

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai persepsi pelaku UMKM terhadap produk bank syariah di Kecamatan Plumbon, Kabupaten Cirebon, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Tingkat pengetahuan dan pemahaman pelaku UMKM di Kecamatan Plumbon mengenai prinsip serta produk perbankan syariah masih tergolong rendah. Sebanyak 20 dari 30 informan (66,7%) hanya memahami bank syariah sebagai lembaga keuangan yang menerapkan sistem tanpa bunga, tanpa memiliki pemahaman yang memadai mengenai berbagai produk pembiayaan seperti *murabahah*, *mudharabah*, dan *musyarakah* yang sebenarnya sesuai dengan kebutuhan modal usaha mereka. Kondisi tersebut dipengaruhi oleh beberapa faktor, yaitu minimnya sosialisasi secara langsung dari pihak perbankan syariah di Kecamatan Plumbon, belum tersedianya kantor layanan bank syariah di wilayah tersebut, serta rendahnya inisiatif pelaku UMKM dalam mencari informasi secara mandiri terkait layanan dan produk perbankan syariah.
2. Persepsi pelaku UMKM di Kecamatan Plumbon terhadap manfaat, kemudahan, dan keunggulan produk bank syariah dipengaruhi oleh pengalaman langsung dalam menggunakan layanan tersebut. Seluruh informan yang merupakan pengguna bank syariah (10 orang) menunjukkan persepsi positif yang didasarkan pada pengalaman nyata. Sementara itu, informan non-pengguna (20 orang) cenderung membentuk persepsi berdasarkan informasi yang diperoleh dari lingkungan sekitar yang belum tentu akurat. Hal ini terlihat dari adanya anggapan bahwa prosedur bank syariah lebih rumit dibandingkan bank konvensional, padahal persepsi tersebut terbentuk

bukan dari pengalaman pribadi, melainkan dari informasi yang tidak terverifikasi.

3. Persepsi pelaku UMKM terhadap produk bank syariah di Kecamatan Plumbon dipengaruhi oleh tiga faktor utama. Pertama, faktor fungsional, yaitu kebutuhan terhadap pembiayaan yang sesuai dengan prinsip syariah yang mendorong penggunaan bank syariah, sementara kebiasaan menggunakan bank konvensional menjadi penghambat dalam proses peralihan. Kedua, faktor struktural, berupa karakteristik dan keunggulan produk bank syariah yang memberikan stimulus positif bagi pengguna, namun belum diketahui oleh non-pengguna akibat terbatasnya kegiatan sosialisasi. Ketiga, faktor situasional, yaitu tidak tersedianya kantor bank syariah di Kecamatan Plumbon serta terbatasnya pilihan layanan perbankan yang didominasi oleh PT BPR Kabupaten Cirebon (Perseroda). Faktor ini menjadi hambatan utama dalam meningkatkan akses masyarakat terhadap layanan bank syariah sekaligus memengaruhi pembentukan persepsi positif di kalangan pelaku UMKM non-pengguna.

## **B. Saran**

1. Pihak perbankan syariah diharapkan dapat meningkatkan pelaksanaan program edukasi dan literasi keuangan syariah yang secara khusus menasar pelaku UMKM di Kecamatan Plumbon. Kegiatan sosialisasi perlu dilakukan secara terencana, berkesinambungan, dan menggunakan pendekatan komunikasi yang sederhana agar mudah dipahami oleh masyarakat. Selain itu, kerja sama dengan pemerintah kecamatan, komunitas pelaku UMKM, serta lembaga pendidikan setempat perlu dioptimalkan guna memperluas jangkauan penyebaran informasi mengenai perbankan syariah.
2. Pihak perbankan syariah perlu memperkuat strategi komunikasi dan promosi terkait produk serta layanan yang ditawarkan, khususnya mengenai kemudahan prosedur, transparansi akad, dan manfaat yang dapat dirasakan secara langsung oleh nasabah. Penyampaian

informasi yang jelas, akurat, dan mudah dipahami diharapkan mampu mengoreksi persepsi yang kurang tepat di kalangan pelaku UMKM non-pengguna, sehingga keputusan dalam menggunakan produk bank syariah didasarkan pada informasi yang valid dan objektif syariah sebagai alternatif dalam mendukung kegiatan usaha mereka.

3. Pemerintah Kabupaten Cirebon bersama pihak perbankan syariah diharapkan dapat membangun sinergi dalam memperluas jaringan layanan perbankan syariah hingga tingkat kecamatan, terutama di wilayah yang belum memiliki akses terhadap layanan tersebut, seperti Kecamatan Plumbon. Ketersediaan akses fisik yang lebih dekat diyakini dapat meningkatkan keterpaparan pelaku UMKM terhadap produk dan layanan bank syariah, sehingga berkontribusi pada pembentukan persepsi yang lebih positif. Selain itu, bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk memperluas cakupan wilayah penelitian serta mempertimbangkan penggunaan metode campuran (*mixed methods*) agar hasil penelitian yang diperoleh lebih komprehensif, representatif, dan dapat didukung oleh analisis statistik.