BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan uraian tentang strategi pemasaran syariah, dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. BPRS Gala Mitra Abadi mempunyai banyak strategi yang dilakukan untuk menaikkan dana pihak ketiga. Dengan menggunakan STP (*Segmenting, Targeting, Positioning).*
   a. *Segmenting* PT BPRS Gala Mitra Abadi adalah para pedagang klontong, pedagang di pasar, wiraswasta dan juga keluarga karyawan BPRS Gala Mitra Abadi.
   b. Target konsumen yang dibidik oleh PT BPRS Gala Mitra Abadi ini adalah nasabah yang ingin menerapkan prinsip syariah dalam keuangan mereka tanpa ada unsur ribawi.
   c. *Positioning* BPRS Gala Mitra Abadi adalah memposisikan citra BPRS Gala Mitra Abadi menjadi lembaga keuangan yang berbasis syariah dengan menerapkan sistem bagi hasil.

   Adapun strategi-strategi BPRS Gala Mitra Abadi setelah melakukan STP adalah melakukan *marketing mix* (bauran pemasaran) yaitu produk, harga, lokasi dan pelayanan.

a. BPRS Gala Mitra Abadi menjelaskan produk yang akan ditawarkan pada nasabah bagaimana syarat dan ketentuannya, seperti halnya kelebihan pada produk Tabungan IB Gala Mitra yang menjanjikan pajak ditanggung oleh pihak bank, bagi hasil investasi yang kompetitif.
b. Dalam memtukan harga untuk awal mula membuka rekening tabungan BPRS Gala Mitra Abadi memberikan harga yang cukup bersaing relatif terjangkau.
c. Tempat kantor BPRS Gala Mitra Abadi kurang letaknya dipinggiran kota sehingga masih banyak nasabah yang jarang kesana, dalam transaksi perbankannnya banyak akan tetapi nasabah tidak secara langsung data ke bank, pihak bank melakukan strategi sistem jemput bola.
d. Dalam pelayanannya BPRS Gala Mitra Abadi senantiasa berusaha memberikan pelayanan yang baik pada nasabahnya, menempatkan para nasabahnya sebagai raja yang harus dihormati dan diberikan pelayanan yang baik.

BPRS Gala Mitra Abadi ditinjau dari perspektif ekonomi yang dikaji kesesuaiannya dengan *marketing* syariah, BPRS Gala Mitra Abadi termasuk dalam penerapan *marketing* syariah

yang sesuai dengan empat karakteristik *marketing* syariah yaitu, Teitis atau Ketuhanan (*Toko Rabbaniyah*), Etis (*Akhlaqiyyah*), Realistis (*Al-Waqiiyyah*), dan Humanitis (*Al-Insaniyyah*).

2. Pada strategi pemasaran BPRS Gala Mitra Abadi berpengaruh pada Pada strategi pemasaran yang digunakan BPRS Gala Mitra Abadi berdampak pada menurunnya aset dana produk Tabungan IB Gala Rencana yang menempati posisi terendah pada produk *fundingnya*, sehingga laba juga menurun.

Produk IB Gala Rencana ini ditujukan untuk tabungan pendidikan, perumahan dan haji. Banyak masyarakat yang menganggap tabungan pendidikan bukan menjadi prioritas, karena tabungan pendidikan bisa sewaktu-waktu penggunaanya. Sedangkan tabungan perumahan, masih banyak lahan kosong dan banyak persawahan yang sangat luas dan masyarakanya sebagian besar membuat rumahnya sendiri jadi untuk tabungan perumahan tidak cocok ditujukan pada masyarakat Kabupaten Grobogan. Pada produk tabungan IB Gala Rencana sebaiknya BPRS Gala Mitra Abadi Grobogan memfokuskan pada tabungan talangan haji karena di Indonesia khusunya di Kabupaten Grobogan yang mayoritas beragama Islam dan semakin tahun semakin banyak masyarakatnya yang menunaikan Ibadah Haji. Dengan menggunakan image bank yang berbasis syariah memberikan peluang besar untuk BPRS

Gala Mitra Abadi dalam meningkatkan aset dana pihak ketiganya khususnya pada produk Tabungan IB Gala Rencana.

Demikian hasil penelitian yang masih terbatas terutama pada strategi pemasaran, persoalan yang lebih menarik yaitu perlu dikaji lebih dalam agar penenlitian ini dapat lebih luas lagi.

B. Saran

Berkaitan dalam penelitian diatas, peneliti memberikan saran yang diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi BPRS Gala Mitra Abadi:

1. Strategi dalam peningkatan DPK merupakan suatu hal yang sangat penting untuk mencapai suatu target atau menarik minat nasabah dalam menggunakan produk DPK. Namun perlu terus memantau atau menambah strategi karena jaman terus berubah dan tegnologi semakin canggih.
2. Pada produk BPRS Gala Mitra Abadi tidak ada produk Qardhul Hasan. Dengan ikon berbasis syariah sebaiknya BPRS Gala Mitra Abadi meneglola produk tersebut untuk kemaslahatan umat yang kurang mampu dari segi modal dan sebagai pembeda dengan bank konvensional.