

## **BAB VI**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian di lapangan dan penjabaran dalam bab sebelumnya, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan untuk menjadi anggota BMT UMMAT. Artinya ketika terjadi peningkatan promosi yang dilakukan oleh BMT UMMAT maka akan terjadi peningkatan keputusan untuk menjadi anggota. Promosi yang telah dilakukan jelas, menarik dan professional.
2. Pelayanan tidak signifikan terhadap keputusan untuk menjadi anggota BMT UMMAT. Keputusan anggota tidak bergantung pada pelayanan yang diberikan, hal ini terjadi karena ada pelayanan yang dirasakan anggota kurang memuaskan pada saat tertentu. Meskipun demikian, dengan pelayanan yang kurang baik tidak mempengaruhi keputusan masyarakat untuk menjadi anggota BMT UMMAT
3. Variabel motivasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan untuk menjadi anggota BMT UMMAT. Artinya ketika terjadi motivasi semakin tinggi maka semakin tinggi pula keputusan untuk menjadi anggota BMT UMMAT. Hal ini sesuai dengan penelitian-penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa semakin tinggi motivasi untuk menabung, meningkatkan kualitas kemandirian

berbisnis dan peningkatan kesejahteraan akan berpengaruh terhadap keputusan menjadi anggota BMT.

4. Variabel Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi anggota BMT UMMAT. Artinya ketika terjadi peningkatan profitabilitas, maka terjadi pula peningkatan keputusan untuk menjadi BMT UMMAT. Dalam penelitian ini, ketika anggota mendapatkan kepastian profit, dan bagi hasil sesuai dengan kesepakatan diawal, serta dengan bergabungnya menjadi anggota menumbuhkan pendapatan mempengaruhi keputusan untuk menjadi anggota BMT.
5. Variabel Aksesibilitas tidak signifikan terhadap keputusan menjadi anggota BMT UMMAT. Hal ini sesuai dengan penelitian sebelumnya, responden merasa bahwa lokasi dan akses untuk mencapai kantor sulit dijangkau oleh masyarakat yang tinggal jauh dari kantor BMT. Meskipun demikian, dengan aksesibilitas yang kurang baik tidak mempengaruhi keputusan masyarakat untuk menjadi anggota BMT UMMAT
6. Variabel Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi anggota BMT UMMAT. Artinya ketika terjadi peningkatan kualitas produk maka akan terjadi pula peningkatan keputusan menjadi anggota. Variabel kualitas produk adalah variabel yang paling dominan karena kualitas produk BMT UMMAT sesuai

dengan yang ditawarkan, tepat sasaran, dan sangat bermanfaat bagi anggota yang merasakan produk dan jasa yang diberikan.

## **B. Saran**

1. Untuk meningkatkan keputusan menjadi anggota, BMT UMMAT hendaknya melakukan promosi dengan memiliki akun media sosial dan penyebaran brosur dengan desain menarik.
2. Untuk meningkatkan keputusan menjadi anggota, BMT UMMAT hendaknya memberikan pelayanan yang baik dengan informasi lengkap dan jelas dimengerti oleh calon anggota. Melakukan sosialisasi pemahaman produk dan jasa sehingga calon anggota mengenal dan menilai produk dan jasa apa yang dibutuhkan oleh masyarakat.
3. Untuk meningkatkan keputusan menjadi anggota, BMT UMMAT hendaknya meningkatkan motivasi anggota dalam hubungannya untuk peningkatan kesejahteraan anggota seperti menabung, berbisnis, dan kemandirian anggota dengan menjaga loyalitas, kerjasama, dan saling tolong menolong sesuai prinsip koperasi.
4. Untuk meningkatkan keputusan menjadi anggota, BMT UMMAT hendaknya bersinergi untuk menumbuhkan kepercayaan bahwa akan mendapatkan kepastian profit, pendapatan karena pembiayaan modal, dan kepastian adanya sisa hasil usaha (SHU) kepada anggota dengan cara menunjukkan kinerja para anggota yang baik.

5. Untuk memperbanyak anggota BMT UMMAT hendaknya memperluas cabang kantor dengan mendirikan kantor tidak hanya pada pusat kota, tetapi pada daerah yang sekiranya membutuhkan dan kurang akan lembaga keuangan syariah seperti BMT. Pihak BMT hendaknya membangun parkir yang lebih luas lagi, agar anggota lebih nyaman dalam meletakkan kendaraannya.
6. Untuk meningkatkan keputusan untuk menjadi anggota, BMT UMMAT hendaknya mempertahankan dan mengembangkan kualitas produk dan jasa yang dimilikinya dengan cara memperluas jangkauan pemberian produk dan jasa yang beragam dan kontinuitas. Sehingga anggota dan masyarakat merasakan kemanfaatan kesejahteraan.

### **C. Keterbatasan Penelitian**

1. Penelitian ini menggunakan 100 responden anggota BMT UMMAT yang diharapkan mewakili populasi dari 5116 anggota yang berada pada BMT UMMAT.
2. Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini adalah didasarkan kepada persepsi atau pendapat responden anggota yang berada pada Wonosari, Gunungkidul. Sehingga tidak terlepas dari unsur subjektivitas dan ada kemungkinan terdapat perbedaan dengan daerah lain.