

BAB V

KESIMPULAN, IMPLIKASI, DAN SARAN

A. KESIMPULAN

Dari hasil penelitian mengenai Biaya Promosi dan Biaya Diklat Terhadap Pendapatan Operasional Bank Umum Syariah dan Unit Usaha Syariah di Indonesia Tahun 2010-2012, dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Biaya promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan operasional BUS dan UUS, kenaikan biaya promosi akan mengakibatkan peningkatan pada pendapatan operasional BUS dan UUS.
2. Biaya diklat berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan operasional BUS dan UUS, kenaikan biaya diklat akan mengakibatkan peningkatan pada pendapatan operasional BUS dan UUS.
3. Biaya promosi dan biaya diklat secara simultan berpengaruh positif terhadap pendapatan operasional BUS dan UUS.

B. IMPLIKASI

Berdasarkan kesimpulan yang telah dikemukakan, maka beberapa implikasi yang diperoleh dari hasil penelitian antara lain:

1. Biaya promosi merupakan faktor yang signifikan mempengaruhi jumlah pendapatan operasional BUS dan UUS di Indonesia. Semakin banyak biaya promosi yang dianggarkan BUS dan UUS maka semakin banyak pula jumlah

pendapatan operasionalnya. Industri BUS dan UUS di Indonesia masih berada dalam siklus pengenalan (*introduction*), dalam tahap pengenalan tersebut BUS dan UUS sudah dihadapkan pada persaingan dengan bank umum konvensional. Dengan adanya persaingan tersebut, sangat relevan jika BUS menerapkan rapid penetration strategi yang merupakan strategi peluncuran produk dengan biaya promosi tinggi. Strategi ini menjanjikan penetrasi yang paling cepat dan pangsa pasar yang paling besar dan pada akhirnya akan meningkatkan pendapatan operasionalnya. Tetapi ketika BUS dan UUS telah mencapai siklus pertumbuhan (*growth*), biaya promosi ini justru harus dikurangi untuk mencapai tingkat efisiensi kinerja BUS dan UUS.

2. Biaya diklat merupakan faktor yang signifikan mempengaruhi jumlah pendapatan operasional BUS dan UUS di Indonesia. Semakin banyak biaya diklat yang dianggarkan BUS dan UUS maka semakin banyak pula jumlah pendapatan operasional BUS dan UUS. Hal tersebut berkaitan dengan Sumber Daya Insani BUS dan UUS yang sebagian besar masih berasal dari pendidikan konvensional. Jika SDI nya terus dididik dan dilatih secara berkesinambungan, pengetahuan akan produk, kualitas pelayanan juga akan semakin meningkat dan pada akhirnya nasabah atau calon nasabah semakin tertarik untuk bertransaksi dengan BUS atau UUS. Meskipun begitu, besarnya biaya diklat tetap harus mempertimbangkan efisiensi dan sasaran yang hendak dicapai.

C. SARAN

Berdasarkan implikasi dari hasil penelitian, maka peneliti menyampaikan saran sebagai berikut :

1. Untuk meningkatkan target pendapatan operasional, alokasi biaya promosi dan biaya diklat juga harus ditingkatkan selama BUS dan UUS masih berada dalam siklus pengenalan (*introduction*).
2. Untuk meningkatkan promosi BUS dan UUS dapat dilakukan melalui:
 - a. Kegiatan iklan yang lebih intensif melalui media elektronik atas berbagai produk BUS dan UUS.
 - b. Kegiatan edukasi dan sosialisasi langsung ke lapangan terutama produk pembiayaan mudharabah kepada sektor riil baik pengusaha skala besar maupun UMKM.
 - c. Kegiatan bantuan pendanaan dalam hal promosi oleh Bank Indonesia sebagai regulator kebijakan perbankan di Indonesia.
3. Untuk meningkatkan pendidikan dan pelatihan dapat dilakukan melalui:
 - a. Kegiatan kerjasama dengan Perguruan Tinggi Negeri (PTN) dalam mencetak Sumber Daya Insani (SDI) yang terdidik dan terlatih sebagai bentuk investasi SDI.
 - b. Kegiatan bantuan pendanaan dalam hal pendidikan dan pelatihan oleh Bank Indonesia sebagai regulator kebijakan perbankan di Indonesia terutama untuk manajer puncak.