

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh penulis, maka dapat dirumuskan kesimpulan sebagai berikut:

1. Tingkat pengetahuan dan persepsi nasabah terhadap produk tabungan *Wadi'ah Yad Damanah* dan *Muḍārabah Muṭlaqah* di Bank BNI Syariah KCP Diponegoro Surabaya masih sangat minim, dikarenakan kurangnya sosialisasi dan pemasaran yang diberikan oleh pihak bank BNI Syariah KCP Diponegoro Surabaya kepada masyarakat. Sehingga persepsi masyarakat mengenai produk tabungan masih sangat kurang. Namun dengan adanya *Value* atau nilai yang menempel pada produk tabungan *Wadi'ah Yad Damanah* dan *Muḍārabah Muṭlaqah*, yang mana nasabah mempertimbangkan manfaat (fungsi produk dan atau emosional/spiritual), sehingga tidak mengurangi minat nasabah terhadap produk tabungan *Wadi'ah Yad Damanah* dan *Muḍārabah Muṭlaqah laqah* di Bank BNI Syariah KCP Diponegoro Surabaya.
2. Faktor yang mempengaruhi minat nasabah terhadap terhadap produk tabungan *Wadi'ah Yad Damanah* dan *Muḍārabah Muṭlaqah* di Bank BNI Syariah KCP Diponegoro antara lain adalah layanan yang relatif cepat, syarat yang relatif mudah, lokasi BNI Syariah KCP Diponegoro Surabaya

yang strategis, jumlah ATM yang tersedia dan tren yang berkembang dimasyarakat. Selain itu fasilitas yang ditawarkan dalam bank dalam jasa *Payroll* Gaji juga mempengaruhi minat nasabah terhadap produk tabungan *Wadi'ah Yad Damanah* dan *Muḍārabah Muṭlaqah* di Bank BNI Syariah KCP Diponegoro. Tabungan yang paling diminati oleh nasabah adalah tabungan dengan akad *Wadi'ah Yad Damanah*, sebab tabungan ini memiliki kelebihan yang dibutuhkan oleh nasabah, dalam hal ini adalah biaya yang murah dan tanpa biaya potongan meskipun tanpa bagi hasil yang didapatkan oleh nasabah.

## B. Saran

Dengan selesainya penulisan skripsi ini, dapatlah kiranya penulis memberikan saran:

1. Hendaknya pihak bank lebih meningkatkan lagi promosinya, sebab umur bank syariah yang masih seumuran jagung yang mana tidak semua masyarakat mengerti akan produk yang diberikan. Promosi yang selama ini masih belum bisa menjangkau semua kalangan masyarakat.
2. Hendaknya Bank BNI Syariah KCP Diponegoro menggunaan strategi jemput bola sebagai alternatif promosi, dengan langsung terjun dan mendekati diri ke masyarakat. Strategi jemput bola juga bagian dari strategi mendekati diri dengan masyarakat sekaligus mengedukasi masyarakat yang tidak memahami bank syariah beserta produk-produknya. Strategi jemput bola juga dapat berbentuk seminar-seminar

tentang bank syariah sekaligus menawarkan produk dan mengedukasi masyarakat. Karena masyarakat sebenarnya mudah untuk diajak komunikasi apabila semuanya jelas.

3. Bagi calon nasabah hendaknya lebih dalam hal mencari informasi mengenai bank syariah dan produknya. Sebab banyak produk-produk yang sangat baik bagi masyarakat, dan sesuai dengan ketentuan syariah, yang memberikan keuntungan di dunia dan akhirat.