

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

Sebagai akhir dari penulisan, dalam bab ini disampaikan beberapa kesimpulan serta saran yang relevan bagi penelitian yang akan datang sesuai dengan hasil penelitian analisis data yang telah dilakukan.

A. Simpulan

Dari hasil penelitian ini mendapatkan kesimpulan sebagai berikut :

1. Pembiayaan Syariah tidak berpengaruh terhadap Perkembangan Nasabah UMKM pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Radial. Dapat dilihat dari Nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($1,333 < 1,670$) dan nilai signifikansi sebesar $0,187 > 0,05$.
2. Marketing Strategi tidak berpengaruh terhadap Perkembangan Nasabah UMKM. Dapat dilihat dari Nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($0,851 < 1,670$) dan nilai signifikansi sebesar $0,398 > 0,05$.
3. Etika Bisnis (X3) berpengaruh positif terhadap Perkembangan Nasabah UMKM (Y). dapat dilihat dari Nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,843 > 1,670$) dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$, berpengaruh positif yang artinya terdapat hubungan yang positif antara variabel etika bisnis (X3) terhadap Perkembangan Nasabah UMKM (Y). Hubungan yang positif menandakan semakin baik etika bisnis maka semakin baik pula tingkat perkembangan nasabah.
4. Pembiayaan Syariah (X1) tidak berpengaruh terhadap Keputusan Nasabah (Z). maka dapat dilihat dari Nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($1,865 > 1,669$) dan nilai signifikansi sebesar $0,067 > 0,05$.
5. Marketing Bisnis (X2) tidak berpengaruh terhadap Keputusan Nasabah (Z). Dapat dilihat dari Nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($1,457 < 1,669$) dan nilai signifikansi sebesar $0,150 > 0,05$.

6. Etika Bisnis (X3) berpengaruh positif terhadap Keputusan Nasabah (Z). dapat dilihat dari Nilai thitung $>$ ttabel ($1,6,385 > 1,669$) dan nilai signifikansi sebesar $0,000 > 0,05$. berpengaruh positif yang artinya terdapat hubungan yang positif antara variabel etika bisnis (X3) terhadap keputusan nasabah. Hubungan yang positif menandakan semakin baik etika bisnis (X3) maka semakin baik pula tingkat keputusan nasabah (Z).
7. Pembiayaan Syariah (X1), Marketing Strategi (X2), Etika Bisnis (X3), Keputusan Nasabah (Z) dinyatakan berpengaruh secara simultan terhadap Perkembangan Nasabah UMKM (Y). dapat dilihat dari hasil untuk F tabel senilai 2,520. Hasil perhitungan nilai F hitung $>$ F tabel ($42,098 > 2,520$) dan nilai sig $0,000 < 0,05$. Berpengaruh secara simultan yang artinya Pembiayaan Syariah (X1), Marketing Strategi (X2), Etika Bisnis (X3), Keputusan Nasabah (Z) yang menandakan bahwa semakin baik pula tingkat perkembangan nasabah UMKM (Y)
8. Pembiayaan Syariah (X1), Marketing Strategi (X2), Etika Bisnis (X3), dinyatakan berpengaruh secara simultan terhadap Keputusan Nasabah (Z). dapat dilihat dari diperoleh hasil untuk F tabel senilai 2,751. Hasil perhitungan nilai F hitung $>$ F tabel ($56,634 > 2,751$) dan nilai sig $0,000 < 0,05$. Berpengaruh secara simultan yang artinya Pembiayaan Syariah (X1), Marketing Strategi (X2), Etika Bisnis (X3) yang menandakan bahwa semakin baik Pembiayaan Syariah (X1), Marketing Strategi (X2), Etika Bisnis (X3) maka akan semakin baik pula tingkat keputusan nasabah (Z).
9. Keputusan nasabah memediasi hubungan antara pembiayaan syariah terhadap perkembangan nasabah UMKM. Dapat dilihat dari hasil Jalur a merupakan pengaruh X1 ke Z. Dari output di atas, koefisien jalur a sebesar 0,354 dan signifikan pada taraf p sebesar $0,000 < 0,05$. Jalur c' merupakan pengaruh X1 ke Y atau efek langsung dari X ke Y. Koefisien jalur c sebesar 0,208 dan signifikan pada taraf p sebesar

0,009<0,05. Jalur b merupakan efek Z ke Y. Koefisien jalur b sebesar 0,883 dan signifikan pada taraf p sebesar 0,000<0,05.

10. Keputusan nasabah memediasi hubungan antara *marketing strategy* terhadap perkembangan nasabah UMKM. Dapat dilihat dari hasil Jalur a merupakan pengaruh X2 ke Z. Dari output di atas, koefisien jalur a sebesar 0,492 dan signifikan pada taraf p sebesar 0,000<0,05. Jalur c' merupakan pengaruh X2 ke Y atau efek langsung dari X2 ke Y. Koefisien jalur c sebesar 0,205 dan tidak signifikan pada taraf p sebesar 0,084>0,05. Jalur b merupakan efek Z ke Y. Koefisien jalur b sebesar 0,103 dan signifikan pada taraf p sebesar 0,000<0,05.
11. Keputusan nasabah memediasi hubungan antara etika bisnis terhadap perkembangan nasabah UMKM. Dapat dilihat dari hasil Jalur a merupakan pengaruh X3 ke Z. Dari output di atas, koefisien jalur a sebesar 0,407 dan signifikan pada taraf p sebesar 0,000<0,05. Jalur c' merupakan pengaruh X3 ke Y atau efek langsung dari X3 ke Y. Koefisien jalur c sebesar 0,418 dan signifikan pada taraf p sebesar 0,000>0,05. Jalur b merupakan efek Z ke Y. Koefisien jalur b sebesar 0,454 dan signifikan pada taraf p sebesar 0,014<0,05

B. Saran

Berdasarkan pada analisis dan kesimpulan yang berkaitan dengan penelitian ini, maka penulis mengusulkan saran-saran sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan

Diharapkan lembaga pembiayaan syariah yang ada di Kota Palembang atau di kota-kota lain, tetap mempertahankan dan mengembangkan produk-produk pembiayaan syariah pembiayaan syariah yang dapat membantu para nasabahnya untuk mengembangkan usaha mereka, khususnya para pelaku usaha mikro, kecil dan

menengah (UMKM). Lembaga pembiayaan syariah juga diharapkan dapat mengawasi dan membina para nasabahnya yang merupakan pelaku usaha dalam mengelola usaha mereka agar usahanya dapat berjalan dan berkembang dengan baik.

2. Bagi Pelaku UMKM

Diharapkan para pemilik UMKM terus melakukan dan mengembangkan marketing strategy seperti penentuan lokasi yang strategis, promosi yang menarik, serta inovasi produk yang berbeda dan lebih baik dari produk usaha sejenis yang lain. Para pemilik UMKM juga diharapkan tetap menerapkan etika bisnis yang baik sehingga pelanggan merasa nyaman untuk menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan, sehingga dapat memudahkan untuk mengembangkan usaha kedepannya.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat memperluas penelitian dengan menambahkan indikator-indikator lain yang dapat mempengaruhi perkembangan UMKM. sehingga dapat menambah wawasan tentang faktor-faktor lain yang dapat meningkatkan perkembangan UMKM.