

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, pengolahan data primer melalui wawancara, serta analisis data sekunder mengenai penyaluran pembiayaan iB Multiguna pada Bank Muamalat KC Sumber, maka peneliti dapat menarik kesimpulan secara menyeluruh sebagai berikut:

1. Strategi Penyaluran Pembiayaan iB Multiguna

Bank Muamalat KC Sumber menerapkan strategi penyaluran yang bersifat komprehensif dan adaptif melalui pendekatan *Integrative Marketing*. Strategi ini tidak hanya mengandalkan satu lini pemasaran, melainkan menyinergikan metode konvensional yang bersifat humanis dengan inovasi digital modern. Pilar utama strategi ini mencakup segmentasi pasar yang sangat terfokus pada nasabah *fixed income* melalui skema *Program Employee Benefit* (PEB). Dengan memanfaatkan sistem *payroll*, bank berhasil menciptakan ekosistem penyaluran dana yang aman dengan risiko kredit yang terkendali secara sistematis.

Selain itu, efisiensi penyaluran didorong oleh strategi pemasaran multisaluran (*Omni-channel*). Peran *Relationship Manager* dalam melakukan *canvassing* atau strategi "jemput bola" menjadi instrumen edukasi personal yang krusial untuk membangun kepercayaan nasabah di wilayah Sumber. Strategi digital melalui *WhatsApp Blast* berperan

mempercepat alur informasi dan layanan. Keunggulan strategi ini semakin diperkuat dengan transparansi akad *Murabahah* dan *Ijarah* yang menawarkan kepastian margin tetap (*fixed*) hingga akhir masa tenor. Karakteristik ini menjadi nilai jual unik (*Unique Selling Point*) yang membedakan Bank Muamalat dari bank konvensional, terutama dalam memberikan rasa tenang bagi nasabah terhadap fluktuasi ekonomi.

2. Efektivitas Penyaluran dalam Meningkatkan Minat Nasabah

Penyaluran pembiayaan iB Multiguna pada Bank Muamalat KC Sumber terbukti sangat efektif dalam menarik minat nasabah secara luas. Efektivitas ini dapat divalidasi melalui tiga indikator utama. Pertama, secara kuantitatif, terjadi pertumbuhan volume pembiayaan yang sangat progresif, di mana puncaknya pada tahun 2024 mencapai angka Rp 2,1 Miliar. Pertumbuhan ini merupakan bukti nyata bahwa produk iB Multiguna memiliki relevansi tinggi dengan kebutuhan pasar.

Kedua, efektivitas tercermin pada terjaganya kualitas pembiayaan (NPF rendah), yang menunjukkan bahwa kemudahan prosedur dokumen bagi nasabah instansi tidak mengabaikan prinsip kehati-hatian (*prudential banking*). Ketiga, adanya respon psikologis yang positif dari masyarakat. Strategi yang mengedepankan nilai-nilai syariah terbukti mampu menyentuh aspek emosional dan religius masyarakat Sumber yang sangat mengutamakan faktor keberkahan dan kehalalan dalam bertransaksi keuangan.

3. Kaitan Efektivitas Strategi dengan Minat Nasabah

Analisis akhir menunjukkan adanya kaitan yang sangat erat, positif, dan signifikan antara efektivitas strategi penyaluran dengan tingkat minat nasabah. Strategi yang dijalankan berperan sebagai stimulan utama; kemudahan akses melalui program PEB dan pemangkasan birokrasi (pembiayaan tanpa agunan fisik) secara langsung menurunkan hambatan nasabah dalam mengajukan pembiayaan, sehingga minat transaksional meningkat secara spontan.

Kepercayaan (*trust*) nasabah dibangun melalui transparansi akad dan kepastian cicilan tetap, yang menjadi faktor determinan bagi nasabah dalam memilih produk syariah. Dukungan digitalisasi informasi mempercepat proses pengambilan keputusan nasabah karena layanan yang responsif. Secara empiris, korelasi ini dibuktikan dengan tren kenaikan angka penyaluran yang selaras dengan intensitas strategi pemasaran yang dijalankan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa efektivitas strategi penyaluran di Bank Muamalat KC Sumber merupakan pendorong utama (*driver*) yang berhasil mengubah potensi pasar di wilayah Sumber menjadi nasabah loyal dan debitur aktif yang produktif.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan pada penelitian ini, maka dapat disampaikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi Bank Muamalat KC Sumber, diharapkan untuk terus memperluas jangkauan kerja sama dengan instansi-instansi baru di seluruh wilayah Cirebon, khususnya wilayah Kabupaten Cirebon serta meningkatkan fitur personalisasi pada layanan digital agar nasabah merasa lebih dekat secara emosional dengan bank.
2. Bagi Nasabah, hendaknya nasabah dapat meningkatkan literasi keuangan syariah agar dapat memanfaatkan produk pembiayaan secara produktif dan memahami sepenuhnya keberkahan dari akad-akad syariah yang digunakan.
3. Bagi Peneliti pada penelitian selanjutnya, diharapkan dapat memperluas variabel penelitian, misalnya dengan menambahkan variabel kepuasan nasabah atau loyalitas nasabah dalam jangka panjang untuk melihat dampak menyeluruh dari strategi penyaluran ini.