

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan terhadap nasabah yang menggunakan produk KPR Griya iB Hasanah dan Bank BNI Syariah tentang *syariah marketing* dan dari rumusan masalah yang ada maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut

1. *Syariah marketing* telah dilakukan dengan baik oleh pihak Bank BNI Syariah terutama dalam penerapannya terhadap produk KPR Syariah Griya iB Hasanah. Namun, pada kasus diatas *syariah marketing* belum sepenuhnya diterapkan pada nasabah yang alur pembiayaanya langsung kepada atasan Bank. Karena nasabah yang pembiayaan KPRnya langsung melalui atasan Bank tidak sesuai dengan prinsip *syariah marketing*. Hal terpenting yang menjadikan nasabah memilih produk pembiayaan KPR di Bank BNI Syariah karena menurut nasabah Bank BNI Syariah merupakan bank syariah dengan prinsip syariah yang hampir mendekati sempurna, dapat dibuktikan dengan tidak adanya denda keterlambatan yang harus dibayarkan apabila angsuran terlambat. Memang pihak bank mengakui bahwa Bank BNI Syariah sedikit lebih mahal dibandingkan dengan bank syariah yang lain, namun menurut nasabah mahal tidak menjadi masalah asalkan transaksi yang dilakukan berkah atau barokah sesuai dengan akad murabahah atau

akad jual beli yang dimana akad murabahah adalah jual beli murni tanpa tambahan. Karena menurut kedua belah pihak baik nasabah yang peneliti wawancarai dan pihak Bank BNI Syariah mengatakan bahwa tambahan atau denda tersebut termasuk riba. Dimana riba diharamkan didalam Islam.

B. Saran

1. Bagi Lembaga Keuangan Syariah agar dapat memperbaiki kinerja marketingnya dan produk KPR Griya iB Hasanah lebih ditingkatkan lagi sehingga produk KPR Syariah untuk kedepannya bisa lebih baik.
2. Bagi Masyarakat supaya lebih memahami lagi akan produk KPR Syariah dan produk yang lainnya supaya masyarakat lebih paham lagi dengan produk yang ada di Lembaga Keuangan Syariah.