

BAB III

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Profil PT. BPRS Bangun Drajad Warga Yogyakarta

1. Sejarah BPRS Bangun Drajad Warga Yogyakarta

PT. BPRS Bangun Drajad Warga merupakan salah satu Lembaga Keuangan Syariah yang telah berdiri sejak tahun 1993. Maksud dan tujuan Perseroan, menjalankan usaha dalam bidang usaha sebagai Bank Pembiayaan Rakyat yang semata – mata akan beroperasi dengan sistim bagi hasil, baik terhadap debitur maupun krediturnya, menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk deposito berjangka dan tabungan, memberikan pembiayaan bagi pengusaha kecil dan / atau masyarakat pedesaan.

2. Visi dan Misi

a. Visi

Menjadikan PT. BPR Syari'ah Bangun Drajad Warga Sebagai Lembaga Keuangan Syari'ah yang unggul dan terpercaya.

b. Misi

- i) Mengembangkan dan mensosialisasikan pola, sistem dan konsep perbankan syari'ah.
- ii) Memajukan PT. BPRS BDW dengan prinsip bagi hasil yang saling menguntungkan antara nasabah dan PT. BPRS BDW dalam kerangka amar ma'ruf nahi munkar.

- iii) Mendapatkan profit sesuai dengan target yang ditetapkan.
- iv) Memberikan kesejahteraan kepada pengguna jasa, pemilik, pengurus dan pengelola PT.BPRS BDW secara layak.

3. Produk Pembiayaan di PT. BPRS Bangun Drajad Warga

a. Pembiayaan iB Jual Beli

BPRS bangun drajad warga menawarkan kerjasama bagi mitra yang membutuhkan fasilitas untuk kepemilikan maupun pembelian, antara lain :

- Kendaraan
- Barang Elektronika
- Tanah
- dan lain sebagainya

baik secara perseorangan maupun secara kolektif dengan margin yang kompetitif dan selanjutnya pembiayaan ini dengan sistem jual-beli barang sebesar harga pokok barang ditambah dengan margin / keuntungan yang telah disepakati bersama dengan jangka waktu tertentu yang selanjutnya di akad kan dengan prinsip *murabahah*. Syarat dan ketentuan :

Mengisi formulir permohonan pembiayaan dan melampirkan data :

- Foto Copy KTP Pemohon
- Foto Copy KTP Suami / Isteri
- Foto Copy Kartu Keluarga / C1
- Foto Copy Akta / Surat Nikah

- Foto Copy Slip Gaji / Data Keuangan Usaha
- Foto Copy jaminan (BPKB Kendaraan, Sertifikat Tanah, Deposito, dll)

b. **Pembiayaan iB BDW Multi Jasa**

PT. bprs bangun drajat warga juga menawarkan kerjasama bagi mitra dalam bentuk multijasa dengan pembiayaan sistem sewa yang telah disepakati bersama dengan pengembalian secara angsuran, antara lain :

- Biaya Sekolah
- Biaya Rumah Sakit
- dan lain-lain

selanjutnya pembiayaan ini dengan sistem sewa sebesar biaya jasa ditambah dengan ujah / jasa yang telah disepakati bersama dengan jangka waktu tertentu yang selanjutnya di akad kan dengan prinsip *ijarah multijasa*. Syarat dan ketentuan :

Mengisi formulir permohonan pembiayaan dan melampirkan data

- Foto Copy KTP Pemohon
- Foto Copy KTP Suami / Isteri
- Foto Copy Kartu Keluarga / C1
- Foto Copy Akta / Surat Nikah
- Foto Copy Slip Gaji / Data Keuangan Usaha
- Foto Copy jaminan (BPKB Kendaraan, Sertifikat Tanah, Deposito, dll)

c. Pembiayaan iB BDW Sewa

PT. Bprs Bangun Drajat warga juga menawarkan kerjasama dalam bentuk sewa-menyewa atas manfaat suatu barang dan / atau jasa antara obyek sewa dengan penyewa untuk mendapatkan imbalan jasa (*ujrah*) bagi pemilik obyek sewa, untuk sewa menyewa antara lain :

- Sewa rumah
- Sewa ruko / tempat usaha
- Dan lain-lain

selanjutnya pembiayaan ini dengan sistem sewa menyewa barang sebesar harga pokok sewa barang ditambah dengan *ujrah* / jasa yang telah disepakati bersama dengan jangka waktu tertentu yang selanjutnya di akad kan dengan prinsip *ijarah*. Syarat dan ketentuan :

Mengisi formulir permohonan pembiayaan dan Melampirkan data

- Foto Copy KTP Pemohon
- Foto Copy KTP Suami / Isteri
- Foto Copy Kartu Keluarga / C1
- Foto Copy Akta / Surat Nikah
- Foto Copy Slip Gaji / Data Keuangan Usaha
- Foto Copy jaminan (BPKB Kendaraan, Sertifikat Tanah, Deposito, dll)

d. Pembiayaan iB BDW Modal Kerja

PT. bprs bangun drajat warga juga menawarkan kerjasama bagi mitra yang membutuhkan penguatan modal untuk pengembangan usaha dengan fasilitas modal 100 % sesuai kebutuhan nasabah dengan pembagian keuntungan sesuai dengan nisbah bagi hasil yang telah disepakati bersama yang selanjutnya di akad kan dengan prinsip *mudharabah*. Syarat dan ketentuan :

Mengisi formulir permohonan pembiayaan dan melampirkan data

- Foto Copy KTP Pemohon
- Foto Copy KTP Suami / Isteri
- Foto Copy Kartu Keluarga / C1
- Foto Copy Akta / Surat Nikah
- Foto Copy Slip Gaji / Data Keuangan Usaha
- Foto Copy jaminan (BPKB Kendaraan, Sertifikat Tanah, Deposito, dll)

e. Pembiayaan iB BDW Modal Kerja Bersama

PT. BPRS Bangun Drajat Warga juga menawarkan kerjasama bagi mitra yang membutuhkan penambahan permodalan untuk menjalankan usaha dengan fasilitas modal sesuai dengan kesepakatan para pihak (*bank dan para mitra*) dengan pembagian keuntungan sesuai dengan nisbah bagi hasil yang telah disepakati bersama dan selanjutnya di akad kan dengan prinsip *musyarakah*.

B. Strategi pemasaran PT. BPRS Bangun Drajad Warga Yogyakarta Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Pembiayaan

1. Strategi Pemasaran yang digunakan oleh BPRS Bangun Drajad Warga dalam Rangka Meningkatkan Jumlah Nasabah Pembiayaan

Salah satu strategi pemasaran yang dilakukan oleh PT.BPRS Bangun Drajad Warga dalam meningkatkan jumlah nasabah pembiayaan adalah dengan melakukan pemasaran produk pembiayaan yang mengacu pada unsur pemasaran atau sering disebut sebagai *marketing mix* yang terdiri dari *product, price, promotion, place participant, process* dan *physical evidence*. Strategi tersebut digunakan dalam rangka meningkatkan jumlah nasabah pembiayaan.

Berikut merupakan strategi pemasaran yang digunakan oleh BPRS Bangun Drajad Warga dalam rangka meningkatkan jumlah nasabah pembiayaan :

a. Produk (*Product*)

PT. BPRS Bangun Drajad Warga Yogyakarta mempunyai beberapa produk pembiayaan unggulan dimana produk tersebut merupakan produk yang banyak diminati oleh masyarakat. Salah satu produk pembiayaan yang paling banyak disalurkan oleh BPRS Bangun Drajad Warga adalah produk pembiayaan dengan akad

musyarakah (akad kerjasama), karena pada dasarnya PT. BPRS Bangun Drajad Warga banyak menyalurkan pembiayaan kepada Amal Usaha Muhammadiyah. Selain akad *musyarakah*, nasabah pembiayaan pada BPRS ini sering menggunakan akad *murabahah* (jual beli) dan disusul dengan akad *mudharabah*.

Tabel 3.1

Berikut merupakan tabel jumlah nasabah pembiayaan pada 5 tahun terakhir di PT. BPRS Bangun Drajad Warga Kota Yogyakarta.

Tahun	Jumlah Nasabah Pembiayaan							TOTAL
	Qardh	Ijarah	Ijarah Multijasa	Murabahah	Mudharabah	Mudharabah Muqayyadah	Musyarakah	
2013	2	28	33	641	227	2	16	949
2014	2	27	55	799	191	1	12	1087
2015	1	27	43	777	190	-	16	1054
2016	1	22	24	619	155	-	21	842
2017	1	20	38	865	180	-	13	1117

b. Harga (*Price*)

Berdirinya lembaga keuangan termasuk BPRS tidak lepas dari tujuan utamanya yaitu mencari keuntungan dari hasil

usahanya. Pembiayaan merupakan salah satu keuntungan terbesar yang didapatkan oleh lembaga keuangan layaknya BPRS, akan tetapi risiko dan persaingan yang dihadapi juga semakin besar. Dalam hal ini PT. BPRS Bangun Drajad Warga dalam rangka meningkatkan jumlah nasabah dan mempertahankan nasabahnya melakukan strategi berupa pemberian harga yang murah (menurunkan nilai penjualan) kemudian diimbangi dengan meningkatkan pelayanan yang prima bagi nasabahnya.

c. Penempatan Distribusi (*placement*)

PT. BPRS Bangun Drajad Warga memiliki beberapa kantor kas dan kantor cabang yang menjadikan nasabah mudah menjangkau ketika transaksi.

d. Promosi (*Promotion*)

Tujuan dari promosi ini adalah agar masyarakat mengenal dan tahu akan produk pembiayaan yang ada di BPRS Bangun Drajad Warga Kota Yogyakarta. Dalam hal ini promosi akan mampu menarik dan mempertahankan nasabah pembiayaan.

Adapun cara yang dilakukan oleh BPRS Bangun Drajad Warga dalam melakukan promosi adalah :

e. Dari mulut ke mulut

Apabila nasabah pertama di BPRS Bangun Drajad Warga ini puas dengan pelayanan yang diberikan , maka ia akan memberikan saran atau rekomendasi kepada orang lain untuk menggunakan jasa dan produk pembiayaan di PT.BPRS Bangun Drajad Warga Kota Yogyakarta.

f. Promosi di media sosial

Hal ini dirasa mampu menarik dan mempertahankan nasabah pembiayaan karena era teknologi saat ini sudah banyak orang yang mengenal internet atau media sosial lainnya.

g. Melakukan sosialisasi

Sosialisasi ini diharapkan mampu menambah pengetahuan nasabah serta menarik minat nasabah untuk melakukan pembiayaan di BPRS Bangun Drajad Warga

h. Iklan melalui radio

2. Strategi Pemasaran yang dinilai Paling Tepat dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Pembiayaan di BPRS Bangun Drajad Warga Kota Yogyakarta

Tingginya persaingan lembaga keuangan bank termasuk didalamnya yaitu Bank Pembiayaan Rakyat Syariah merupakan salah satu kendala yang harus dihadapi. Bank harus mempunyai

strategi yang menarik dalam meningkatkan atau mempertahankan nasabahnya.

Pada wawancara peneliti dengan kepala bagian marketing PT. BPRS Bangun Drajad Warga Kota Yogyakarta yaitu bapak H.M. Wachid Achamadibeliau mengungkapkan bahwa salah satu strategi yang mampu menarik nasabah dengan mudah adalah dengan cara memberikan harga yang murah atau menurunkan harga jual dan memaksimalkan pelayanan.

“Menurunkan nilai jual diakhir, rencananya kita mau menurunkan nilai karena persaingan yg semakin tinggi dan akan lebih terfokus pada pelayanan yang berikan”(H.M. Wachid Achamadi kepala bagian marketing PT.BPRS Bangun Draja Warga Kota Yogyakarta pada tanggal 21 Mei 2018 pukul 08:23 WIB)

3. Segmentasi Pasar dan Pasar Sasaran Jasa

Dasar dasar alternative segmentasi di PT.BPRS Bangun Drajad Warga tertuju pada bagaimana respon konsumen terhadap respon promosi dan loyalitas nasabah, dalam hal ini nasabah yang loyal terhadap produk jasa yang ada di PT BPRS Bangun Drajad Warga akan diberikan reward berupa penurunan nilai jual.

Sementara untuk penentuan pasar sasaran PT.BPRS Bangun Drajad Warga mempunyai satu fokus dimana amal usaha

muhammadiyah menjadi peluang pasar yang besar dalam memasarkan produk jasanya.

Pada pemasaran jasa, produsen (pihak Bank) dan pelanggan (nasabah) akan berinteraksi langsung pada saat terjadi pemberian jasa yang digunakan oleh nasabah maka akan ada proses produksi dan konsumsi yang dilakukan pada saat bersamaan dalam hal ini pemasaran akan lebih berfungsi sebagai fasilitator atau dapat dikatakan sebagai media yang mampu mempermudah terjadinya transaksi antara pihak bank dan nasabah.

Faktor utama dalam suatu pemasaran meliputi pihak perusahaan(bank), pelanggan(nasabah) dan karyawan. Interaksi tersebut terdapat dalam aktivitas-aktivitas external marketing, internal marketing dan interactive marketing. External marketing akan menggambarkan hubungan antara perusahaan(pihak bank) dengan pelanggannya, yang ditunjukkan dalam aktivitas pemasaran (marketing mix) antara lain 4 P (product, price, place dan promotion) .

(Kotler 1994 dalam Parasuraman 2000) mengemukakan pendapat bahwasannya dalam pemasaran yang berunsurkan jasa akan ada faktor lain yang sangat berpengaruh yaitu interactive marketing. Hal ini berkaitan dengan bagaimana karyawan (marketing) akan memberikan pelayanan yang sesuai dan menumbuhkan suatu kesan yang baik terhadap pelanggan.

Sementara hubungan lain yang dirasa penting adalah bagaimana interaksi antara karyawan dengan perusahaan atau dikenal juga sebagai internal marketing. Internal marketing sendiri harus memperlakukan karyawan layaknya pelanggan, oleh karena itu mereka perlu disediakan berupa pelatihan yang baik, dukungan, motivasi maupun penghargaan yang memadai, sehingga mereka mau dan mampu melayani pelanggan secara baik sesuai harapan perusahaan.

4. Faktor- Faktor yang Mempengaruhi Peningkatan Jumlah Nasabah di PT. BPRS bangun Drajad Warga Kota Yogyakarta

Ada beberapa faktor dimanafaktor tersebut sangat berpengaruh terhadap minat nasabah untuk melakukan pembiayaan, karena dari minat tersebut akan berpengaruh terhadap jumlah nasabah yang ada di PT.BPRS Bangun Drajad Warga Kota Yogyakarta yang akan menggunakan produk pembiayaan

Dari hasil wawancara peneliti dengan kepala bagian marketing dapat diaalisis bahwa faktor yang berpengaruh dengan meningkatnya jumlah nasabah adalah Pemasaran dan promosi, pelayanan, persaingan,loyalitas terhadap nasabah (termasuk bagaimana cara mempertahankan nasabah).

“Dari iklan yang sering disebarkan dari medsos (promotion) terutama nasabah2 yang biasanya pada mengelinkkan (memperkenalkan ke tetangga-tetangganya)”

“Sosialisasi, pernah menggunakan iklan radio tapi kurang maksimal untuk sekarang lebih menggunakan Instagram.”

“Menurunkan nilai jual diakhir, rencananya kita mau menurunkan nilai jual karena persaingan yg semakin tinggi dan akan lebih terfokus pada pelayanan yang berikan.

Hal ini juga diperkuat dengan pendapat dari salah satu dosen ahli dalam pemasaran Aqidah Asri Swarsi, M.E.I memberikan pernyataan bahwa memasarkan produk melalui media sosial mungkin merupakan salah satu strategi yang bagus hal ini berkaitan dengan adanya perkembangannya pola pikir manusia yang pemikirannya milenial, namun selain media sosial, pemasaran dapat dilakukan dengan menyebarkan brosur, menerbitkan laporan publikasi tahunan, *annual report* yang akan berdampak baik terhadap BPRS Bangun Drajad Warga karena dari situ akan terlihat *trust* masyarakat apabila yang kesulitan dalam mengakses media sosial.

Berkaitan dengan menurunkan nilai jual Aqidah Sri Swarsi, M.E.I mengemukakan bahwa menurunkan harga jual dapat dilakukan sebagai salah satu strategi pemasaran akan tetapi harus diimbangi dengan beban operasional dan resiko bank, ketika hal tersebut dapat diatasi maka penurunan harga jual akan memberikan keuntungan kepada nasabah dan dapat dikatakan bahwa ini adalah strategi yang cukup efektif .

5. Kendala yang dihadapi oleh PT.BPRS Bangun Drajad Warga dalam proses Pemasaran Pembiayaan

Beberapa kendala yang dihadapi oleh PT.BPRS Bangun

Drajad Warga dalam memasarkan produk pembiayaan adalah :

A) Produk

- a. Rendahnya pengetahuan masyarakat mengenai produk pembiayaan yang mana produk tersebut berlandaskan pada hukum islam dan tanpa riba.

B) Harga

Banyaknya lembaga keuangan konvensional yang mana telah lama dikenal oleh masyarakat dan menawarkan harga yang lebih murah sehingga masyarakat selalu mempertimbangkan hal tersebut.

C) Promosi

- a. Terkadang promosi yang dilakukan oleh PT.BPRS Bangun Drajad Warga masih belum maksimal sehingga masyarakat masih belum tertarik menggunakan produk pembiayaan di BPRS Bangun Drajad Warga.
- b. Lemahnya masyarakat akan pengetahuan mengenai pembiayaan syariah, maka SDM PT.BPRS Bangun Drajad Warga harus menjelaskan secara detail letak syariah dalam pembiayaan tersebut.

Dari kendala yang dihadapi oleh PT. BPRS Bangun Drajad Warga dosen program studi Ekonomi Syariah Aqidah Sri Swarsi,M.E.I sekaligus dosen ahli pemasaran mengemukakan beberapa hal yang dirasa mampu meminimalisir kendala tersebut diantaranya sosialisai sehingga pihak

BPRS Bangun Drajad Warga mampu bergandengan dengan tokoh masyarakat, dai atau penceramah yang nantinya akan mengenalkan kepada masyarakatnya berkaitan dengan ilmu fiqih muamalah dasar, sehingga pengetahuan masyarakat akan bertambah berkaitan dengan peranan BPRS Bangun Drajad Warga di kota Yogyakarta.

Kemudian yang kedua karena PT.BPRS Bangun Drajad Warga merupakan perusahaan jasa maka harus menggunakan 7P karena perusahaan jasa harus mengutamakan dalam hal pelayanan, oleh karna itu 7 strategi ini harus di jalankan.

Unsur dalam strategi pemaaran meliputi 7P , dimana unsur tersebut sangat berpengaruh dalam meningkatkan dan mempertahankan nasabah pembiayaan. Di PT.BPRS Bangun Drajad Warga telah mengacu pada unsur 7P tersebut, namun belum sepenuhnya diterapkan. Beberapa unsur yang sudah ada yaitu 4P. Produk pembiayaan yang ada di PT.BPRS Bangun Drajad Warga meliputi:

- i. Produk pembiayaan dengan akad *Qardh*
- ii. Produk pembiayaan dengan akad *Ijarah*
- iii. Produk pembiayaan dengan akad *Ijarah Multijasa*
- iv. Produk pembiayaan dengan akad *Murabahah*
- v. Produk pembiayaan dengan akad *Mudharabah Muqoyyadah*

vi. Produk pembiayaan dengan akad *Musyarakah*

1. Harga yang diberikan oleh PT.BPRS Bangun Drajad Warga relatif murah karena banyaknya persaingan , kemudian adanya bonus bagi nasabah yang terpilih dan selalu mengedepankan pelayanan produk pembiayaan
2. Promosi produk pembiayaan di PT.BPRS Bangun Drajad Warga biasanya melalui sosialisasi, kemudian mulut ke mulut, melalui sosial media, radio dan brosur. Di mana tujuan promosi ini adalah untuk menawarkan kepada masyarakat agar nantinya mampu menarik dan mempertahankan nasabah.

Selanjutnya bahwa PT.BPRS Bangun Drajad Warga merupakan salah satu bank yang dimiliki oleh Muhammadiyah, maka PT.BPRS Bangun Drajad Warga lebih fokus kepada penyaluran pembiayaan untuk Amal Usaha Muhammadiyah sehingga fokus kepada masyarakat umum kurang maksimal. Pernyataan ini ditambahkan oleh dosen pemasaran Aqidah Sri Swarsi,M.E.I Menurutnya hal itu merupakan pemasaran yang khusus, berbeda dengan yang lainnya. Karena PT.BPRS Bangun Drajad Warga merupakan lembaga keuangan di bawah instansi besar Muhammadiyah maka secara organisasi anggota-anggota atau badan ortomnya besar sebenarnya artinya promosi

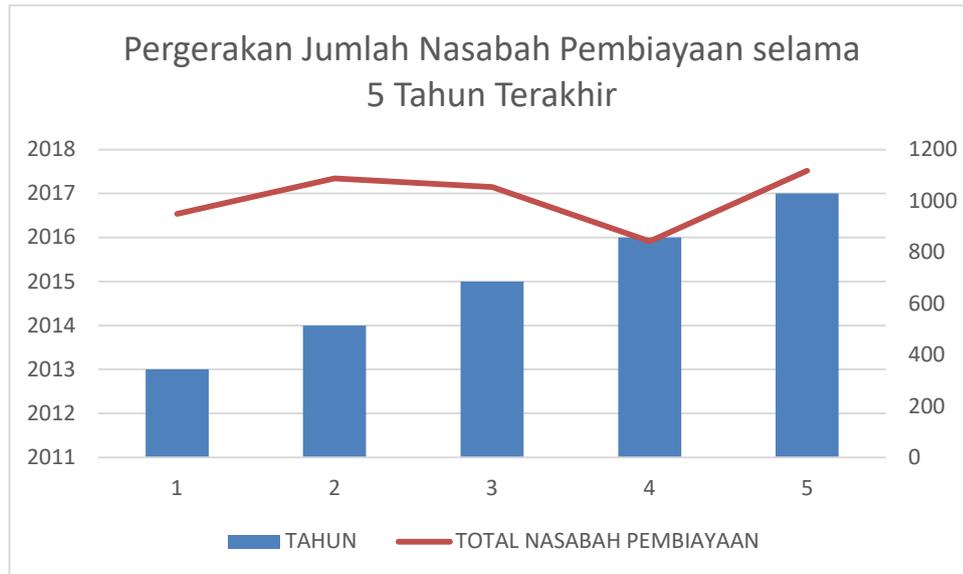
khususpun sudah jadi strateginya karena sudah terlihat jelas segmentasi pasarnya .

Kendala yang dihadapi oleh PT.BPRS Bangun drajad warga adalah dalam proses pemasaran produk yang kurang maksimal, warga yang kurang paham akan produk syariah sehingga SDM yang dimiliki oleh PT.BPRS Bangun Drajad Warga harus benar-benar memahami produk pembiayaan serta persaingan lembaga keuangan konvensional yang menawarkan harga lebih murah.

Jumlah Nasabah Pembiayaan selama 5 Tahun Terakhir di PT. BPRS Bangun Drajad Warga Kota Yogyakarta

Tabel 3.2

Tahun	2013	2014	2015	2016	2017
Total Nasabah Pembiayaan	949	1087	1054	842	117



Gambar 4.1

Pada tabel dan grafik diatas dapat dianalisis bahwa:

- a. Meningkatnya jumlah nasabah tidak selalu meningkat pula jumlah atau total plafond yang di salurkan oleh pihak bank, maka belum tentu bahwa jumlah nasabah yang tinggi akan mengakibatkan jumlah plafond yang disalurkan akan tinggi pula (penjelasan ada di tabel selanjutnya)
- b. Pada tahun 2015 BPRS Bangun Drajad Warga Kota Yogyakarta mengalami penurunan jumlah nasabah pembiayaan sebanyak 33 nasabah dari nasabah sebelumnya 1087 menjadi 1054. Hal ini dapat terjadi karena nasabah pembiayaan sebelumnya sudah melunasi atau telah mengembalikan pinjaman seluruhnya.
- c. Pada tahun 2016 jumlah nasabah pembiayaan juga mengalami penurunan jumlah nasabah pembiayaan sebanyak 212 nasabah dari seluruh jumlah pembiayaan.

**TABEL JUMLAH NASABAH, PLAFON DAN BAKI DEBET PEMBIAYAAN
PT.BPRS BANGUN DRAJAD WARGA KOTA YOGYAKARTA SELAMA 5 TAHUN TERAKHIR**

Keterangan	2013			2014		
	Nasabah	Plafond	Baki Debet	Nasabah	Plafond	Baki Debet
Qardh	2	40,716,000	22,228,750	2	40,716,000	18,628,750
Ijarah	28	378,450,000	295,285,264	27	399,980,000	275,325,951
Ijarah Multijasa	33	610,750,000	492,480,785	55	568,000,000	329,687,192
Murabahah	641	21,995,113,000	17,142,723,330	799	27,252,615,000	21,083,861,494
Mudharabah	227	11,121,000,000	8,607,283,692	191	11,644,530,000	9,438,720,913
Mudharabah Muqayadah	2	100,000,000	37,750,000	1	60,030,000	14,250,000
Musyarakah	16	3,126,170,000	2,623,652,256	12	2,939,500,000	2,355,378,649
Total	949	37,372,199,000	29,221,404,077	1,087	42,905,371,000	33,515,852,949

Tabel 3.2

(Sumber : Data PT.BPRS Bangun Drajad Warga)

keterangan	2015			2016			2017		
	Nasabah	Plafond	Baki Debet	Nasabah	Plafond	Baki Debet	Nasabah	Plafond	Baki Debet
Qardh	1	19,500,000	7,800,000	1	19,500,000	4,200,000	1	19,500,000	300,000
Ijaroh	27	522,000,000	408,348,679	22	335,500,000	236,678,308	20	925,500,000	787,111,974
Ijaroh Multijasa	43	345,200,000	191,712,417	24	293,070,000	197,423,262	38	419,500,000	268,686,268
Murabahah	777	35,112,555,000	26,694,384,637	619	43,397,891,000	31,582,923,823	865	61,148,385,000	43,758,529,251
Mudharabah	190	16,721,550,000	13,672,449,205	155	13,767,350,000	10,809,783,617	180	16,732,650,000	13,530,398,998
Mudharabah Muqayadah									
Musyarakah	16	4,480,000,000	3,645,535,421	21	15,932,000,000	12,548,735,196	13	15,211,000,000	7,733,689,924
Total	1,054	57,200,805,000	44,620,230,359	842	73,745,311,000	55,379,744,206	1,117	94,456,535,000	66,078,716,415

Tabel 4.3

(Sumber : Data PT.BPRS Bangun Drajad Warga)

Dari tabel 4.2 dan 4.3 diatas dapat dianalisis sebagai berikut :

- a. Produk pembiayaan yang ada di BPRS Bangun Drajad Warga kota Yogyakarta antara lain *qardh, ijarah, ijarah multi jasa, murabahah, mudharabah, mudharabah muqoyyadah dan musyarakah.*
- b. Secara umum pembiayaan dengan nasabah paling banyak yaitu pembiayaan dengan akad *murabahah.*
- c. Pada tahun 2015 BPRS Bangun Drajad Warga Kota Yogyakarta mengalami penurunan jumlah nasabah pembiayaan sebanyak 33 nasabah dari nasabah sebelumnya 1087 menjadi 1054. Hal ini dapat terjadi karena nasabah pembiayaan sebelumnya sudah melunasi atau telah mengembalikan pinjaman seluruhnya.
- d. Pada tahun 2016 jumlah nasabah pembiayaan juga mengalami penurunan jumlah nasabah pembiayaan sebanyak 212 nasabah dari seluruh jumlah pembiayaan.
- e. Dari tabel diatas bahwa banyaknya nasabah pembiayaan tidak selalu menentukan tinggi jumlah plafon atau baki debet yang disalurkan kepada nasabah pembiayaan . karena belum tentu nasabahnya bertambah tinggi akan mengakibatkan lebih tinggi pula jumlah plafon atau baki debet yang disalurkan.