

## BAB V

### PENUTUP

#### **5.1 Kesimpulan**

Penelitian ini membahas tentang persepsi dan motivasi apa yang timbul dalam diri seorang nasabah terhadap praktek *Rahn* emas di BPRS Bhakti Sumekar. Persepsi timbul akibat adanya timbal balik serta penilaian seorang individu terhadap apa yang ia rasakan, lihat dan terima. Sedangkan motivasi merupakan dorongan yang timbul akibat adanya faktor internal dan eksternal dari seorang individu untuk melakukan suatu hal guna tercapainya sebuah keinginan.

Jenis penelitian kualitatif deskriptif yang memberikan kebebasan kepada peneliti untuk lebih mengembangkan hasil temuannya namun tetap harus sesuai dengan batasan penelitian. Objek yang diteliti adalah nasabah pengguna *Rahn* emas di BPRS Bhakti Sumekar yang berlokasi di tengah kota di kabupaten Sumenep. Responden atau nasabah yang dijadikan objek penelitian sebanyak 30 orang seperti yang telah diuraikan sangat jelas pada bab sebelumnya.

Berdasarkan hasil kuesioner dan wawancara terkait dengan persepsi nasabah, dapat disimpulkan bahwa indikator yang memiliki nilai rata – rata paling tinggi adalah *reliability* ( keandalan ). Keandalan pihak bank terkait dengan produk *Rahn* emas dinilai cukup baik oleh nasabah. Sedangkan indikator empati yang memiliki nilai rata – rata paling rendah perlu menjadi perhatian. Empati karyawan tidak bisa seluruhnya dinilai oleh nasabah. Diperlukan adanya komunikasi yang baik antara karyawan dan nasabah. Selain itu kotak saran dinilai

tidak efektif dalam menampung saran dan kritik nasabah. Sebaiknya pihak BPRS Bhakti Sumekar mencari solusi untuk masalah ini, karena saran dan kritik dari para nasabah sangatlah penting dan hal ini seringkali dilupakan oleh banyak pihak.

Perlu diperhatikan bahwa munculnya sebuah persepsi tidak sepenuhnya berasal dari pihak nasabah maupun dari pihak BPRS Bhakti Sumekar saja. Persepsi seseorang dapat berubah – ubah sesuai dengan keadaan psikologis mereka pada saat itu, dan hal ini tidak dapat dipungkiri. Diperlukan adanya timbal balik yang efektif sehingga memunculkan persepsi yang jauh lebih baik lagi terhadap praktek *Rahn* emas.

Motivasi terbesar nasabah berdasarkan hasil kuesioner yaitu akibat dari dorongan dalam diri individu mereka sendiri. Melakukan Rahn Emas di BPRS Bhakti Sumekar karena mereka ingin menghindari praktek gadai gelap atau rentenir. Disamping itu juga mereka mengharapkan pinjaman yang akan digunakan sebagai modal usaha, kebutuhan rumah tangga dan pendidikan. Namun terkait dengan pengalaman buruk yang dialami oleh orang lain maupun individu itu sendiri sebenarnya tidak terlalu mempengaruhi motivasi nasabah dalam melakukan *Rahn* emas.

## **5.2 Keterbatasan Penelitian**

Setiap penelitian pasti memiliki keterbatasan, keterbatasan penelitian ini diantaranya :

1. Keterbatasan jumlah sampel yang hanya 30 nasabah dirasa masih kurang mencukupi.

2. Keterbatasan waktu yang mengakibatkan kurang maksimal dalam analisis dan pembahasan.
3. Penelitian terdahulu yang terkait dengan *Rahn* Emas yang cukup sulit ditemukan.

### **5.3 Saran**

Beberapa saran yang diberikan oleh peneliti agar penelitian berikutnya lebih baik lagi diantaranya adalah :

1. Bagi pihak BPRS Bhakti Sumekar
  - a. Memberikan pelayanan yang jauh lebih baik lagi sehingga persepsi nasabah terhadap produk *Rahn* Emas makin meningkat.
  - b. Secara intens meng – *update* harga emas terbaru yang selalu diinformasikan kepada nasabah. Hal ini berdasarkan pada informasi nasabah yang mengatakan bahwa terkadang harga emas di BPRS Bhakti Sumekar tidak mengikuti perkembangan harga emas di pasaran.
  - c. Kotak saran hendaknya diletakkan di tempat yang mudah terlihat dan terjangkau oleh nasabah. Atau penyebaran kuesioner pada periode tertentu sebagai alat evaluasi terhadap pelayanan yang diberikan.
  - d. *Teller* yang menangani pencairan dana dengan *teller* secara khusus melayani *Rahn* Emas hendaknya ditempatkan dalam satu *counter* sehingga tidak membingungkan pihak nasabah.
  - e. Promosi yang harus selalu digencarkan guna menginformasikan produk – produk yang dimiliki oleh BPRS Bhakti Sumekar.

- f. Pelatihan – pelatihan atau seminar untuk meningkatkan kemampuan dan kompetensi para karyawan.

2. Bagi nasabah BPRS Bhakti Sumekar

Hendaknya menjadi nasabah yang lebih cakap lagi sehingga masalah atau keluhan yang mereka alami terkait dengan transaksi Rahn Emas dapat diselesaikan oleh pihak bank. Hal ini penting sekali karena komunikasi yang baik dari pihak nasabah amat sangat membantu karyawan dan pihak BPRS Bhakti Sumekar untuk menyelesaikan masalah yang dialami nasabah.

3. Bagi peneliti selanjutnya

- a. Jika ingin melanjutkan penelitian ini alangkah baiknya menambah indikator – indikator yang lebih baik lagi.
- b. Memperbanyak referensi terutama tentang bagaimana aplikasi Rahn Emas di tempat lainnya sebagai contoh perbandingan.
- c. Mempersiapkan dan mengatur waktu lebih baik lagi agar jumlah responden yang diperoleh lebih banyak lagi.

## DAFTAR RUJUKAN

- Agung Pribadi. 2009. "Analisis Pengaruh Faktor Pengetahuan, Motivasi, Dan Persepsi Perawat Tentang Supervisi Kepala Ruang Terhadap Pelaksanaan Dokumentasi Asuhan Keperawatan Di Ruang Rawat Inap Rsud Kelet Provinsi Jawa Tengah Di Jepara". Tesis tak diterbitkan, Universitas Diponegoro Semarang.
- Alida Palilati. 2007. Pengaruh Nilai Pelanggan, Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Perbankan di Sulawesi Selatan. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan Vol 9 No 1*.
- Arfan Ikhsan Lubis. 2004. *Akuntansi Perilaku edisi 2*. Jakarta. Salemba Empat.
- Dewan Syari'ah Nasional MUI. 2002. FATWA DEWAN SYARIAH NASIONAL Nomor: 25/DSN-MUI/III/2002 tentang *Rahn*. Jakarta Dewan Syari'ah Nasional Majelis Ulama Indonesia.
- Dewan Syari'ah Nasional MUI. 2002. FATWA DEWAN SYARIAH NASIONAL Nomor: 25/DSN-MUI/III/2002 tentang *Rahn* emas. Jakarta Dewan Syari'ah Nasional Majelis Ulama Indonesia.
- Dewan Perwakilan Rakyat Indonesia. 2008. *Undang – Undang Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syari'ah*. Jakarta. Dewan Perwakilan rakyat Republik Indonesia.
- Dewi Urip Wahyuni. 2008. Pengaruh Motivasi, Persepsi dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Merek "Honda" di Kawasan Surabaya Barat. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan Vol 10 No 1*.
- Freddy Rangkuti. 2002. *Measuring Customer Satisfaction Teknik Mengukur Dan Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Plus Analisis Kasus PLN-JP*. Jakarta. Gramedia Pustaka Utama.
- Emzir. 2010. *Metodologi Penelitian Kualitatif Analisis Data*. Jakarta. PT Raja Grafindo Persada.
- Husein Umar. 2008. *Desain Penelitian Akuntansi Keperilakuan*. Jakarta. PT Raja Grafindo Persada.

- Iwan Triyuwono. 2009. *Perspektif Metodologi dan Teori Akuntansi Syari'ah*. Jakarta. Rajawali Pers.
- L.Daft, Richard. 2006. *Manajemen edisi 6 buku 2*. Jakarta. Salemba Empat.
- Miftah Thoha. 2009. *Perilaku Organisasi Konsep Dasar dan Aplikasinya*. Jakarta. Rajawali Pers.
- Nugroho J Setiadi. 2005. *Perilaku Konsumen Konsep Dan Implikasi Untuk Strategi Dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta. Prenada Media.
- Rachmad Hidayat. 2009. Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk dan Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan Vol 11 No 1*.
- Rizal Yaya, et all. 2009. *Akuntansi Perbankan Syariah Teori dan Praktik Kontemporer*. Jakarta. Salemba Empat.
- Sri Mulyani. 2007. "Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Produk Tabungan Perbankan Syari'ah (Studi Kasus Pada Bri Syari'ah Cabang Solo)". Skripsi Sarjana tak diterbitkan, STAIN Surakarta.
- Sri N. dan Wasilah. 2008. *Akuntansi Syariah di Indonesia*. Jakarta. Salemba Empat.
- Tatik Suryani. 2008. *Perilaku Konsumen Implikasi Pada Strategi Pemasaran*. Yogyakarta.
- Wakhyudin, Sasli Rais. 2009. Pengembangan Pegadaian Syariah di Indonesia Dengan Analisis SWOT. *Jurnal Pengembangan Bisnis & Manajemen STIE PBM, Vol. IX No. 14*.