

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Setelah penulis melakukan penelitian tentang Hubungan Penerapan *System Online Payment Point* (SOPP) dengan Peningkatan *Market Share* Bank Muamalat Indonesia (penelitian dilakukan di BMI Cirebon), penulis dapat mengambil kesimpulan sebagai berikut :

- 5.1.1 *System online payment point* merupakan suatu terobosan inovatif strategi pemasaran dari PT Bank Muamalat Indonesia, yang terbukti sukses dalam memasarkan Shar-E. Nasabah BMI meningkat signifikan, begitu juga terjadi pada peningkatan asetnya. Gambaran penerapan *System Online Payment Point* (SOPP) adalah baik, hal ini dapat dilihat dari hasil pengolahan angket variabel X. Dari 17 responden, 54,12% yang menyatakan sangat setuju, 41,18% yang menyatakan setuju, 41,12% yang menyatakan ragu-ragu, dan hanya 0,59% yang menyatakan tidak setuju, serta tidak ada sama sekali yang menyatakan sangat tidak setuju.
- 5.1.2 Peningkatan *Market Share* Bank Muamalat Indonesia menurut persepsi karyawan (sebanyak 17 orang) adalah baik, ditunjang dengan keberhasilan SOPP Shar-E. Dari 17 responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 51,76%, yang menyatakan setuju 43,53%, yang menyatakan ragu-ragu 1,18%, yang menyatakan tidak setuju 2,35%, dan yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 1,18%.

5.1.3 Terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara *System Online Payment Point* (SOPP) dengan *Market Share* Bank Muamalat Indonesia (BMI), yang ditunjukkan dengan diperolehnya nilai koefisien korelasi (r) sebesar 0,819 yang termasuk kategori sangat kuat. Ditunjukkan juga dengan hasil pengujian signifikansi korelasi antara Penerapan *System Online Payment Point* (SOPP) dengan *Market Share* Bank Muamalat Indonesia, dengan hasil ditolaknya H_0 dan diterimanya H_a . Serta dari uji Determinasi (penentu) diperoleh nilai sebesar 67,08 yang termasuk kategori kuat, hal ini menunjukkan bahwa penerapan *System Online Payment Point* (SOPP) berhubungan dengan peningkatan *Market Share* Bank Muamalat Indonesia sebesar 67,08 %.

5.2 Rekomendasi

5.21 Sebagai pelopor lahirnya bank syariah di Indonesia, Bank Muamalat Indonesia selayaknya juga menjadi *trend setter* pemasyarakatan ekonomi berbasis Islam dengan produk-produk inovatif dan kreatif yang mudah dikonsumsi oleh masyarakat. Hal ini akan mendorong peningkatan *market share* perbankan syariah nasional yang oleh Bank Indonesia pada tahun 2008 ditargetkan mencapai 5 persen.

5.2.2 Inovasi produk saja tidak cukup untuk mencapai tujuan tersebut, mengingat tantangan eksistensi perbankan syariah memang tidak ringan. Pada tingkat sosialisasinya tidak jarang menimbulkan banyak permasalahan baru. Diantaranya adalah penyempurnaan kualitas produk-produk ekonomi Islam

harus terus dioptimalkan. Juga gerakan pemasyarakatan ekonomi Islam perlu lebih diintensifkan, karena masih banyak masyarakat yang masih ragu dan bingung dengan sistem ekonomi Islam.

5.2.3 Kemudian hal yang juga tidak kalah penting yang harus tetap diperhatikan oleh bank syariah seperti halnya bank konvensional, yaitu masalah SDM tentang ekonomi Islam. Hal ini untuk menghindari kesenjangan antara permintaan dengan SDM ekonomi Islam, karena sampai saat ini jumlah SDM yang ada memang belum mampu memenuhi permintaan masyarakat.

