

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang Masalah**

Kegiatan dunia perbankan syariah sekarang ini sangat pesat pertumbuhannya di Indonesia. Perbankan syariah sudah tidak lagi dianggap sebagai tamu asing. Kinerja ini semakin nyata ketika badai krisis ekonomi melanda Indonesia, ketika perbankan konvensional banyak yang terpuruk, perbankan syariah relative dapat bertahan bahkan menunjukkan perkembangan.<sup>1</sup>

Lahirnya bank syariah menandai lahirnya perbankan syariah di Indonesia, ditandai dengan berdirinya Bank Muamalat Indonesia. Dengan momentum itu pertumbuhan perbankan syariah di Indonesia tumbuh pesat diterima masyarakat. Apalagi dengan lahirnya UU No 7 Tahun 1992 dan UU No 10 Tahun 1998 dan yang terbaru adalah UU No 21 Tahun 2008 tentang eksistensi bank syariah, memicu tumbuhnya bank-bank syariah di Indonesia. Kesempatan ini dimanfaatkan oleh bank konvensional untuk mengkonversikan diri secara penuh menjadi bank umum syariah.

Undang-undang ini merupakan bentuk penegasan dari Bank Indonesia sebagai otoritas moneter untuk menjamin kelegalan bank syariah, dan memberikan ruang gerak yang lebih luas bagi bank syariah yang memiliki status sebagai bank umum syariah seperti PT, Bank Syariah Mandiri, PT. Bank Muamalat dan karena di dalamnya dijelaskan bahwa dalam perbankan Indonesia dikenal sistem (*dual banking sistem*), yaitu sistem perbankan konvensional dan sistem perbankan syariah.

Sebagai bentuk perwujudan dari kebutuhan masyarakat terhadap perbankan bersistem syariah, dan ditegaskannya *dual banking sistem* pada perbankan nasional, dibukalah peluang bagi pengembangan yang lebih luas terhadap operasional bank syariah. Di antara bank-bank konvensional yang

---

<sup>1</sup> Imam Hilman dkk, *Perbankan Syariah Masa Depan* (Jakarta: Senayan Abadi Publishing, 2003), h. 3-4.

membuka Unit Usaha Syariah seperti PT. Bank Sumut, PT. Bank Tabungan Negara (BTN), PT. Bank Negara Indonesia (BNI), PT. Bank Rakyat Indonesia (BRI), PT. Bank Central Asia (BCA), Bank Bukopin, Bank Permata dan bank lainnya baik yang beroperasi di kantor pusat maupun di kantor cabang.

Sejarah berdirinya perbankan syariah dengan sistem bagi hasil didasarkan pada dua alasan utama yaitu pertama, pandangan bahwa bunga (*interest*) pada bank konvensional adalah hukumnya haram karena termasuk kategori riba<sup>2</sup> yang dilarang dalam agama. Adapun mengenai larangan riba, yang merupakan ciri dari sistem perbankan syariah, ternyata memiliki akar yang kuat pada ajaran-ajaran kristen, riba merupakan tindakan kriminal, demikian juga pada ajaran hindu, budha. Penetrasi terhadap segmen pasar ini diperkirakan akan lebih mudah bila mengingat bahwa ajaran Hindu, Budha, dan Kristen pun terdapat ajaran akan larangan pemungutan riba.<sup>3</sup>

Kedua, dari aspek ekonomi, penyerahan risiko usaha terhadap salah satu pihak dinilai melanggar norma keadilan. Adapun balas jasa modal pada sistem bagi hasil bank syariah, diperhitungkan berdasarkan keuntungan dan kerugian yang diperoleh dengan adanya kesepakatan pada "akad" dan ini berlaku pada kreditur maupun debitur.

Walaupun dasar operasional bank syariah merujuk kepada syariat Islam, namun pada kenyataannya selama era tujuh tahun terakhir sejak berlakunya UU perbankan syariah No 21 Tahun 2008 perkembangan bank syariah belum menunjukkan sesuatu yang menggembirakan apabila dibandingkan dengan perkembangan bank syariah di dunia internasional. Pangsa pasar untuk asset Bank

---

<sup>2</sup>Riba artinya tambahan, riba juga berarti tumbuh dan berkembang. Secara istilah riba berarti pengambilan tambahan dari harta pokok. Yusuf Qardhawi menyebutkan hukum bunga dan riba sama-sama haram, karena ada kesamaan illat (sebab) pada nilai hukum riba. Majelis Ulama Indonesia juga telah menfatwakan bahwa bunga adalah riba dan hukumnya haram. Lihat lebih jauh Yusuf Qardhawi, *Bunga Bank Haram* (Jakarta: Media Eka Sarana, 2002), h. 133 dan Majelis Ulama Indonesia, Keputusan Fatwa MUI No. 1 Tentang Bunga (Jakarta : MUI, 2004), sebagaimana dikutip Pengharaman riba dapat dilihat di dalam al-Qur'an *Q.S. ar-Rum : 39, Q.S. an-Nisa' : 161, Q.S. Ali Imran : 130 dan Q.S. al-Baqarah : 275-281*. M. Syafii Antonio. *Bank Syariah*, h. 37-50.

<sup>3</sup>Rivai, Veithzal dan Andria Permata, *Islamic Financial Management: Teori, Konsep dan Aplikasi Panduan Praktis untuk Lembaga Keuangan, Nasabah, Praktisis dan Mahasiswa*, (Jakarta: Raja GarfindoPersada, 2008).h. 65

Umum Syariah sebesar 0.09%.<sup>4</sup> dan hal tersebut mencerminkan preferensi masyarakat yang mayoritas beragama Islam terhadap bank syariah masih rendah jauh dibawah tingkat preferensi masyarakat terhadap bank konvensional.

Namun demikian dalam pengembangan bank syariah tidak dapat hanya berlandaskan pada aspek legalitas melalui keberadaan UU dan keunggulan nilai-nilai moral semata yang diaplikasikan dalam operasi perbankan syariah, namun juga harus berdasarkan pada *market driven*. Bank syariah dapat berkembang dengan baik bila mengacu pada *demand* masyarakat akan produk dan jasa bank syariah.

Walaupun pengembangan bank syariah secara intensif masih relatif baru, pengembangannya tidak berlandaskan *infantindustries* argument yang berdasarkan proteksi dan keistimewaan-keistimewaan. Perbedaan pengaturan lebih disebabkan karena memang perbankan syariah beroperasi dengan sistem yang berbeda dengan perbankan konvensional.

Nasabah melakukan pembiayaan biasanya karena alasan untuk membantu usaha yang sedang dijalankannya. Mereka adalah pedagang dan pembisnis yang menguasai perputaran uang di negeri ini dengan alasan beberapa faktor eksternal yang dikenal dengan marketing mix (*promotion, place, margin, product*) dan pelayanan. Faktor eksternal menurut Kotler<sup>5</sup> terdiri dari : Produk, Harga, Promosi, dan tempat. Selain faktor eksternal di atas, peneliti memasukkan faktor religius sebagai bagian yang tidak terlepas dari identitas lembaga keuangan bank syariah yang berdampak dari keluarnya fatwa MUI tentang keharaman bunga bank.

Faktor-faktor eksternal tersebut, dikelompokkan dan diuraikan menjadi beberapa item yang akan ditanyakan kepada para nasabah. Berdasarkan teori tersebut, terbentuk beberapa faktor yang mungkin dapat mempengaruhi preferensi nasabah pelaku ekonomi mikro.<sup>6</sup>

---

<sup>4</sup> [WWW.Slideshare.net/Pujiesarirankdya/Bank](http://WWW.Slideshare.net/Pujiesarirankdya/Bank) Syariah, (Jakarta, 2013), hlm. 3

<sup>5</sup> Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, terj. Hendra Teguh, Benyamin Molan dan Rony A. Rusli. Jilid 2 (Jakarta : Index Kelompok Gramedia, 2004), h. 43.

<sup>6</sup> M. Ridwan dkk, *Ekonomi: Pengantar Mikro dan Makro Islam (Medan: Cipta Pustaka Media, 2013) h 16.*

Pertama adalah promosi yang dilakukan di PT. Bank Muamalat Indoensia Tbk, PT. Bank Syariah Mandiri Tbk, PT. Bank Sumut Syariah, PT. Bank BNI Syariah dan PT. Bank BRI Syariah merupakan penentu keberhasilan suatu program pemasaran dan untuk menginformasikan kelebihan-kelebihan produk dan membujuk konsumen untuk membelinya. Bank-bank syariah berusaha mempromosikan produk-produk yang ditawarkan melalui media cetak, media elektronik seperti televisi, internet, radio, iklan (brosur atau *laeflet*) dan *stand* di mall-mall. Selain itu bank-bank syariah juga melakukan promosi melalui penyebaran brosur atau turun langsung menjumpai masyarakat untuk memberikan penyuluhan tentang produk-produk yang tersedia di bank-bank syariah. Variabel pertama ini juga pernah digunakan dalam penelitian Muhammad Syahbudi<sup>7</sup> (2013) yang menunjukkan bahwa variabel promosi adalah faktor yang paling dominan mempengaruhi nasabah etnis tionghoa bertransaksi di bank syariah, penelitian Muhammad Syahbudi merupakan refleksi dari penelitian Ratu Humaemah<sup>8</sup> (2006) dan penelitian iqbal (2011) yang menjadikan promosi sebagai variabel.<sup>9</sup>

Kedua, faktor yang mempengaruhi adalah lokasi, ada alasan nasabah memutuskan menjadi nasabah karena dekat dengan rumah/kantor dan kemudahan untuk mengaksesnya. Lokasi bank-bank syariah menjadi salah satu yang mempengaruhi nasabah dikarenakan oleh kedekatan antara rumah nasabah dengan lokasi bank dan lokasi yang mudah dijangkau oleh kendaraan umum serta kondisi gedung dengan adanya pengaturan ruang, pemeliharaan gedung sehingga membuat nasabah merasa nyaman. Variabel ini juga pernah menjadi variabel yang

---

<sup>7</sup> Muhammad Syahbudi, *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Ekonomi Etnis Tionghoa: Studi Terhadap Keputusan Etnis Tionghoa Menjadi nasabah di PT. Bank Sumut Syariah Cabang Medan*, Tesis (Medan: PPs IAIN-SU, 2013) h.101.

<sup>8</sup> Ratu Humaemah, *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Etnis Tionghoa Non Muslim Menjadi Nasabah Bank Syariah Di PT. Bank Syariah Mega Indonesia*. Tesis, PPs Kajian Timur Tengah Ekonomi Keuangan Syariah, (Jakarta: Universitas Indonesia, 2006). h. 87.

<sup>9</sup> Muhammad Iqbal, *Preferensi Nasabah Etnis Tionghoa Dalam Menggunakan Jasa Bank Syariah (Studi kasus PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Pembantu Petisah Medan)*, Skripsi Ekonomi Islam, (Medan: IAIN-SU, 2011),h. 90.

digunakan oleh Muhammad Azhar Hasibuan<sup>10</sup> (2011), penelitian Heru dan Haryanto<sup>11</sup> (2010), penelitian Irmayanti Hasan<sup>12</sup> dan Muhammad Syahbudi<sup>13</sup> (2013) bahwa lokasi (place) mempengaruhi keputusan nasabah bertransaksi ke bank syariah terutama yang paling dekat dengan domisili.

Ketiga, faktor lainnya yang tidak kalah penting adalah pelayanan, semakin puas nasabah dengan terpenuhinya harapan maka nasabah akan loyalitas pada bank syariah tersebut. Faktor pelayanan merupakan tindakan atau perbuatan seseorang atau organisasi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan atau nasabah bank syariah, memberikan pelayanan yang lebih berkualitas disbanding dengan pesaing secara konsisten. Bank-bank syariah memberikan pelayanan yang maksimum kepada nasabahnya, seperti karyawan bank-bank syariah yang ramah, kesabaran dan cekatan dalam menjelaskan bagaimana cara membuka rekening tabungan mudharabah kepada nasabahnya, sebagaimana penelitian Anas Iswanto<sup>14</sup>, Wasilatul<sup>15</sup> (2010), Muhammad Suip<sup>16</sup> (2013) dan Muhammad Syahbudi<sup>17</sup> (2013) yang menjadikan faktor pelayanan yang harus diperhatikan sehingga faktor ini menjadi satu diantara penentu keputusan masyarakat melakukan pembiayaan di bank syariah.

Faktor harga juga mempengaruhi nasabah memutuskan untuk menjadi nasabah yaitu pada pembiayaan, makin rendah margin pembiayaan yang diberikan maka nasabah akan memutuskan untuk menjadi nasabah tetap yang loyal. Margin, atau disebut dengan *floating market* adalah mereka yang lebih mempertimbangkan

---

<sup>10</sup> Muhammad Azhar Hasibuan, *Analisis Faktor-Faktor Yang mempengaruhi Preferensi Nasabah (Studi Kasus : Kantor Cabang Pegadaian Syariah AR Hakim, Tesis (Medan: PPs IAIN-SU, 2011) h. 98.*

<sup>11</sup> Heru Purnomo dan Haryanto, *Analisis Preferensi Konsumen Sebagai Dasar Penentu Segmentasi DI Perbankan Syariah (Studi Kasus PT. Bank Muamalat Indoensia Cabang Solo, Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan Vol. 10. No. 1 April 2010, h. 23-31.*

<sup>12</sup> Irmayanti Hasan, *Preferensi Masyarakat Terhadap Bank Syariah Di Kota Malang, Jurnal UIN Maliki Malang [www.google.com](http://www.google.com) diakses (2 April 2014),h. 16*

<sup>13</sup> Muhammad Syahbudi, *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku.....h.101.*

<sup>14</sup> Anas Iswanto dkk, *Perilaku Dan Preferensi Masyarakat Sulawesi Selatan Terhadap Bank Perkreditan Rakyat (BPR), Jurnal ([www.google.com](http://www.google.com)) diakses (2 April 2014), h. 17.*

<sup>15</sup> Wasilatul Allah, *Preferensi Nasabah Terhadap Kredit Pemilikan Rumah (KPR) Syariah, Tesis (Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah, 2010), h. 86.*

<sup>16</sup> Muhammad Suip, *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nasabah Megajukan Pembiayaan....., h.104.*

<sup>17</sup> Muhammad Syahbudi, *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku.....h.101.*

pada aspek *finansial benefit* dibandingkan dengan aspek syariah atau pun konvensional. Selain margin kategori harga juga membahas system bagi hasil bagi masyarakat untuk bertransaksi di bank syariah dalam bentuk investasi yaitu tabungan dan deposito dengan akad bagi hasil (*mudharabah*) dan bagi hasil untuk transaksi investasi (tabungan dan deposito) berpengaruh positif terhadap keputusan masyarakat untuk bertransaksi di bank syariah.<sup>18</sup> Harga ini juga menjadi variabel penelitian oleh Muhammad Syahbudi<sup>19</sup> (2013) dan Elida Elfi Barus<sup>20</sup> (2011) dimana harga margin menjadi variabel yang berpengaruh linier negative, artinya semakin rendah margin yang ditawarkan perbankan syariah akan memberikan dampak bagi konsumen (nasabah) untuk meningkatkan jumlah pembiayaannya di bank syariah.

Faktor religius adalah faktor yang dapat mempengaruhi masyarakat dalam bertransaksi di bank syariah, seperti keimanan seseorang, kehalalan produk yang bebas dari riba dan adanya fatwa MUI tentang keharaman bunga bank. Religius masyarakat muslim menjadi faktor yang mempengaruhi seseorang memilih dan memutuskan untuk bertansaksi dengan instansi yang syariah, dengan cara yang syariah dan produk yang halal, sebagaimana penelitian Muhammad Suip<sup>21</sup> (2013) dan Muhammad Ilyas<sup>22</sup> (2013) bahwa religi berpengaruh permintaan pembiayaan di bank syariah.

Faktor yang terakhir adalah produk, semakin menarik kemasan produk akan merangsang nasabah untuk mengkonsumsinya seperti banyaknya jenis produk pembiayaan dan sistem yang bebas dari unsur riba. produk yang ditawarkan dapat menarik nasabah untuk melakukan pembiayaan karena dapat mempermudah nasabah dalam bertransaksi tunai atau non tunai. Berbagai fasilitas yang ditawarkan oleh BSM, diantaranya adalah fasilitas BSM Card yang

---

<sup>18</sup> Muhammad, *Teknik Perhitungan Bagi Hasil dan Profit Margin pada Bank Syariah*. Cet.ke-2, edisi revisi (Yogyakarta : UII Press, 2004), h. 39

<sup>19</sup> Muhammad Syahbudi, *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku.....*h.101.

<sup>20</sup> Elida Elfi Barus, *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi masyarakat Bertransaksi di Bank Syariah (Studi di PT. BPRS Puduarta Insani dan PT. BPRS Al Washliyah Medan)*, Tesis (Medan: PPs IAIN-SU, 2011) h. 105.

<sup>21</sup> Muhammad Suip, *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nasabah Megajukan Pembiayaan.....*h.104.

<sup>22</sup> Muhammad Ilyas, *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Pembiayaan Usaha Kecil Pada PT. BPRS Manah Insan Cita Medan*, Tesis (Medan: PPs IAIN-SU, 2013) h.98.

berfungsi sebagai kartu ATM & debit dan fasilitas *e-Banking*, yaitu BSM Mobile Banking & BSM Net Banking yang sejalan dengan penelitian Muhammad Syahbudi (2013) yang menyatakan bahwa produk berpengaruh terhadap keputusan nasabah untuk bertransaksi di bank syariah.<sup>23</sup>

Berdasarkan uraian diatas maka penulis tertarik untuk membahas lebih lanjut mengenai faktor-faktor apakah yang menyebabkan atau melatar belakangi preferensi masyarakat untuk melakukan transaksi di bank syariah dengan judul **Faktor-Faktor yang Berpengaruh Terhadap Preferensi Masyarakat Pada Bank Syariah di Kota Medan.**

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka dapat diidentifikasi masalah yang berkenaan dengan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Berlakunya UU perbankan syariah No 21 Tahun 2008 perkembangan bank syariah belum menunjukkan sesuatu yang menggemirakan apabila dibandingkan dengan perkembangan bank syariah di dunia internasional. Pangsa pasar untuk asset Bank Umum Syariah sebesar 0.09% dan hal tersebut mencerminkan preferensi masyarakat yang mayoritas beragama Islam terhadap bank syariah masih rendah jauh dibawah tingkat preferensi masyarakat terhadap bank konvensional. Namun demikian dalam pengembangan bank syariah tidak dapat hanya berlandaskan pada aspek legalitas melalui keberadaan UU dan keunggulan nilai-nilai moral semata yang diaplikasikan dalam operasi perbankan syariah, namun juga harus berdasarkan pada *market driven*. Bank syariah dapat berkembang dengan baik bila mengacu pada *demand* masyarakat akan produk dan jasa bank syariah.
2. Walaupun pengembangan bank syariah secara intensif masih relatif baru, pengembangannya tidak berlandaskan *infantindustries* argument yang berdasarkan proteksi dan keistimewaan-keistimewaan. Perbedaan pengaturan lebih disebabkan karena memang perbankan

---

<sup>23</sup> Muhammad Syahbudi, *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku*.....h.101.

syariah beroperasi dengan sistem yang berbeda dengan perbankan konvensional.

3. *Demand* yang menjadi alasan nasabah untuk melakukan pembiayaan. Nasabah melakukan pembiayaan biasanya karena alasan untuk membantu usaha yang sedang dijalankannya. Mereka adalah pedagang dan pebisnis yang menguasai perputaran uang di negeri ini dengan alasan beberapa faktor eksternal yaitu marketing mix (*promotion, place, margin, product, service*) dan religi yang mempengaruhi preferensi masyarakat.

### **C. Pembatasan Masalah**

Dari identifikasi masalah di atas, peneliti hanya membatasi pada lima bank syariah yaitu PT. Bank Muamalat Indoensia Tbk, PT. Bank Syariah Mandiri Tbk, PT. Bank Sumut Syariah, PT. Bank BNI Syariah dan PT. Bank BRI Syariah dan variabel terdiri dari enam faktor yang menjadi preferensi masyarakat (Y), dalam hal ini yaitu :

1. Faktor Promosi sebagai variabel  $X_1$ .
2. Faktor Place sebagai variable  $X_2$ .
3. Faktor Margin sebagai variabel  $X_3$ .
4. Faktor Produk sebagai variabel  $X_4$ .
5. Faktor Pelayanan sebagai variable  $X_5$  dan
6. Faktor Religi sebagai variabel  $X_6$ .

### **D. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian yang telah dikemukakan di atas maka yang menjadi perumusan masalah dalam penelitian ini adalah: *Apakah faktor Produk, Place, Margin, Promosi, Pelayanan dan Religi berpengaruh terhadap Preferensi Masyarakat di Kota Medan?*

### **E. Tujuan Penelitian**

Sesuai dengan perumusan masalah yang dikemukakan di atas maka penelitian ini bertujuan : *untuk menguji secara empiris pengaruh faktor Produk, Tempat, Margin, Promosi, Pelayanan dan Religi terhadap Preferensi Masyarakat di PT. Bank Muamalat Tbk, PT. Bank Syariah Mandiri Tbk, PT. Bank Sumut Syariah, BNI Syariah dan BRI Syariah di Kota Medan.*

### **F. Manfaat Penelitian**

Hasil penelitian ini diharapkan akan bermanfaat untuk pihak-pihak yang berkepentingan antara lain:

#### **1. Bagi Penulis**

Di harapkan penelitian ini dapat menambah khazanah pengetahuan penulis tentang preferensi masyarakat menggunakan jasa bank syariah dan sekaligus sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Master pada jurusan Ekonomi Islam.

#### **2. Bagi Peneliti Selanjutnya**

Dapat dijadikan sebagai bahan informasi dan model bagi kalangan peneliti lain yang berminat untuk melakukan penelitian yang sama pada tempat yang berbeda atau pada ruang cakupan yang lebih luas lagi atau kearah yang lebih mendalam.

#### **3. Bagi Pihak Bank**

Bagi pihak Bank dapat digunakan sebagai masukan dalam menentukan kebijakan selanjutnya mengenai permasalahan preferensi masyarakat menggunakan jasa bank syariah.

#### **4. Bagi Masyarakat**

Bagi masyarakat penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan perbandingan dalam menentukan pilihan terbaik untuk memilih bertransaksi di bank syariah

## **G. Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

### **Bab 1. Pendahuluan**

Dalam bab ini dikemukakan latar belakang masalah yang akan diteliti, identifikasi masalah, batasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

### **Bab 2. Kajian Pustaka**

Dalam landasan teori ini akan dibahas apa yang dimaksud dengan perilaku konsumen dalam memilih jasa serta faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam pengambilan keputusan, selanjutnya proses untuk pengambilan keputusan untuk membeli dan dasar-dasar strategi pemasaran.

### **Bab 3. Metodologi Penelitian**

Pada bab ini akan diuraikan sekilas mengenai metodologi penelitian mencakup tahapan-tahapan penelitian. Model pendekatan penelitian dan metode Analisa Data.

### **Bab 4. Analisa Hasil Penelitian**

Dalam bab ini penulis membahas mengenai hasil penelitian berdasarkan data yang telah diolah dengan dasar analisis adalah output pengolahan data dengan menggunakan perangkat lunak (*Software*) SPSS yang mencakup uji validitas dan reliabilitas, asumsi klasik, regresi berganda dan uji hipotesis.

### **Bab 5. Penutup**

Bab berikut merupakan bagian penutup dari penulisan ini yang berisi kesimpulan akhir dari awal sampai akhir penulisan ini, berdasarkan hasil kesimpulan akhir tulisan itulah penulis akan memberikan saran atas hasil penelitian yang bermanfaat bagi pihak-pihak yang terkait bagi bank syariah serta akan dijelaskan kekurangan dari penulisan ini.