

PELAKSANAAN *BAI' AL-MURABAHAH* PADA BANK SYARIAH MANDIRI CABANG JAMBI

Rofiqoh Ferawati¹

Abstrak

Penelitian ini berkaitan erat dengan minat nasabah terhadap produk *Bai' al-murabahah* pada Bank Syariah Mandiri Cabang Jambi. Kajian utama dalam pembahasan Penelitian ini adalah Untuk Mengetahui Pelaksanaan *Bai' al-murabahah* Pada Bank Syariah Mandiri Cabang Jambi, Untuk mengetahui faktor-faktor penyebab tingginya minat nasabah terhadap produk *Bai' al-murabahah* Pada Bank Syariah Mandiri Cabang Jambi serta Hubungan Antara Keunggulan Produk dengan Minat nasabah menggunakan produk *Bai' al-murabahah*.

Metode Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan dua desain yaitu, Desain Deskriptif analisis dan desain kuantitatif. Masing-masing desain tersebut untuk menyajikan gambaran yang terstruktur dan akurat tentang data-data yang diteliti dan untuk meneliti hubungan kausalitas antar variabel yang diteliti melalui pengujian hipotesis penelitian.

Temuan Penelitian menunjukkan bahwa Pelaksanaan *Bai' al-murabahah* Pada Bank Syariah Mandiri Cabang Jambi sesuai dengan prinsip syariah, Faktor penyebab tingginya minat nasabah terhadap *Bai' al-murabahah* adalah keunggulan produk dari segi jenis pembiayaan merupakan pembiayaan konsumtif, dari segi proses yaitu prosesnya mudah dan dari segi jangka waktu yaitu jangka waktunya lebih panjang, temuan setelah uji statistic yaitu secara bersama-sama faktor yang dapat mendorong peningkatan minat nasabah terhadap *Bai' al-murabahah* adalah pembiayaan konsumtif, prosesnya mudah dan jangka waktunya lebih panjang. Pengujian secara individu variabel Xi menunjukkan bahwa variabel pembiayaan konsumtif menunjukkan pengaruh negative atau tidak signifikan untuk mendorong minat nasabah menggunakan produk *Bai' al-murabahah*. Secara parsial variabel pembiayaan konsumtif, prosesnya mudah dan jangka waktunya lebih panjang berpengaruh secara signifikan mendorong minat nasabah terhadap produk *Bai' al-murabahah* Pada Bank Syariah Mandiri Cabang Jambi. Dari Ketiga variabel yang diteliti ternyata variabel yang dominan berpengaruh adalah variabel proses (X_2). Hal ini terlihat dari koefisien regresi yang tertinggi.

Kata Kunci : *Bai' Al-Murabahah*, Bank Syari'ah, Ekonomi Islam

¹ Penulis adalah Dosen IAIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi

Pendahuluan

Dalam dunia modern dewasa ini, kehidupan ekonomi tidak dapat dilepaskan dari keberadaan serta peran penting sektor jasa keuangan pada umumnya dan perbankan pada khususnya. Melalui sektor jasa keuangan ini dana atau potensi investasi yang ada pada masyarakat disalurkan ke dalam kegiatan-kegiatan produktif, sehingga pertumbuhan ekonomi dapat terwujud. Lembaga perbankan juga merupakan unsur pokok dari sistem pembayaran. Tanpa adanya sistem pembayaran yang baik, kehidupan ekonomi modern seperti yang dikenal sekarang tidak mungkin dapat tercipta.²

Sistem keuangan Islam merupakan bagian dari sistem ekonomi Islam. Sistem tersebut meliputi kegiatan-kegiatan yang berkaitan dengan keuangan dalam semua sektor ekonomi. Dalam sistem keuangan Islam, termasuk di dalamnya perbankan Islam. Bank Islam adalah sebuah konsep baru yang mulai diperkenalkan pada tahun tujuh puluhan. Konsep ini telah memberi peluang kepada umat Islam untuk lebih mengenal bank secara keseluruhan, karena pertumbuhan bank Islam di samping menciptakan salah satu institusi yang tidak berpraktek sesuai dengan riba, dalam kegiatannya juga berperan sebagai alat dalam proses peng-Islaman. Di samping itu ia ikut melahirkan usahawan Islam yang mengamalkan prinsip-prinsip Islam dalam urusan perdagangan secara luas. Hal ini dengan sendirinya akan menjadi daya penggerak untuk merubah sistem ekonomi sekarang kearah yang lebih dekat dengan Islam.

Prinsip-prinsip dasar perbankan syariah adalah prinsip titipan (*al-wadi'ah*, *depository*), dan bagi hasil (*profit sharing*) yang meliputi *al-musyarakah*, *al-mudharabah*, *al-muzara'ah*, *al-musaqah*, prinsip jual beli yang meliputi *bai' al-murabahah*, *bai al-salam*, *bai' al-istisna'*, prinsip sewa yang meliputi *al-ijarah*, dan *al-ijarah al-muntahia bit-tamlik*, serta prinsip jasa yang meliputi *al-wakalah*, *al-kafalah*, *al-hawalah*, *ar-rahn* dan *al-qard*

Al-murabahah merupakan salah satu bentuk kerjasama yang ditawarkan oleh bank syariah. *Al-murabahah* adalah jasa pembiayaan dengan mengambil bentuk transaksi jual beli dengan cicilan³

Al-murabahah dalam pengertian fiqih adalah jika penjual menyebutkan harga pembelian barang kepada pembeli, kemudian ia mensyaratkan adanya keuntungan yang disepakati dalam jumlah tertentu, dinar atau dirham. Karena dalam definisinya disebut adanya keuntungan yang disepakati, karakteristik *al-murabahah* adalah si penjual harus memberitahu tentang harga pembelian barang dan menyatakan jumlah keuntungan yang ditambahkan pada biaya tersebut.⁴

Prinsip jual beli meliputi *murabahah* adalah transaksi jual beli dimana bank menyebut jumlah keuntungannya. Bank bertindak sebagai penjual, sementara nasabah sebagai pembeli. Harga jual adalah harga beli bank dari pemasok ditambah keuntungan.⁵

2 Muhammad Syafi'I Antonio, *Bank Syari'ah dari Teori ke Praktek*, (Jakarta: Gema Insani Press, 2001) h.vii

3 Sutan Remi Syahdeini, op.cit., h. 64, lihat juga Muhammad Syafi'I Antonio, op. cit, h. 101

4 Susilawati, *bai' al-Murabahah*, 2002, h.10 kutipan dari Ibnu Rusyd, *Bidayatul Mujtahid wa Nihayah al-Muqtasid*.

5 Adiwarmarman Karim, *Bank Islam: Analisis Fiqih dan Keuangan*, Edisi dua, (Jakarta: PT. Raja Grafindo

Penggunaan istilah *al-murabahah* yang mengambil istilah fiqh sempat menjadi perdebatan karena mengandung kerancuan. Sebagai nama produk, produk pembiayaan *al-murabahah* didefinisikan sebagai kredit modal kerja yang dapat terus bergulir. Bila seseorang mengambil produk ini, dia hanya membayar cicilan keuntungannya setiap bulan dan baru membayar harga beli bank pada saat pelunasan, sedangkan *bai' bi tsaman ajil* untuk membedakan kegunaannya, didefinisikan sebagai kredit investasi yang cicilan keuntungan dan cicilanharga beli banknya harus dibayar setiap bulan.

Jadi ketika bank menjual cicilan kepada nasabah di dalam istilah fiqh disebut dengan *bai' bi tsaman ajil* dan ketika bank memberitahukan keuntungan atau margin atas barang yang akan dijual kepada nasabah, maka transaksi itu dinamakan *al-murabahah*.

Pada prinsipnya *bai' al-murabahah* pembiayaannya dilakukan secara tunai (cash), sedangkan *bi tsaman ajil* pembiayaannya dilakukan secara penangguhan atau cicilan.

Bank syariah sebagai bank yang beroperasi sesuai prinsip-prinsip syari'at Islam yang salah satu produknya adalah *bai' al-murabahah* dalam pelaksanaannya haruslah jelas jenis murabahah yang seperti apa yang digunakan/diterapkan dan haruslah mengacu pada ketentuan-ketentuan yang ada dalam al-Qur'an dan Hadis Nabi, agar umat Islam terhindar dari riba dalam kegiatan muamalah, sehingga memperoleh kesejahteraan lahir batin.

Bank Syariah Mandiri Cabang Jambi sebagai salah satu bank syariah yang berada di Jambi memiliki bermacam-macam produk dengan prinsip yang berbeda-beda pula. Salah satunya produk pembiayaan dengan prinsip jual beli.

Jenis Pembiayaan yang ditawarkan BSM Cabang Jambi yaitu pembiayaan produktif (*Musyarakah, Mudharabah*) dan Pembiayaan konsumtif (*Murabahah*). *Murabahah* yang diterapkan BSM Cabang Jambi adalah jenis *bai' al murabahah* dengan pembayaran secara cicilan.

Kaitannya dengan *bai' al-Murabahah*, BSM cabang Jambi berperan sebagai penyedia barang (penjual) dan nasabah yang memesan untuk membeli barang (pembeli) diharapkan akan sangat membantu masyarakat untuk memperoleh dan memiliki barang yang dibutuhkan tanpa harus menyediakan uang tunai terlebih dahulu, juga diharapkan mampu memberikan kontribusi terhadap masyarakat muslim dalam hal pertumbuhan dan peningkatan ekonomi Jambi yang bebas dari rentenir.

Pembiayaan murabahah dengan konsep jual beli sampai saat ini masih merupakan pembiayaan yang dominan bagi perbankan syariah di dunia termasuk di Indonesia.⁶ Hal ini ditunjukkan oleh data dari Statistik Ekonomi dan Keuangan Indonesia dalam Statistik Perbankan Indonesia terbitan Bank Indonesia⁷

Persada, 2004), h. 192

6 Ahmad Sumiyanto, *Bank dan Asuransi Islam di Indonesia*, (Jakarta: Kencana, 2005), h. 152

7 Statistik Ekonomi dan Keuangan Indonesia, Terbitan Bank Indonesia

Tabel 1.1
Jenis Pembiayaan di Perbankan Syariah Indonesia Tahun 2005 - 2010
 Dalam Milyar Rp

Tahun	2006	2007	2008	2009	2010
Pembiayaan <i>musyarakah</i>	54	60	306	1165	3124
Pembiayaan <i>mudharabah</i>	403	499	794	1961	1898
Piutang <i>murabahah</i>	1420	2324	3956	7478	9487

Sumber: Bank Indonesia

Begitu juga dengan Bank Syariah Mandiri Cabang Jambi, yang dapat dilihat pada table di bawah ini.

Tabel. 1.2
Jenis Pembiayaan di BSM Cabang Jambi Tahun 2005 – 2010

Jenis Pembiayaan	2005	2010
Pembiayaan <i>musyarakah</i>	50.000.000	285.000.000
Pembiayaan <i>Mudharabah</i>	3.803.400.061,34	9.713.932.112,60
Pembiayaan <i>Murabahah</i>	22.497.878.407,76	27.439.940.981,80

Sumber: BSM Cabang Jambi

Dari Tabel di 1.2. dapat dilihat bahwa pada BSM Cabang Jambi, pembiayaan *murabahah* merupakan produk yang dominan, yaitu *murabahah* sebesar 85,15%, *mudharabah* sebesar 14,43% dan *musyarakah* sebesar 1,87%

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis tertarik untuk mengadakan suatu penelitian mengenai *murabahah*, *Bai' al-murabahah* yang seperti apa yang diterapkan dalam perbankan syariah, faktor apa saja yang mempengaruhi tingginya minat nasabah terhadap *bai' al-murabahah* dan hubungan antara tingginya minat nasabah dengan keunggulan *bai' al-murabahah*.

Sistem Penghimpunan Dana Bank Syariah

Prinsip bank syariah yaitu dapat menarik dana pihak ketiga atau masyarakat dalam bentuk titipan (*wadi'ah*) atau simpanan tanpa imbalan, Kuasai ekuitas (*mudharabah account*) atau investasi dan modal inti.⁸ Modal inti adalah dana modal sendiri dari pemegang saham bank yaitu pemilik bank.

⁸ *Ibid.* h.

Sistem Pembiayaan Bank Syariah

Pembiayaan merupakan salah satu tugas pokok bank, yaitu pemberian fasilitas penyediaan dana untuk memenuhi kebutuhan pihak-pihak yang merupakan *deficit unit*⁹ Menurut sifat penggunaannya, pembiayaan dapat dibagi menjadi dua hal berikut.

1. Pembiayaan produktif, yaitu pembiayaan yang ditujukan untuk memenuhi kebutuhan produksi dalam arti luas, yaitu untuk peningkatan usaha, baik usaha produksi, perdagangan, maupun investasi.
2. Pembiayaan konsumtif, yaitu pembiayaan yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan konsumsi, yang akan habis digunakan untuk memenuhi kebutuhan.

Bai' al-murabahah

Kata *murabahah* adalah bahasa Arab yang berarti keuntungan, perkembangan, kelebihan¹⁰. Secara etimologi *al-murabahah* adalah keuntungan yang didapat dari hasil perdagangan¹¹ atau menjual dengan harga modal barang disertai dengan untung yang ditentukan.

Ibnu Rusyd di dalam kitabnya "*Bidayah al-Mujtahid*" mengatakan, jumhur ulama sepakat bahwa jual beli itu ada dua macam, yaitu: jual beli tawar menawar dan jual beli *al-murabahah* (penjual menyebutkan harga pembelian barang kepada pembeli, kemudian ia mensyaratkan atasnya laba dalam jumlah tertentu, dalam bentuk dinar atau dirham.¹²

Sedangkan *murabahah* secara fiqih adalah akad jual-beli atas barang tertentu, dimana dalam transaksi jual beli tersebut penjual menyebutkan dengan jelas barang yang diperjual-belikan termasuk harga pembelian dan keuntungan yang diambil.¹³

Menurut Syafi'i Antonio jual beli *al-murabahah* adalah jual beli barang pada harga asal dengan tambahan keuntungan yang disepakati. Dalam jual beli tersebut [enjual harus memberitahu harga produk yang ia beli dan menentukan suatu tingkat keuntungan sebagai tambahannya.¹⁴ Sutan Remi Syaahdeni mendefinisikan *al-murabahah* merupakan salah satu bentuk kerjasama yang ditawarkan oleh bank syariah berupa jasa pembiayaan dengan mengambil bentuk transaksi jual beli dengan cicilan.¹⁵ Umer Chapra, mendefinisikan secara sederhana dengan penawaran oleh penjual kepada pembeli dengan batas keuntungan minimal yang disepakati di antara keduanya.¹⁶

Murabahah dalam teknis perbankan adalah akad jual beli antara bank selaku penyedia

9 Syafi'i Antonio, *op.cit*, h. 160

10 Ahmad Larsen Munawir, *al-munawir, Kamus Arab-Indonesia*, (Yogyakarta: Pondok Pesantren al-munawir, 1984), h. 634

11 *Ibid.* h.

12 Kutipan dari Orba Susilawati

13 Zainul Arifin, *op. Cit*, h. 24

14 Syari'i Antonio, *Bank Syariah bagi Bankir dan Praktisi Keuangan* (Jakarta: t.p, 1999), h. 159

15 Sutan Remi Syaahdeini, *Perbankan Islam dan Kedudukannya dalam Tata Hukum Perbankan Indonesia*, (Jakarta: PT. Grafiti, 1999), h. v

16 M. Umer Chapra, *Al-Qur'an Menuju Sistem Moneter yang Adil*, (Yogyakarta: Dana Bhakti Prima Yasa, 1997), h. 147

barang dengan nasabah yang memesan untuk membeli barang, dengan keuntungan yang disepakati bersama dan dengan pembayaran cicilan atau penangguhan.¹⁷

Jenis-jenis *al-Murabahah*

Pelaksanaan *al-murabahah* pada perbankan syariah ada beberapa jenis yaitu:

1. Transaksi *al-murabahah* dengan sistem pembayaran sistem pembayaran tunai.
2. Transaksi *al-murabahah* dengan sistem pembayaran cicilan/ penangguhan
3. Transaksi *al-murabahah* dengan kesepakatan keuntungan di awal akad
4. Transaksi *al-murabahah* dengan jenis Kepada Pemesan Pembelian (KPP)

Rukun dan Syarat *Murabahah*

- a. Penjual
- b. Pembeli
- c. Barang yang dijual
- d. Harga
- e. Shighat, yaitu ijab dan qabul¹⁸

Sebagai transaksi jual beli, *murabahah* disyaratkan keabsahannya dengan syarat-syarat yang wajib dilengkapo oleh syarat yang berlaku umumnya di dalam kegiatan jual beli, akan tetapi *murabahah* mempunyai syarat-syarat khusus, yaitu:

Pertama, si pembeli harus mengetahui modal awal pada barang tersebut, karena hal demikian merupakan dasar ari pengertian *murabahah*. Apabila tidak diketahui oleh si pembeli, maka kegiatan jual beli ini menjadi rusak dengan sendirinya. Apabila ada kesalahpahaman antara pembeli dan penjual, sedangkan pembeli tidak mengetahui harga awal, maka jual beli itu menjadi batal.

Kedua, Keuntungan harus diketahui karena keuntungan itu adalah bagian dari harga barang.

Ketiga, Harga barang tidak sejenis dengan barang tersebut, karena kemungkinan jatuh ke dalam unsure riba. Jikalau terjadi hal yang demikian seperti menjual emas dengan emas, maka tidak boleh dijual dengan cara *murabahah* karena hal itu merupakan riba dalam fikih Islam, tetapi jikalau tidak sejenis dengannya maka hal itu dibolehkan.¹⁹

Keempat, modal terdiri dari barang memiliki keserupaan, misalnya benda-benda yang ditimbang, atau yang bias dihitung dan lain-lainnya.

Kelima, akad yang pertama sekali haruslah akad yang benar (*sahih*), jikalau akad yang pertama rusak, maka barang itu tidak boleh dilakukan secara *murabahah*, karena sesuatu yang lahir dari yang rusak, maka hal itu jуда melahirkan kerusakan, terutama

¹⁷ Zainul Arifin, *op.cit*, h. 25

¹⁸ A. Zainuddin, Muhammad Jamhari, *al-Islam 2: Muamalah dan Akhlaq*, (Bandung: CV. Pustaka Setia, t.t), h. 13

¹⁹ Fayyad Abd. *Murabahah dalam Perbankan Islam*, terj. Oleh Syam Hidayat, (Jakarta:tp,t.t), h.1

dalam melanjutkan akad kedua.²⁰

Kelima syarat ini harus diketahui harga pertamanya begitu juga dengan ukuran keuntungannya, karena hal ini merupakan dasar keabsahan jual beli. Sebagaimana para ulama mengatakan juga bahwa *murabahah* adalah jual beli yang bersifat amanah. Karena penjual dipercayai dalam menentukan harga pertama.

Syafi'I Antonio, menyusun syarat *Bai' al-murabahah* sebagai berikut:

1. Penjual memberi tahu biaya modal kepada nasabah
2. Kontrak pertama harus sah sesuai dengan rukun yang ditetapkan
3. Kontrak harus bebas dari riba
4. Penjual harus menjelaskan kepada pembeli bila terjadi cacat atas barang sesudah pembelian.

Penjual harus menyampaikan semua hal yang berkaitan dengan pembelian, misalnya jika pembelian dilakukan secara hutang.²¹

Secara prinsip menurut Syafi'i Antonio, jika syarat sebagaimana pada angka 1,4 dan 5 tidak terpenuhi, maka pembeli memiliki pilihan, yaitu: a) Melanjutkan pembelian seperti apa adanya, b) Kembali kepada penjual dan menyatakan ketidaksetujuan atas barang yang akan dijual dan c) Membatalkan kontrak.²²

Zainuddin dan Muhammad Jamhari menyusun syarat-syarat sebagai berikut:

- a. Syarat bagi penjual dan pembeli
 1. Mereka yang boleh mempertanggungjawabkan yaitu sempurna akan pikirannya, cukup umur dan pintar (cakap).
 2. Dalam bermuamalah yakni tidak dalam keadaan bankrupt
 3. Tidak terdapat paksaan dalam menjalankan akad
- b. Syarat bagi harga yang dijual
 1. Barang yang hendak dijual mestilah ada pada masa akad dilaksanakan, sekalipun tidak dihadirkan di majelis akad
 2. Barang itu hendaklah milik si penjual
 3. Barang itu hendaklah suci/halal
 4. Barang itu hendaklah berguna dan memiliki harga
 5. Penjual berkuasa menyerahkan barang itu kepada pembeli
 6. Barang itu hendaklah jelas bagi si pembeli, baik dilihat semasa akad atau sebelum akad dan atau dengan cara dijelaskan sifat dan keadaan barang tersebut semasa akad sekiranya barang itu tidak mungkin berubah sifat dan tidak bisa dihadirkan
 7. Serah terima tidaklah menjadi syarat jual beli, tetapi tidak akan terlaksana suatu transaksi jual beli tanpa menyerahkan barang yang dijual kepada pembeli. Dan berhasilnya penyerahan dapat dilakukan dengan berbagai

²⁰ *Ibid.* h.

²¹ Syafi'I Antonio, *Perbankan Syariah dari Teori Ke Praktek*, (Jakarta: Gema Insani, 2001), h. 102

²² *Ibid.*, h.

cara, seperti: 1) penyerahan barang sukatan hendaklah dengan jalan disukat, barang timbangan ditimbang atas arahan penjual dan dimasukkan ke dalam bungkusan untuk ditawarkan oleh pembeli, 2) Penyerahan juga bisa dilakukan dengan cara diantarkan oleh si penjual kepada pembeli atau sebaliknya diambil oleh si pembeli dan atau menurut cara adapt kebiasaan masyarakat.

8. Tempat penyerahan barang yang dijual ialah dimana berlakunya akad. Tetapi jika disetujui penyerahan akan dilakukan di tempat lain, maka hendaklah barang tersebut diserahkan di tempat yang disepakati.
 9. Semua belanja yang berhubungan dengan penyerahan barang adalah ditanggung oleh penjual, tetapi semua pembelanjaan (pengeluaran dana) yang berhubungan dengan penyerahan harga ditanggung oleh pembeli. Cara ini bisa dipergunakan atas persetujuan kedua belah pihak.
 10. Kerusakan barang yang hendak dijual di tangan pembeli semasa tawar menawar sebelum akad [adalah harganya telah ditetapkan oleh penjual adalah ditanggung pembeli, tetapi jika harga belum ditetapkan ditanggung pembeli.
- c. Syarat Bagi Harga
1. Harga barang yang dijual hendaklah disebut pada waktu akad
 2. Hendaklah dijelaskan jenis mata uang yang dijadikan alat tukar, kecuali secara jelas telah dilihat semasa akad.
 3. Bagi barang yang dijual dengan harga tangguh (hutang) haruslah dengan syarat: a) Dijelaskan masa waktu pembayaran, 2) Permulaan pembayaran dilakukan pada hari penyerahan barang, 3) Tidak boleh diikat waktu pembayaran kepada musim yang tidak tetap.
 4. Dbolehkan memindahkan pembayaran harga kepada pihak lain dengan cara *hiwalah*.
- d. Syarat bagi Sighat
1. Dilakukan dengan cara suka rela tanpa ada paksaan dan jelas
 2. Ucapan ijab qabul tidak boleh dilakukan dengan ucapan, tulisan dan isyarat yang berbentuk suatu janji, seperti: “saya akan menjual” atau “saya akan membeli” dan kalimat menyuruh “juallah” dan “belilah”.
 3. Sah ijab qabul dilakukan dengan cara al-bai’ dan berlaku atas barang-barang konsumsi harian dan murah dan atau telah diletakan tanda harganya.
 4. Hendaklah bersesuaian antara isi kandungan ijab dengan qabul baik barang, harga dan lain-lainnya.
 5. Boleh dilakukan satu akad saja terhadap jumlah barang yang jenisnya bermacam-macam.
 6. Adanya majelis akad yang tertentu di tempat yang disepakati kedua belah pihak.
 7. Perlunya dihadkan majelis akad, dengan tujuan untuk: a) memberikan

kesempatan berpikir kepada para pihak, sehingga tidak masalah ada jarak antara ucapan ijab dan qabul, tetapi harus tetap dalam satu majelis, b) memberi kesempatan kepada pihak pertama untuk menarik kembali ijabnya sebelum di qabulkan oleh si pembeli (pihak kedua), c) dibolehkan kedua belah pihak menarik atau membubarkan akad jual beli tersebut selagi masih dalam majelis akad (belum berpisah)

8. *Khiyar al-majlis* sebagaimana tersebut di atas boleh dilakukan antara si penjual dan si pembeli semasih dalam satu majelis akad
9. Jual beli dikatakan telah berjalan, jika kedua belah pihak telah setuju dan tidak mempunyai pilihan lain selain dari pada mengadakan akad (ijab dan qabul)
10. Syarat dalam akad yang tidak bertentangan dengan dasar jual beli adalah sebagai berikut: a) syarat yang berkaitan dengan akad, yaitu tidak menyerahkan barang sehingga si penjual menjelaskan keadaan barang tersebut, b) syarat yang memperkuat implikasi akad, yaitu dalam hal pembayaran dengan cara kredit (penangguhan), si penjual boleh meminta jaminan dengan harta atau jaminan dari orang tertentu atau kedua-duanya sekaligus, c) syarat-syarat yang biasa dibebankan mengikuti adat kebiasaan masyarakat perniagaan, seperti cara pembayarannya melalui cicilan dan lain-lain.

Syarat tersebut syarat yang dirumuskan secara rinci, akan tetapi syarat-syarat dimaksud tidak boleh bertentangan dengan prinsip-prinsip *al-bai'* yang telah diteapkan syari', tidak mengandung unsur *gharar*²³, aniaya dan dengan cara sukarela.

Konsep Perhitungan Margin *Murabahah*

Konsep perhitungan margin adalah margin keuntungan merupakan unsure biaya yang terdiri dari biaya administrasi ditambah dengan tingkat keuntungan yang layak. Di sini biaya administrasi dihitung dari beban bank syariah untuk membayar semua biaya operasional yang ada pada bank pada umumnya. Biaya administrasi akan dapat ditekan serendah-rendahnya apabila operasi dilakukan secara efisien dan kemudian dibagi rata sesuai dengan banyaknya nasabah.

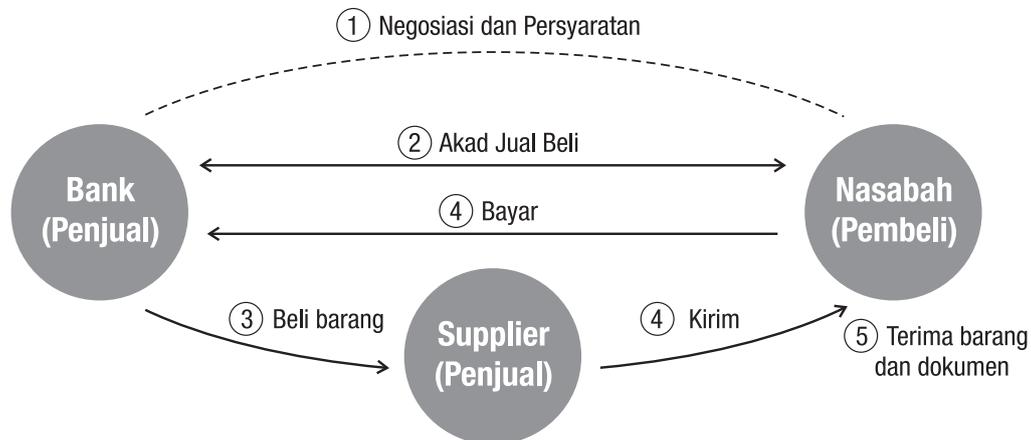
Ilustrasi perhitungannya seperti berikut: PT. Terus MAju perusahaan yang bergerak di bidang percetakan memerlukan mesin cetak seharga Rp. 100.000.000,-. PT. Terus Maju memiliki langganan supplier mesin yaitu PT. Takanta. PT. Terus Maju mengajukan fasilitas *murabahah* kepada Bank Syariah. Setelah Account Manager Bank Syariah mereview neraca dan laporan keuangan serta sumber pengembalian dari PT. Terus Maju, maka telah disetujui permohonan fasilitas *murabahah* sebagai berikut:

- Harga beli barang dari supplier Rp. 100.000.000,-
- Margin Bank Syariah sebesar 20% dari harga efektif sebesar Rp. 22.149.950,-

²³ Jual beli *Gharag* adalah memperjual belikan sesuatu yang masih bersifat spekulatif, di mana eksistensinya dan tolak ukur barang yang diperjual belikan itu tidak jelas.

- Harga jual pada PT. Terus Maju (Harga Jual = HArga beli + margin) sebesar Rp. 122.149.950,-
- Biaya administrasi Rp. 1.000.000,-
- Supplier yang ditunjuk PT. Takanata
- JAngka Waktu Pelunasan 24 bulan
- Angsuran / bulan adalah Rp. 5.089.580,-/bulan.

Skema Bai' al-murabahah



Sumber: Bank Syariah Mandiri Cabang Jambi

Landasan Syariah tentang Murabahah

Al-Qur'an

- Surat Al-Baqaroh ayat 275
- Surat Al-Baqaroh ayat 282
- Surat An-Nisaa' ayat 29

Al-Hadits

HR Ibnu Majah:

عن صالح بن صهيب عن أبيه قال : قال رسول الله صلى الله عليه وسلم , ثلاث فيهن البركة البيع إلى أجل والمقارضة وأخلاط البر بالشعير للبيت لا للبيع ❦ رواه ابن ماجه ❦

Artinya: Dari Suhaib ar-Rumi r.a. bahwa Rasulullah SAW bersabda, "Tiga hal yang di dalamnya terdapat keberkahan: jual beli secara tangguh, muqaradhah (mudharabah), dan mencampur gandum dengan tepung untuk keperluan rumah, bukan untuk dijual"

HR. al-Bukhari:

عن عبد الله بن عمر أن رسول الله صلى الله عليه وسلم, نهى عن بيع حبل الحبله

﴿رواه البخاري﴾

Artinya: “Dari Abdillah bin Umar, sesungguhnya Rasulullah SAW telah melarang jual beli habal al-hablah (dengan cara spekulasi)”

Metode Penelitian

Dalam penelitian ini desain penelitian yang digunakan adalah desain penelitian dekriptif analisis, yang digunakan untuk menyajikan gambaran yang terstruktur dan akurat tentang data-data yang diteliti. Dan desain penelitian dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Kuantitatif digunakan untuk meneliti hubungan kausalitas antar variabel yang diteliti melalui pengujian hipotesis.

Penelitian ini memakai dua jenis data yaitu data primer (data yang dimaksud berkaitan dengan pelaksanaan *murabahah* pada BSM cabang Jambi dan faktor yang mempengaruhi nasabah dalam menggunakan pembiayaan *murabahah* di BSM Cabang Jambi) dan data sekunder yaitu data mengenai deskripsi lokasi penelitian seperti histories dan geografis penelitian, struktur organisasi, data mengenai produk-produk yang ditawarkan BSM Cabang Jambi serta data lain yang berhubungan dengan penelitian ini.

Populasi dan Sampel

Populasi yang diambil dalam penelitian ini adalah jumlah nasabah BSM Cabang Jambi yang berjumlah 7645 nasabah. Sampel yang diambil sebanyak 50 orang nasabah yang menggunakan produk pembiayaan Bank Syariah Mandiri.

Metode Analisis Data

Instrumen Riset yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuisisioner yang ditujukan kepada nasabah BSM Cabang Jambi. Instrumen berupa daftar pertanyaan yang berkaitan dengan keunggulan produk terhadap tingginya minat nasabah menggunakan produk, dalam penyusunan ini kuisisioner menggunakan skala likert, skor nilai dari 1 – 5. jawaban setiap item mempunyai gradasi berikut:

Jawaban	Nilai
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Kurang Setuju	3

Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Instrumen disusun dengan menggunakan indikator yang ditetapkan untuk masing-masing variable. Setelah diperoleh indicator selanjutnya disusun butir-butir pertanyaan yang mengacu pada indicator yang ada.

Indikator dan butir item pertanyaan yang disusun harus memenuhi kaidah validitas dan reliabilitas. Validitas menggambarkan bahwa item pertanyaan yang disusun mampu mewakili indikator, pengujian yang digunakan adalah uji validitas dengan menggunakan korelasi product moment dari pearson. Di sisi lain indikator yang disusun haruslah memenuhi unsur reliable, artinya indikator mampu mewakili variable, uji yang digunakan adalah koefisien alfa (*Alfa Cronbach*).

Pengujian persyaratan dilakukan dengan pendekatan atau teknik uji normalitas. Uji normalitas; Uji normalitas dilakukan berdasarkan asumsi gejala yang diteliti. Uji normalitas dilakukan dengan menggunakan Histogram. Data berdistribusi normal apabila kurva histogram tidak terputus-putus dan berbentuk normal.²⁴

Untuk melihat kekuatan hubungan secara parsial, maka digunakan Korelasi Sederhana, yaitu untuk melihat kekuatan hubungan antara variabel X_1 , X_2 , X_3 dengan Y. Korelasi ganda untuk melihat kekuatan hubungan antara X_1 , X_2 , X_3 secara bersama-sama dengan Y. Bantuan yang digunakan adalah program pengolahan data statistic SPSS versi 12.

Untuk mengetahui besarnya pengaruh keunggulan produk terhadap tingginya minat nasabah menggunakan produk *Bai' al-murabahah* pada Bank Syariah Mandiri Cabang Jambi, digunakan model persamaan regresi berganda sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \varepsilon$$

Dimana:

Y = minat nasabah menggunakan produk *bai' al-murabahah*

X_1 = Pembiayaan konsumtif

X_2 = Prosesnya mudah

X_3 = jangka waktunya lebih panjang

α = Konstanta

β_i = Koefisien regresi

ε = Kesalahan Pengganggu

Untuk menguji signifikan tidaknya variable keunggulan produk secara parsial terhadap keputusan menggunakan *bai'al-murabahah*, maka digunakan uji t (t test). Dari kaidah tingginya minat, bila t-hitung yang diperoleh lebih besar atau sama dengan t-table maka hipotesa nol ditolak dan hipotesa alternative diterima. Berarti variable

²⁴ Singgih Santoso, *Riset Pemasaran Statistik for SPSS*, (Elex Media Computindo Gramedia, Jakarta, 2001), h. 65

independent mempunyai pengaruh terhadap variable dependent, sebaliknya bila t-hitung lebih kecil dari t-table berarti hipotesa nol diterima dan hipotesa alternative ditolak, ini berarti tidak ada pengaruh variable independent secara parsial terhadap variable dependent pada tingkat keyakinan tertentu.

Untuk menguji signifikan tidaknya pengaruh variabel keunggulan produk terhadap tingginya minat nasabah menggunakan produk *bai' al-murabahah* secara bersama-sama, digunakan uji-F. jika nilai F hitung lebih besar dari nilai F tabel, berarti H_0 ditolak. Artinya secara bersama-sama variabel Xi berpengaruh secara signifikan terhadap variabel Y. jika nilai F hitung lebih kecil dari nilai F table, berarti H_0 diterima. Artinya secara bersama-sama variabel Xi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel Y.

Hasil Penelitian

Pembiayaan *murabahah* adalah akad jual beli antara bank selaku penjual dan nasabah sebagai pembeli dengan harga jual didasarkan atas harga asal yang diketahui bersama ditambah margin keuntungan bagi bank yang telah disepakati.

Dari sudut pembibayaan, BSM Cabang Jambi hanya membiayai pengadaan barang yang halal sesuai dengan rukun dan syarat jual beli. *Bai' al-murabahah* yang dikeluarkan BSM Cabang Jambi adalah pembiayaan dalam bentuk konsumtif. Jenis pembiayaan dengan skim ini yang ditawarkan oleh BSM Cabang Jambi adalah Pembiayaan Pembelian Rumah (PPR) dan Pembiayaan Pembelian Kendaraan Bermotor (PPKB).

Bai' al-murabahah yang diterapkan pada perbankan syariah yaitu jenis *murabahah* dengan pembayaran sesuai jangka waktu (cicilan). Resiko yang terjadi bila harga suatu barang di pasar naik setelah bank membelikannya untuk nasabah yaitu bank tidak bisa mengubah harga jual beli tersebut. Selama akad belum berakhir, maka harga jual beli tidak boleh berubah karena apabila terjadi perubahan maka akad tersebut batal. Dan resiko penolakan nasabah seperti barang yang diterima rusak, bila bank telah menandatangani kontrak pembelian dengan penjualnya, barang tersebut akan menjadi milik bank. Dengan hal ini maka nasabah terlindungi.

Jangka waktu Pembiayaan Pembelian Rumah yang ditawarkan BSM Cabang Jambi dengan jangka waktu yang panjang yaitu maksimal 10 tahun dengan nama produk Griya BSM, sedangkan untuk pembiayaan Pembelian Kendaraan Bermotor jangka waktu maksimal adalah 5 tahun. Dibandingkan dengan jenis pembiayaan lain yang dikeluarkan oleh BSM Cabang Jambi seperti mudharabah dengan prinsip bagi hasil jangka waktunya lebih pendek dan tidak berupa untuk pembiayaan konsumtif namun untuk pembiayaan produktif.

Pelaksanaan *Bai' al-murabahah* pada BSM Cabang Jambi menggunakan prinsip syariah karena akad yang digunakan adalah akad jual beli, harga asal diketahui oleh nasabah, margin keuntungan untuk setiap jangka waktu juga dapat diketahui oleh nasabah dan adanya kontrak jual beli untuk jangka waktu tertentu sesuai dengan kesepakatan.

Syarat *Bai' al-murabahah* pada BSM Cabang Jambi yaitu:

1. Adanya Penjual (BSM Cabang Jambi)
2. Pembeli (Nasabah BSM Cabang Jambi)
3. Barang yang dijual (motor dan rumah)
4. Harga
5. Adanya ijab Qabul

Pelaksanaan *bai'al murabahah* pada BSM Cabang Jambi nampaknya tidak mengalami kendala apapun, hal ini ditandai dengan tingginya minat masyarakat terhadap produk *murabahah* sehingga *murabahah* merupakan pembiayaan yang dominan pada BSM Cabang Jambi.

Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan pihak BSM Cabang Jambi dapat diketahui bahwa faktor yang mempengaruhi tingginya minat nasabah menggunakan produk *Bai' al-murabahah* adalah keunggulan produk yang mana indikatornya yaitu *murabahah* merupakan pembiayaan dalam bentuk pembiayaan konsumtif, *murabahah* prosesnya mudah, dan *murabahah* jangka waktunya lebih panjang.

Pengujian Koefisien Determinasi (R^2) dan Korelasi R.

Koefisien determinasi dipergunakan untuk melihat berapa besar variabel Xi (Keunggulan produk *Bai' al-murabahah* karena merupakan pembiayaan konsumtif, prosesnya mudah dan jangka waktu lebih panjang) mampu menerangkan variabel Y (minat nasabah menggunakan produk *Bai' al-murabahah* Bank Syariah Mandiri Cabang Jambi).

Dari hasil pengujian diperoleh nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0.562. Artinya secara bersama-sama variabel Xi (Keunggulan produk *Bai' al-murabahah* karena merupakan pembiayaan konsumtif, prosesnya mudah dan jangka waktu lebih panjang) mampu menerangkan variasi naik turunnya variabel Y (minat nasabah menggunakan produk *Bai' al-murabahah* Bank Syariah Mandiri Cabang Jambi) sebesar 56.2 persen, sementara sisanya 43.8 persen diterangkan oleh variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Hal ini menggambarkan secara jelas bahwa ketiga variabel yang diteliti dapat mempengaruhi minat nasabah menggunakan produk *Bai' al-murabahah* Bank Syariah Mandiri Cabang Jambi sebesar 56.2 persen. Angka ini cukup tinggi mengingat lebih dari 50 persen minat nasabah menggunakan produk *Bai' al-murabahah* Bank Syariah Mandiri Cabang Jambi dipengaruhi oleh ke tiga variabel yang diteliti.

Koefisien Korelasi digunakan untuk melihat keeratan hubungan antara variabel X dengan Y. Dari hasil pengujian regresi diperoleh nilai koefisien korelasi r sebesar 0.749. Hal ini berarti bahwa secara bersama-sama variabel X memiliki keeratan hubungan dengan variabel Y sebesar 74.9 persen. Angka korelasi ini menggambarkan secara jelas bahwa kedua variabel yang diteliti memiliki keterkaitan yang erat dengan minat nasabah menggunakan produk *Bai' al-murabahah* Bank Syariah Mandiri Cabang Jambi.

Pengaruh X_1 Terhadap Y

Pengaruh X_1 setiap terjadi peningkatan keunggulan produk karena merupakan pembiayaan konsumtif (X_1) akan mendorong minat nasabah menggunakan produk *Bai' al-murabahah* sebesar 0.521. Pengaruh variabel X_1 terhadap Y adalah signifikan. Hal ini dibuktikan dari nilai t hitung (3.728) yang lebih besar dari t tabel (1.684). Hal ini menunjukkan keunggulan produk *Bai' al-murabahah* karena merupakan pembiayaan konsumtif (X_1) memiliki pengaruh yang nyata terhadap minat nasabah menggunakan produk *Bai' al-murabahah* Bank Syariah Mandiri Cabang Jambi.

Dari hasil koefisien determinasi di atas berarti bahwa variabel keunggulan produk *Bai' al-murabahah* karena merupakan pembiayaan konsumtif (X_1) mampu menjelaskan variasi naik turunnya variabel Y (minat nasabah menggunakan produk *Bai' al-murabahah*) sebesar 0.268 atau sebesar 26.8 persen, sementara sisanya 73.2 persen dijelaskan oleh variabel lainnya yang tidak diteliti.

Hubungan antara variabel X_1 dengan Y adalah cukup erat yang ditunjukkan oleh nilai koefisien korelasi (r) 0.518.

Pengaruh X_2 Terhadap Y

Dari hasil pengujian diperoleh persamaan regresi X_2 terhadap Y memberikan gambaran bahwa setiap terjadi peningkatan keunggulan produk *Bai' al-murabahah* karena prosesnya mudah (X_2) akan mendorong minat nasabah menggunakan produk *Bai' al-murabahah* sebesar 0.814. Pengaruh variabel X_2 terhadap Y adalah signifikan. Hal ini dibuktikan dari nilai t hitung 6.176 yang lebih besar dari nilai t tabel 1.684. Hal ini menunjukkan bahwa prosesnya mudah (X_2) memiliki pengaruh yang nyata terhadap minat nasabah menggunakan produk *Bai' al-murabahah* Bank Syariah Mandiri Cabang Jambi.

Koefisien determinasi yang diperoleh sebesar 0.501. Hal ini menunjukkan bahwa secara parsial variabel keunggulan produk karena prosesnya mudah (X_2) mampu menjelaskan variasi naik turunnya minat nasabah menggunakan produk *Bai' al-murabahah* adalah sebesar 50.1 persen, sementara sisanya sebesar 49.9 persen dijelaskan oleh variabel lainnya yang tidak diteliti.

Hubungan antara variabel prosesnya mudah (X_2) dengan minat nasabah menggunakan produk *Bai' al-murabahah* (Y) adalah cukup erat yang ditunjukkan dengan nilai koefisien korelasi sebesar 0.708.

Pengaruh X_3 Terhadap Y

Hasil penelitian menggambarkan bahwa setiap terjadi peningkatan keunggulan produk karena jangka waktunya lebih panjang (X_3) akan mendorong peningkatan minat nasabah menggunakan produk *Bai' al-murabahah* Bank Syariah Mandiri Cabang Jambi (Y) sebesar 0.400. Pengaruh variabel X_3 terhadap Y adalah signifikan. Hal ini dibuktikan dari nilai t hitung 3.734 yang lebih besar dari t tabel 1.68. yang artinya

bahwa jangka waktunya lebih panjang (X_3) memiliki pengaruh yang nyata terhadap minat nasabah menggunakan produk *Bai' al-murabahah* Bank Syariah Mandiri Cabang Jambi.

Hasil penelitian sebagaimana terlampir diperoleh koefisien determinasi sebesar 0.268. Hal ini menunjukkan bahwa secara parsial variabel jangka waktunya lebih panjang (X_3) mampu menjelaskan variasi naik turunnya minat nasabah menggunakan produk *Bai' al-murabahah* Bank Syariah Mandiri Cabang Jambi adalah sebesar 0.268 atau 26.8 persen, sementara sisanya 73.2 persen dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti.

Hubungan antara keunggulan produk *Bai' al-murabahah* karena jangka waktunya lebih panjang (X_3) terhadap minat nasabah menggunakan produk *Bai' al-murabahah* Bank Syariah Mandiri Cabang Jambi adalah cukup erat yang ditunjukkan dengan nilai koefisien korelasi sebesar 0.518.

Uji Regresi

Dari hasil pengujian sebagaimana diperoleh persamaan regresi sebagai berikut

$$Y = 3.104 - 0.118 X_1 + 0.806 X_2 + 0.189 X_3$$

$$\text{Nilai } t \text{ hitung } (-0.577) \quad (3.186) \quad (1.937)$$

T tabel 1.684

Dari hasil penelitian ini jelas menggambarkan bahwa pengaruh keunggulan produk *Bai' al-murabahah* karena merupakan pembiayaan konsumtif terhadap minat nasabah menggunakan *Bai' al-murabahah* negatif. Artinya keunggulan produk *Bai' al-murabahah* karena merupakan jenis pembiayaan konsumtif tidak akan mendorong minat nasabah menggunakan produk *Bai' al-murabahah*. . Sedangkan pengaruh keunggulan produk *Bai' al-murabahah* karena prosesnya mudah dan jangka waktunya lebih lama terhadap minat nasabah menggunakan produk *Bai' al-murabahah* adalah positif. Hal ini mencerminkan bahwa keunggulan *Bai' al-murabahah* karena prosesnya mudah dan jangka waktu yang lebih panjang akan mendorong minat nasabah menggunakan produk *Bai' al-murabahah*.

Uji F dipergunakan untuk melihat apakah secara bersama-sama variabel X yang dimasukkan dalam model berpengaruh secara signifikan terhadap minat nasabah menggunakan produk *Bai' al-murabahah* Bank Syariah Mandiri Cabang Jambi.

Dari hasil pengujian diperoleh nilai F hitung sebesar 15.376. Dengan tingkat keyakinan sebesar 95 persen $\alpha = 0.05$ $df = (36) (3)$ diperoleh nilai F tabel sebesar 2.80. Dengan demikian nilai F hitung lebih besar dari nilai f tabel. Artinya secara bersama-sama variabel X memiliki pengaruh secara signifikan terhadap minat nasabah menggunakan produk *Bai' al-murabahah* Bank Syariah Mandiri Cabang Jambi. Hasil penelitian ini menggambarkan bahwa pengaruh variabel yang diteliti sangat nyata terhadap minat nasabah menggunakan produk *Bai' al-murabahah* Bank Syariah Mandiri Cabang Jambi.

Pengujian Signifikansi Secara Parsial (uji t)

Uji t dipergunakan untuk melihat signifikan tidaknya masing-masing variabel X_1 (keunggulan produk karena merupakan pembiayaan konsumtif, keunggulan produk karena prosesnya mudah, keunggulan produk karena jangka waktunya lebih panjang) yang diuji terhadap variabel Y minat nasabah menggunakan produk *Bai' al-murabahah* Bank Syariah Mandiri Cabang Jambi.

Dari hasil pengujian diperoleh nilai hitung untuk variabel (X_1) sebesar -0.577. Sementara dengan tingkat keyakinan sebesar 95 persen atau $\alpha = 0.05$ $df = 39$ adalah sebesar 1.684. Jadi t hitung lebih kecil dari t tabel maka ini berarti bahwa secara individu pengaruh variabel (X_1) keunggulan produk *Bai' al-murabahah* karena merupakan pembiayaan konsumtif dengan minat nasabah menggunakan produk *Bai' al-murabahah* Bank Syariah Mandiri Cabang Jambi adalah tidak signifikan.

Sementara nilai t hitung untuk variabel keunggulan produk *Bai' al-murabahah* karena prosesnya mudah (X_2) adalah sebesar 3.186, dengan tingkat keyakinan sebesar 95 persen atau $\alpha = 0.05$ $df = (39)$ untuk pengujian dua arah diperoleh t tabel sebesar 1.684. t hitung lebih besar dari t tabel maka ini berarti bahwa keunggulan produk *Bai' al-murabahah* karena prosesnya mudah berpengaruh secara signifikan terhadap minat nasabah menggunakan produk *Bai' al-murabahah*.

Di sisi lain nilai t hitung untuk variabel keunggulan produk karena jangka waktunya lebih panjang (X_3) adalah sebesar 1.937, dengan tingkat keyakinan sebesar 95 persen atau $\alpha = 0.05$, $df = (39)$ untuk pengujian dua arah maka t tabel sebesar 1.684. t hitung lebih besar dari t tabel maka ini berarti bahwa keunggulan produk *Bai' al-murabahah* karena jangka waktunya lebih panjang berpengaruh secara signifikan terhadap minat nasabah menggunakan produk *Bai' al-murabahah*.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa keunggulan produk secara parsial memberikan pengaruh yang positif terhadap minat nasabah dalam menggunakan produk. Hal ini terlihat dari keunggulan produk *Bai' al-murabahah* karena produk ini merupakan jenis pembiayaan konsumtif memberikan pengaruh positif terhadap minat nasabah menggunakan produk *Bai' al-murabahah* Bank Syariah Mandiri Cabang Jambi. Hal ini memberikan gambaran bahwa semakin baiknya suatu produk maka akan mendorong minat orang dalam hal ini nasabah untuk menggunakan atau memilih produk tersebut.

Dalam hal proses juga demikian, semakin mudah proses baik prosen pembahaman, proses transaksi dan proses layanan untuk mendapatkan suatu produk maka akan mendorong minat nasabah menggunakan atau memilih produk tersebut yang dalam hal ini adalah *Bai' al-murabahah*. Karena pada dasarnya manusia (nasabah) kurang menyukai sesuatu yang berbelit-belit dan sukar untuk dimengerti.

Variabel penting lainnya dalam mendorong minat nasabah menggunakan suatu produk adalah jangka waktu. Dengan produk *Bai' al-murabahah* Bank Syariah Mandiri Cabang Jambi yang menawarkan jangka waktu pembayaran yang lebih panjang akan mendorong nasabah untuk memilih produk *Bai' al-murabahah* Bank Syariah Mandiri Cabang Jambi.

Dari ketiga variabel bebas yang diteliti memberikan gambaran bahwa ketiga variabel tersebut apabila dilaksanakan dengan baik akan semakin besar memberikan dorongan kepada nasabah untuk menggunakan atau memilih produk *Bai' al-murabahah* Bank Syariah Mandiri Cabang Jambi. Artinya semua aspek keunggulan produk harus diupayakan untuk ditingkatkan agar meningkatkan minat nasabah untuk menggunakan produk tersebut.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

Pelaksanaan *Bai' al-murabahah* Pada BSM Cabang Jambi sesuai dengan prinsip syariah Islam. Hal ini terlihat dari akad yang digunakan dan barang yang diperjual belikan serta syarat sesuai dengan prinsi-prinsip syariah yang berlandaskan Al-Qur'an dan Hadits.

Persamaan regresi menunjukkan bahwa pembiayaan konsumtif (X_1) memiliki nilai negative yang artinya bahwa setiap peningkatan skor pembiayaan konsumtif tidak akan mendorong minat nasabah menggunakan produk *Bai' al-murabahah*. Sedangkan variabel prosesnya mudah (X_2) dan jangka waktunya lebih panjang (X_3) memiliki nilai positif. Yang artinya setiap peningkatan variabel X_2 dan X_3 akan mendorong minat nasabah menggunakan produk *Bai' al-murabahah*.

Secara bersama-sama variabel keunggulan produk *Bai' al-murabahah* karena merupakan pembiayaan konsumtif, prosesnya mudah dan jangka waktunya lebih panjang berpengaruh secara signifikan mendorong minat nasabah menggunakan produk *Bai' al-murabahah* Bank Syariah Mandiri Cabang Jambi.

Dari ketiga variabel yang diteliti ternyata variabel yang dominan berpengaruh mendorong minat nasabah menggunakan produk *Bai' al-murabahah* adalah variabel keunggulan produk karena prosesnya mudah (X_2).[]

DAFTAR PUSTAKA

- Adiwarman Karim, *Bank Islam: Analisis Fiqih dan Keuangan*, Edisi dua, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2004).
- Ahmad Sumiyanto, *Bank dan Asuransi Islam di Indonesia*, (Jakarta: Kencana, 2005).
- Ahmad Larsen Munawir, *al-munawir*, Kamus Arab-Indonesia, (Yogyakarta: Pondok Pesantren al-munawir, 1984).
- A. Zainuddin, Muhammad Jamhari, *al-Islam 2: Muamalah dan Akhlaq*, (Bandung: CV. Pustaka Setia, t.t).
- Abdul Aziz Dahlan (ed), *Ensiklopedi Hukum Islam Jilid 1*, (Jakarta, Ikhtiar Bru Hoeve, 1997).
- Basu Swastha, *Azas-azas Pemasaran*, (Jakarta: BP FE-UGM, 1994).
- Cholid Narbuko dan Abu Achmadi, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta, Bumi Aksara, 1997).
- Fayyad Abdul Mun'im, *Murabahah dalam Perbankan Islam*, terj. Syam Hidayat, (Jakarta: t.t.).
- Muhamad, *Sistem dan Prosedur Operasional Bank Syariah*, (Yogyakarta: UII Press, 2001).
- , *Lembaga-lembaga Keuangan Umat Kontemporer*, (Yogyakarta; UII Press, 2000).
- Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syari'ah dari Teori ke Praktek*, (Jakarta: Gema Insani Press, 2001).
- , *Perbankan Syariah dari Teori Ke Praktek*, (Jakarta: Gema Insani, 2001).
- Muhammad Teguh, *Metodologi Penelitian Ekonomi: Teori dan Aplikasi*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2001).
- M. Umer Chapra, *Al-Qur'an Menuju Sistem Moneter yang Adil*, (Yogyakarta: Dana Bhakti Prima Yasa, 1997).
- Nugraha J. Setiadi, *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*, (Jakarta: Kencana, 2003).
- Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran, terjemahan AB. Susanto*, (Jakarta: Penerbit Salemba Empat, 1999).
- Susilawati, *Bai' al-Murabahah*, 2002, kutipan dari Ibnu Rusyd, *Bidayatul Mujtahid wa Nihayah al-Muqtasid*.
- Statistik Ekonomi dan Keuangan Indonesia, Terbitan Bank Indonesia
- Syari'i Antonio, *Bank Syariah bagi Bankir dan Praktisi Keuangan* (Jakarta: t.p, 1999).
- Sutan Remi Syahdeini, *Perbankan Islam dan Kedudukannya dalam Tata Hukum Perbankan Indonesia*, (Jakarta: PT. Grafiti, 1999).
- S. Margono, *Metodologi Penelitian Pendidikan*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2005).

Sugiyono, *Metodologi Penelitian Bisnis* (Bandung: Remaja Rosda Karya, 2003). Singgih Santoso, *Riset Pemasaran Statistik for SPSS*, Elex Media Computindo Gramedia, Jakarta, 2001.

Winarno Surachmad, *Pengantar Penelitian Ilmiah: Dasar, Metode dan Tehnik*, (Bandung: Aksara, 1980).