

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan dari beberapa pemaparan di atas dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Praktek promosi pemasaran di BMT Surya Mandiri Mlarak Ponorogo telah melanggar prinsip etika bisnis Islam tentang sikap tidak suka menjelek-jelekan (*Ghibah*) dan prinsip tidak suka berburuk sangka kepada lembaga lain. Karena yang dilakukan oleh pihak BMT Surya Mandiri Mlarak Ponorogo, semata-mata hanyalah untuk memperoleh kepercayaan dari nasabah dengan menghalalkan segala cara agar supaya masyarakat menanggapi promosi yang dilakukan oleh BMT Surya Mandiri. Sedangkan Praktek promosi pemasaran pembiayaan syariah di BMT Surya Mandiri Mlarak Ponorogo menurut Undang-undang No 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen telah melanggar Pasal 9 dalam huruf I tentang perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha. Walaupun dalam hal ini, BMT memiliki alasan tersendiri, namun hal tersebut secara Undang-undang dianggap tetap melanggar. Sehingga dapat dikenai sanksi atas pelanggaran tersebut di atas sesuai dengan peraturan yang berlaku.
2. Konsekuensi promosi terhadap Praktik pembiayaan syariah di BMT Surya Mandiri Mlarak Ponorogo tidak sesuai dengan etika bisnis Islam tentang prinsip jujur dan terpercaya (*Amanah*). Hal tersebut dikarenakan terdapatnya informasi yang ditutupi oleh pihak BMT Surya Mandiri tentang adanya persyaratan yang tidak disebutkan diawal sebelum

terjadinya transaksi sehingga membuat nasabah tidak tahu tentang adanya persyaratan tersebut. Namun, jika dilihat dari Undang-undang no 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen, praktek promosi pemasaran di BMT Surya Mandiri Mlarak Ponorogo telah melanggar undang-undang dalam bab II bagian pertama tentang hak dan kewajiban konsumen, dalam Pasal 4 dalam huruf c dan g yang menutup-nutupi informasi tentang pembiayaan syariah di BMT Surya Mandiri walaupun dan hal tersebut sudah menjadi suatu bentuk kewajaran bagi pihak BMT Surya Mandiri Mlarak Ponorogo.

B. Saran –Saran

1. Bagi calon nasabah hendaknya lebih aktif dalam memperoleh suatu informasi tentang promosi yang dilakukan oleh marketer agar tidak mengalami kekurangan informasi khususnya pada pembiayaan syariah di BMT Surya Mandiri Mlarak Ponorogo.
2. Perlu adanya sosialisasi tentang lembaga keuangan berbasis syariah agar supaya nasabah mampu merespon pemasaran syariah dan mau berkontribusi dalam perkembangannya.
3. Perlu adanya aturan tersendiri mengenai etika promosi dalam pemasaran khususnya pada lembaga keuangan syariah sebagai leader dalam penghindaran praktek riba di lembaga keuangan sesuai syariat Islam.