BAB V
PENUTUP

A. Simpulan

Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa:

1. Faktor yang melatarbelakangi nasabah tabungan ib Hasanah Bank BNI Syariah untuk menentukan akad *wadī'ah* dan *muḍārabah* ada tiga faktor, yaitu konsep individual, lingkungan dan stimuli pemasaran, akan tetapi tidak semua faktor tersebut mempengaruhi keputusan nasabah memilih akad *wadī'ah* atau *muḍārabah*. Faktor yang melatarbelakangi tiga nasabah memilih akad *wadī'ah* adalah dari konsep individual yaitu kebutuhan dan lingkungan sekitar mereka yaitu teman, rekan kerja dan lain sebagainya, ada juga yang ingin mendapat keuntungan bagi hasil. Sedangkan faktor yang melatarbelakangi nasabah memilih akad *muḍārabah* yaitu dari konsep invidual nasabah yaitu kebutuhan mereka membuka rekening untuk menabung atau berbisnis dan lingkungan sekitar seperti rekan kerja, relasi bisnis dan lain sebagainya. Juga dipengaruhi oleh stimuli pemasaran dari *customer service* tentang keuntungan nisbah bagi hasil yang akan mereka peroleh ketika memakai akad *muḍārabah*.
2. Peran *customer service* bagi calon nasabah yang akan membuka rekening di Bank BNI Syariah adalah untuk menarik calon nasabah ubtuk menabung di Bank BNI Syariah dan memberikan penjelasan atau informasi yang belum diketahui oleh calon nasabah. Jadi ketika seorang

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

calon nasabah itu tidak mengerti tentang akad yang telah dijelaskan oleh *customer service*, maka *customer service* boleh mengarahkan seorang calon nasabah untuk menggunakan akad *wadī'ah* atau *muḍārabah* sesuai dengan keinginan dan kebutuhan calon nasabah. Karena seorang calon nasabah ketika sudah dijelaskan panjang lebar tentang akad pada tabungan iB Hasanah yaitu akad *wadī'ah* dan *muḍārabah*, seorang calon nasabah itu tetap saja tidak mengerti maksud akad tersebut, jadi *customer service* langsung mengarahkan calon nasabah memilih suatu akad, dan hal tersebut sudah disetujui oleh calon nasabah.

B. Saran

1. Bagi pihak Bank BNI Syariah, produk (akad *wadī'ah* dan akad *muḍārabah*) masih banyak orang yang belum mengerti akan akad tersebut, pemasaran yang dilakukan oleh pihak bank semestinya juga menyampaikan penjelasan tentang akad tersebut secara detail dan menggunakan bahasa yang dapat di pahami oleh orang-orang yang masih awam tentang istilah akad-akad tersebut, tidak hanya syarat bagi calon nasabah saja.
2. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan dapat mengkaji lebih dalam faktor yang Melatarbelakangi keputusan nasabah dalam menentukan akad tabungan ib Hasanah tidak hanya berfokus pada satu objek penelitian saja, akan lebih baik jika ada perbandingan dengan nasabah perbankan Syariah lain dan dapat melakukan penelitian lebih lanjut tentang faktor

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

apa saja yang Melatarbelakangi mereka memilih akad pada suatu produk tabungan.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id