

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Penelitian ini dilakukan dengan menganalisis 100 kuisisioner dengan jumlah 100 responden yang berisi pertanyaan tentang religiusitas, persepsi, lokasi dan promosi serta alasan para pedagang pasar tidak melakukan pembiayaan di bank syariah untuk menambah modal usaha. Data penelitian di analisis menggunakan kuantitatif deskriptif dengan menambah wawancara. Uji kualitas kuisisioner menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas, serta uji asumsi klasik. Untuk uji hipotesis menggunakan teknik regresi linear berganda dengan menggunakan program statistik.

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan tentang pengaruh faktor religiusitas, persepsi, lokasi dan promosi terhadap keputusan masyarakat muslim tidak melakukan pembiayaan di bank syariah, dapat di tarik sebuah kesimpulan bahwa variabel religiusitas dan promosi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan masyarakat muslim tidak melakukan pembiayaan di bank syariah khususnya para pedagang muslim dipasar. Dua variabel ini sesuai dengan dugaan sementara peneliti sebelum melakukan penelitian. Sedangkan variabel persepsi dan lokasi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan masyarakat Muslim tidak melakukan

pembiayaan di bank syariah, dua variabel ini tidak sesuai dengan dugaan sementara peneliti sebelum melakukan penelitian.

Seperti faktor Religuitas, dari hasil penelitian 100 responden, menyatakan bahwa mayoritas para pedagang tahu tentang riba dan haramnya suku bunga, akan tetapi hal tersebut tidak membuat masyarakat beralih dari bank konvensional ke bank syariah karena mereka menganggap bagi hasil dengan bunga itu sama saja. Selain faktor religitas yang berpengaruh signifikan terhadap keputusan masyarakat muslim tidak melakukan pembiayaan di bank syariah yaitu promosi. Promosi yang dilakukan pihak bank syariah Purwokerto yang belum optimal dan marketing bank syariah yang belum masuk keranah pasar tradisional, hal ini lah yang membuat pemahaman dan pengetahuan masyarakat terutama para pedagang pasar yang kurang bahkan tidak tahu sama sekali tentang bank syariah.

Persepsi seseorang dalam pemahaman dan menerima sebuah informasi sangat berbeda-beda sehingga variabel ini tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan masyarakat muslim tidak melakukan pembiayaan di bank syariah. Persepsi juga mempengaruhi keputusan masyarakat untuk memilih atau tidak memilih, dengan lokasi yang mudah dijangkau ataupun tidak, ketika pemahaman masyarakat terhadap bank syariah baik maka masyarakat akan beralih tetapi sebaliknya. Sehingga hal ini membuat variabel lokasi tidak memiliki berpengaruh yang signifikan terhadap keputusan masyarakat muslim tidak melakukan pembiayaan di

bank syariah dalam penelitian ini. Oleh karena itu penelitian ini berbeda dengan penelitian terdahulu.

## **B. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan diatas, maka peneliti akan menyampaikan saran yang kiranya dapat bermanfaat bagi pihak terkait. Adapun saran-saran tersebut adalah:

1. Pihak bank syariah perlu melakukan promosi baik itu melalui media elektronik, pendekatan langsung kepada masyarakat, atau bahkan dengan memberikan bonus-bonus kepada nasabah bank syariah yang nantinya akan berdampak pada masyarakat umum. Selain itu, dengan promosi yang baik akan menambah pengetahuan masyarakat terhadap bank syariah.
2. Pihak bank syariah lebih memaksimalkan pada manajemen sumber daya manusia. Seperti bagian marketing. Karena marketing yang berkualitas sangat berperan dalam menunjang perkembangan bank, dan di satu sisi dapat meningkatkan kemampuan sector riil dalam penyerapan tenaga kerja.
3. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk mencari ruang lingkup yang berbeda, atau lebih luas lagi. Dan diharapkan hasil penelitian ini dapat dijadikan rujukan untuk peneliti selanjutnya yang akan meneliti dalam bidang perbankan islam khususnya faktor yang mempengaruhi

kurangnya pemahaman masyarakat muslim terhadap sistem perbankan syariah.

### **C. Keterbatasan Masalah**

Keterbatasan-keterbatasan yang ada dalam penelitian ini, sebagai berikut:

1. Penelitian ini hanya meneliti tentang faktor religuitas, persepsi, lokasi dan promos yang berpengaruh terhadap keputusan masyarakat muslim tidak melakukan pembiayaan di bank syariah. Keempat variabel tersebut mampu menggambarkan keseluruhan terhadap keputusan masyarakat muslim tidak melakukan pembiayaan di bank syariah.
2. Penelitian ini hanya dilakukan di dua pasar pada dua kecamatan di Purwokerto. Maka sebaiknya untuk penelitian selanjutnya agar dapat meneliti di seluruh pasar yang ada di Kabupaten Purwokerto.