

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Analisis Perbandingan Minat Masyarakat Umum Terhadap Pembiayaan Emas *iB* Hasanah Dengan Gadai Emas *iB* Hasanah Pada BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin yaitu minat masyarakat terhadap Pembiayaan Emas *iB* Hasanah lebih tinggi dibandingkan minat masyarakat terhadap Gadai Emas *iB* Hasanah.
2. Faktor-faktor yang melatarbelakangi minat masyarakat yaitu:
 - a. Dorongan dari Individu, yaitu rasa ingin tahu atau dorongan dalam diri seseorang.
 - b. Motif sosial yang dipengaruhi kondisi pendidikan/pengetahuan, kurangnya pengetahuan masyarakat akan mempengaruhi keinginan mereka.
 - c. Faktor Emosional yaitu mempunyai hubungan yang erat dengan emosi. Bila seseorang mendapatkan kesuksesan pada aktivitas akan menimbulkan perasaan senang, dan hal tersebut akan memperkuat minat terhadap aktivitas tersebut.
 - d. Faktor Produk faktor yang cenderung diperhatikan oleh konsumen dalam memutuskan membeli karena pada kenyataannya konsumen

tidak membeli barang dan jasa, melainkan membeli manfaat spesifik dan nilai dari penawaran yang mencerminkan manfaat-manfaat yang berasal dari pembelian barang dan jasa.

- e. Faktor Promosi promosi adalah komunikasi dari para pemasar yang menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan para calon pembeli dalam suatu rangka mempengaruhi pendapat mereka atau memperoleh suatu respon

3. Perspektif Ekonomi Islam terhadap Produk Pembiayaan Emas *iB* Hasanah dengan Gadai Emas *iB* Hasanah

Bahwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI) telah menetapkan Fatwa Tentang Jual-Beli Emas Secara Tidak Tunai dalam Fatwa DSN-MUI Nomor: 77/DSN-MUI/V/2010. Sedangkan untuk Gadai sudah diatur dalam Fatwa DSN-MUI Nomor: 25/DSN-MUI/III/2002/Tentang *Rahn* dan Fatwa DSN-MUI Nomor: 26/DSN-MUI/III/2002 Tentang *Rahn* Emas.

B. Saran-Saran

Berdasarkan hasil kesimpulan penelitian, maka penulis memberikan saran sebagai berikut:

1. Diharapkan BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin lebih meningkatkan sosialisasi kepada masyarakat tentang produk-produk bank, terutama produk Pembiayaan Emas *iB* Hasanah dan Gadai Emas *iB* hasanah

2. Untuk peneliti lain diharapkan dapat melakukan penelitian mendalam mengenai produk Pembiayaan Emas *iB* Hasanah dengan Gadai Emas *iB* Hasanah dengan menambah informan yang lebih banyak karena penelitian ini hanya jumlah informan yang relatif sedikit (20 orang).
3. Bagi masyarakat diharapkan agar dapat lebih memahami tentang produk-produk dari bank syariah. Baik melalui internet maupun melalui bank itu sendiri, hal ini dikarenakan masih banyak masyarakat yang belum memahami perbedaan antara bank konvensional dengan bank syariah. Sehingga beranggapan bahwa bank syariah sama dengan dengan bank konvensional.