

BAB V

KESIMPULAN

A. Kesimpulan

1. Faktor-faktor yang mempengaruhi minat non muslim menjadi anggota

Berdasarkan pembahasan hasil penelitian tentang faktor-faktor yang mempengaruhi minat non muslim menjadi anggota di kospin JASA Syariah melalui penyebaran kuesioner kepada anggota non muslim, dapat diambil kesimpulan bahwa, Terdapat empat faktor perilaku konsumen yang mempengaruhi minat non muslim menjadi anggota, yaitu:

faktor budaya dapat mempengaruhi minat non muslim menjadi anggota terbukti dari hasil pernyataan yang telah dijawab oleh responden, bahwa keputusan untuk menyimpan dananya di Kospin JASA Syariah disebabkan oleh faktor budaya dengan nilai rata-rata 77,50%.

faktor sosial juga dapat mempengaruhi minat non muslim menjadi anggota terbukti dari hasil pernyataan yang telah dijawab oleh responden, bahwa keputusan untuk menyimpan dananya di Kospin JASA Syariah disebabkan oleh faktor sosial dengan nilai rata-rata 60,55%.

faktor pribadi juga mempengaruhi minat non muslim menjadi anggota terbukti dari hasil pernyataan yang telah dijawab oleh responden, bahwa keputusan untuk menyimpan dananya di Kospin

JASA Syariah disebabkan oleh faktor pribadi dengan nilai rata-rata 77,75%.

faktor teknologi juga mempengaruhi minat non muslim menjadi anggota terbukti dari hasil pernyataan yang telah dijawab oleh responden, bahwa keputusan untuk menyimpan dananya di Kospin JASA Syariah disebabkan oleh faktor teknologi dengan nilai rata-rata 83,33%.

2. Bagaimana strategi Kospin JASA Syariah dalam mempengaruhi minat non muslim menjadi anggota dengan Analisis SWOT.

Analisis SWOT terhadap produk-produk Kospin JASA Syariah:

Strengths (kekuatan) Pengembangan hasil wawancara peneliti menyimpulkan bahwa kekuatan dari produk-produk tersebut yaitu: adanya benefit wisata gratis, penyaringan hadiah di akhir periode, uang kembali utuh, dan mendapatkan souvenir menarik diakhir periode.

Weaknes (kelemahan) Peneliti menyimpulkan bahwa kelemahan dari produk-produk tersebut yaitu: penyaringan hadiah yang tidak dilakukan di depan nasabah, ada produk yang hanya bisa dijangkau dari kalangan menengah ke-atas.

Opportunities (peluang) Peneliti menyimpulkan banyaknya peluang untuk menjaring para anggota, ada produk yang bisa dijangkau oleh kalangan menengah ke-bawah dan juga dari kalangan menengah ke-atas.

Threats (Ancaman) Peneliti menyimpulkan bahwa banyaknya pesaing antar Lembaga keuangan dan produk-produk yang bisa di tiru oleh Lembaga keuangan lain.

Dari hasil Analisis SWOT berdasarkan pada faktor internal Strength memiliki nilai rata-rata 2,80, weaknes memiliki nilai rata-rata 1,30, dan terdapat selisih nilai 1,50. Sedangkan faktor eksternal Opportunities memiliki nilai rata-rata 2,85, threats memiliki nilai rata-rata 1,60, dan terdapat selisih nilai 1,25. Analisis tersebut menyatakan bahwa Kospin JASA Syariah berada pada kuadran 1 (positif, positif) dimana hasil tersebut menunjukkan bahwa Kospin JASA Syariah memiliki kekuatan dari faktor internal dan memiliki peluang yang bagus pada faktor eksternalnya.

B. Saran

Dari hasil penelitian, faktor teknologi merupakan faktor yang paling dominan yang mempengaruhi minat non muslim menjadi anggota di Kospin JASA Syariah Jepara, alangkah baiknya jika Kospin JASA Syariah Jepara memperbanyak fasilitas ATM dan meningkatkan kualitas teknologi jasa M-banking agar teknologi tersebut semakin canggih.

Produk-produk Kospin JASA Syariah Jepara memiliki kekuatan dan peluang yang sangat tinggi, diharapkan agar pihak Kospin JASA Syariah Jepara memanfaatkan peluang yang ada tersebut.