



Analisis Strategi Promotion Mix Dalam Meningkatkan Jumlah Tabungan Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam

Nehri hayati¹, Yawurman Mansur¹

Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN)
Bukittinggi, Indonesia

Okta Viati², Yasri²

Program Studi/Jurusan Perbankan Syariah Sekolah Tinggi Ekonomi Syariah Manna Wa Salwa
Tanah Datar, Indonesia

Oktaviati@gmail.com

Abstrak

Bank merupakan Lembaga keuangan yang mempunyai peranan penting dalam mendorong pertumbuhan perekonomian, bank berfungsi sebagai intermediasi antara bank dengan nasabah. Tugas bank menghimpun dan menyalurkan dana kepada masyarakat, bank memiliki produk tabungan, yang mana nasabah yang menabung di BPRS Haji Miskin adalah dari masyarakat golongan petani, pelajar, mahasiswa maupun masyarakat yang bekerja swasta. Strategi promosi yang dilakukan BPRS Haji Miskin yaitu menggunakan *advertising* (periklanan), *sales promotion* (promosi penjualan), *personal selling* (penjualan pribadi) dan publisitas (mempublikasikan tentang perusahaan).

Adapun masalahnya, strategi pemasaran bank syariah lain lebih menarik. Promosi meningkatkan jumlah tabungan di BPRS Haji Miskin Pandai Sikek, tetapi kekurangan tenaga kerja untuk kegiatan promosi membuat BPRS Haji Miskin belum mencapai targetnya. Selain itu, tujuan penelitian ini adalah untuk menemukan metode promosi campuran yang dapat membantu meningkatkan jumlah tabungan dan untuk menentukan bagaimana promosi dapat dilakukan sesuai dengan etika bisnis Islam. Analisis SWOT (IFE dan EFE), analisis matriks SWOT, dan analisis table bobot SWOT adalah metode analisis data yang digunakan dalam penelitian deskriptif kualitatif.

Hasil analisis SWOT menunjukkan bahwa strategi SO (Strenghts and Opportunity) adalah kekuatan dan peluang secara nyata, dengan skor total $2,23+2,34=4,57$, yang menunjukkan bahwa PT. BPRS Haji Miskin telah meningkatkan strategi promosi campuran dengan menggunakan strategi SO, yang menggunakan kekuatan untuk merebut peluang. PT. BPRS Haji Miskin menerapkan etika bisnis dengan menerapkan nilai-nilai promosi Islam, seperti melakukan promosi secara transparan, jujur dalam mempromosikan produk, dan menerapkan keadilan

Keywords: *Promotion Mix, Tabungan, Etika Bisnis Islam*

ARTICLE INFO

Submit	23-02-2024	Review	27-03-2024
Accepted	24-03-2024	Published	31-31-2024

PENDAHULUAN

Pertumbuhan bank suatu negara dianggap sebagai ukuran pertumbuhan ekonomi negara tersebut, karena bank merupakan lembaga keuangan yang memainkan peran penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi. Bank sangat diperlukan untuk mendorong transaksi keuangan di hampir semua industri, termasuk industri, perdagangan, pertanian, perkebunan, jasa, dan perumahan. Bank memiliki peran dalam menghimpun dana masyarakat karena mereka dipercaya oleh masyarakat dari berbagai kalangan untuk menempatkan dana secara aman. Menurut masyarakat, dana yang disimpan di bank lebih aman daripada disimpan di rumah. Bank tidak hanya memberikan dana kepada masyarakat, tetapi juga memberikan pinjaman kepada orang-orang yang kurang beruntung. Salah satu komponen penting dalam keberhasilan pemasaran adalah strategi promosi. Bank menggunakan promosi untuk memasarkan produk mereka. Promosi bukan hanya berfungsi sebagai alat komunikasi untuk mengenalkan produk kepada pelanggan, tetapi juga memberikan informasi, mempengaruhi, dan membujuk pelanggan, membuat pelanggan bersedia menerima, membeli, dan setia pada produk yang ditawarkan.

Promosi sangat penting agar produk kita diketahui publik. Untuk melakukannya dengan benar, etika promosi mengatur bagaimana melakukannya dengan benar dan tidak melanggar peraturan. Etika ini digunakan agar tidak ada pihak yang dirugikan saat melakukan promosi. Dalam promosi tabungan, etika bisnis Islam sangat penting karena promosi harus sesuai dengan etika bisnis Islam karena salah satu nilai jual bank syariah adalah meyakinkan konsumen bahwa bank syariah menerapkan nilai-nilai syariah. Proses dan upaya untuk mengetahui hal-hal yang benar dan yang salah adalah bagian dari etika bisnis Islam, yang akan membawa perusahaan untuk berurusan dengan pihak-pihak yang berkepentingan dengan tuntutan perusahaan. Tujuan dari etika bisnis Islam adalah untuk menjalankan dan mendirikan bisnis dengan cara yang paling adil dan mengubah hukum yang sudah ada.

Untuk meningkatkan jumlah penabung produk tabungan PT. BPRS Haji Miskin Pandai Sikek telah menggunakan sistem promosi, strategi promosi yang dilakukan di BPRS Haji Miskin yaitu menggunakan media periklanan berupa melalui radio, pemasangan spanduk, brosur, promosi penjualan (melakukan promosi langsung mengunjungi pasar, sekolah maupun ke rumah-rumah) dan promosi personal selling yaitu mempromosikan produk tabungan secara langsung kepada masyarakat (door to door) dengan gaya bahasa yang membujuk dan menarik nasabah. Seorang marketing harus melakukan kegiatan promosi sesuai dengan ajuran Islam, dimana promosi dalam Islam sangatlah penting sebagai panduan kita dalam melakukan pekerjaan agar kita melakukan kegiatan promosi dengan baik sebagaimana yang telah dianjurkan dalam Islam Yaitu melakukan promosi secara transparan atau keterbukaan dalam

mempromosikan produknya, jujur dalam memasarkan produk, amanah dan tanggung jawab. seorang marketing harus menerapkan kegiatan promosi sesuai yang telah dianjurkan dalam Islam agar nasabah tertarik melakukan transaksi.

Dalam Surat An-Nisaa ayat 29, Allah berfirman, "Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan harta sesamamu dengan jalan yang bathil, kecuali dengan jalan perniagaan yang suka sama suka di antara kamu." dan janganlah kamu membunuh orang yang diragukan lagi. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu. Larangan membunuh diri sendiri juga mencakup larangan membunuh orang lain, karena membunuh orang lain berarti membunuh dirinya sendiri, karena umat adalah satu kesatuan. Karena tidak ada unsur suka rela di dalamnya, Allah SWT mengharamkan untuk memakan harta dengan cara yang bathil dalam ayat di atas. Dia juga memberikan pengecualian untuk memakan harta yang diperoleh dari bisnis dengan cara yang suka rela. Kita dilarang melakukan penipuan baik secara lisan maupun fisik, termasuk memakan harta dengan cara yang bathil.

Tabungan syariah adalah simpanan yang penarikannya dapat dilakukan dengan syarat-syarat tertentu yang disepakati; namun, tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet giro, giro, atau apa pun yang serupa. Oleh karena itu, dalam mempromosikan tabungan bank, Anda harus menggunakan pendekatan yang dapat meyakinkan pelanggan untuk menabung atau melakukan transaksi di perbankan syariah. Tabungan didefinisikan sebagai simpanan berdasarkan akad wadi'ah, investasi dana berdasarkan mudharabah atau akad lainnya yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah. Penarikannya dapat dilakukan menurut syarat dan ketentuan tertentu yang disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet giro, atau alat yang dipersamakan dengan itu menurut Undang-Undang Perbankan Syariah Nomor 12 tahun 2008.

Seperti yang dijelaskan dalam Al Quran dalam surat Al Isra' ayat 29 tentang anjuran untuk menabung: "Dan janganlah kamu jadikan tanganmu terbelenggu pada lehermu dan janganlah kamu terlalu mengulurkannya, karena itu kamu menjadi tercela dan menyesal. Maksudnya jangan terlalu kikir, dan jangan terlalu pemurah."

Dalam ayat di atas, kita diperintahkan untuk menabung sebagian harta kita karena kita dilarang terlalu boros menggunakan harta kita untuk membeli kepentingan yang tidak menguntungkan. Selain itu, ayat tersebut menjelaskan bahwa kita tidak boleh terlalu kikir dalam membelanjakan harta kita.

**Data Jumlah Nasabah Tabungan di BPRS Haji Miskin Pandai Sikek
31 Desember 2012**

NO	PRODUK	JUMLAH NASABAH	NOMINAL
1	Tabungan Ummat	5,963	4,908,599,538.06
2	Tabungan Pendidikan	2,092	702,955,937.03
3	Tabungan Haji	7	2,422,407.00
4	Tabungan Qurban	35	8,274,393.18
5	Tabungan Usaha Kecil	6	91,457,243

8,103

**Data Jumlah Nasabah Tabungan di BPRS Haji Miskin Pandai Sikek
31 Desember 2013**

NO	PRODUK	JUMLAH NASABAH	NOMINAL
1	Tabungan Wadiah	333	65,862,379
2	Tabungan Ummat	6,772	4,432,046,464.07
3	Tabungan Pendidikan	2,508	748,194,754.03
4	Tabungan Haji	9	3,192,022.03
5	Tabungan Qurban	41	14,523,049.55
6	Tabungan Usaha Kecil	8	61,097,465
			9,671

BPRS Haji Miskin, merupakan lembaga keuangan Syari'ah yang menawarkan berbagai macam produk penghimpunan dana dari masyarakat dan akan disalurkan lagi pada masyarakat. Salah satu bentuk penghimpunan dana pada BPRS Haji Miskin adalah tabungan. Alasan penulis mengambil judul ini yaitu untuk mengetahui strategi- strategi yang dilakukan dalam mempromosikan produk tabungan kepada masyarakat, apakah sudah menjalankan etika promosi yang sesuai dengan yang telah dianjurkan dalam Islam. Etika promosinya berupa dilakukan secara transparan, jujur, ikhlas dan tulus, amanah dan tanggung jawab dan keadilan. Penelitian dengan judul "Analisis Strategi Promosi dalam Meningkatkan Jumlah Tabungan Ditinjau dari Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Pada PT. BPRS Haji Miskin Pandai Sikek)" adalah subjek minat penulis.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang akan penulis bahas adalah deskriptif kualitatif Tujuan penelitian ini adalah mengungkapkan kejadian atau fakta, keadaan fenomena dan keadaan yang terjadi saat penelitian berlangsung Penelitian ini menafsirkan dan menguraikan data yang bersangkutan dengan situasi yang sedang terjadi. Dalam penelitian ini penulis akan mendeskripsikan tentang strategi promotion mix dalam meningkatkan tabungan ditinjau dari etika bisnis Islam Pada BPR Syariah Hj. Miskin Pandai Sikek. Penelitian ini akan dilakukan di BPR Syariah Haji Miskin Pandai Sikek, yang terletak di X Koto Rambat, Kabupaten Tanah Datar.

Dalam penelitian ini, penulis melakukan pengamatan langsung pada PT. BPRS H.j Miskin Pandai Sikek dan melakukan wawancara dengan manajer bagian pasar bank dan responden terpilih melalui daftar isian wawancara yang tidak terstruktur. Data primer merupakan komponen penting dalam penyusunan laporan. Mengenai masalah yang dibahas, etika bisnis Islam di BPRS Haji Miskin Pandai Sikek ditinjau dari analisis strategi promosi mix untuk meningkatkan jumlah tabungan. Data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung dari literatur, jurnal, dan sumber lain yang berkaitan dengan topik yang akan diteliti oleh penulis. Dalam penelitian ini, penulis memeriksa dokumen internal bank PT. BPRS Haji Miskin Pandai Sikek, termasuk data tentang jumlah

nasabah tabungan. Mereka juga melihat hasil studi terdahulu, seperti gambaran umum dari skripsi sebelumnya, serta sumber lain yang berasal dari membaca teori-teori tentang strategi promosi untuk meningkatkan jumlah tabungan dengan mempertimbangkan etika bisnis Islam.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sejarah berdirinya PT. BPRS Haji Miskin

PT Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Haji Miskin didirikan oleh DR Rahmat Ismail dan Aswin Jusar dari Pandai Sikek, Kecamatan X Koto, Kabupaten Tanah Datar, dan Yong Suar SH Almarhum dari Padang Laweh, Kecamatan Sungai Puar, Kabupaten Agam, masing-masing tinggal di Jakarta. Dia mulai beroperasi pada tanggal 1 April 2006 dengan kantor pusat di Pandai Sikek. Pada tahun 2017, Bank Indonesia menyetujui modal disetor PT BPRS Haji Miskin sebesar Rp 3.379.400.000. Berdasarkan keputusan Gubernur Bank Indonesia No 8/24/KEP GBI/2006, Harisman diberi izin usaha PT BPRS Haji Miskin pada tanggal 8 Maret 2006, yang memiliki kantor pusat di Jl Raya Padang-Bukitinggi KM 10, simpang Koto Tinggi Nagari Pandai Sikek, Kecamatan X Koto, Kabupaten Tanah Datar, dan memiliki 3 kantor kas: (1) Kantor Cabang Payakumbuh di Jl. Tan Malaka Npo 195 Kel. Napar, Kecamatan Payakumbuh Utara; (2) Kantor Kas Padang.

PT BPRS ini diberi nama Haji Miskin untuk menghormati dan mengabadikan perjuangan agama Islam dari Pandai Sikek bersama dengan Haji Piobang, Haji Sumaniak, dan Tuanku nan Renceh. Haji Miskin adalah asisten Tuanku Imam Bonjol selama Perang Paderi 1803–1836. Semula, perang paderi adalah perang ulama-kaum adat yang ingin menghapus perbuatan kaum adat yang bertentangan dengan Islam. Kaum adat yang terdesak kemudian meminta bantuan Belanda, dan Haji Miskin dikejar-kejar oleh Belanda. Haji Miskin berhasil menyelamatkan diri, dan hingga saat ini, tidak ada yang tahu di mana dia dimakamkan. Makamnya terletak di situs makam Haji Miskin di kenagarian pandai Sikek. Masjid dan pesantren di Pandai Sikek juga diberi nama Haji Miskin.

PT BPRS adalah bank syariah yang dioperasikan oleh Bank Indonesia. Berdasarkan UU No. 7 tahun 1992 tentang perbankan, yang telah diubah dengan UU No. 10 tahun 1998, dan surat keputusan Direksi bank berdasarkan prinsip syariah yang dikenal sebagai BPR Syariah, bank yang melaksanakan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah yang tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran (rekening giro) dianggap sebagai bank syariah. BPR Syariah didirikan dengan tujuan memberikan pembiayaan kepada pengusaha mikro dan kecil untuk meningkatkan kinerja perekonomian di wilayah operasinya. Dengan didirikan untuk melayani Usaha Mikro dan Kecil (UKM), BPR Syariah memiliki pangsa pasar yang berbeda dari Bank Umum atau Bank Syariah lainnya.

Pembahasan Strategi Promosi tabungan

Beberapa strategi promosi campuran digunakan di BPRS Haji Miskin, seperti yang diuraikan di bawah ini: (a) Strategi promosi tabungan: (1) Tabungan Wadiah. Pemasaran melakukan promosi melalui penjualan individu atau secara langsung ke masyarakat. Tujuan dari promosi ini adalah untuk menarik masyarakat untuk menabung di BPRS Haji Miskin, yang memiliki buku rekening tabungan dan tidak dikenakan biaya administrasi.

(2) Tabungan Mudharabah Ummat: Setoran awal sebesar Rp. 10.000 digunakan untuk mendapatkan hasil bulanan. Tidak dikenakan biaya tabungan, sehingga saldo tabungan nasabah terus bertambah. Pengambilannya dapat dilakukan kapan saja selama jam kerja, dapat dilayani dengan antar jemput, atau dapat digunakan sebagai jaminan pembiayaan.

(3) Tabungan Pendidikan: Tabungan pendidikan adalah tabungan yang diberikan kepada siswa dari sekolah dasar hingga sekolah menengah atas untuk mengajarkan mereka cara hidup hemat. Setoran awal sebesar Rp 5.000 dibayarkan setiap bulan dan tidak dikenakan biaya administrasi tabungan, sehingga saldo tabungan nasabah terus bertambah. Tabungan dikirim ke sekolah pada waktu tertentu.

(4) Tabungan Haji: Ini adalah tabungan yang dimaksudkan untuk digunakan untuk pergi umroh dan digunakan sebagai jaminan pembiayaan. Setoran awal sebesar Rp 10.000 diperoleh dari hasil bulanan dan tidak dikenakan biaya administrasi tabungan, sehingga saldo tabungan nasabah terus bertambah. Tabungan ini ditawarkan kepada masyarakat yang sudah mampu dan mereka yang ingin naik haji.

(5) Tabungan Qurban: Setoran awal sebesar Rp. 10.000, yang diperoleh dari hasil setiap bulan, tidak dikenakan biaya administrasi tabungan, sehingga saldo tabungan nasabah terus bertambah. Anda dapat mengambil uang saat Anda melakukan qurban.

(6) Tabungan Usaha Kecil: Ini adalah jenis promosi di mana produk tabungan usaha kecil ditawarkan secara langsung kepada masyarakat. Pemasaran harus dapat meyakinkan pelanggan potensial untuk memulai tabungan usaha kecil.

Penerapan etika bisnis Islam dalam melakukan strategi promosi

Dalam hal promosi tabungan, etika bisnis Islam sangat penting untuk diterapkan. Ini karena BPRS Haji Miskin telah menerapkan nilai-nilai promosi yang sesuai dengan anjuran Islam. seperti firman Allah dalam ayat 29 Surat An Nisaa tentang promosi "Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepada semua orang. Larangan membunuh diri sendiri sendiri juga mencakup larangan membunuh orang lain, karena membunuh orang lain berarti membunuh dirinya sendiri, karena umat adalah satu kesatuan."

Dalam ayat di atas, Allah melarang kita untuk memakan harta sesama dengan cara yang salah, dan Dia memerintahkan kita untuk mencari harta dengan cara perniagaan atas dasar suka sama suka. Ini berarti ketika kita mempromosikan produk kepada masyarakat, kita harus memberikan informasi tentang produk kita secara transparan, sehingga tidak ada orang yang tertipu dengan barang yang kita tawarkan kepada mereka. Dalam Islam, prinsip-prinsip berikut harus diterapkan saat melakukan promosi: (a) Melakukan promosi secara terbuka atau transparan merupakan metode yang digunakan oleh pemasaran untuk memasarkan produk tabungan, seperti tabungan mudharabah, dengan menunjukkan nilai bagi hasil kepada konsumen. Untuk hasil yang disepakati oleh kedua belah pihak. (b) Jujur Untuk menjaga agar calon pelanggan tidak tertipu, informasi yang diberikan kepada mereka tentang produk tabung harus sesuai dengan produk yang tersedia di bank. Keadilan Tidak ada pihak yang dirugikan dari segi pembagian hasil atau dari segi lainnya.

KESIMPULAN

Penulis menemukan dari penelitian dan diskusi mereka bahwa strategi promosi Mix untuk meningkatkan jumlah tabungan berdasarkan etika bisnis Islam pada BPRS Haji Miskin Pandai Sikek adalah sebagai berikut. (1) Strategi Promosi Campuran: Hasilnya menunjukkan bahwa strategi SO adalah strategi kekuatan untuk merebut peluang, dengan skor tertinggi 4,57. Sebaliknya, strategi WT memiliki skor terendah, yaitu 1,86, dan berfungsi untuk memaksimalkan kelemahan dan menghindari ancaman. (2) Dalam mempromosikan produk tabungan, etika bisnis Islam diterapkan, yaitu: (a) melakukan promosi secara terbuka, (b) melakukan promosi dengan jujur, dan (c) menerapkan keadilan dalam kegiatan.

DAFTAR PUSTAKA

- A. Adiwarmar Karim 2013. Bank Islam, Jakarta: PT Raja Gafindo Persada.
- Al Arif Nur M. Rianto 2012 Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah, Bandung: Alfa Beta.
- Aziz Abdul. 2013. Erika Bisnis Perspektif Islam, Bandung; Alfa Beta.
- Agus Arijanto.2012. Etika Bisnis Bagi Pelaku Bisms, Jakarta: Rajawali Pers.
- Alma Buchari. 2014. Manajemen Bisnis Syariah, Bandung: Alfabeta.
- Amrin Abdullah. 2007. Strategi Pemasaran Asuransi Syariah, Jakarta: PT Grasindo Anggota Ikapi.
- Bertens K. 2000. Pengantar Etika Bisnis, Yogyakarta: Kanisius.
- Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Kantor Pusat Pandai Sikek.
- Fahmi Irham 2014. Manajemen Teori Kasus dan Solusi, Bandung: Alfabeta
- Ismail.2011. Manajemen Perbankan, Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Imam Sentot Wahjono. 2013, Manajemen Pemasaran Bank, Yogyakarta :Ghara ilmu.
- Journal ippmunindra ac id/redefinisi-bauran-pemasaran(marketing mix) dari 4P ke 4C.
- Kasmir 2015. Dasar-duvar Perbankan, Jakarta: Rajawali Pers.
- Kotler Philip. 1998 Manajemen Pemasaran, Jakarta: Prenhallindo.
- Kevin Lane Keller dan Philip Kotler. 2009. Manajemen Pemasarn edisi Tiga Belas Jilid 1,Erlangga.
- Laksana Fajar 2008. Manajemen Pemasaran, Yogyakarta: Graha ilmu.
- Lupiodi Rambat. 2013. Manajemen Pemasaran Jasa, Jakarta: Salemba Empat.
- Muhammad. 2015. Manajemen Dana Bank Syariah, Jalarta Rajawali Pers Usman Halim Abdul. 2015. Manajemen Strategis Syariah Teori, Konsep dan Aplikasi, Jakarta PT Bestari Buana Murni
- Rangkuti Freddy. 2004. Analisis SWOT: Teknik Membahas Kamus Bisnis, Jakarta Gramedia Pustaka Utama.
- Sutarno. 2012. Serba-serbi Manajemen Bisnis Yogyakarta Graha Ilmu Wiludjeng Sri. 2007. Pengantar Manajemen, Yogyakarta: Graha Ilmu. Wawancara dengan Bapak Direktur PT. BPRS Haji Miskin Pandai Sikek. Zen Abdurahman. 2011. Strategi Jenius Marketing, Jogyakarta: Diva Pers .

http://akmalaziz.wordpress.com/18/03/2018/pemasaran-dalam-perspektif-Islam.
<http://www.rumahfiqih.com/18/03/2018/konsep-produk-menurut-perspektif-hukum-islam>.

Copyright Holder :

© Nehri hayati. et. al. (2024).

First Publication Right :

© JOSEE: Journal Of College Student's Intellectual

This article is under:

