BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa:

1. Penentuan *segmentasi* pasar pada produk pembiayaan *murabahah* di PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Kantor Cabang Kediri berdasarkan *segmentasi* pasar psikografis, yaitu dikelompokkan berdasarkan strata kelas sosial. Dimana, segmen pasar yang dituju Bank Muamalat Cabang Kediri adalah kelas sosial menengah keatas atau SME (*Small and Medium-sized Enterprises*).
2. Penentuan *targeting* pasar pada produk pembiayaan *murabahah* di PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Kantor Cabang Kediri adalah konsentrasi pada pasar tunggal (*single segment concentration*), yaitu Bank Muamalat Cabang Kediri hanya memfokuskan pada kebutuhan satu segmen saja sehingga target pasarnya adalah perorangan Warga Negara Indonesia (WNI) pemilik usaha dan badan usaha yang sudah memiliki legalitas di Indonesia atau SME (*Small Medium-sized Enterprises*).
3. *Positioning* Produk Pembiayaan *Murabahah* di PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Kantor Cabang Kediri berdasarkan Persepsi dan Preferensi Nasabah, yaitu diposisikan pada kelas menengah keatas guna membantu penambahan modal usaha/kerja mitra Bank Muamalat

Cabang Kediri. Jadi, *positioning* pembiayaan *murabahah* ditentukan berdasarkan atribut dan manfaat produk.

4. Proses penyaluran produk pembiayaan *murabahah* di PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Kantor Cabang Kediri adalah:
   a. Mengajukan, mengisi form pembiayaan dan melengkapi persyaratan yang sudah ditentukan oleh Bank Muamalat Cabang Kediri seperti KTP, KK, SIUP, SITU, jaminan, membayar lunas kewajibannya, dan sebagainya ke *customer service*.
   b. Verifikasi dokumen melalui *review* persyaratan dan BI *checking* oleh analis pembiayaan
   c. Data dan dokumen persyaratan yang lolos verifikasi akan dilakukan tahap selanjutnya yaitu kunjungan
   d. Analis pembiayaan (*marketer*) melakukan tahap survey ke nasabah dan OTS (*On The Spot*) dengan mewawancarai orang terdekat (tetangga dan keluarga) atau rekan kerja.
   e. Tahap analisis 5c meliputi *character, capacity, condition, capital, collateral* calon nasabah agar dapat diketahui bahwa calon nasabah tersebut layak atau tidak untuk dibiayai
   f. Hasil analisis dan survey diberikan kepada komite pembiayaan untuk ditindaklanjuti
   g. Apabila nasabah lolos seleksi, maka pihak bank akan memberikan surat persetujuan dan informasi untuk melakukan pengikatan jaminan

h. Pihak Bank Muamalat Cabang Kediri menyampaikan kepada nasabah mengenai angsuran, penetapan *margin* (sesuai dengan Bank Indonesia) dan pembayaran biaya-biaya (administrasi, rekening dan sebagainya) dan dilakukan pengikatan atau akad pembiayaan *murabahah*.

i. Apabila kedua belah pihak sepakat, maka realisasi pembiayaan dilakukan dengan mencairkan dana ke rekening nasabah untuk membeli barang yang diperlukan sesuai dengan pengajuan pembiayaannya

j. Pihak bank melakukan monitoring kepada nasabah selama terikat dengan kontrak/akad pembiayaan

k. Pihak nasabah wajib memenuhi kewajibannya sesuai dengan tanggal angsuran yang telah disepakati dan melunasi kewajibannya sebelum jatuh tempo

l. Apabila lunas maka jaminan nasabah akan dikembalikan oleh pihak bank.

B. Saran-saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, maka peneliti dapat memberikan saran sebagai berikut:

1. Bagi PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Kantor Cabang Kediri

   Adanya penelitian ini diharapkan dapat menjadi kontribusi pemikiran bagi pihak karyawan bank maupun manajemen agar dapat memperbanyak segmen pasar dan target yang dituju dalam mengembangkan produk

pembiayaan *murabahah* sehingga dari semua kalanganpun dapat berwirausaha dan merasakan manfaat dari adanya pembiayaan *murabahah* ini.

a. *Segmentasi* pasar pada produk pembiayaan *murabahah* yang dituju sudah berjalan dengan baik dan produktif, namun untuk lebih memperoleh *segmentasi* pasar yang luas hendaknya PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Kantor Cabang Kediri dapat melakukan kerjasama dengan berbagai strata kelas sosial, yaitu dengan cara menurunkan besarnya plafon yang diberikan dari Rp 500.000.000,- menjadi Rp 100.000.000,- melalui analisis pekerjaan atau jenis usaha yang dijalankan dan melihat pendapatan dari nasabah sehingga pihak Bank akan lebih mudah untuk mengelompokkan nasabah kedalam kelas sosial menengah kebawah, menengah atau menengah keatas agar besarnya plafon yang ditawarkannyapun sesuai dengan kebutuhan nasabah.

b. Produk pembiayaan *murabahah* merupakan salah satu produk unggulan yang dimiliki oleh PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Kantor Cabang Kediri, maka diharapkan PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Kantor Cabang Kediri bisa lebih mengembangkan target pasarnya dengan maksimal, tidak hanya berkonsentrasi pada segmen pasar tunggal yaitu pada segmen kelas sosial menengah keatas tetapi dapat menambah beberapa target pasar yang ada di dalam segmen pasar lain agar Bank Muamalat Cabang Kediri dapat

memperoleh keuntungan tidak hanya pada satu segmen saja dan juga dapat meningkatkan volume pembiayaan *murabahah* ini dari sebelumnya dengan cara melebarkan pasar ke daerah baru untuk menambah calon nasabah yang baru melalui even atau brosur-brosur yang disebarkan.

c. Untuk memperkuat posisi pembiayaan *murabahah* Bank Muamalat Indonesia Cabang Kediri di benak nasabah dengan cara memposisikan produk di pasar dengan merebut *mind share* nasabah yaitu pembiayaan ini digunakan untuk penambahan modal usaha dan mempertahankan strategi diferensiasi produk sebagai langkah strategis untuk membedakan produknya dengan produk pesaing dalam benak nasabah melalui edukasi atau berkunjung ketempat nasabah maupun calon nasabah dengan menawarkan dan menjelaskan tentang manfaat pembiayaan *murabahah* ini yang sesuai dengan syariah.

d. Dalam meningkatkan proses penyaluran produk pembiayaan *murabahah* agar berjalan dengan baik dan lancar, maka PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Kantor Cabang Kediri dapat memperketat syarat dan ketentuan, yaitu setiap nasabah yang mengajukan wajib dilakukan BI *checking* dan survey yang teliti. Dan diharapkan PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Kantor Cabang Kediri dapat merekrut serta meningkatkan pemahaman ilmu perbankan syariah terhadap SDM (Sumber Daya Manusia) dengan mengadakan seminar atau *breefing* dan pelatihan pendidikan minimal 3 bulan kepada karyawan

bank agar nantinya dapat lebih mudah memberikan informasi kepada calon nasabah maupun nasabah tanpa ada keterbatasan ilmu, komunikasi dan pemahaman terhadap proses dalam penyaluran pembiayaan *murabahah* ini yang sesuai dengan syariat islam.

2. Bagi Akademik

   Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan referensi yang bermanfaat bagi akademik khususnya untuk mahasiswa di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

   Skripsi ini dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam melakukan penelitian selanjutnya guna memberikan wawasan dan juga dapat mengembangkan analisis STP (*Segmentasi, Targeting, Positioning*) ini kedalam semua variabel segmen pasar agar hasil yang diperoleh lebih banyak dan valid.