

BAB IV

ANALISIS TENTANG STRATEGI, KENDALA YANG DIHADAPI OLEH PT BPRS GALA MITRA ABADI DALAM MENINGKATKAN DANA PIHAK KETIGA

A. Analisis Strategi BPRS Gala Mitra Abadi Dalam Meningkatkan Dana Pihak Ketiga

Banyak bank-bank yang melakukan berbagai macam strategi dalam meningkatkan dana pihak ketiganya. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis hal yang sama terjadi pada PT BPRS Gala Mitra Abadi . Strategi dapat didefinisikan 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.¹

Namun sebelum melangkah ke strategi apa yang dilaksanakan PT BPRS Gala Mitra Abadi terlebih dahulu memperhatikan proses (STP) *segmenting*, *targeting* dan *positioning* sebagai acuan dalam melaksanakan strategi dalam meningkatkan dana pihak ketiga.

1. *Segmenting*

¹ Husein Umar, *Desain Penelitian Manajemen Strategik*, Jakarta: Rajawali Pers, 2013, h. 16

Rasulullah melakukan segmentasi, beliau terlebih dahulu melakukan pengenalan market, sehingga mendapatkan detail konsumen yang diperlukan untuk melakukan proses segmentasi.

Setelah mengetahui market, barulah Rasul melakukan segmentasi pasar secara individu (*segmen of one*) atau yang sekarang dikenal dengan istilah identifikasi *market*. Dengan pengenalan yang mendalam, memungkinkan Nabi Muhammad untuk mengetahui bagaimana pola pendekatan yang harus dilakukan, sehingga dengan melakukan pendekatan ini memungkinkan untuk mengali hal-hal yang menjadi kebutuhan dan keinginan konsumen. Segmentasi dipraktekkan oleh Rasulullah memasuki segmen yang ada, yang terdiri dari berbagai tingkat dan kelas.²

Segmenting secara umum adalah mengklasifikasikan konsumen yang tersebar dipasaran. *Segmenting* berguna untuk mengelompokkan mereka pada satu kesatuan. Pengkelompokkan tersebut menjadi fokus sasarannya. Dengan ini dapat diperoleh beberapa keuntungan seperti mengenal khalayak secara spesifik termasuk karakteristik serta kebutuhannya.

Segmenting PT BPRS Gala Mitra Abadi adalah para pedagang klontong, pedagang di pasar, wiraswasta dan juga

² Dhar3216.blogspot.co.id/2010/18/segmentasi

keluarga. *Segmenting* tersebut didasarkan pada jenis produk yang dikeluarkan BPRS Gala Mitra Abadi dan mengacu kepada putusan pimpinan BPRS Gala Mitra Abadi.

2. *Targeting*

Targeting merupakan proses menentukan siapa (nasabah yang mana) dan berapa banyak yang ditawarkan produk yang akan kita jual. Proses ini mempertimbangkan segmentasi nasabah dan kesesuaian produk yang ditawarkan.

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.

3. *Positioning*

Positioning merupakan proses menentukan posisi produk sedemikian rupa sehingga pasar /nasabah yang menjadi sasaran mengenal tawaran dan citra khas perusahaan. Nasabah yang ingin menerapkan prinsip syariah memposisikan citra perusahaannya menjadi lembaga keuangan yang berbasis syariah sehingga penerapan riba yang masih kental dengan bank konvensional tidak lagi diterapkan di BPRS Gala Mitra Abadi Grobogan.

Dalam meningkatkan dana pihak ketiga BPRS Gala Mitra Abadi memiliki serangkaian strategi yang dapat mendukung segala usahanya, namun perkembangan teknologi, ekonomi,

dan pasar kemudian mendorong terjadinya persaingan yang lebih ketat.

Bank syariah adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang bank syariah dan unit usaha syariah, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatannya.³ Strategi pemasaran adalah seni dan ilmu memilih pasar sasaran dan meraih, mempertahankan, serta menumbuhkan pelanggan dan menciptakan, menghantarkan, serta menumbuhkan pelanggan dengan menciptakan, menghantarkan dan mengkomunikasikan nilai pelanggan yang unggul.⁴

Bank syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah. Bank syariah tidak hanya bertujuan untuk menjalankan usaha berdasarkan prinsip syariah, namun juga bertujuan menunjang pelaksanaan pembangunan nasional dalam rangka meningkatkan keadilan, kebersamaan dan pemerataan kesejahteraan rakyat.

Sejalan dengan fungsi tersebut bank syariah khususnya BPRS Gala Mitra Abadi memiliki banyak produk unggulan yang dapat memenuhi kebutuhan masyarakat maupun nasabahnya. Dapat dilihat dalam Bab III skripsi ini macama-

³ Abu Muhammad Dwiono, *Ayo ke Bank Syariah*, (Jakarta: Pustaka Ishlalul Ummah, 2013) , hlm, 5.

⁴ Philip Kotler , *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1*, (Jakarta: Erlangga, 2009,hlm.5.

macam produk dana pihak ketiga yang dimiliki oleh BPRS Gala Mitra Abadi cukup bervariasi. Dalam produk tabungan, BPRS Gala Mitra Abadi memiliki 2 macam produk diantaranya adalah Tabungan IB Gala Mitra dan Tabungan IB Gala Rencana. Dalam produk deposito, BPRS Gala Mitra Abadi memiliki Deposito Investasi Mitra IB.

BPRS Gala Mitra Abadi mempraktikkan konsep strategi *Marketing Mix 4P* (*Product, Price, Place and Promotion*) atau strategi produk, harga, tempat dan strategi promosinya sebagai berikut:

a. Produk

Rasulullah dalam praktik elemen produk selalu menjelaskan kualitas barang yang dijualnya. Kualitas yang dipesan oleh pelanggan selalu sesuai dengan barang yang diserahkan. Seandainya terjadi ketidakcocokkan, beliau mengajarkan bahwa pada pelanggan ada hak *khiyar*, dengan cara membatalkan jual beli.

BPRS Gala Mitra Abadi dalam prakteknya juga 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. BPRS Gala Mitra Abadi mengedepankan

kejujuran dan kualitas dari produknya yang sesuai dengan yang ditawarkan pada nasabahnya.

b. Harga

Dalam persaingan dunia bisnis, harga merupakan suatu hal yang penting. Harga yang ditetapkan harus kompetitif, antara bank satu dengan bank lain. Tidak diperbolehkan merugikan para pesaing, misalnya menjatuhkan harga yang bertujuan untuk mengalahkan pesaing dalam pandangan Islam sangat dilarang.

Dalam memtukan harga untuk awal mula membuka rekening tabungan saldo minimal pada setoran awal sebesar Rp 10.000,- dan Deposito Rp 500.000,-, BPRS Gala Mitra Abadi memberikan harga yang cukup bersaing daripada bank-bank syariah pada umumnya. Harga yang relatif terjangkau menjadi salah satu strategi BPRS Gala Mitra Abadi dalam meningkatkan dana pihak ketiga.

c. Lokasi

Tempat merupakan faktor penting dalam melakukan bisnis, semakin strategis tempat usaha maka kemungkinan besar akan semakin membawa keuntungan.

Dalam hal ini tempat kantor BPRS Gala Mitra Abadi kurang strategis. Letaknya dipinggiran kota sehingga masih banyak nasabah yang jarang kesana, meskipun dalam transaksi perbankannnya banyak akan tetapi nasabah tidak

secara langsung data ke bank, untuk tetap memenuhi kegiatan transaksi nasabah pihak bank melakukan sistem jemput bola sehingga nasabah tidak perlu datang langsung ke bank. Pihak karyawan bank yang akan mendatangi nasabah dalam transaksi perbankan tersebut.

d. Pelayanan

Suatu bisnis akan senantiasa berkembang dan sukses jika ditunjang dengan adanya pelayanan yang baik. 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.

e. Pelayanan setelah berbisnis

Pelayanan yang dilakukan sesuai dengan akad antara pihak BPRS Gala Mitra Abadi dan nasabahnya sesuai dengan kesepakatan. Nasabah funding yang dananya ditipkan pada pihak bank, segala bentuk kehilangan merupakan tanggung jawab penuh pihak bank. BPRS Gala Mitra Abadi bertanggung jawab penuh dalam menjaga dana titipan tersebut dan memebrikan bagi hasil sesuai yang telah disepakati.

Dalam menjalankan strategi pemasarannya untuk menghadapi persaingan bisnis maka pelaksanaanya BPRS Gala Mitra Abadi juga harus sesuai dengan karakteristik

pemasaran syariah yang terdiri dari beberapa unsur yaitu ketuhanan, etis, realistik, dan humanistik.⁵

1. Ketuhanan (*rabbaniyah*)

Teitis ketuhanan adalah salah satu keyakinan yang bulat, bahwa semua gerak gerak manusia selalu berada di bawah pengawasan Allah SWT. Bapak Saeful Anas memberikan penjelasan bahwa BPRS Gala Mitra Abadi dalam perilaku pemasarannya berusaha untuk tidak merugikan nasabah, tidak hanya mencari keuntungan namun diimbangi pula dengan keberkahan didalamnya.

Dari keterangan tersebut bahwa karakteristik ketuhanan sudah diterapkan dalam BPRS Gala Mitra Abadi. Bahwa segala sesuatu sudah ada yang mengawasi yang tidak bisa diragukan lagi.

2. Etis (*akhlaqiyah*)

Keistimewaan yang lain dari *syari'ah marketer* adalah mengedepankan masalah akhlak dalam seluruh aspek kegiatannya. Dalam pelaksanaan karakteristik ini dapat ditunjukkan BPRS Gala Mitra Abadi dalam pengelolaan karyawannya, memilih karyawannya dalam kesehariannya

⁵ Alma, *Manajemen ...*, h. 350

mengenakan jilbab bagi karyawan perempuan, dan dapat membaca Al-Qur'an.

3. Realistis (*al-waqi'iyah*)

Realistis yang artinya sesuai dengan kenyataan, tidak mengada-ada apalagi yang menjurus kepada kebohongan. Semua transaksi yang dilakukan harus berlandaskan pada realita, tidak membedakan orang, suku, warna kulit, semua tindakan penuh dengan kejujuran.

Dalam hal ini BPRS Gala Mitra Abadi dalam strategi pemasaran produknya jujur sesuai dengan apa yang ditawarkan kepada nasabah sesuai dengan perjanjian kedua belah pihak antara pihak bank dan nasabah. Dalam produk simpanan tabungan, BPRS Gala Mitra Abadi menawarkan produknya yang beban pajaknya ditanggung pihak bank, dalam realitanya penutupan rekening beban pajak ditanggung oleh pihak BPRS Gala Mitra Abadi. Pada produk deposito pihak bank memberikan bagi hasil sesuai kesepakatan yang disepakati.

Dalam sisi inilah syariah *marketing* berada, bergaul dan bersilaturrehmi melakukan transaksi bisnis di tengah-tengah realitas kemunafikan, kecurangan, kebohongan atau penipuan yang sudah biasa terjadi dalam dunia bisnis. Akan tetapi,

syariah *marketing* mengajari bagaimana bersikap tegar, *istiqamah*, dan menjadi cahaya ditengah spekulasi-spekulasi yang terjadi di dunia bisnis.⁶ Dalam sisi inilah syariah *marketing* berada, bergaul dan bersilaturrehmi melakukan transaksi bisnis di tengah-tengah realitas kemunafikan, kecurangan, kebohongan atau penipuan yang sudah biasa terjadi dalam dunia bisnis. Akan tetapi, syariah *marketing* mengajari bagaimana bersikap tegar, *istiqamah*, dan menjadi cahaya ditengah spekulasi-spekulasi yang terjadi di dunia bisnis.⁷ Allah SWT menjelaskan dalam firman-Nya, yaitu :

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَسْأَلُوا عَنْ أَشْيَاءَ إِن تُبَدَ لَكُمْ تَسْؤُكُمْ وَإِن تَسْأَلُوا عَنْهَا حِينَ يُنَزَّلُ الْقُرْءَانُ تُبَدَ لَكُمْ عَفَا اللَّهُ عَنْهَا وَاللَّهُ غَفُورٌ حَلِيمٌ ﴿١٠١﴾

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu menanyakan (kepada Nabimu) hal-hal yang jika diterangkan kepadamu akan menyusahkan kamu dan jika kamu menanyakan di waktu Al Quran itu diturunkan, niscaya akan diterangkan kepadamu, Allah memaafkan (kamu) tentang hal-hal itu. Allah Maha Pengampun lagi Maha Penyantun.” (QS. Al-Maidah : 101)⁸

⁶ Kertajaya, *Syariah ...*, h. 37-38

⁷ Kertajaya, *Syariah ...*, h. 37-38

⁸ Al-Qur'anul Karim, *Al-Qur'an Al-Karim ...*, (Al-Maidah) h. 125

4. Humanis (*insaniyyah*)

Humanistis atau *al-insaniyyah* yang artinya berperikemanusiaan, hormat menghormati sesama. Pemasaran berusaha membuat kehidupan menjadi lebih baik bukan merusak tatanan hidup di masyarakat.⁹ Keistimewaan syariah *marketing* yang lain yaitu humanistis universal, dengan memiliki nilai humanistis seorang pemasar akan terkontrol dan seimbang (*tawazun*), bukan menjadi manusia yang serakah, yang menghalalkan segala cara untuk meraih keuntungan yang sebesar-besarnya.

Pada nasabah pembiayaan yang macet pihak bank melakukan metode persuasif (kekeluargaan), jika nasabah ini memang karakternya bagus dan benar-benar kesulitan dalam membayar angsurannya pihak BPRS Gala Mitra Abadi melakukan restrukturisasi yaitu merubah angsuran nominal atau jangka waktu pembayarannya. Dalam hal ini BPRS Gala Mitra Abadi juga menambahkan bahwa mereka bekerja sambil ibadah yang tidak mencari keuntungan duniawi semata melainkan pencapaian akhirat dengan meringankan beban nasabah tersebut. Selain itu

⁹ Alma, *Manajemen ...*, h. 351

juga BPRS Gala Mitra Abadi mengedepankan prinsip kejujuran, menghindari suap.

Rasulullah adalah pelopor bisnis yang menggunakan prinsip kejujuran sertatransaksi bisnis yang adil. Beliau juga tidak segan mensosialisasikan prinsip-prinsip bisnisnya dalam bentuk edukasi dan pernyataan tegas kepada para pebisnis lainnya.¹⁰ Menurut Hermawan Kertajaya ada empat hal yang menjadi *key success factors* (KSF) dalam mengelola bisnis yang merupakan sifat-sifat Rasulullah antara lain, *shiddiq, amanah, fathanah*, dan *Thabligh*.¹¹ Sedangkan menurut Syafii Antonio sifat-sifat yang dimiliki Rasulullah ada lima antara lain, benar (*shiddiq*), *amanah, fathonah, tabligh*, dan berani (*syaja'ah*).¹²

a. *Shiddiq*

Shiddiq (benar dan jujur) harus tercermin dalam melakukan pemasaran, dalam berhubungan dengan pelanggan, dalam bertransaksi dengan nasabah, dan dalam membuat perjanjian dengan mitra bisnisnya. Rasulullah senantiasa mengedepankan kebenaran informasi yang diberikan dan jujur dalam menjelaskan

¹⁰ *Ibid.* h. 173

¹¹ Kertajaya, *Syariah ...*, h. 120

¹² Alma, *Manajemen ...*, h. 256

keunggulan produk-produk yang dimiliki.¹³ Nilai dasarnya adalah integritas, nilai-nilai dalam bisnisnya berupa jujur, ikhlas, terjamin, dan keseimbangan emosional.¹⁴ Rasulullah jujur terhadap semua pelanggannya saat memasarkan barang, Beliau menjelaskan keunggulan dan kelemahan produk, kejujuran adalah *brand*-nya.¹⁵

Dalam menjalankan strateginya BPRS Gala Mitra Abadi senantiasa mengedepankan kebenaran informasi tentang penawaran produk dan menjelaskan keunggulan produknya sesuai realitanya. Dalam proses pemasarannya BPRS Gala Mitra Abadi transparan dalam perincian dananya khususnya produk funding laporan neraca dengan melampirkan pada papan informasi disamping meja teller, sehingga nasabah tahu perkembangan dana pada BPRS Gala Mitra Abadi.

b. *Amanah*

Amanah artinya dapat dipercaya, bertanggung jawab, dan kredibel. *Amanah* bisa juga bermakna keinginan untuk memenuhi sesuatu sesuai dengan

¹³ Kertajaya dan, *Syariah ...*, h. 121

¹⁴ Alma, *Manajemen ...*, h. 256

¹⁵ Rifai, *Islamic ...*, h. 174

ketentuan. Konsekuen amanah adalah mengembalikan setiap hak kepada pemiliknya, baik sedikit ataupun banyak daripada yang dimiliki, dan tidak mengurangi hak orang lain, baik berupa hasil penjualan, *fee*, jasa atau upah.¹⁶ Nabi Muhammad selalu berusaha memenuhi janji, firman Allah Swt:¹⁷

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَوْفُوا بِالْعُقُودِ ۚ أُحِلَّتْ لَكُمْ بَهِيمَةُ الْأَنْعَامِ إِلَّا مَا يُنْتَلَىٰ عَلَيْكُمْ غَيْرَ مُحِلِّي الصَّيْدِ وَأَنْتُمْ حُرْمٌ ۗ إِنَّ اللَّهَ يَحْكُمُ مَا يُرِيدُ

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, penuhilah aqad-aqad itu. Dihalalkan bagimu binatang ternak, kecuali yang akan dibacakan kepadamu. (yang demikian itu) dengan tidak menghalalkan berburu ketika kamu sedang mengerjakan haji. Sesungguhnya Allah menetapkan hukum-hukum menurut yang dikehendaki-Nya.” (QS Al-Maidah 5:1)¹⁸

BPRS Gala Mitra Abadi dalam mengelola dana nasabah sesuai dengan kesepakatan antara pihak bank dan nasabah, namun dalam sistem bagi hasil pembiayaan belum mempraktekkan sesuai dengan prinsip syariah bahwa dalam bagi hasil rugi dan

¹⁶ Kertajaya, *Syariah ...*, h. 125

¹⁷ Rifai, *Islamic ...*, h. 175

¹⁸ Al-Qur'anul arim, *Al-Qur'an Al-Karim ...*, (Al-Maidah) h. 107

untung ditanggung bersama, tetapi dalam konteksnya BPRS Gala Mitra Abadi seperti bank pada umumnya. Nasabah tetap harus membayar kewajibannya dalam angsuran pembiayaan meskipun pihak nasabah mengalami kerugian. Walaupun sistemnya masih seperti itu, BPRS tetap amanah dan bertanggung jawab dalam mengelola dana nasabah dan transparan dalam perkembangan dananya.

c. *Fathanah*

Fathanah dapat diartikan sebagai intelektual, kecerdasan atau kebijaksanaan. Dalam bisnis, implikasi sifat *fathanah* adalah bahwa segala aktivitas dalam manajemen suatu perusahaan harus dengan kecerdasan, dengan mengoptimalkan semua potensi akal yang ada untuk mencapai tujuan. Memiliki sifat jujur, benar dan bertanggung jawab tidak cukup dalam mengelola bisnis secara profesional. Para pelaku bisnis syariah juga harus memiliki sifat *fathanah*, yaitu sifat cerdas, cerdik, dan bijaksana, agar usahanya bisa lebih efektif dan efisien serta mampu menganalisis situasi persaingan (*competitive setting*) dan perubahan-perubahan (*change*) di masa yang akan

datang.¹⁹ Nilai dasarnya adalah memiliki pengetahuan luas, nilai-nilai dalam bisnis ialah memiliki visi, pemimpin yang cerdas, sadar produk dan jasa, serta belajar berkelanjutan.²⁰

Dalam konteks ini BPRS Gala Mitra Abadi menerapkannya dalam hal pengelolaan karyawan. BPRS Gala Mitra Abadi senang pada karyawan yang cakap dan pintar dalam hal pemasaran dan cakap pada bidangnya.

d. *Tabligh*

Sifat *tabligh* artinya komunikatif dan argumentatif, seorang pemasar harus mampu menyampaikan keunggulan-keunggulan produknya dengan jujur dan tidak harus berbohong dan menipu pelanggan. Dia harus menjadi seorang komunikator yang baik yang bisa berbicara benar dan *bi al-hikmah* (bijaksana dan tepat sasaran) kepada mitra bisnisnya.²¹ Nilai dasarnya adalah komunikatif dan nilai bisnisnya ialah supel, penjual yang cerdas, deskripsi tugas, delegasi wewenang, kerja tim, koordinasi, mempunyai

¹⁹ Kertajaya, *Syariah ...*, h. 130

²⁰ Alma, *Manajemen...*, h. 256

²¹ Kertajaya, *Syariah ...*, h. 132

kendali dan supervisi.²² Allah berfirman sebagai berikut:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا
يُصْلِحْ لَكُمْ أَعْمَالَكُمْ وَيَغْفِرْ لَكُمْ ذُنُوبَكُمْ ۗ وَمَنْ يُطِيعِ اللَّهَ وَرَسُولَهُ فَقَدْ فَازَ فَوْزًا عَظِيمًا

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kamu kepada Allah dan Katakanlah Perkataan yang benar, niscaya Allah memperbaiki bagimu amalan-amalanmu dan mengampuni bagimu dosa-dosamu. dan Barangsiapa mentaati Allah dan Rasul-Nya, Maka Sesungguhnya ia telah mendapat kemenangan yang besar.” (QS. Al-Ahzab: 70-71)²³

Sejak abad ke-7 Rasulullah mengajarkan kepada umatnya bagaimana berdagang yang benar. Beliau sangat mengutamakan perilaku jujur, ikhlas, profesionalisme, silaturahmi, murah hati.

BPRS Gala Mitra Abadi dalam menghadapi para pesaingnya dengan cara menganggap para pesaing adalah mitra untuk dijadikan motivasi, mengedepankan kejujuran dalam menawarkan produknya, profesional dalam bekerja.

²² Alma, *Manajemen ...*, h. 257

²³ Al-Qur'anul arim, *Al-Qur'an Al-Karim ...*, (Al-Ahzab)

B. Analisis Dampak Dari Strategi Pemasaran BPRS Gala Mitra Abadi Dalam Meningkatkan Dana Pihak Ketiga.

BPRS Gala Mitra Abadi dalam melakukan strategi pemasarannya dengan menggunakan (STP) *segmenting, targeting* dan *positioning*, serta *marketing mix* sebagai acuan dalam meningkatkan dana pihak ketiga. BPRS Gala Mitra Abadi dalam menjalankan strategi tersebut sangat berdampak pada dana pihak ketiganya. Digambarkan pada tabel berikut :

Berikut posisi *funding* DPK.

No.	Tahun	Bentuk	Jumlah		Ket. Per triwulan
			Nasabah	Nominal (Rp)	
1	2014	Tabungan IB Gala Mitra	1.536	Rp1.296.124.000	Maret
			1.586	Rp1.254.876.000	September
			1.636	Rp932.839.000	Desember
	2015		1.611	Rp1.999.803.000	Maret
			1.820	Rp1.398.667.000	September
			1.978	Rp1.345.783.000	Desember
	2016		2.079	Rp4.143.074.000	Maret
			2.025	Rp1.236.378.000	September
2	2014	Tabungan IB Gala Rencana	14	Rp6.657.000	Maret
			15	Rp17.558.000	September
			15	Rp13.842.000	Desember

	2015		14	Rp12.768.000	Maret
			14	Rp2.680.000	September
			14	Rp2.711.000	Desember
	2016		14	Rp3.412.000	Maret
			13	Rp62.772.000	September
3	2014	Deposito Mudharabah	325	Rp2.490.610.000	Maret
			327	Rp2.744.910.000	September
			342	Rp3.047.810.000	Desember
	2015		361	Rp7.730.120.000	Maret
			351	Rp4.247.810.000	September
			331	Rp5.502.415.000	Desember
	2016		320	Rp10.241.004.000	Maret
			319	Rp4.838.716.000	September

- Data DPK yang diolah

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa produk Tabungan IB Gala Rencana termasuk produk yang menjadi produk unggulan BPRS Gala Mitra Abadi, terbukti dengan jumlah nasabah yang sangat banyak dibandingkan dengan produk-produk simpanan lainnya selain itu juga memiliki dana yang juga besar setelah produk Deposito Mudharabah. Produk ini menjadi salah satu produk yang banyak diminati para nasabah karena fleksibel, dapat ditarik kapan saja, berbeda dengan produk Tabungan IB Gala Rencana dan Deposito Mudharabah yang dapat diambil dengan waktu yang sudah ditentukan serta pajak yang ditanggung oleh bank. Tabungan IB Gala

Rencana pada posisi terendah dengan jumlah nasabah 13 orang dan jumlah aset dana Rp 62.772.000 pada tahun 2016. Semakin menurunnya minat nasabah memilih produk ini, menurut Direktur BPRS Gala Mitra Abadi faktor tersebut dipengaruhi oleh perekonomian yang sekarang ini semakin sulit, persaingan yang semakin ketat antar bank lainnya dan koperasi yang semakin banyak di Grobogan serta hadiah yang jauh lebih menarik.

Strategi pemasaran yang digunakan BPRS Gala Mitra Abadi sangat mempengaruhi aset dana pihak ketiga. Berikut tabel pertumbuhan aset BPRS Gala Mitra Abadi dari tahun 2014-2016 :

Tabel 1.3

Aset DPK

No	Tahun	Jumlah Aset DPK
1	2014	Rp3.994.491.000
2	2015	Rp6.850.909.000
3	2016	Rp6.137.866.000

- Data DPK yang diolah

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa pada tahun 2014 aset BPRS Gala Mitra Abadi berjumlah sebesar Rp 3.994.491.000,- ,pada tahun 2015 mengalami kenaikan 71,5 % yang berjumlah Rp 2.856.418.000,- ,

kemudian pada tahun 2016 mengalami penurunan 1,45% yang berjumlah Rp 713.043.000,-.

Pada strategi pemasaran 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. Pada produk Tabungan IB Gala Rencana yang menempati posisi terendah pada produk *fundingnya*. 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 masyarakatnya 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 memfokuskan pada tabungan talangan haji karena di Indonesia khususnya di Kabupaten Grobogan, Jawa Tengah 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.