

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Jumlah Nasabah Tabungan Deposito di BPRS Gala Mitra Abadi Purwodadi.

Dalam dunia perbankan tentunya banyak persaingan antar bank, baik itu bank syariah maupun konvensional, dan lembaga keuangan syariah terutama bank pasti mempunyai strategi-strategi untuk mendapatkan keunggulan kompetitif, begitupun dengan BPRS Gala Mitra Abadi Purwodadi yang tidak mau kalah bersaing dengan bank-bank lain khususnya di daerah Purwodadi, mempunyai beberapa strategi untuk bisa bersaing dengan lainnya, meskipun tidak sebesar bank-bank yang ada BPRS Gala Mitra Abadi Purwodadi optimis bisa menjadi lembaga jasa keuangan yang dapat di percaya oleh masyarakat.

Strategi Pemasaran untuk bisa bersaing dengan bank-bank lainnya tentunya BPRS Gala Mitra Abadi Purwodadi harus mempunyai strategi khusus, strategi yang digunakan adalah sebagai berikut:

1. Promosi

Inovasi adalah salah satu cara yang digunakan BPRS Gala Mitra Abadi Purwodadi dalam melakukan penggalangan dana dan pembiayaan. Inovasi ini berkaitan dengan kreatifitas yang dilakukan oleh marketing. Adapun yang dilakukan oleh BPRS adalah Promosi, ini adalah upaya dari bidang marketing dalam rangka meningkatkan produktifitas bagaimana kreatifitas mereka diuji untuk mendapatkan nasabah semaksimal mungkin, menggunakan kata-kata yang menarik dan gampang dipahami sehingga bisa diminati oleh calon nasabah baik itu nasabah pendanaan atau nasabah pembiayaan marketing harus benar-benar menguasai produk yang digunakan dan prinsip syariah tentunya. Promosi ini dirancang khusus oleh bidang marketing untuk

meningkatkan keunggulan kompetitif BPRS Gala Mitra Abadi Purwodadi. Selain itu BPRS Gala Mitra Abadi Purwodadi juga tetap menggunakan bauran promosi yaitu:

a. Promosi penjualan

Promosi penjualan ini dilakukan pada saat ada momen-momen tertentu misalnya waktu ada pengajian, kumpul karang taruna, momen pertandingan, sunatan masal.

b. Public Relation (Hubungan dengan Masyarakat)

Dalam menyalurkan kegiatan bisnisnya BPRS Gala Mitra Abadi Purwodadi tidak hanya berhubungan dengan nasabah saja, tetapi juga berhubungan dengan masyarakat luas dan kepentingan publik yang lebih besar. Dan hubungan dengan masyarakat ini dilakukan dengan cara mengikuti kegiatan yang diadakan oleh masyarakat sekitar serta menyumbang dana ketika mereka membutuhkan dana dan ikut serta dalam pembangunan masjid atau mushola.

c. Informasi dari mulut ke mulut

Dalam hal ini peranan nasabah sangat penting dalam mempromosikan produk tabungan deposito dari BPRS Gala Mitra Abadi Purwodadi. Dengan kata lain nasabah tersebut akan berbicara kepada nasabah lain yang berpotensi tentang pengalamannya dalam memakai produk tersebut, sehingga informasi dari mulut ke mulut ini sangat besar pengaruhnya dan dampaknya terhadap pemasaran produk tabungan deposito dari BPRS Gala Mitra Abadi Purwodadi.

2. *Price* (Harga)

Strategi penentuan harga sangat signifikan dalam pemberian nilai kepada konsumen dan mempengaruhi citra produk, serta keputusan konsumen untuk membeli. Penentuan harga juga berhubungan dengan pendapatan dan turut mempengaruhi penawaran atau saluran pemasaran. Akan tetapi hal terpenting adalah keputusan dalam

penentuan harga harus konsisten dengan strategi pemasaran secara keseluruhan.

Dalam menentukan strategi penentuan harga harus diperhatikan tujuan dari harga itu sendiri yaitu bertahan, memaksimalkan laba, memaksimalkan penjualan, gengsi atau prestis, dan pengembalian investasi.

3. Media Elektronik

Dengan menggunakan media Elektronik lebih efektif dan efisien karena di zaman modern seperti sekarang ini masyarakat mayoritas mempunyai smartphone sehingga gampang mengakses internet kapan saja, maka dari itu BPRS Gala Mitra Abadi Purwodadi juga memanfaatkan hal ini, memasarkan produk-produk yang ada di BPRS lewat internet, baik itu blog, facebook, twittter, dan lain-lain sehingga masyarakat bisa mengenal dan mengetahui produk-produk baik pendanaan maupun pembiayaan.

4. Jemput Bola

Dalam metode ini BPRS menggunakan metode jemput bola untuk memudahkan nasabah bertransaksi. Marketing dari BPRS Gala Mitra Abadi Purwodadi mendatangi nasabah yang berniat untuk menyimpan dananya atau berniat untuk pencairan pembiayaan.

5. People (Orang)

Orang pertama yang harus diajak untuk bergabung menjadi nasabah yakni keluarga terdekat kita terlebih dahulu, keluarga besar dan baru tetangga kita, kemudian orang-orang lain atau masyarakat.

6. Adaptasi Lingkungan

Berdirinya BPRS di Purwodadi bisa dihitung baru, tidak seperti bank lainnya yang sudah lama ada, maka dari itu BPRS Gala Mitra Abadi

Purwodadi harus beradaptasi dengan lingkungan dan masyarakat di daerah Purwodadi, mengenal lebih dekat masyarakat dan mengetahui kebutuhan-kebutuhan masyarakat. Supaya masyarakat bisa mengenal lebih intens BPRS Gala Mitra Abadi Purwodadi dan tentunya bisa transaksi di BPRS¹.

B. Kendala yang Dihadapi BPRS Gala Mitra Abadi dan Cara Mengatasinya

Semakin berkembangnya masalah ekonomi masyarakat, maka berbagai kendala tidak mungkin di lepaskan dari BPRS termasuk BPRS Gala Mitra Abadi Purwodadi. Dalam menjalankan kegiatan operasionalnya BPRS Gala Mitra Abadi Purwodadi juga mempunyai kendala-kendala. Oleh karena itu di perlukan cara guna mempertahankan eksistensi BPRS Gala Mitra Abadi. Kendala-kendala yang dihadapi BPRS Gala Mitra Abadi purwodadi dalam pemasarannya adalah sebagai berikut:

1. Sumber Daya Manusia

Kendala yang dihadapi mengenai kurangnya SDM yang memadai yaitu berhubungan dengan kurangnya jumlah karyawan di BPRS Gala Mitra Abadi Purwodadi, dimana para karyawan merangkap pekerjaan bagian lainnya. Sehingga dalam hal penyampaian dan pengenalan produk kepada calon nasabah kurang efektif dan efisien. Dan dalam memasarkan produk juga kurang maksimal apalagi dalam memasarkan produk tabungan deposito ini. Disini BPRS Gala Mitra Abadi akan merekrut karyawan lagi dan nantinya mencoba memberikan cara untuk mengembangkan SDM yang ada yaitu dengan cara melakukan pelatihan seperti terjun ke lapangan, pengarahan, dan memotivasi karyawan agar selalu bersemangat dalam pekerjaannya dan bisa memasarkan produk tabunga deposito kepada masyarakat dan

¹Wawancara dengan *Manager Operasional* Bapak Angga Kurniawan, Tanggal 14 Januari 2016

bisa mengajak masyarakat untuk menjadi nasabah dan menggunakan produk tabungan deposito.

2. Variasi Produk

Di BPRS Gala Mitra Abadi masih kurang dalam varian produk. BPRS Gala Mitra Abadi masih mengupayakan penambahan produk baru untuk lebih melengkapi varian produk yang ada. Jika produk yang ditawarkan kepada masyarakat relatif tetap dan kadangkala BPRS tidak dapat menangkap gejala-gejala ekonomi dan bisnis yang ada di masyarakat, maka kebebasan dalam melakukan variasi produk di perlukan supaya BPRS Gala Mitra Abadi mampu tetap eksis di tengah-tengah masyarakat. Masalah produk juga dapat di atasi dengan dua cara yaitu:

a. Diversifikasi Produk

Diversifikasi produk merupakan pengembangan produk baru tetapi masih berhubungan dengan produk lama dan ditawarkan kepada pasar baru juga. strategi ini di perlukan dalam rangka memperoleh keuntungan yang lebih besar dari suatu jenis produk tertentu dengan mengorbankan keuntungan dari jenis produk lain.

b. Pengembangan Produk

Pengembangan produk merupakan penawaran produk baru atau produk yang diperbaiki/ disempurkan untuk pasar yang telah tersedia. Hal ini dimaksudkan untuk memperpanjang usia produk yang ditawarkan. Pada umumnya kegiatan pengembangan produk merupakan suatu usaha yang direncanakan dan dilaukan secara sadar untuk memperbaiki produk yang ada atau menambah banyak ragam produk yang dihasilkan dan dipasarkan.

3. Promosi

Kurangnya promosi yang dimaksud berhubungan dengan alat promosi seperti brosur yang berisi profil dari lembaga dan juga produk-produk

yang ditawarkan. BPRS Gala Mitra Abadi mengusahakan pembuatan brosur untuk lebih mengenalkan BPRS Gala Mitra Abadi dan khususnya untuk memudahkan dan menjelaskan produk-produk yang ada di BPRS Gala Mitra Abadi. Dalam hal ini promosi merupakan suatu kegiatan yang harus dilakukan. Karena dalam pasar semua orang diberikan kesempatan untuk memproduksi dan menjual pasar. Oleh karena itu di perlukan alat promosi yang tepat untuk membantu dalam mengenalkan BPRS dan produk-produknya di masyarakat. Salah satunya dengan brosur, sehingga BPRS Gala Mitra Abadi jangan hanya mengusahakan tetapi harus benar-benar di buat.

Selain kegiatan sosialisasi yang sudah dilakukan BPRS Gala Mitra Abadi harus terus berjalan di tengah masyarakat. Dengan menjelaskan penjelasan yang benar mengenai BPRS, sekaligus dengan mengajak mereka mengunjungi langsung kantornya, sehingga disaksikan bagaimana praktik-praktik pengelolaan dana di BPRS Gala Mitra Abadi itu berlangsung².

²Wawancara dengan *Manager Operasional* Bapak Angga Kurniawan, Tanggal 15 Januari 2016