembangan usaha agar tidak kalah dengan para kompetitor dan untuk mempertahankan konsumen agar tidak berpindah kepengusaha lain yang memiliki produk lebih unggul dan bervariasi. Pembiayaan modal usaha dapat diberikan kepada siapa saja di sektor ekonomi yang tidak bertentangan dengan syariat Islam dan tidak dilarang oleh undang-undang yang berlaku.

Pemberian fasilitas pembiayaan modal usaha kepada nasabah dapat mengoptimalkan profit bank. Pembiayaan modal usaha di PT. BPRS Fajar Sejahtera Bali dapat meringankan pengusaha dalam memenuhi produktivitasnya. Setiap usaha yang berkembang juga akan membuka lapangan pekerjaan baru bagi masyarakat. Menurut Adiwarmar Karim pembiayaan merupakan salah satu tugas pokok bank yaitu memberikan fasilitas berupa penyedia dana untuk memenuhi kebutuhan pihak deficit unit.<sup>5</sup> Menurut pendapat-pendapat para ahli di atas dapat disimpulkan bahwa pembiayaan adalah suatu aktivitas pokok yang dilakukan oleh bank dalam pemberian fasilitas berupa penyaluran dana kepada pihak yang membutuhkan untuk dapat dipergunakan dalam aktivitas yang produktif sehingga diharapkan dapat mengembalikan dana yang sudah dibiayai tersebut. Berdasarkan latar belakang di atas, penulis merasa tertarik untuk melakukan penelitian pada pembiayaan modal usaha dengan akad mudharabah, dengan judul “Analisis Strategi Promosi

Pembiayaan Modal Usaha dengan Menggunakan Akad Mudharabah dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah di BPRS Fajar Sejahtera Bali”.

### **Fokus Penelitian**

- a. Bagaimana strategi promosi pembiayaan modal usaha dengan menggunakan akad mudharabah dalam meningkatkan jumlah nasabah di BPRS Fajar Sejahtera Bali?
- b. Apa kelebihan dan kekurangan strategi promosi produk pembiayaan modal usaha di BPRS Fajar Sejahtera Bali?

### **Tujuan Penelitian**

- a. Untuk mengetahui strategi promosi pembiayaan modal usaha dengan menggunakan akad mudharabah dalam meningkatkan jumlah nasabah di BPRS Fajar Sejahtera Bali.
- b. Untuk mengetahui kelebihan dan kekurangan strategi promosi produk pembiayaan modal usaha di BPRS Fajar Sejahtera Bali?

### **Kajian Teori**

#### **Pengertian strategi**

Menurut Chandler, strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan perusahaan dalam kaitannya dengan tujuan jangka panjang, program tindak lanjut serta prioritas alokasi sumber daya. Menurut Porter strategi adalah alat yang sangat penting untuk mencapai keunggulan bersaing. Dan menurut Stephani K. Marrus, strategi didefinisikan sebagai suatu proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat dicapai.

#### **Pengertian Promosi**

Promosi adalah salah satu bagian dari marketing mix yang besar peranannya. Promosi merupakan suatu ungkapan dalam arti luas tentang kegiatan-kegiatan yang secara aktif dilakukan oleh perusahaan (penjual) untuk mendorong konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan. Menurut Mulyadi Nitisusastro, promosi diartikan sebagai kegiatan komunikasi untuk meningkatkan volume penjualan dengan cara pameran, periklanan, demonstrasi dan usaha lain yang bersifat persuasif.

### **Pengertian strategi promosi**

Strategi promosi adalah seperangkat alat promosi taktis yang dapat dikendalikan, yang dipadukan oleh perusahaan untuk menghasilkan tanggapan yang diinginkan dalam pasar sasaran. Strategi promosi terdiri dari segala sesuatu yang dapat dilakukan perusahaan untuk mempengaruhi permintaan produknya. Program promosi efektif mencampur semua elemen bauran pemasaran ke dalam program yang terkoordinasi dan dirancang untuk mencapai sasaran pemasaran perusahaan dengan memberikan nilai kepada konsumen. Kegiatan promosi tidak boleh berhenti hanya pada memperkenalkan produk kepada konsumen saja, akan tetapi harus dilanjutkan dengan upaya untuk mempengaruhinya agar konsumen tersebut menjadi senang dan kemudian membeli produknya. Strategi promosi dikelompokkan menjadi 4 bagian yaitu:12

### **Periklanan (Advertising)**

Menurut Basu Swastha: “Periklanan adalah komunikasi non individu, dengan sejumlah biaya, melalui berbagai media yang dilakukan oleh perusahaan, lembaga non laba, serta individu-individu.” Periklanan bersifat menjangkau masyarakat luas (massal), tidak pribadi tapi secara langsung dengan audien (impersonal) dan dapat menyampaikan gagasan secara meyakinkan dan menimbulkan efek yang dramatif (ekspresif).

### **Promosi penjualan (Sales Promotion).**

Promosi penjualan adalah merupakan kegiatan perusahaan untuk menjajakan produk yang dipasarkan sedemikian rupa sehingga konsumen akan mudah melihatnya dan bahkan dengan cara penempatan dan pengaturan tertentu maka produk tersebut akan menarik perhatian konsumen.

### **Publikasi (Publication)**

Publisitas merupakan cara yang biasanya digunakan juga oleh pengusaha untuk membentuk pengaruh secara tak langsung kepada konsumen agar mereka menjadi tahu dan menyenangi produk tersebut d2.4i media massa. Menurut H. Indriyo Gitosudarmo M. Com, Publisitas adalah Suatu alat promosi yang mampu membentuk opini masyarakat secara cepat, sehingga disebut sebagai suatu usaha untuk mensosialisasikan atau memasyarakatkan suatu produk.

### **Penjualan Personal (Personal Selling)**

Promosi bersifat personal sehingga responsif terhadap perilaku audiens. Penjualan personal mampu membina relasi antara perusahaan dengan konsumen.

### **Akad Mudharabah**

Menurut ahli fiqih, mudharabah merupakan seseorang memberikan hartanya kepada orang berdasarkan prinsip dagang dimana keuntungan yang diperoleh akan dibagi berdasarkan pembagian yang disetujui oleh para pihak.

Islam mensyariatkan akad kerja sama mudharabah untuk memudahkan orang, karena sebagian mereka memiliki harta namun tidak mampu mengelolanya dan disana ada juga orang yang tidak memiliki harta namun memiliki kemampuan untuk mengelola dan mengembangkannya. Maka syariat membolehkan kerja sama ini agar mereka bisa saling mengambil manfaat diantara mereka, shahibul maal (investor) memanfaatkan keahlian mudharib (pengelola) dan mudharib (pengelola) memanfaatkan harta dan dengan demikian terwujudlah kerja sama harta dan amal. Allah Swt tidak mensyariatkan satu akad kecuali untuk mewujudkan kemaslahatan dan menolak kerusakan. Maka syariat membolehkan kerja sama ini agar mereka bisa saling mengambil manfaat diantara mereka, shahibul maal (investor) memanfaatkan keahlian mudharib (pengelola) dan mudharib (pengelola) memanfaatkan harta dan dengan demikian terwujudlah kerja sama harta dan amal. Allah Swt tidak mensyariatkan satu akad kecuali untuk mewujudkan kemaslahatan dan menolak kerusakan.

### **Penelitian Terdahulu**

Penelitian Wahyuni H. dengan judul penelitian “Strategi promosi dalam meningkatkan volume penjualan pada PT. Hadji Kalla Cabang Gowa” Penyampaian informasi produk kepada customer tidak membutuhkan waktu lama sehingga Brand atau merk dari produk Toyota lebih dikenal oleh masyarakat. Iklan dilakukan terus-menerus dipangsa pasar yang luas dengan memanfaatkan teknologi yang semakin berkembang akan memudahkan periklanan. Hubungan dengan customer lebih dekat (kekeluargaan), sehingga akan terjadi penjualan jangka panjang (Repeat Order). Membangun brand image dan hubungan komunikasi di masyarakat agar lebih yakin dan percaya dengan produk Toyota. Meningkatkan teknologi dan media promosi untuk memudahkan periklanan produk dan promosi bulanan serta pameran atau event-event yang diadakan. Memaksimalkan promosi melalui media promosi agar dapat menjangkau lebih banyak customer. Meningkatkan promosi iklan melalui media elektronik untuk membangun citra

brand atau merk yang baik terhadap produk Toyota. Menjalin kemitraan untuk memudahkan proses demonstrasi produk perusahaan. Meningkatkan promosi melalui iklan baik iklan digital maupun iklan konvensional.

## **METODOLOGI PENELITIAN**

### **Lokasi dan Waktu Penelitian**

Penelitian ini dilaksanakan di BPRS Fajar Sejahtera Bali, Jl. Sunset Road, Kuta, Kec. Kuta, Kab. Badung, Bali. Pemilihan lokasi penelitian dilakukan secara purposive (sengaja) atas pertimbangan-pertimbangan tertentu. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan penelitian kualitatif, pengumpulan data dilakukan dengan Teknik observasi, wawancara, dan dokumentasi. Analisa data dilakukan dengan menggunakan analisis deskriptif kualitatif.

### **Jenis Penelitian**

bertujuan untuk menggambarkan secara utuh dan mendalam tentang realitas sosial dimasyarakat yang menjadi subjek penelitian sehingga tergambar ciri, karakter, sifat, dan model dari fenomena tersebut. Untuk memperoleh data yang valid dan akurat, dalam penelitian ini akan digunakan beberapa teknik, sebagai berikut:

- 1). Wawancara adalah suatu metode yang dilakukan dengan cara mengadakan komunikasi melalui dialog (tanya jawab) secara lisan untuk mendapatkan informasi yang lebih akurat dan
- 2). Observasi merupakan suatu kegiatan mendapatkan informasi yang diperlukan untuk menyajikan gambaran riil suatu peristiwa atau kejadian untuk menjawab pertanyaan penelitian, untuk membantu mengerti perilaku manusia, dan untuk evaluasi yaitu melakukan pengukuran terhadap aspek tersebut. Hasil observasi berupa aktivitas, kejadian, peristiwa, objek, kondisi atau suasana tertentu.
- 3). Dokumentasi merupakan metode pengumpulan data kualitatif sejumlah besar fakta dan data tersimpan dalam bahan yang berbentuk dokumentasi. Sebagian besar data berbentuk surat, catatan harian, arsip foto, hasil rapat, jurnal kegiatan dan sebagainya. Data jenis ini mempunyai sifat utama tak terbatas pada ruang dan waktu sehingga bisa dipakai untuk menggali informasi yang terjadi dimasa silam.

### **Teknik Pengumpulan Data**

Objektif. Wawancara adalah salah satu kaedah mengumpulkan data yang paling biasa digunakan dalam penelitian sosial. Kaedah ini digunakan Ketika subjek kajian dan

peneliti berada langsung bertatap muka dalam proses mendapatkan informasi bagi keperluan data primer.

### **Keabsahan Data**

Untuk keabsahan data dalam penelitian ini digunakan teknik triangulasi. Triangulasi pada hakikatnya merupakan pendekatan multi metode yang dilakukan peneliti pada saat mengumpulkan dan menganalisis data. Ide dasarnya adalah bahwa fenomena yang diteliti dapat dipahami dengan baik sehingga diperoleh kebenaran tingkat tinggi jika didekati dari berbagai sudut pandang. Memotret fenomena tunggal dari sudut pandang yang berbeda-beda akan memungkinkan diperoleh tingkat kebenaran yang handal. Karena itu, triangulasi ialah usaha mengecek kebenaran data atau informasi yang diperoleh peneliti dari berbagai sudut pandang yang berbeda dengan cara mengurangi sebanyak mungkin bias yang terjadi pada saat pengumpulan dan analisis data.

### **Teknik Analisi Data**

Tahap analisis data dalam penelitian ini meliputi tiga kegiatan utama yaitu reduksi data, penyajian data dan penarikan simpulan:

- 1) Reduksi Data: Menurut Sugiyono, mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok yang memfokuskan pada hal-hal yang penting, kemudian dicari tema dan polanya serta membuang yang tidak perlu.
- 2) Penyajian Data: Penyajian data yang paling sering dalam penelitian kualitatif adalah dengan teks dan naratif. Pada proses ini, upaya penyusunan data yang relevan dalam bentuk uraian, bagan, atau hubungan agar pembaca akan mengerti proses atau kronologi kegiatan dalam analisis data, dan apa yang perlu ditindaklanjuti untuk mencapai tujuan penelitian, sehingga memberi peluang akan adanya penarikan simpulan.
- 3) Penarikan Simpulan (Verifikasi Data): Untuk dapat menggambarkan kesimpulan yang memiliki makna, maka harus digunakan strategi memaknai analisis spesifik dan menarik serta menjelaskan kesimpulan. Kesimpulan dalam penelitian kualitatif mungkin dapat menjawab fokus penelitian yang dirumuskan sejak awal, tetapi mungkin juga tidak, karena penelitian ini masih bersifat sementara dan akan berkembang setelah berada di lapangan.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Strategi Promosi Pembiayaan Modal Usaha dengan Menggunakan Akad Mudharabah.**

Promosi penjualan: Promosi gebyar marjin diawal tahun banyak nasabah yang ingin membuka usaha baru, ingin memiliki kendaraan baru, mengembangkan usahanya dan yang paling banyak diminati adalah pembiayaan modal usaha. Promosi tabungan banyak juga diminati oleh nasabah, apa lagi tabungan berhadiah, banyak dari nasabah melakukan setoran dan mendapatkan hadia dimuka dengan cacatan dananya ditahan selama beberapa bulan. c) Publikasi: Langkah awal dalam memulai publikasi yang pastinya harus dibicarakan terlebih dahulu bersama rekan-rekan kerja dan direksi, sehingga dalam mempublis produk-produk sehingga bisa diterima di pasar- pasar atau platform lainnya. Langkah selanjutnya dalam publikasi menentukan produk- produk yang akan dijual atau yang akan dipromosikan ke nasabah dengan membuat konten di sosial media, lalu membuat skema atau simulasi perhitungan. Manfaat publikasi bagi nasabah adalah nasabah bisa mengetahui apa saja yang telah dicapai, dan apa saja promo-promo yang dipublis oleh Bank Fajar Sejahtera Bali sehingga dikenal oleh masyarakat. d) Penjualan personal: Dalam penjualan personal lebih tepatnya mempersiapkan pendekatan atau silaturahmi yang tepat dengan mengumpulkan informasi tentang calon pelanggan atau nasabah dan menentukan strategi penjualan yang sesuai. Teori di atas searah dengan hasil triangulasi bahwa periklanan merupakan salah satu media untuk menyampaikan informasi mengenai produk-produk yang ditawarkan oleh Bank Fajar Sejahtera Bali, dari periklanan tersebut dapat memudahkan nasabah dalam memilih produk- produk yang diinginkan atau yang diharapkan oleh nasabah. Tantangan periklanan yang sering dihadapi oleh karyawan Bank Fajar Sejahtera Bali ini cukup menjadi pelajaran buat para karyawan lainnya. Dampak periklanan yang dirasakan oleh para nasabah cukup signifikan karena dari beberapa masyarakat atau para nasabah setelah mengetahui adanya iklan yang tersebar di media sosial, sehingga mereka sangat tertarik untuk melakukan transaksi melalui BPRS Fajar tersebut. Dengan adanya iklan itu maka para nasabah akan tertarik untuk melakukan pembiayaan atau transaksi yang menurut mereka bahwa produk-produk yang diposting oleh karyawan BPRS Fajar itu sangat menarik. BPRS Fajar juga akan semakin dikenal oleh masyarakat luas karena dari seringnya mereka meng update produk-produk yang mereka miliki atau informasi yang disebarluaskan melalui media sosial. Adapun penelitian terdahulu yang relevan dengan fokus penelitian ini adalah penelitian

yang dilakukan oleh Wahyuni H. dengan judul penelitian “Strategi promosi dalam meningkatkan volume penjualan pada PT. Hadji Kalla Cabang Gowa” Strategi promosi dalam upaya Meningkatkan volume penjualannya. Penyampaian informasi produk kepada customer tidak membutuhkan waktu lama sehingga Brand atau merk dari produk Toyota lebih dikenal oleh masyarakat. Iklan dilakukan terus-menerus dipangsa pasar yang luas dengan memanfaatkan teknologi yang semakin berkembang akan memudahkan periklanan. Hubungan dengan customer lebih dekat (kekeluargaan), sehingga akan terjadi penjualan jangka panjang (Repeat Order). Membangun brand image dan hubungan komunikasi di masyarakat agar lebih yakin dan percaya dengan produk Toyota. Meningkatkan teknologi dan media promosi untuk memudahkan periklanan produk dan promosi bulanan serta pameran atau event-event yang diadakan. Memaksimalkan promosi melalui media promosi agar dapat menjangkau lebih banyak customer. Meningkatkan promosi iklan melalui media elektronik untuk membangun citra brand atau merk yang baik terhadap produk Toyota. Menjalin kemitraan untuk memudahkan proses demonstrasi produk perusahaan. Meningkatkan promosi melalui iklan baik iklan digital maupun iklan konvensional agar customer lebih yakin dengan produk Toyota. Meningkatkan kepercayaan masyarakat melalui strategi public relation. Strategi promosi yang tepat digunakan oleh PT. Hadji Kalla Cabang Gowa dalam upaya meningkatkan volume penjualannya adalah melalui Public Relation (hubungan masyarakat).

1. Strategi Promosi Pembiayaan Modal Usaha dengan Menggunakan Akad Mudharabah dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah.
  - a. Periklanan: dalam periklanan tersebut yang pertama digunakan yaitu dengan menggunakan media sosial untuk pemasaran secara online ( di FB, IG dan website) dan iklan secara langsung/offline yaitu dengan turun kelapangan, guna menemui , nasabah secara langsung untuk memasarkan.
  - b. Promosi penjualan: Promosi gebyar marjin diawal tahun banyak nasabah yang ingin membuka usaha baru, ingin memiliki kendaraan baru, mengembangkan usahanya dan yang paling banyak diminati adalah pembiayaan modal usaha. Promosi tabungan banyak juga diminati oleh nasabah, apa lagi tabungan berhadiah, banyak dari nasabah melakukan setoran dan mendapatkan hadiah dimuka dengan cacatan dananya ditahan selama beberapa bulan.

c. Publikasi: Langkah awal dalam memulai publikasi yang pastinya harus dibicarakan terlebih dahulu bersama rekan-rekan kerja dan direksi, sehingga dalam mempublis produk-produk sehingga bisa diterima di pasar-pasar atau platform lainnya. Langkah selanjutnya dalam publikasi menentukan produk-produk yang akan dijual atau yang akan dipromosikan ke nasabah dengan membuat konten di sosial media, lalu membuat skema atau simulasi perhitungan. Manfaat publikasi bagi nasabah adalah nasabah bisa mengetahui apa saja yang telah dicapai, dan apa saja promo-promo yang dipublis oleh BPRS Fajar Sejahtera Bali sehingga dikenal oleh masyarakat.

d. Penjualan personal: Dalam penjualan personal lebih tepatnya mempersiapkan pendekatan atau silaturahmi yang tepat dengan mengumpulkan informasi tentang calon pelanggan atau nasabah dan menentukan strategi penjualan yang sesuai.

## 2. Kelebihan dan Kekurangan Promosi Pembiayaan Modal Usaha dengan Menggunakan Akad Mudharabah dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah

a. Kelebihan strategi promosi produk pembiayaan modal usaha yaitu BPRS Fajar Sejahtera Bali menawarkan pembiayaan modal usaha khusus untuk masyarakat yang mempunyai usaha mikro atau UMKM, agar supaya nasabah tersebut bisa mengembangkan usahanya dengan baik dan juga membantu nasabah beralih ke Bank Syariah. Hal ini sangat menguntungkan karena nasabah yang sebelumnya kekurangan modal, mereka bisa mengajukan pembiayaan modal usaha. Dengan modal usaha tersebut nasabah bisa mengembangkan usahanya, sehingga jumlah nasabah akan semakin bertambah.

b. Kekurangan strategi promosi yang dihadapi oleh BPRS Fajar Sejahtera Bali adalah masih banyak masyarakat yang belum mengetahui produk dari BPRS Fajar Sejahtera Bali dan juga dari segi marjin atau bagi hasil. Selain itu juga adanya persaingan dengan Bank-bank lainnya baik Bank Konvensional maupun Bank Syariah.

## **PENUTUP**

### **Simpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan peneliti dapat diambil kesimpulan:

1. Strategi Promosi Pembiayaan Modal Usaha dengan Menggunakan Akad Mudharabah dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah : a) Periklanan: dalam periklanan tersebut yang pertama digunakan yaitu dengan menggunakan media sosial untuk pemasaran secara online dan langsung turun ke lapangan, guna menemui nasabah secara langsung untuk

pemasaran secara offline. b) Promosi penjualan: Promosi gebyar marjin diawal tahun banyak nasabah yang ingin membuka usaha baru, ingin memiliki kendaraan baru, mengembangkan usahanya dan yang paling banyak diminati adalah pembiayaan modal usaha. Promosi tabungan banyak juga diminati oleh nasabah, apalagi tabungan berhadiah, c) Publikasi: Langkah awal dalam memulai publikasi yang pastinya harus dibicarakan terlebih dahulu bersama rekan- rekan kerja dan direksi, sehingga dalam mempublis produk-produk sehingga bisa diterima di pasar-pasar atau platform lainnya. Langkah selanjutnya dalam publikasi menentukan produk-produk yang akan dijual atau yang akan dipromosikan ke nasabah dengan membuat konten disosial media, lalu membuat skema atau simulasi perhitungan. Manfaat publikasi bagi nasabah adalah nasabah bisa mengetahui apa saja yang telah dicapai, dan apa saja promo-promo yang dipublis oleh Bank Fajar Sejahtera Bali sehingga dikenal oleh masyarakat. d) Penjualan personal: Dalam penjualan personal lebih tepatnya mempersiapkan pendekatan atau silaturahmi yang tepat dengan mengumpulkan informasi tentang calon pelanggan atau nasabah dan menentukan strategi penjualan yang sesuai. Melakukan kontak awal dengan calon pelanggan atau nasabah, baik itu melalui pertemuan langsung panggilan telepon atau komunikasi lainnya.

2. Kelebihan dan Kekurangan Strategi Promosi Produk Pembiayaan Modal Usaha dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah:

a. Kelebihan strategi promosi produk pembiayaan modal usaha yaitu BPRS Fajar Sejahtera Bali menawarkan pembiayaan modal usaha khusus untuk masyarakat yang mempunyai usaha mikro atau UMKM, agar supaya nasabah tersebut bisa mengembangkan usahanya dengan baik dan juga membantu nasabah beralih ke Bank Syariah. Hal ini sangat menguntungkan karena nasabah yang sebelumnya kekurangan modal, mereka bisa mengajukan pembiayaan modal usaha. Dengan modal usaha tersebut nasabah bisa mengembangkan usahanya.

b. Kekurangan strategi promosi yang dihadapi oleh BPRS Fajar Sejahtera Bali adalah masih banyak masyarakat yang belum mengetahui produk dari BPRS Fajar Sejahtera Bali dan juga dari segi marjin atau bagi hasil. Selain itu juga adanya persaingan dengan bank-bank lainnya baik Bank Konvensional maupun Bank Syariah.

## **Saran**

Bagi BPRS Fajar Sejahtera Bali

- a. Meningkatkan dan memberikan layanan periklanan atau promosi agar masyarakat mengetahui produk-produk BPRS Fajar Sejahtera Bali sehingga dapat meningkatkan jumlah nasabah
- b. Memberikan pelayanan yang baik agar tidak kalah dengan bank-bank lain.
- c. Mempertahankan kualitas produk baik produk yang sudah ada maupun produk inovasi yang baru.
- d. Terus melakukan penawaran promosi terkait pembiayaan modal usaha untuk menarik nasabah agar terus mau bertransaksi melalui BPRS Fajar Sejahtera Bali.

## **DAFTAR PUSTAKA**

### **Buku:**

- [1] Antonio, Syafi'i. (2015). Bank Syariah Dari Teori dan Praktek. Jakarta: Gema Insani
- [2] Amstrong, Prinsip-Prinsip Pemasaran. (Jakarta: Erlangga, 2008)
- [3] Albi Anggito, Johan Setiawan, Metodologi Penelitian Kualitatif, (Sukabumi:CV Jejak, 2018)
- [4] Wahyuni H., Strategi Promosi dalam Meningkatkan Volume Penjualan pada PT. Hadji Kalla (Semarang:Universitas Islam Negeri Semarang, 2022)

### **Jurnal:**

- [1] Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D, (Bandung: Alfabeta, 2020)

### **Kitab Suci dan Undang-Undang:**

- [1] Alquran dan Terjemahnya. Departemen Agama Republik Indonesia. (Jakarta: Raja Publishing, 2011)