

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Kesimpulan dari hasil penelitian ini adalah :

1. Aktivitas promosi yang diterapkan di BNI Syariah KCP Sidoarjo dalam usaha perusahaan memperkenalkan produk Griya iB Hasanah nya adalah mencakup kesemua dari alat promosi, yakni: periklanan, *personal selling*, publisitas, promosi penjualan dan *direct marketing* (pemasaran dan penjualan langsung). Dan insya Allah dari semua aktivitas promosi yang dilakukan BNI Syariah KCP Sidoarjo dalam memasarkan produk Griya iB Hasanahnya tidak lah melanggar syariat dalam implementasinya. Yakni setelah dikaji dalam perspektif Islamnya telah sesuai dengan prosedur serta rambu-rambu keislaman.
2. Secara garis besar, dari semua metode promosi yang dilakukan BNI Syariah KCP Sidoarjo dalam implementasinya ialah menyampaikan informasi mengenai produk khususnya produk Griya iB Hasanah ialah dengan apa adanya, yakni tidak menampilkan ilusi-ilusi yang berlebihan dan tidak memberikan promosi yang bersifat palsu semata.

B. Saran

Dewasa ini sering kita jumpai cara pemasaran yang tidak etis, curang dan tidak profesional. Kiranya perlu dikaji bagaimana akhlak kita dalam kegiatan ekonomi secara keseluruhan. Atau lebih khusus lagi akhlak dalam pemasaran kepada masyarakat dari sudut pandangan Islam. Kegiatan pemasaran BNI Syariah KCP Sidoarjo sudah seharusnya dikembalikan pada karakteristik yang sebenarnya. Yakni religius, beretika, realistis dan menjunjung tinggi nilai-nilai kemanusiaan. Inilah yang dinamakan marketing syariah, dan inilah konsep terbaik marketing untuk hari ini dan masa depan.

Prinsip *marketing* yang berakhlak harus senantiasa selalu diterapkan di BNI Syariah KCP Sidoarjo. Perspektif pemasaran dalam Islam adalah ekonomi Rabbani (*divinity*), realistis, humanis dan keseimbangan. Inilah yang membedakan sistem ekonomi Islam dengan sistem ekonomi konvensional. *Marketing* menurut Islam memiliki nilai dan karakteristik yang menarik. Pemasaran syariah meyakini, perbuatan seseorang akan dimintai pertanggungjawabannya kelak. Selain itu, *marketing* syariah mengutamakan nilai-nilai akhlak dan etika moral dalam pelaksanaannya. Oleh karena itu, *marketing* syariah menjadi penting bagi para tenaga pemasaran untuk melakukan penetrasi pasar.