

**ANALISIS STRATEGI PENGHIMPUNAN DANA (*FUNDING*) BANK
MUAMALAT INDONESIA KCP SUKABUMI DALAM MENINGKATKAN DAYA
SAING PERBANKAN SYARIAH**

Risna Nurul Insani¹, Abdul Muhyi², Moch Salman Alfarizi³, Ihsan Nultam⁴

¹⁻⁴Institut Madani Nusantara

¹risnainsani@gmail.com, ²abdulmuhyi0592@gmail.com,
³salmanalfarizi05003@gmail.com, ⁴ihsannultam2@gmail.com

ABSTRACT

In an effort to enhance competitiveness in the Islamic banking industry, this study investigates the fundraising strategy of PT Bank Muamalat Indonesia Tbk. KCP Sukabumi. Data were collected through banking operation documentation, field observations, and in-depth interviews using descriptive qualitative research methods. The results show that Bank Muamalat KCP Sukabumi uses an integrative strategy to increase Current Account Saving Account (CASA) through savings and checking products based on Wadiah and Mudharabah contracts. This is optimized through digital transformation with the Muamalat DIN application, institutional collaboration, and a community-based marketing approach that leverages the strong religious base in the Sukabumi region to achieve this goal. Although the bank is known as a pioneer of pure Islamic banks, according to a SWOT analysis, their limited physical infrastructure and intense competition from large banks and digital entities. This fundraising strategy has proven very beneficial in reducing funding costs, maintaining liquidity stability, and strengthening customer loyalty through spiritual and emotional approaches. According to this study, to maintain competitive advantage and sustainable profitability in the local and national financial markets, Bank Muamalat must strengthen its digital ecosystem and improve Islamic financial literacy.

Keywords: *Funding Strategy, Islamic Bank, Competitiveness, Bank Muamalat, SWOT Analysis*

ABSTRAK

Dalam upaya meningkatkan daya saing di industri perbankan syariah yang semakin kompetitif, penelitian ini menyelidiki strategi penghimpunan dana PT Bank Muamalat Indonesia Tbk. KCP Sukabumi. Data dikumpulkan melalui dokumentasi operasi perbankan, observasi lapangan, dan wawancara mendalam menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Bank Muamalat KCP Sukabumi menggunakan strategi integratif untuk meningkatkan *Current Account Saving Account* (CASA) melalui produk tabungan dan giro yang didasarkan pada akad *Wadiah* dan *Mudharabah*. Dioptimalkan melalui transformasi digital dengan aplikasi Muamalat DIN, kerja sama institusional, dan pendekatan pemasaran berbasis komunitas yang memanfaatkan basis religiusitas kuat di wilayah Sukabumi untuk mencapai tujuan ini. Meskipun Bank Muamalat dikenal sebagai pionir bank syariah

murni, menurut analisis SWOT, infrastruktur fisik yang terbatas dan persaingan ketat dari bank besar dan entitas digital. Strategi penghimpunan dana ini telah terbukti sangat bermanfaat dalam menekan biaya penghimpunan dana, menjaga stabilitas likuiditas, dan memperkuat loyalitas nasabah melalui pendekatan spiritual dan emosional. Untuk mempertahankan keunggulan kompetitif dan profitabilitas yang berkelanjutan di pasar keuangan lokal dan nasional, bank muamalat harus memperkuat ekosistem digital dan meningkatkan literasi keuangan syariah.

Kata Kunci: Strategi *Funding*, Bank Syariah, Daya Saing, Bank Muamalat, Analisis SWOT

A. Pendahuluan

Dalam upaya untuk menjadi pusat ekonomi syariah global, sektor perbankan syariah di Indonesia terus menunjukkan potensi pertumbuhan yang signifikan. PT Bank Muamalat Indonesia Tbk. sebagai bank syariah pertama di Indonesia, memiliki tanggung jawab historis dan strategis untuk berperan sebagai pilar utama dalam mengumpulkan dan menyalurkan dana masyarakat berdasarkan prinsip demokrasi ekonomi dan syariah. Di tengah persaingan yang semakin ketat pada industri keuangan, keberhasilan strategi penghimpunan dana (*funding*) sangat penting untuk kelangsungan operasional dan peningkatan daya saing perbankan. Bank tidak hanya harus berfungsi sebagai perantara keuangan, tetapi juga harus mampu mengelola dana syirkah temporer secara optimal dengan menggunakan berbagai produk inovatif.

Bank Muamalat umumnya berkonsentrasi pada penggunaan akad syariah seperti *wadiah* dan *mudharabah* melalui produk tabungan, giro, dan deposito. Bank Muamalat menggunakan strategi prospektor yang menekankan penciptaan barang dan jasa baru untuk meningkatkan keunggulan kompetitifnya dan beradaptasi dengan perubahan yang terjadi di dunia bisnis. Selain itu, peningkatan kualitas pelayanan dan daya tanggap terhadap kebutuhan nasabah merupakan cara penting untuk meningkatkan kesadaran merek dan loyalitas nasabah. Tujuan dari strategi ini adalah untuk menjaga relevansi bank di pasar yang mulai didominasi oleh pesaing besar lainnya.

Namun, Bank Muamalat menghadapi banyak tantangan yang kompleks pada pelaksanaannya. Salah satu masalah utama yaitu persaingan ketat dari bank konvensional dan bank syariah lainnya yang menawarkan

layanan digital lebih luas seperti *mobile banking* dan kemudahan transaksi. Selain itu, penyebaran produk digital seringkali terhambat oleh keterbatasan infrastruktur teknologi di beberapa wilayah dan kurangnya pengetahuan teknologi di kalangan nasabah lanjut usia. Keputusan konsumen yang sensitif terhadap biaya dapat dipengaruhi oleh fluktuasi ekonomi dan ketidakstabilan harga layanan.

Analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity and Threats*) yang mendalam diperlukan untuk membuat langkah strategis yang tepat. Bank Muamalat memiliki reputasi yang kuat sebagai pelopor bank syariah murni dan lokasi kantor cabang yang strategis. Salah satu peluangnya adalah bekerja sama dengan pihak ketiga untuk memperluas layanan dan menggunakan pemasaran digital. Sebaliknya, kekurangan seperti prosedur yang dianggap rumit oleh beberapa nasabah, harus diperbaiki dengan menyederhanakan proses birokrasi. Analisis ini sangat penting untuk menemukan beberapa cara di mana bank dapat menggunakan kekuatan internalnya untuk melawan ancaman dari luar. Daya saing perbankan syariah di tingkat lokal dan

nasional secara langsung dipengaruhi oleh kontribusi strategi pembiayaan yang efektif. Keunggulan kompetitif terletak pada manajemen biaya pengumpulan dana yang efektif sambil tetap memberikan manfaat terbaik bagi nasabah. Bank Muamalat berusaha menciptakan nilai tambah yang tidak dapat dicapai oleh bank konvensional melalui program pemasaran berbasis komunitas dan penguatan nilai-nilai syariah. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengevaluasi berbagai cara di mana strategi pengumpulan dana dapat diterapkan di Bank Muamalat Indonesia KCP Sukabumi untuk mengatasi hambatan operasional dan memperkuat posisinya di pasar keuangan syariah.

B. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dan deskriptif. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memberikan gambaran sistematis, faktual, dan akurat tentang strategi pengumpulan dana di Bank Muamalat Indonesia KCP Sukabumi. Pemilihan metode ini didasarkan pada kebutuhan untuk memahami secara menyeluruh fenomena daya saing dan

strategi pembiayaan melalui data, kata-kata dan perilaku (Syamsinar, 2025). Penelitian dilakukan di Kantor Cabang Pembantu (KCP) Bank Muamalat Indonesia di Sukabumi. Tujuannya adalah untuk mendapatkan informasi khusus tentang penggunaan strategi penghimpunan dana di wilayah tersebut.

Data primer digunakan langsung dari sumber utama melalui wawancara mendalam dengan manajemen dan karyawan *marketing* serta observasi lapangan tentang aktivitas operasional perbankan (Alhasni, 2023). Selain itu, data sekunder diperoleh dari laporan tahunan Bank Muamalat, jurnal penelitian terdahulu yang relevan, dan literatur tentang perbankan syariah untuk memperkuat basis teoritis penelitian (PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk., 2024).

Untuk mengetahui lebih lanjut tentang hambatan dan dampak strategis terhadap daya saing bank, wawancara terstruktur dilakukan dengan informan penting dalam bidang pembiayaan. Metode pengumpulan data ini menggabungkan berbagai metode, termasuk observasi, wawancara, dan dokumentasi, untuk

memastikan bahwa data yang dikumpulkan di lapangan adalah valid (Amirullah, 2022). Untuk menganalisis data yang telah dikumpulkan menggunakan model Miles dan Huberman. Proses ini terdiri dari tiga tahap utama: mengurangi data untuk mengidentifikasi informasi penting, menyajikan data dalam bentuk cerita yang terstruktur, dan membuat kesimpulan berdasarkan temuan lapangan (Sasoko & Mahrudi, 2021).

Setelah itu, analisis SWOT digunakan untuk menilai faktor internal dan eksternal yang memengaruhi strategi penghimpunan dana perusahaan (Nur & Rahmawati, 2022). Penelitian ini diharapkan akan menghasilkan solusi strategis praktis untuk meningkatkan kinerja Bank Muamalat Indonesia KCP Sukabumi dalam lingkungan perbankan syariah yang dinamis.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Strategi Penghimpunan Dana Bank Muamalat Indonesia

Strategi penghimpunan dana Bank Muamalat Indonesia KCP Sukabumi dirancang secara integratif dengan tujuan meningkatkan struktur

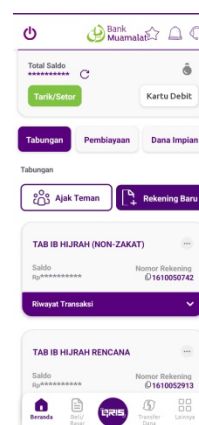
permodalan melalui dana murah atau *Current Account Saving Account (CASA)*. Fokus utama dari strategi ini adalah untuk meningkatkan CASA melalui optimalisasi produk tabungan dan giro yang didasarkan pada akad *Wadiah Yad Dhamanah* dan *Mudharabah Muthlaqah*. Bank Muamalat KCP Sukabumi menyadari bahwa ketergantungan pada deposito yang mahal dapat meningkatkan biaya penghimpunan dana. Oleh karena itu, nasabah didorong untuk menggunakan tabungan melalui fitur-fitur yang memudahkan transaksi harian (PT Bank Muamalat Indonesia Tbk., 2024). Penguatan CASA menjadi penting untuk menjaga likuiditas bank stabil meskipun ekonomi nasional berubah (Pratama, 2025).

sebagai strategi utama untuk menjangkau masyarakat yang melek teknologi di era keuangan yang dirups. Aplikasi *Mobile Banking Muamalat Digital Islamic Network*, juga dikenal sebagai Muamalat DIN ditingkatkan, yang memungkinkan nasabah untuk membuka rekening melalui internet tanpa harus mengunjungi kantor cabang. Langkah ini sejalan dengan temuan bahwa transformasi digital sangat penting untuk mempercepat akuisisi nasabah baru dan mempermudah penghimpunan dana di industri perbankan syariah (Wahyudi et. al., 2024). Bank Muamalat KCP Sukabumi dapat mengurangi tantangan geografis dan waktu dengan digitalisasi, yang membuat proses penghimpunan dana lebih efisien dan transparan.



Gambar 1 Rasio Dana Murah (CASA) Periode 2024

Bank Muamalat KCP Sukabumi menggunakan digitalisasi pembiayaan



Gambar 2 Aplikasi Mobile Banking Muamalat DIN

Kerja sama institusi sangat penting untuk memperluas basis Dana Pihak Ketiga (DPK), terlepas dari aspek teknologi. Bank Muamalat KCP Sukabumi berkolaborasi strategis dengan berbagai lembaga pendidikan, lembaga publik, dan swasta. Pengendalian gaji karyawan (*payroll*), pembiayaan institusi yang terintegrasi dengan penghimpunan dana, dan layanan manajemen kas biasanya termasuk dalam kerja sama ini. Karena nasabah institusi cenderung memiliki dana yang besar dan jangka waktu pengendapan yang lebih lama, strategi ini terbukti berhasil dalam memberikan aliran dana masuk yang stabil dan berkelanjutan (Zulianto et. al., 2022).

Program promosi produk dilakukan secara intensif melalui jalur digital dan konvensional untuk menarik minat nasabah ritel. Program promosi ini tidak hanya memberikan hadiah atau *reward*; tetapi juga menjelaskan kepada nasabah tentang keunggulan sistem untuk menghasilkan hasil yang kompetitif dan bebas riba. Untuk menjual produk unggulan seperti Tabungan iB Muamalat Haji dan Umrah, Bank Muamalat KCP Sukabumi sering mengadakan *open table* di pusat kota dan mengikuti berbagai acara

lokal. Promosi yang tepat sasaran ini bertujuan untuk meningkatkan kesadaran merek di kalangan masyarakat sebagai bank syariah yang kontemporer yang mempertahankan prinsip syariah.



Gambar 3 Brosur Promosi Produk Bank Muamalat DIN

Terakhir, pendekatan komunitas syariah adalah strategi utama Bank Muamalat Indonesia. Bank Muamalat KCP Sukabumi melakukan pendekatan kepada pesantren, masjid, dan organisasi kemasyarakatan Islam. Pendekatan ini dilakukan karena Sukabumi memiliki basis religiusitas yang kuat. Bank Muamalat menggunakan strategi pemasaran berbasis komunitas, di mana bank tidak hanya berfungsi sebagai institusi keuangan tetapi juga berkontribusi pada kemajuan ekonomi masyarakat (Affandi, 2001). Bank Muamalat KCP Sukabumi berhasil menciptakan

loyalitas nasabah yang tinggi yang didasarkan pada kesamaan nilai-nilai syariah dengan membangun hubungan emosional dan spiritual dengan komunitas-komunitas tersebut. Hal ini dapat berkontribusi secara signifikan terhadap daya saing perbankan syariah di wilayah Sukabumi.

Kendala dalam Penghimpunan Dana di Bank Muamalat KCP Sukabumi

Bank Muamalat Indonesia KCP Sukabumi menghadapi banyak tantangan struktural dan kultural selama menjalankan peran penghimpun dana. Salah satu hambatan utama adalah kompetisi dengan bank besar, baik bank konvensional maupun bank syariah lain, yang memiliki modal inti lebih besar dan infrastruktur teknologi yang lebih canggih. Bank-bank besar ini memiliki kemampuan untuk menawarkan program promosi yang lebih agresif dan memiliki jaringan kantor yang menjangkau pelosok. Akibatnya, untuk dapat memperluas pangsa pasar (*market share*) di wilayah Sukabumi, menjadi salah satu tantangan sulit bagi Bank Muamalat (Wahyudi et. al., 2024; Affandi, 2001). Dalam persaingan dana murah

(CASA), persaingan ini semakin nyata karena nasabah sering memilih bank dengan ekosistem digital yang paling lengkap dan terintegrasi (PT Bank Muamalat Indonesia Tbk., 2024).

Selain itu, mayoritas masyarakat masih kurang memahami produk perbankan syariah. Meskipun Sukabumi dikenal sebagai kota religius, masyarakat seringkali tidak memahami perbedaan penting antara sistem bunga dan bagi hasil. Banyak calon nasabah percaya bahwa bank syariah tidak jauh berbeda dengan bank konvensional atau bahkan merasa sistem hasil lebih rumit untuk dipahami (Zulianto et. al., 2022). Kurangnya literasi keuangan syariah ini sebanding dengan kurangnya Sumber Daya Manusia (SDM) kompeten di lapangan yang mampu mendidik masyarakat secara menyeluruh. Akibatnya, proses penghimpunan dana seringkali terhambat oleh ketidakpercayaan nasabah (Alhasni, 2023).

Selain faktor pengetahuan, jaringan terbatas juga menjadi kendala fisik untuk penghimpunan dana. Jumlah penduduk dan luas wilayah di Sukabumi tidak sebanding dengan ketersediaan Kantor Cabang

Pembantu (KCP) dan ATM Bank Muamalat. Menurut Madina (2022), keterbatasan jangkauan fisik membuat setoran tunai dan transaksi langsung lebih sulit. Akibatnya, keputusan nasabah untuk menempatkan dananya terpengaruh. Sebagian besar masyarakat daerah masih menganggap kantor fisik penting sebagai tanda eksistensi dan keamanan lembaga keuangan, meskipun digitalisasi telah dilakukan melalui Muamalat DIN (Syamsinar, 2025).

Terakhir, pendekatan komunitas syariah adalah strategi utama Bank Muamalat Indonesia. Bank Muamalat KCP Sukabumi melakukan pendekatan kepada pesantren, masjid, dan organisasi kemasyarakatan Islam. Pendekatan ini dilakukan karena Sukabumi memiliki basis religiusitas yang kuat. Bank Muamalat menggunakan strategi pemasaran berbasis komunitas, di mana bank tidak hanya berfungsi sebagai institusi keuangan tetapi juga berkontribusi pada kemajuan ekonomi masyarakat (Affandi, 2001). Bank Muamalat KCP Sukabumi berhasil menciptakan loyalitas nasabah yang tinggi yang didasarkan pada kesamaan nilai-nilai

syariah dengan membangun hubungan emosional dan spiritual dengan komunitas-komunitas tersebut. Hal ini dapat berkontribusi secara signifikan terhadap daya saing perbankan syariah di wilayah Sukabumi.



Gambar 4 Wawancara dengan pegawai bank terkait Sosialisasi Funding

Analisis SWOT Strategi Funding Bank Muamalat KCP Sukabumi

Bank Muamalat KCP Sukabumi melakukan analisis strategi penghimpunan dana dengan melihat kondisi internal dan eksternal melalui kerangka kerja SWOT. Hal tersebut dilakukan untuk menentukan posisi bank dalam persaingan industri. Bank Muamalat memiliki keunggulan kompetitif yang signifikan dalam hal kekuatan karena menjadi pionir perbankan syariah murni di Indonesia

dan menumbuhkan kesadaran merek dan kepercayaan religius yang tinggi (Affandi, 2001). Variasi produk pembiayaan yang fleksibel berkat penggunaan akad *Wadiah* dan *Mudharabah* yang telah diuji kepatuhan syariahnya, serta dukungan sistem *Mobile Banking* Muamalat DIN, yang membuat transaksi non-tunai semakin mudah bagi nasabah (PT Bank Muamalat Indonesia Tbk. 2024). Loyalitas nasabah yang berbasis emosional dan spiritual juga merupakan faktor penting dalam menjaga kestabilan Dana Pihak Ketiga (DPK). Meskipun bank memiliki kekuatan citra, masih ada kelemahan internal yang cukup mendasar. Salah satunya adalah jaringan kantor fisik dan infrastruktur pendukung seperti ATM yang terbatas di lokasi strategis di wilayah Sukabumi jika dibandingkan dengan bank-bank umum lainnya (Madina, 2022). Selain itu, prosedur administrasi terkadang dianggap lebih sulit bagi beberapa nasabah ritel, dan bagian *marketing* di lapangan masih kekurangan Sumber Daya Manusia (SDM). Kedua faktor ini yang menghambat proses penghimpunan dana (Aisah, 2025). Potensi dana dari Usaha Mikro Kecil dan Menengah

(UMKM) dan masyarakat pedesaan di Sukabumi seringkali tidak dimanfaatkan dengan baik karena kelemahan ini (Zulianto et. al., 2022).

Terdapat peluang besar di luar yang dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan penghimpunan dana. Meningkatnya pengetahuan tentang ekonomi syariah dan tren gaya hidup halal di kalangan penduduk Sukabumi memungkinkan bank untuk memasuki komunitas Muslim dan lembaga pendidikan Islam (Wahyudi et. al., 2024). Bank Muamalat memiliki peluang strategis untuk bekerja sama dengan lembaga lain dalam pengelolaan dana karena adanya kebijakan pemerintah yang mendorong digitalisasi ekonomi dan adanya regulasi yang mendukung penguatan sektor keuangan syariah (Busaeri & Arif, 2025). Untuk mengatasi keterbatasan jaringan fisik saat ini, ada banyak peluang untuk bekerja sama dengan ekosistem digital pihak ketiga (Pratama, 2025).

Bank bagaimanapun, harus waspada terhadap berbagai bahaya dan ancaman yang berasal dari lingkungan bisnis. Bank konvensional mulai bersaing ketat dengan segmen

syariah melalui unit usaha syariah atau bank digital murni yang menawarkan promosi untuk hasil yang lebih besar dan biaya administrasi yang lebih rendah, hal tersebut merupakan ancaman utama (Nur & Rahmawati, 2022). Selain itu, ketidakpastian makroekonomi dapat berdampak pada daya simpan masyarakat, nasabah cenderung menjadi lebih sensitif terhadap harga dan lebih memilih untuk menyimpan dananya pada instrumen investasi yang dianggap lebih menguntungkan (Amirullah, 2022). Jika Bank Muamalat tidak terus meningkatkan layanan digitalnya, ancaman disrupsi teknologi perusahaan *fintech* juga menjadi masalah nyata yang dapat menghilangkan loyalitas nasabah (Sasoko & Mahrudi, 2021). Dengan mempertimbangkan keempat komponen ini, Bank Muamalat KCP Sukabumi dapat membuat strategi yang tepat untuk menyerang dan melindungi dananya.

Kontribusi Strategi Funding Terhadap Daya Saing Bank Muamalat KCP Sukabumi

Strategi penghimpunan dana di Bank Muamalat KCP Sukabumi dapat

meningkatkan daya saing perbankan syariah melalui empat pilar utama. Kontribusi pertama terlihat pada pengelolaan biaya penghimpunan dana. Bank Muamalat berhasil mengurangi ketergantungannya pada dana mahal atau deposito dengan fokus strategi pada penguatan CASA (dana murah) melalui produk tabungan dan giro *wadiah* (Quranni, 2022). Bank Muamalat dapat menawarkan tingkat hasil yang lebih kompetitif kepada nasabahnya karena biaya penghimpunan dana yang lebih rendah, memungkinkan penyaluran pembiayaan dengan margin yang lebih menarik di pasar Sukabumi (Pratama, 2025; Zulianto et. al., 2022).

Loyalitas nasabah, yang merupakan dasar daya saing dalam jangka panjang, sangat terkait dengan kontribusi kedua. Bank Muamalat KCP Sukabumi membangun hubungan emosional yang kuat dengan nasabah, selain menghimpun dana melalui pendekatan komunitas syariah dan pelayanan yang personal. Loyalitas ini menciptakan stabilitas Dana Pihak Ketiga (DPK) yang tidak mudah goyah oleh perubahan suku bunga bank konvensional (Affandi, 2001). Nasabah yang setia kepada bank cenderung

menjadi pendukung merek yang sukarela memasarkan produk bank melalui strategi mulut ke mulut tanpa mengeluarkan biaya yang signifikan (Madina, 2022; Syamsinar, 2025).

Aspek ketiga adalah meningkatkan posisi pasar Bank Muamalat di wilayah Sukabumi. Strategi pembiayaan yang mengikuti nilai-nilai syariah menjadikan bank ini menonjol di antara bank umum lainnya. Digitalisasi melalui Muamalat DIN memperkuat posisi Bank Muamalat, menjadikannya bank yang tidak hanya religius tetapi juga modern dan responsif terhadap kebutuhan digital masyarakat urban (Wahyudi et. al., 2024). Bank dapat melakukan segmentasi dan penetrasi pada pasar tertentu karena kejelasan posisi pasar mereka (Busaeri & Arif, 2025). Pasar seperti ini termasuk ekosistem umrah, haji, dan lembaga pendidikan Islam.

Terakhir, tujuan dari semua strategi tersebut adalah untuk meningkatkan profitabilitas bisnis. Bank dapat meningkatkan rasio profitabilitasnya dengan struktur pendanaan yang sehat dan biaya penghimpunan dana yang terkendali (Pratama, 2025). Dengan profitabilitas

yang stabil, Bank Muamalat KCP Sukabumi dapat melakukan investasi jangka panjang dalam peningkatan infrastruktur teknologi dan peningkatan SDM (PT Bank Muamalat Indonesia Tbk., 2024). Oleh karena itu, manfaat dari strategi pembiayaan lebih dari sekedar memenuhi tujuan likuiditas; itu juga merupakan faktor utama dalam menciptakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan bagi perbankan syariah (Amirullah, 2022).

D. Kesimpulan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi penghimpunan dana Bank Muamalat Indonesia KCP Sukabumi menggunakan pendekatan integratif yang menggabungkan transformasi digital dan nilai-nilai religius. Bank Muamalat berkonsentrasi pada peningkatan dana murah melalui pengoptimalan produk tabungan dan giro, yang didukung oleh aplikasi Muamalat DIN untuk mencapai demografi milenial. Pemasaran berbasis komunitas, yang menyasar pesantren dan lembaga Islam, memperkuat strategi ini dengan membangun kesetiaan emosional dan spiritual. Bank dapat menggunakan analisis SWOT untuk mengidentifikasi

kekuatan mereknya sebagai pemimpin dalam mengatasi ancaman eksternal. Ini terjadi meskipun menghadapi masalah seperti persaingan ketat dari bank besar, kekurangan infrastruktur fisik, dan kurangnya pengetahuan masyarakat tentang sistem hasil. Dengan menekan biaya penghimpunan dana, menjaga stabilitas likuiditas, dan memperkuat posisi pasar sebagai institusi keuangan syariah kontemporer yang tetap berpegang pada prinsip murni syariah, metode penghimpunan dana ini mampu membantu meningkatkan daya saing bank syariah.

Peneliti berikutnya sebaiknya dapat memperdalam analisis tentang seberapa efektif digitalisasi terhadap retensi nasabah di daerah pedesaan dengan akses teknologi terbatas untuk penelitian lebih lanjut yang relevan. Penelitian masa depan dapat menggunakan pendekatan kuantitatif untuk mengukur korelasi antara biaya pemasaran digital dan peningkatan volume Dana Pihak Ketiga (DPK) dengan lebih akurat karena penelitian ini lebih banyak berfokus pada aspek kualitatif manajemen. Selain itu, penting untuk mempertimbangkan strategi adaptasi bank syariah dalam menghadapi disrupsi *fintech* (teknologi

keuangan) yang semakin meningkat dan menawarkan kemudahan yang serupa. Untuk menghasilkan pola strategi perbankan syariah yang lebih komprehensif di Indonesia, peneliti dapat memperluas cakupan penelitiannya dengan membandingkan bagaimana metode penghimpunan dana bekerja antara kantor cabang di kota dan sub-kota.

DAFTAR PUSTAKA

- Hasibuan, A. N., Annam, R., & Nofinawati. (2020). *Audit bank syariah* (Edisi ke-1). Kencana.
- Affandi, M. A. (2001). *Strategi pemasaran bank syariah*. Jakarta: Gema Insani Press.
- Alhasni. (2023). Strategi penghimpunan dana pihak ketiga pada bank syariah. *Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 5(2), 112-125.
- Amirullah. (2022). Strategi pemasaran deposito mudharabah Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kendari. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 7(1), 45-60.

- Busaeri, M. S. A., & Arif, Z. (2025). Analisis SWOT terhadap tantangan dan peluang periode tahun 2023 serta strategi dalam *sustainable business* Bank Muamalat Indonesia. *Taraadin: Jurnal Ekonomi dan Keuangan Syariah*, 4(1), 89-104.
- Madina. (2022). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah menabung di bank syariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(3), 301-315.
- Nur, M. F., & Rahmawati, L. (2022). Analisis SWOT produk pembiayaan di Bank Muamalat pada masa pandemi. *JPS (Jurnal Perbankan Syariah)*, 3(1), 14-28. doi:10.46367/jps.v3i1.481
- PT Bank Muamalat Indonesia Tbk. (2024). Laporan tahunan 2023: Memperkuat ekosistem digital dan layanan syariah. Jakarta: Penulis.
- Pratama. (2025). Manajemen likuiditas dan strategi CASA pada perbankan syariah di Indonesia. *Jurnal Keuangan dan Perbankan*, 12(1), 22-35.
- Quranni. (2022). Optimalisasi dana murah (CASA) dalam meningkatkan profitabilitas bank syariah. *Jurnal Akuntansi Syariah*, 4(2), 150-165.
- Sasoko, D. M., & Mahrudi, I. (2021). Teknik analisis SWOT dalam sebuah perencanaan kegiatan. *Jurnal Studi Interdisipliner Perspektif*, 22(1), 8-19.
- Siti Aisah. (2025). Analisis SWOT pada strategi pemasaran produk pembiayaan di KSPPS BMT Mentari Bumi Purbalingga (Skripsi tidak dipublikasikan). Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri, Purwokerto.
- Syamsinar. (2025). Metode penelitian kualitatif: Teori dan aplikasi dalam perbankan syariah. Bandung: Alfabeta.
- Wahyudi, et al. (2024). Transformasi digital dan masa depan perbankan syariah di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Syariah Modern*, 6(1), 55-72.
- Zulianto, et al. (2022). Literasi keuangan syariah dan keputusan masyarakat

menggunakan jasa bank syariah. Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, 8(2), 210-225.