

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai faktor rendahnya minat masyarakat Kecamatan Benjeng dan Balongpanggang untuk menabung di bank syariah, dapat disimpulkan bahwa

##### **1. Kepercayaan Terhadap Bank Syariah:**

- a. Wawancara: Sebagian besar responden yang diwawancarai menyatakan masih meragukan transparansi pengelolaan dana di Bank Syariah. Mereka khawatir bahwa sistem bagi hasil tidak sejelas sistem bunga di bank konvensional.
- b. Kuesioner: Data kuesioner menunjukkan bahwa tingkat kepercayaan masyarakat terhadap Bank Syariah berada pada tingkat sedang hingga rendah, dengan mayoritas responden menyebutkan bahwa mereka merasa lebih aman menabung di bank konvensional.

##### **2. Pengetahuan Masyarakat tentang Bank Syariah:**

- a. Wawancara: Responden mengungkapkan bahwa mereka kurang memahami perbedaan mendasar antara produk syariah dengan produk konvensional, terutama terkait istilah-istilah yang ada pada Bank Syariah.
- b. Kuesioner: Hasil kuesioner menunjukkan bahwa 60% responden memiliki pemahaman yang cukup mengenai konsep perbankan syariah, dan hanya sebagian kecil yang kurang mengerti manfaat produk syariah.

##### **3. Variasi Produk yang Ditawarkan:**

- a. Wawancara: Responden yang diwawancarai merasa bahwa produk Bank Syariah kurang bervariasi dan tidak menawarkan keuntungan yang lebih signifikan dibandingkan produk bank konvensional.
  - b. Kuesioner: Sebagian besar responden dalam kuesioner menyebutkan bahwa keterbatasan variasi produk menjadi alasan utama mereka enggan menabung di Bank Syariah, dengan banyak dari mereka menginginkan produk investasi dan layanan digital yang lebih inovatif.
4. Pengaruh Lokasi dan Aksesibilitas:
- a. Wawancara: Responden dari daerah pinggiran menyebutkan bahwa ketersediaan cabang Bank Syariah yang terbatas menghambat mereka untuk menabung, karena cabang terdekat terlalu jauh dan tidak ada layanan mobile banking yang mudah digunakan.
  - b. Kuesioner: Data kuesioner menunjukkan bahwa 40% responden merasa lokasi bank yang jauh memengaruhi keputusan mereka untuk menabung di Bank Syariah.

## **5.2. Saran dan Implikasi Penelitian**

### **1. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, berikut adalah beberapa saran yang dapat dipertimbangkan oleh Bank Syariah, pihak terkait, dan peneliti selanjutnya:

- a) Pengembangan dan Diversifikasi Produk: Bank Syariah perlu mengembangkan produk yang lebih bervariasi dan inovatif yang dapat memenuhi kebutuhan finansial berbagai segmen masyarakat. Produk baru yang lebih kompetitif, baik dalam hal manfaat maupun fitur, dapat meningkatkan daya tarik Bank Syariah
- b) Bank Syariah dapat memanfaatkan media digital dan agen-agen kemitraan untuk memperkuat promosi dan kampanye mengenai keunggulan perbankan syariah. Dengan menyampaikan nilai-nilai keadilan, transparansi, dan keberlanjutan yang diusung oleh

perbankan syariah, masyarakat akan lebih memahami bahwa produk dan layanan syariah tidak hanya aman, tetapi juga etis dan sesuai dengan prinsip Islam.

- c) Peningkatan Aksesibilitas Layanan: Bank Syariah perlu memperluas jangkauan layanan mereka, baik melalui peningkatan jumlah cabang, pengembangan platform digital yang mudah digunakan, maupun program layanan mobile banking di daerah terpencil. Dengan aksesibilitas yang lebih baik, diharapkan lebih banyak masyarakat akan tertarik untuk menabung di Bank Syariah.
- d) Peningkatan Transparansi dan Reputasi: Transparansi operasional dan komunikasi yang lebih baik tentang sistem bagi hasil dan operasional Bank Syariah perlu ditingkatkan. Bank Syariah harus berusaha keras untuk membangun reputasi yang kuat dengan menunjukkan integritas dan komitmen terhadap prinsip-prinsip syariah dalam setiap aspek operasionalnya.
- e) Strategi Pemasaran yang Lebih Efektif: Bank Syariah harus mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif dan inklusif, yang mampu menjangkau berbagai segmen masyarakat, termasuk mereka yang belum terlalu familiar dengan perbankan syariah. Kampanye yang menyoroti keunikan dan manfaat produk syariah dapat membantu menarik minat nasabah baru.

## **2. Implikasi Penelitian**

### **Implikasi Praktis:**

- 1. Bagi Bank Syariah: Temuan penelitian ini memberikan wawasan penting yang dapat digunakan oleh manajemen Bank Syariah untuk meningkatkan strategi produk, pemasaran, dan pelayanan. Dengan memperhatikan hasil penelitian ini, Bank Syariah dapat merancang kebijakan yang lebih tepat sasaran dalam meningkatkan minat masyarakat untuk menabung

2. Bagi Pemerintah dan Regulator: Hasil penelitian ini juga dapat menjadi dasar bagi pemerintah dan otoritas keuangan untuk mengembangkan kebijakan yang mendukung pertumbuhan perbankan syariah, termasuk program literasi keuangan dan insentif bagi pengembangan produk syariah yang inovatif.

### **Implikasi Teoretis:**

Penelitian ini menambah literatur yang ada mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat terhadap perbankan syariah, khususnya dalam konteks daerah seperti Kecamatan Benjeng dan Balongpanggung. Temuan ini mendukung teori-teori yang ada tentang pentingnya faktor produk, pengetahuan, dan kepercayaan dalam pengambilan keputusan finansial.

### **Implikasi bagi Penelitian Selanjutnya:**

Peneliti berikutnya dapat memperdalam penelitian ini dengan mengeksplorasi faktor-faktor lain yang mungkin mempengaruhi minat menabung di Bank Syariah, seperti faktor sosial, budaya, atau teknologi. Selain itu, studi komparatif antara bank syariah dan konvensional di berbagai daerah dapat memberikan gambaran yang lebih luas tentang dinamika minat masyarakat dalam konteks perbankan yang berbeda.

Dengan mempertimbangkan saran dan implikasi yang telah diuraikan, diharapkan Bank Syariah dan pihak terkait dapat melakukan langkah-langkah yang lebih efektif untuk meningkatkan minat masyarakat dalam menabung, yang pada akhirnya akan memperkuat posisi Bank Syariah dalam sistem perbankan nasional.

## DAFTAR PUSTAKA

- A Wawan, Dewi M. (2018). *Teori dan Pengukuran Pengetahuan, Sikap dan Perilaku Manusia*. Yogyakarta: Nuha Medika
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (5th ed.). Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (5th ed.). Thousand Oaks, CA: SAGE Publications. (hal. 235-256).
- Damayanti, Maysaroh. (2014). *Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Keputusan Nasabah dalam Memilih Bank Syariah di Bantul*. Bantul. Skripsi
- Dinar, Muhammad, dan Hasan, Muhammad. (2018). *Pengantar Ekonomi: Teori dan Aplikasi*. Makassar: CV. Nur Lina Bekerjasama dengan Pustaka Taman Ilmu.
- Dita, Haroni (2013). *Analisis Minat Menabung Masyarakat Pada Bank Muamalat Di Kota Kisaran*, jurnal Ekonomi dan Keuangan, Volume.1 Nomor 1
- Kotler, Philip. (2002). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Prenhallindo
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. New York: Pearson. (hlm. 410)
- Margono. (2010). *Metode Penelitian Pendidikan*. Jakarta : Rineka Cipta
- Magfiroh, Nur laili. (2018). *Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Minat Masyarakat untuk Menabung (Studi Kasus pada Nasabah BMT An-Nur Sidoarjo)*. Skripsi. Universitas Negeri Sunan Ampel.
- Muhammad. (2020). *Manajemen Bank Syariah*. Jakarta: Salemba Empat. (hlm. 45)
- Patton, M. Q. (2015). *Qualitative Research & Evaluation Methods* (4th ed.). Thousand Oaks, CA: SAGE Publications

Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Alfabeta. (hlm. 85)

Sutan Remy Sjahdeini, (2014). *Perbankan Syariah: Produk-Produk Dan Aspek-Aspek Hukumnya*, cetakan I, Jakarta : Kencana Pranadamedia Group

Suwarman, Ujang. (2011). *Perilaku Konsumen*. Bogor: Ghalia Indonesia

Robbins, S. P., & Judge, T. A. (2017). *Organizational Behavior*. Boston: Pearson. (hlm. 165)

Taswan. (2010). *Manajemen Perbankan, Konsep, Teknik, Dan Aplikasi*. Yogyakarta: Raja Grafindo

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2008 tentang perbankan Syariah

Uniyanti. (2018). *Faktor-Faktor yang Memengarui Minat Nasabah Menabung di Bank Syariah (Studi pada Mahasiswa UIN Alauddin Makassar)*. Skripsi. UIN Alauddin.

Zainal, H., Parinsi, K.W., Hasan, M., Said, F., and Akib, H. (2018). The influence of strategic assets and market orientation to the performance of family business in Makassar City, Indonesia. *Academy of Strategic Management Journal*, 17 (6).

[www.ojk.go.id](http://www.ojk.go.id)