

BAB V

SIMPULAN, IMPLIKASI, DAN REKOMENDASI

5.1 Simpulan

Simpulan dari penelitian ini didapatkan dari hasil pengujian dan pembahasan yang sudah dipaparkan pada BAB IV, beberapa poin kesimpulan yang didasarkan pada pertanyaan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Niat beralih nasabah bank konvensional ke bank syariah berada pada kategori tinggi. Selain itu, variabel tingkat kepuasan nasabah dan norma subjektif berada pada kategori sedang. Sedangkan variabel tingkat daya tarik alternatif dan religiositas pada kategori tinggi.
2. Kepuasan nasabah berpengaruh negatif terhadap niat beralih. Tingkat kepuasan nasabah yang rendah dapat meningkatkan niat beralih nasabah bank konvensional ke syariah.
3. Daya tarik alternatif berpengaruh positif terhadap niat beralih. Tingkat daya tarik alternatif yang tinggi dapat meningkatkan niat beralih nasabah bank konvensional ke bank syariah.
4. Norma subjektif tidak berpengaruh terhadap niat beralih nasabah bank konvensional ke bank syariah. Dengan demikian, norma subjektif bukanlah salah satu alasan nasabah bank konvensional memiliki niat beralih ke bank syariah.
5. Religiositas berpengaruh positif terhadap niat beralih nasabah bank konvensional ke bank syariah. Tingkat religiositas yang tinggi dapat meningkatkan niat beralih nasabah bank konvensional ke bank syariah.

5.2 Implikasi dan Rekomendasi

Implikasi pada penelitian ini dibagi menjadi dua, yaitu implikasi teoretis dan implikasi praktis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel tingkat kepuasan nasabah berpengaruh negatif terhadap niat beralih nasabah bank konvensional ke bank syariah. Variabel tingkat daya tarik alternatif dan tingkat religiositas berpengaruh positif terhadap niat beralih nasabah bank konvensional ke

bank syariah. Sedangkan variabel norma subjektif tidak memiliki pengaruh terhadap niat beralih nasabah bank konvensional ke bank syariah. Hal ini memberikan gambaran bahwa:

1. Item pertanyaan KN8 pada variabel kepuasan nasabah yang menanyakan terkait kesediaan responden untuk merekomendasikan bank konvensional kepada orang lain karena produk yang ditawarkannya, memiliki skor rata-rata paling rendah. Implikasinya bagi bank syariah, yaitu memiliki strategi pengembangan produk, antara lain membaca potensi dan kebutuhan nasabah sehingga pengembangan produk perbankan syariah dapat menjawab kebutuhan masyarakat pada wilayah tersebut. Kemudian, menyelenggarakan pameran agar produk perbankan syariah dapat dikenal luas oleh masyarakat, dengan program ini diharapkan masyarakat dapat langsung mendaftar untuk pembelian produk bank syariah yang sedang dipamerkan. Bank syariah juga dapat mengkaji dan mengembangkan produk yang dapat meningkatkan kebersamaan pihak bank dan nasabah. Selain itu, penerapan berbagai teknologi untuk menunjang seluruh produk serta memberikan nilai lebih terhadap produk yang ditawarkan juga dapat dilakukan oleh bank syariah. Kemudian, item pertanyaan KN 6 terkait kesediaan nasabah bank konvensional untuk merekomendasikan bank konvensional kepada orang lain karena pelayanan yang diberikan, memiliki nilai korelasi paling tinggi. Oleh karena itu, bank syariah harus fokus pada *customer experience* atau kesan yang dirasakan nasabah setelah mendapatkan pelayanan dari bank syariah. Pengembangan layanan fitur-fitur *digital* juga harus ditingkatkan seperti buka rekening secara online dan setor tarik tunai tanpa kartu.
2. Item pertanyaan DA3 pada variabel daya tarik alternatif terkait fasilitas penunjang pada bank syariah yang mampu memenuhi kebutuhan nasabah lebih baik, memiliki skor rata-rata paling rendah. Namun, item tersebut memiliki nilai korelasi paling tinggi. Implikasinya bagi bank syariah, yaitu bank syariah dapat melengkapi fasilitas-fasilitas kegiatan transaksi sesuai kebutuhan masyarakat seperti meningkatkan tampilan gedung, fasilitas pada ruang tunggu, dan area parkir sehingga terciptanya kenyamanan.

3. Item pertanyaan R2 pada variabel religiositas terkait tingkat pengetahuan responden mengenai bank syariah sebagai bank yang berlandaskan pada Al-Qur'an dan Hadist, memiliki skor rata-rata paling rendah. Bank dapat berkolaborasi dengan sejumlah pihak seperti universitas atau asosiasi, untuk melakukan sosialisasi dan edukasi baik dalam bentuk seminar, kuliah umu, program pelatihan, atau pengadaan kurikulum.
4. Tidak berpengaruhnya norma subjektif berkaitan dengan adanya perubahan perilaku masyarakat. Saat ini sebagian besar informasi membutuhkan layanan media sosial terlihat dari meningkatnya pengguna media sosial untuk mengetahui informasi pada kategori edukasi, komunikasi, dan literasi keuangan syariah. Perbankan syariah dapat berupaya untuk melipat gandakan kekuatan promosi, sosialisasi, dan edukasi perbankan syariah di Indonesia melalui media sosial.

Kebijakan yang dapat diambil oleh para pemangku kepentingan dalam meningkatkan pemahaman masyarakat mengenai perbankan syariah, yaitu dengan lebih banyak mengadakan edukasi dan sosialisasi dalam bentuk webinar maupun pembuatan konten *digital*. Industri keuangan syariah khususnya perbankan syariah lebih berperan serta menggarap sektor-sektor yang potensial dan sosialisasi lainnya untuk mengedukasi masyarakat mengenai berbagai produk keuangan syariah, manfaat atau keunggulannya, dan cara mendapatkannya. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan bermanfaat bagi para pemangku kepentingan, seperti KNEKS, MES, maupun para pihak regulator untuk merencanakan pengembangan kebijakan maupun penyusunan strategi untuk dapat mendorong tumbuhnya *market share* perbankan syariah dalam negeri hingga ke kancah global.

Adapun rekomendasi yang dapat penulis berikan berdasarkan hasil penelitian adalah sebagai berikut:

1. Bagi para pegiat industri perbankan syariah, diharapkan dapat mengidentifikasi dan memanfaatkan ketidakpuasan nasabah dengan mengatasi ketidakpuasan tersebut dalam strategi pemasaran yang tepat. Setiap faktor dorong yang dapat meningkatkan niat nasabah untuk beralih secara proaktif dapat dimitigasi oleh bank syariah. Dengan begitu, bank

syariah dapat berfokus pada pengalaman nasabah pada penyedia jasa sebelumnya. Lalu, perkembangan era *digital* saat ini haruslah dijadikan momentum dalam meningkatkan daya tarik bank syariah. Selain itu, promosi produk dan jasa dengan kreatif dan menarik perhatian, memberikan pelayanan yang prima kepada nasabah melalui respons atau masukan terhadap ulasan yang ditulis nasabah dan membuat produk perbankan syariah semakin menjadi sorotan.

2. Bagi para akademisi, untuk lebih mengetahui hasil penelitian yang komprehensif bisa dengan menambahkan variabel yang mempengaruhi seperti *service quality*, *switching cost*, *variety seeking*, dan variabel lainnya yang terdapat pada teori *push*, *pull*, dan *mooring*. Selain daripada itu, wilayah penelitian dapat diperluas hingga responden dalam penelitian lebih beragam dari berbagai wilayah di Indonesia.
3. Bagi pemerintah termasuk pemangku kepentingan seperti KNEKS, MES, dan pihak-pihak yang bergerak di sektor industri perbankan syariah bisa dengan mengeluarkan modul atau artikel terkait perbankan syariah. Hal ini sebagai bentuk perwujudan dukungan kepada sektor yang bergerak di bidang perbankan, agar menambah pengetahuan publik terhadap perbankan syariah terutama calon nasabah terkhusus perbankan syariah supaya lebih baik, selektif, dan menimbang sisi manfaatnya. Dengan potensi yang dimiliki oleh industri ini, perlu kerja sama semua aspek baik dari pemerintah maupun masyarakat untuk mewujudkan Indonesia menjadi pusat keuangan syariah dunia.

Selain itu, pada penelitian ini juga terdapat beberapa keterbatasan yang dihadapi oleh penulis, di antaranya:

1. Variabel penelitian ini masih terbatas, hanya terdapat empat variabel, yaitu tingkat kepuasan nasabah, tingkat daya tarik alternatif, tingkat norma subjektif, dan tingkat religiositas. Maka untuk peneliti selanjutnya diharapkan untuk menambah variabel lainnya yang ada pada teori *push*, *pull*, dan *mooring* dalam penelitiannya.

2. Lingkup wilayah penelitian cukup kecil hanya di Jawa Barat. Maka untuk peneliti selanjutnya diharapkan untuk mengkaji juga daerah lain secara lebih luas agar gambaran mengenai niat beralih nasabah bank konvensional ke bank syariah di Indonesia semakin kaya.