

## BAB V PENUTUP

### A. Simpulan

Setelah menganalisis dari hasil penelitian tentang faktor yang mempengaruhi anggota muslim dan non muslim terhadap keputusan penggunaan jasa pembiayaan syariah di BMT Mubarakah Kudus, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan anggota muslim maupun non muslim menggunakan produk jasa pembiayaan syariah di BMT Mubarakah Kudus dari beberapa persepsi responden yang terdiri dari lokasi, pelayanan, bagi hasil (*profit sharing*), reputasi perusahaan, promosi, keingintahuan, teman dekat, dan biaya administrasi. Diketahui bahwa dari beberapa persepsi nasabah/anggota muslim faktor yang paling dominan dalam keputusan menggunakan jasa pembiayaan syariah di BMT Mubarakah Kudus adalah dari faktor pelayanan dan faktor lokasi. Sedangkan dari beberapa persepsi nasabah/anggota non muslim lebih dominan terhadap faktor keingintahuan, faktor pelayanan, faktor bagi hasil (*profit sharing*), dan faktor dorongan dari teman dekat.
2. Strategi pemasaran jasa pembiayaan syariah yang diterapkan BMT Mubarakah Kudus dalam upaya meningkatkan jumlah anggota muslim maupun non muslim yaitu dengan menggunakan pendekatan segmentasi, targeting, dan positioning. Selain itu, mereka juga menggunakan bauran pemasaran (*marketing mix*) yang terdiri dari 4 unsur yaitu produk, harga, lokasi/tempat, dan promosi. Tujuan dari penerapan strategi pemasaran ini adalah untuk menarik minat meningkatkan jumlah anggota baik itu dari masyarakat muslim maupun non muslim, dan juga mempertahankan loyalitas dari anggota. Dengan strategi yang sudah diterapkan BMT Mubarakah Kudus terbukti bahwa banyak masyarakat (muslim atau non muslim) yang datang ke BMT Mubarakah sendiri untuk mengajukan pembiayaan di BMT Mubarakah.

### B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian mengenai analisis faktor yang mempengaruhi anggota muslim dan non muslim terhadap keputusan penggunaan jasa pembiayaan syariah di BMT Mubarakah Kudus, penulis ingin mengajukan beberapa rekomendasi dan saran yang

diharapkan dapat memberikan manfaat positif bagi perusahaan yang bersangkutan serta pihak-pihak yang terkait, yaitu:

1. Bagi Praktisi

BMT Mubarakah Kudus diharapkan dapat melakukan upaya lebih aktif dalam memperkenalkan produk pembiayaan syariah kepada masyarakat terutama pada masyarakat non muslim, agar nantinya masyarakat non muslim tertarik untuk menggunakan produk jasa pembiayaan syariah di BMT Mubarakah. Selain itu untuk mendukung upaya pemasaran produk pembiayaan di kalangan masyarakat yang minim pengetahuan mengenai produk syariah, BMT Mubarakah bisa mengadakan sosialisasi agar agar mereka lebih faham dan mengetahui perbedaan antara produk pembiayaan di lembaga keuangan syariah dan produk pinjaman di lembaga keuangan konvensional.

2. Bagi Akademisi

Bagi peneliti yang ingin meneliti tema yang sama dengan penelitian ini untuk dapat lebih menyempurnakan penelitiannya dengan mengidentifikasi lebih dalam faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan anggota muslim dan anggota non muslim dalam menggunakan jasa pembiayaan syariah, sehingga nantinya dapat melakukan perbandingan lebih mendalam mengenai faktor-faktor tersebut.