

BAB V

PENUTUP

A. KESIMPULAN

1. Gambaran *marketing syariah* di Bank Muamalat Indonesia senantiasa mengedepankan akhlak mulia, mengedepankan Ukhuwah Islamiyah berperilaku sopan santun terhadap nasabah, bersifat *realistis* dikarenakan pemasaran syariah sangat fleksibel dan dalam pemasarannya *marketer* selalu mengedepankan kejujuran dalam menjelaskan tentang kualitas produk yang sedang ditawarkan.

Berdasarkan uraian diatas terdapat responden yang berpendapat setuju sebesar 45.71%.

2. Dari hasil penelitian tentang gambaran minat nasabah dana talangan haji di Bank muamalat cabang Cirebon sebesar 80.27% responden berpendapat setuju karena dana talangan haji merupakan salah satu cara untuk memudahkan mewujudkan ibadah haji.
3. Dari hasil signifikan koefisien determinasi (KD) diperoleh nilai 61.4%. jadi dapat diketahui bahwa kontribusi *marketing syariah* dalam mempengaruhi minat nasabah dana talangan haji . Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pengaruh *marketing syariah* terhadap minat nasabah dana talangan haji bersifat positif dan signifikan serta dapat diterima.

B. Saran-saran

1. Pembiayaan merupakan salah satu tugas pokok Bank Muamalat Indonesia, terutama bagi marketing yang menawarkan produk-produk pembiayaan yang ada di Bank Muamalat Indonesia agar benar-benar mengedepankan prinsip-prinsip syariah dan menerapkan aturan-aturan sesuai dengan fatwa DSN syariah yang berkaitan dengan pembiayaan.
2. Diharapkan dalam menerapkan system pembiayaan *al-Qord* khususnya pada pembiayaan dana talangan haji lebih berhati-hati lagi agar tidak terjadi penagguhan pembayaran dari batas waktu yang telah ditentukan agar tidak menderita kerugian dimasa pembayaran kembali pembiayaan tersebut.