



3. *Promotion* (promosi), yaitu promosi penjualan. Promosi penjualan yang dilakukan Bank Jatim Syariah adalah dengan menggunakan media brosur, *slide* presentasi, dan poster. Kegiatan promosi dilakukan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat bahwa produk-produk yang dimiliki Bank Jatim Syariah adalah produk yang memiliki daya saing yang baik dan bermutu. Namun tak jarang pelaku *marketing* memakai berbagai cara untuk mempengaruhi minat nasabah terhadap Bank Jatim Syariah. Salah satunya melakukan kebohongan yaitu ketidaksesuaian antara kenyataan kondisi produk dengan penjelasan mengenai produknya. Sehingga hal ini menyebabkan kerugian bagi nasabah.
4. *Place* (tempat atau lokasi). Tempat atau lokasi pemasaran juga merupakan hal yang diperhatikan Bank Jatim Syariah dalam melakukan pemasaran. Tempat yang biasa digunakan adalah tempat-tempat yang mengadakan *event* untuk berpromosi, contohnya pada bulan Ramadhan Bank Jatim Syariah melakukan pemasaran di *event* Kampung Ramadhan. *Event* yang lain, apabila dari *developer* memiliki acara, Bank Jatim Syariah turut bergabung dalam acara tersebut untuk melakukan pemasaran.
5. *Product* (produk). Dalam melakukan pemasaran, produk juga diperhatikan oleh Bank Jatim Syariah. Produk yang akan dipromosikan haruslah produk yang siap jual, memiliki kualitas yang baik dan halal, dan produk tersebut adalah produk yang mampu mengakomodir kebutuhan masyarakat Islam.
6. *Process* (proses). Proses pemasaran pun juga menjadi pertimbangan oleh Bank Jatim Syariah. Dalam proses pemasaran produknya, tenaga *marketing*

Bank Jatim Syariah bersikap sangat ramah kepada para calon nasabah. Selain keramahan, para tenaga *marketing* juga melayani para nasabah dengan sangat sabar.

7. *Physical Evidence* (bukti fisik), adalah keadaan sekitar atau suasana. Dalam melakukan pemasaran, Bank Jatim Syariah sangat memperhatikan suasana saat melakukan pemasaran. Suasana lokasi yang nyaman adalah yang diperhatikan oleh tenaga *marketing* Bank Jatim Syariah.

Dalam penerapannya di Bank Jatim Syariah, *marketing mix* adalah suatu manajemen pemasaran yang terbukti jitu untuk mencapai tujuan pemasarannya yaitu meraih pasar sasaran. Dengan diterapkannya *marketing mix*, manajemen pemasaran menjadi lebih terorganisir dengan baik. Selain itu, penerapan *marketing mix* ini juga meningkatkan penjualan produk di Bank Jatim Syariah cabang Surabaya. Bagi para nasabah, konsep *marketing* ini menjadikan informasi produk yang diterima nasabah menjadi lebih jelas dan lengkap. Penerapan *marketing mix* pun mampu menghilangkan kesulitan-kesulitan diantaranya:

1. Keterbatasan akses informasi mengenai produk oleh para nasabah.
2. Kesulitan dalam hal pengenalan produk oleh Bank Jatim Syariah kepada nasabah.
3. Ketidak teraturan praktik *marketing* oleh Bank Jatim Syariah.
4. Kesulitan dalam hal pencapaian target penjualan produk dan target dalam memperoleh nasabah.

Jika konsep *marketing* ini tidak digunakan, akan sulit bagi Bank Jatim Syariah dalam menembus pasar sasarannya dan juga memperoleh target penjualan. Maka berdasarkan hal ini dapat diketahui bahwa jika *marketing mix* ini tidak diterapkan dalam manajemen pemasaran perusahaan, akan mendatangkan kesulitan dalam hal pemasaran. Kesulitan ini juga akan menghambat jalannya sebuah kemajuan dalam berbisnis.

Namun, sisi negatif dari penerapan *marketing mix* di Bank Jatim Syariah cabang Surabaya adalah praktik promosi yang tidak sesuai dengan etika bisnis Islam. Berdasarkan etika ber*marketing*, seorang marketer diharuskan memiliki karakter yang jujur dan terpercaya dan tidak suka menjelek-jelekkkan. Dalam berniaga ataupun berpromosi, seseorang dilarang melebih-lebihkan penjelasan mengenai produknya yang tidak sesuai dengan kenyataan yang ada. Namun dalam praktiknya, masih saja tidak memperhatikan etika dalam melakukan promosi. Kebohongan mengenai penjelasan produk dalam praktik promosi, sehingga dalam perjalanannya menyebabkan kerugian bagi salah satu pihak, dan hal inilah yang menyebabkan batalnya akad sebelum pada waktunya akad berakhir. Hal inilah yang menjadi sisi *muḍarat* dari penerapan *marketing mix*.

*Marketing mix*, jika diterapkan dalam konsep bisnis syariah akan mendatangkan banyak manfaat bagi para pelaku bisnis syariah. Konsep *marketing mix* harus dijalankan berdasarkan etika bisnis yang Islami. Dan berdasarkan penjelasan yang telah dipaparkan, dapat diketahui bahwa









