

BAB V

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dibahas pada bab sebelumnya maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Gambaran *Religiosity* pada anggota Forum Silaturahmi Studi Ekonomi Islam (FoSSEI). Gambaran *Religiosity* diukur melalui *belief, experience, knowledge, consequence* dan *practice*. Hasil temuan empiris pada penelitian ini menunjukkan bahwa tingkat kekuatan *religiosity* pada anggota FoSSEI sangat baik. Dimensi secara berurutan berdasarkan skor paling tinggi adalah *belief, experience, knowledge, consequence* dan *practice*
2. Gambaran Sikap terhadap Fintech syariah pada anggota FoSSEI menunjukkan kategori yang baik. Indikator pengukur sikap adalah sikap kognitif, afektif dan perilaku. Indikator yang mendapatkan skor paling besar adalah indikator perilaku yang mencerminkan niat penggunaan di masa yang akan datang.
3. Gambaran *Purchase Intention* anggota FoSSEI pada layanan *Peer to Peer Lending* syariah berdasarkan hasil temuan empiris pada penelitian ini menunjukkan bahwa tingkat kekuatan *purchase intention* pada anggota FoSSEI baik. *Purchase intention* diukur berdasarkan indikator minat transaksional, referensial, preferensial, dan eksploratif. Indikator minat preferensial mendapatkan skor paling tinggi. Skor terendah ditemukan pada minat transaksional.
4. Hubungan pengaruh antara *religiosity*, sikap, dan *purchase intention* pada layanan *Peer to Peer Lending* syariah berpengaruh secara signifikan. Hasil temuan menunjukkan pengaruh *religiosity* terhadap sikap anggota FoSSEI yang signifikan pada *peer to peer lending* syariah serta memiliki nilai prediktif mendekati medium. Pengaruh secara langsung dan tidak langsung *religiosity* pada *purchase intention* signifikan namun memiliki nilai prediktif yang lemah. Pengaruh sikap terhadap *purchase intention* anggota FoSSEI pada *peer to peer lending* syariah signifikan dan memiliki nilai prediktif yang sangat besar.

5.2. Rekomendasi

Berdasarkan hasil penelitian, penulis merekomendasikan beberapa hal berikut:

- a. Masih rendahnya tingkat literasi keuangan syariah di Indonesia menjadi salah satu penyebab masih rendahnya pemahaman konsumen terhadap fintech *peer to peer lending syariah*. Penulis merekomendasikan dilakukannya edukasi terhadap konsumen terhadap aspek kelebihan secara syariah dan rasional sehingga membentuk sikap positif di kalangan masyarakat.
- b. Perusahaan fintech hendaknya benar-benar patuh pada aturan-aturan yang telah ditetapkan oleh Dewan Syariah Nasional MUI. Konsumen yang memiliki tingkat pemahaman yang baik terhadap akad syariah akan menilai kesesuaian atau tidaknya perusahaan dengan aspek syariah. Mayoritas dari konsumen tersebut adalah pemimpin opini di masyarakat sehingga memiliki kekuatan mempengaruhi opini yang terjadi di kalangan awam.
- c. Perubahan *landscape* pasar secara internasional terhadap kesadaran aspek syariah adalah sebuah keniscayaan. Pada beberapa tahun yang lalu bahkan negara Inggris dan Jepang ingin menobatkan diri sebagai pusat ekonomi dan bisnis syariah. Industri-industri yang sudah mulai memperbaiki kinerja layanannya agar sesuai syariah diantaranya keuangan, pariwisata, makanan, bahkan pada industri kosmetik. Penulis merekomendasikan adanya pengajaran terhadap akad-akad dalam muamalah dan halal haram pada lingkungan lembaga pendidikan sehingga menghasilkan lulusan yang memiliki wawasan keilmuan bisnis yang sesuai syariah.
- d. Penelitian *islamic marketing* masih sangat sedikit di Indonesia maupun internasional. Peneliti merekomendasikan dilakukan penelitian pada perilaku konsumen dari aspek islam. Berdasarkan dimensi-dimensi religiositas dapat dikembangkan dan diturunkan menjadi aspek yang lebih spesifik untuk diteliti.
- e. Penelitian ini masih terbatas pada anggota FoSSEI. Penulis merekomendasikan untuk dilakukan penelitian pada lingkup masyarakat Indonesia.