



Pengaruh Produk Pembiayaan Murobahah terhadap Keputusan Nasabah di Bank Syariah Indonesia KCP Bojonegoro Suropati

Eko Haryono, M. Syaikhul Anwari , Juliati Apriliani

Email : ekoharyono@iaiamc.ac.id , anwari46@gmail.com, juliati@gmail.com

IAI Al Muhammad Cepu, IAI Al Muhammad Cepu, IAI Al Muhammad Cepu

Keyword:

*Pembiayaan
Murabahah, Kepuasan
Nasaba*

Abstract

Pesatnya perkembangan syariah dapat dilihat dari berkembangnya lembaga keuangan syariah yang meningkat pesat. Lembaga keuangan syariah menjadi solusi yang tepat atas kekhawatiran orang muslim dalam memilih lembaga jasa keuangan. Salah satu lembaga keuangan syariah yang ada di Indonesia saat ini adalah Bank Syariah Indonesia. Variabel dalam penelitian ini adalah pembiayaan murabahah sebagai variabel (x) independent dan kepuasan nasabah sebagai variabel (y) dependent. Metode yang digunakan adalah metode deskriptif kuantitatif yaitu dengan analisis regresi linier sederhana yang memaparkan pengaruh variabel yang mempengaruhi keadaan tanpa memanipulasi variabel tersebut. Penelitian ini dilakukan di BSI KCP Bojonegoro Suropati. Hasil penelitian dari perhitungan menggunakan analisis regresi sederhana diketahui bahwa hasil nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ terdapat pengaruh positif signifikan antara pembiayaan murabahah terhadap kepuasan nasabah di di BSI KCP Bojonegoro Suropati.

PENDAHULUAN

Perkembangan zaman diiringi dengan perkembangan praktek ekonomi syariah yang berkembang semakin pesat, maka peran ekonomi syariah dalam kehidupan sehari-hari semakin tinggi. Pemerintah mengeluarkan UU No.7 Tahun 1992 tentang perbankan syariah yang menjadi tonggak awal beroprasinya bank syariah Indonesia. Pesatnya perkembangan syariah dapat dilihat dari berkembangnya lembaga keuangan syariah yang meningkat pesat. Lembaga keuangan syariah menjadi solusi yang tepat atas kekhawatiran orang muslim dalam memilih lembaga jasa keuangan. Lembaga keuangan syariah yang ada di Indonesia saat ini meliputi Bank Syariah, Koperasi Syariah, Baitul Mal wat

Tamwil(BMT), Asuransi Syariah, Pegadaian Syariah, dan lain sebagainya.

Tujuan BSI yaitu meningkatkan kualitas ekonomi untuk kesejahteraan anggota pada khususnya dan masyarakat pada umumnya, BSI memiliki usaha bisnis yang bersifat mandiri, yang ditumbuh kembangkan dengan swadaya dan dan dikelola secara professional serta berorientasi untuk kesejahteraan anggota dan masyarakat. Selain itu BSI mempunyai peran melakukan pembinaan dan pendanaan berdasarkan sistem syariah. Peran ini menegaskan arti penting sistem-sistem syariah dalam kehidupan ekonomi masyarakat.

Pembiayaan murabahah adalah salah satu produk yang ada di BSI. Pembiayaan murabahah sendiri merupakan jual beli barang pada harga asal dengan tambahan keuntungan yang telah disepakati.

Misalnya seseorang membeli barang dan menjualnya kembali dengan keuntungan tertentu. Berapa besar keuntungan tersebut dapat dinyatakan dalam nominal rupiah maupun atau dalam bentuk presentase dari harga pembeliannya, misalnya 10%- 30%. Segala ketentuan tentang murabahah diatur dalam Fatwa Dewan Syariah(DSN) No: 04/DSN- MUI/IV/2000. Fatwa DSN ini antara lain mengatur tentang ketentuan umum murabahah dalam Bank Syariah; ketentuan muabahah kepada nasabah; jaminan dalam murabahah; penunda pembayaran dalam murabahah; utang dalam murabahah; dan tentang bangkrut dalam murabahah.

Menurut santar syariah AAOIFI No. 8 tentang Murabahah : Dalil kebolehan akad murabahah adalah sama dengan dalil yang digunakan untuk kebolehan akad jual beli; di antaranya adalah firman Allah SWT: "..Allah telah menghalalkan jual beli..." Sebagian ulama mendasarkan juga pada firman Allah SWT: "Tidak dosa bagi kalian untuk mencari karunia Alloh SWT.." ini karena keuntungan (ribh) memiliki makna yang sama dengan "karunia".

Pembiayaan yang paling banyak disalurkan adalah pembiayaan berbasis jual beli dengan akad murabahah. Hal ini dikarenakan akad murabahah merupakan akad jual beli yang cukup mudah untuk diaplikasikan dalam penyaluran pembiayaan saat ini. ¹ Didalam aplikasinya murabahah merupakan kontrak jual-beli dimana bank bertindak

¹ Eko Haryono. (2023). Pemberdayaan Ekonomi Islam Melalui Optimalisasi Zakat. *Al Fattahejournalismaalmuhammadcepu*, 1(01), 17-30.

sebagai penjual sementara nasabah sebagai pembeli. Harga jual adalah harga beli bank ditambah keuntungan. Walaupun akad murabahah ini sering digunakan, namun sebagian masyarakat belum mengerti tentang implementasi akad ini. Dalil tentang akad Murobaha terdapat juga dalam Surat An-Nisa' ayat 29.

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu”.

Dalam upaya memperkenalkan produk pembiayaan murabahah dan

menarik minat masyarakat, strategi promosi bank merupakan faktor yang perlu diperhatikan bagi bank. Promosi yang menarik dan efektif akan mampu menarik minat nasabah menggunakan produk dan jasa pelayanan bank. Promosi adalah kegiatan marketing mix yang terakhir setelah produk, harga dan tempat, serta inilah yang paling sering diidentikkan sebagai aktivitas pemasaran dalam arti sempit. Tanpa promosi nasabah tidak akan mengenal dan mengetahui suatu bank maupun produk- produk yang dimilikinya. Oleh karena itu, promosi merupakan sarana yang paling utama untuk menarik dan mempertahankan nasabahnya.

Prosedur untuk menjadi nasabah di BSI KCP Bojonegoro Suropati tidaklah terlalu sulit. Masyarakat yang ingin menjadi nasabah murabahah tinggal

mendaftarkan diri ke BSI KCP Bojonegoro Suropati yang kemudian ditindak lanjuti oleh pihak BSI KCP Bojonegoro Suropati dengan survei ketempat tinggal pemohon. Apabila disetujui, maka BSI KCP Bojonegoro Suropati akan segera mencairkan dana

murabahah kepada pemohon dalam bentuk uang tunai atau barang yang dibutuhkan oleh pemohon.

Keputusan adalah suatu proses penelusuran masalah yang berawal dari latar belakang masalah, identifikasi masalah, kesimpulan dan rekomendasi. Rekomendasi yang ada, kemudian dipakai sebagai dasar dari pengambilan sebuah keputusan. William J. Stanton

mengatakan, keputusan pembelian produk untuk kebanyakan produk hanyalah suatu kegiatan rutin dalam arti yang sama. Saat mengambil keputusan untuk memilih produk Murobahah, nasabah dan calon nasabah tersebut terlebih dahulu menganalisis hal-hal yang berhubungan dengan produk tersebut. Nasabah akan lebih mengenali dan memahami terlebih jelas tentang produk pembiayaan yang sesuai dengan kebutuhannya. Sehingga ketika nasabah mengambil keputusan untuk memilih salah satu produk pembiayaan BSI, nasabah tersebut mendapat kepuasan terhadap produk yang telah dipilihnya.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka peneliti mengambil judul **“Pengaruh Produk Pembiayaan Murabahah Terhadap Keputusan Nasabah Di Bank Syariah Indonesia Kcp Bojonegoro Suropati”**.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang di gunakan oleh peneliti ini adalah jenis penelitian kualitatif sebagaimana yang kita ketahui bahwa kualitatif adalah jenis penelitian tentang riset yang bersifat deskriptif. Karena penelitian yang akan dilakukan membutuhkan penjelasan-penjelasan data langsung.

1. Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan adalah langkah yang paling strategis dalam penelitian penelitian, pengumpulan data dapat dilakukan dalam berbagai setting. Berbagai sumber, dan berbagai cara. Adapun teknik yang digunakan yaitu:

a. Pengamatan langsung (observasi)

Yaitu proses mendapatkan informasi yang diperlukan untuk menyajikan gambaran riil suatu peristiwa atau kejadian untuk menjawab pertanyaan penelitian².

b. Wawancara (interview)

Wawancara merupakan metode pengumpulan data dan informasi yang dilakukan dengan jalan tanya jawab sepihak yang dikerjakan sistematis dan dibandingkan dengan tujuan penelitian di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Bojonegoro. Adakalanya juga menghimpun data dari kelompok seperti wawancara dengan pimpinan Bsi, Pegawai Bsi, atau bahkan kepada Nasabah Bsi.

c. Dokumentasi

Dokumen merupakan catatan yang sudah berlalu. dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya- karya monumental dari seseorang . dokumen yang berbentuk tulisan misalnya catatan harian, sejarah kehidupan, biografi, dll. dokumen yang berbentuk gambar,

misalnya foto, sketsa dll.³

Jenis penelitian yang di gunakan oleh peneliti ini adalah jenis penelitian kualitatif sebagaimana yang kita ketahui bahwa kualitatif adalah jenis penelitian tentang riset yang bersifat deskriptif. Karena penelitian yang akan dilakukan membutuhkan penjelasan-penjelasan data langsung.

1. Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan adalah langkah yang paling strategis dalam penelitian penelitian, pengumpulan data dapat dilakukan dalam berbagai setting. Berbagai sumber, dan berbagai cara. Adapun teknik yang digunakan yaitu:

a. Pengamatan langsung (observasi)

Yaitu proses mendapatkan informasi yang diperlukan untuk menyajikan gambaran riil suatu peristiwa atau kejadian untuk menjawab pertanyaan penelitian .

b. Wawancara (interview)

Wawancara merupakan metode pengumpulan data dan informasi yang dilakukan dengan jalan tanya jawab sepihak yang dikerjakan sistematis dan dibandingkan dengan tujuan penelitian di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Bojonegoro. Adakalanya juga menghimpun data dari kelompok seperti wawancara dengan pimpinan Bsi, Pegawai Bsi, atau bahkan kepada Nasabah Bsi.

c. Dokumentasi

Dokumen merupakan catatan yang sudah berlalu. dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya- karya monumental dari seseorang . dokumen yang berbentuk tulisan misalnya catatan harian, sejarah kehidupan, biografi, dll. dokumen yang berbentuk gambar, misalnya foto, sketsa dll.

² V . Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*,..., h. 32.

³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif dan R&D.*, 240.

1. Deskripsi Data yang berhubungan dengan rumusan masalah kedua yaitu Perkembangan Jumlah Nasabah Di Bank Syariah Indonesia KC Bojonegoro Beberapa Bulan Terakhir

Tabel 4.2 Perkembangan Dan Persentase Jumlah Nasabah BSI KC Bojonegoro

| Bulan | Jumlah Nasabah | Perkembangan | Persentase |
|----------|----------------|--------------|------------|
| Januari | 14.725 | - | - |
| Februari | 14.957 | 232 | 1,58% |
| Maret | 15.334 | 377 | 2,50% |
| April | 15.756 | 422 | 2,76% |
| Mei | 16.212 | 456 | 2,80% |
| Juni | 16.728 | 516 | 3,09% |
| Juli | 17.253 | 525 | 3,10% |
| Agustus | 20.000 | 2.747 | 15,9% |

Sumber: Data diolah, 2022

Dilihat dari tabel diatas pada bulan februari jumlah nasabah sebanyak 14. 725 nasabah, dari perkembangan jumlah nasabah Di bulan Februari sampai dengan bulan januari yaitu sebesar 1,58 %. Dan bulan maret jumlah nasabah sebanyak 15.334 nasabah, perkembangan jumlah nasabah di bulan ini ini mengalami peningkatan sebesar 2,50%. Di bulan berikutnya yaitu tahun bulan April jumlah nasabah sebanyak 15.756 nasabah, pada bulan April ini perkembangan jumlah nasabah kembali mengalami peningkatan yaitu sebesar 2,76%. Di bulan berikutnya yaitu tahun bulan Mei jumlah nasabah sebanyak 16.345. nasabah, pada bulan Mei ini perkembangan jumlah nasabah kembali mengalami peningkatan yaitu sebesar 2,80%. Di bulan Juni jumlah nasabah sebanyak 16.876 nasabah, pada bulan Juni ini perkembangan jumlah nasabah kembali mengalami peningkatan yaitu sebesar 3,09 %. Di bulan berikutnya yaitu bulan juli jumlah nasabah sebanyak 17.253 nasabah, pada bulan juli ini perkembangan jumlah nasabah kembali mengalami peningkatan yaitu sebesar 3,10%. Di bulan Agustus jumlah nasabah mengalami peningkatan secara

signifikan dikarenakan, produk sudah banyak dikenal dan diketahui manfaat dan produk tersebut oleh masyarakat/calon nasabah .

Dan pada Agustus jumlah nasabah kembali mengalami peningkatan sebesar 15,9%, dikarenakan pihak bank lebih meningkatkan promosi dan strategi pemasaran produk deposito dibulan ini agar lebih banyak lagi produk di bank Syariah Indonesia kc bojonegoro ini diketahui oleh masyarakat dengan begitu akan lebih mudah untuk menarik minat nasabah untuk menjadi nasabah di Bank Syariah Indonesia KC Bojonegoro.

2. Deskripsi Data yang berhubungan dengan rumusan masalah ketiga yaitu Peran Promosi Terhadap Perkembangan Jumlah Nasabah di Bank Syariah Indonesia Kc Bojonegoro

Tabel 4.3

Biaya Promosi dan Jumlah Nasabah Bank Syariah Indonesia KC Bojonegoro

| Bulan | Beban Promosi | Jumlah Nasabah |
|----------|---------------|----------------|
| Januari | Rp 10.877.750 | 14.725 |
| Februari | Rp 10.998.450 | 14.957 |
| Maret | Rp 11.430.256 | 15.334 |
| April | Rp 13.493.957 | 15.756 |
| Mei | Rp 12.356.220 | 16.212 |
| Juni | Rp 14.665.340 | 16.728 |
| Juli | Rp 14.880.236 | 17.253 |
| Agustus | Rp 15.348.573 | 20.000 |

Sumber: Data Diolah, 2022

Pada Bulan Januari BSI KC Bojonegoro mengeluarkan biaya promosi sebesar Rp 10.877.750 dan mendapatkan jumlah nasabah sebanyak 14.725 orang, Bulan Februari BSI KC Bojonegoro mengeluarkan biaya promosi sebesar Rp 10.998.450 dan mendapatkan jumlah nasabah sebanyak 14.957 orang, Pada Bulan Maret BSI KC Bojonegoro mengeluarkan biaya promosi sebesar Rp 11.430.256 dan mendapatkan jumlah nasabah sebanyak 15.334 orang, Pada

Bulan April BSI KC Bojonegoro mengeluarkan biaya promosi sebesar Rp13.493.957 dan mendapatkan jumlah nasabah sebanyak 15.756 orang, Pada Bulan Mei BSI KC Bojonegoro mengeluarkan biaya promosi sebesar Rp 12.356.220 dan mendapatkan jumlah nasabah sebanyak 16.212 orang, Pada Bulan Juni BSI KC Bojonegoro mengeluarkan biaya promosi sebesar Rp 14.665.340 dan mendapatkan jumlah nasabah sebanyak 16.728 orang, Pada Bulan Juli BSI KC Bojonegoro mengeluarkan biaya promosi sebesar Rp 14.880.236 dan mendapatkan jumlah nasabah sebanyak 17.253 orang, Pada Bulan Agustus BSI KC Bojonegoro mengeluarkan biaya promosi sebesar Rp 15.348.573 dan mendapatkan jumlah nasabah sebanyak 20.000 orang, Berdasarkan data di atas terjadi ketidaklaziman, secara teoritis biaya promosi naik maka jumlah nasabah pun juga naik dan sebaliknya, jika biaya promosi menurun maka jumlah nasabah pun akan menurun. Tetapi pada bulan Mei biaya promosi menurun sedangkan jumlah nasabah naik. itu berarti bahwa menurunnya biaya promosi namun tidak menurunkan jumlah nasabah Bank Syariah Indonesia KC Bojonegoro karena strategi Promosi yang dilakukan oleh Bank Syariah Indonesia KC Bojonegoro tidak memerlukan biaya yang besar. Telah dijelaskan pada konsep promosi yang dilakukan oleh Bank Syariah Indonesia KC Bojonegoro, bahwa Bank Syariah Indonesia KC Bojonegoro menggunakan konsep promosi yang dilakukan tanpa mengeluarkan biaya. Jadi Secara kesimpulan, kegiatan promosi tetap berpengaruh terhadap jumlah nasabah. Biaya Promosi yang dikeluarkan Bank Syariah Indonesia KC Bojonegoro menurun, namun tidak mempengaruhi perkembangan jumlah nasabah yang BSI KC Bojonegoro miliki, jadi tidak selamanya biaya promosi itu dapat meningkatkan jumlah nasabah, tetapi

promosi dapat meningkatkan jumlah nasabah dengan memaksimalkan bauran promosi. Jenis penelitian yang digunakan adalah kuantitatif, yaitu metode penelitian yang menggunakan data berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik. Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berdasarkan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Produk Pembiayaan Murabahah di BSI KCP Bojonegoro Suropati

Pembiayaan murabahah di BSI KCP Bojonegoro Suropati adalah salah satu produk yang ada di BSI. Pembiayaan murabahah sendiri merupakan jual beli barang pada harga asal dengan tambahan keuntungan yang telah disepakati. Misalnya seseorang membeli barang dan menjualnya kembali dengan keuntungan tertentu. Berapa besar keuntungan tersebut dapat dinyatakan dalam nominal rupiah maupun atau dalam bentuk presentase dari harga pembeliannya, misalnya 10%- 30%. Segala ketentuan tentang murabahah diatur dalam Fatwa Dewan Syariah(DSN) No: 04/DSN- MUI/IV/2000. Fatwa DSN ini antara lain mengatur tentang ketentuan umum murabahah dalam Bank Syariah; ketentuan muabahah kepada nasabah; jaminan dalam murabahah; penunda pembayaran dalam murabahah; utang dalam murabahah; dan tentang bangkrut dalam murabahah. Menurut santar syariah AAOIFI No. 8 tentang Murabahah : Dalil kebolehan akad murabahah adalah sama dengan dalil yang digunakan untuk kebolehan akad jual beli; di antaranya adalah firman Allah SWT:

"..Allah telah menghalalkan jual beli..." Sebagian ulama mendasarkan juga pada firman Allah SWT: "Tidak dosa bagi kalian untuk mencari karunia Allah SWT.." ini karena keuntungan (ribh) memiliki makna yang sama dengan "karunia".

Pembiayaan yang paling banyak disalurkan adalah pembiayaan berbasis jual beli dengan akad murabahah. Hal ini dikarenakan akad murabahah merupakan akad jual beli yang cukup mudah untuk diaplikasikan dalam penyaluran pembiayaan saat ini. Didalam aplikasinya murabahah merupakan kontrak jual-beli dimana bank bertindak sebagai penjual sementara nasabah sebagai pembeli. Harga jual adalah harga beli bank ditambah keuntungan. Walaupun akad murabahah ini sering digunakan, namun sebagian masyarakat belum mengerti tentang implementasi akad ini.

2. Kepuasan Nasabah di BSI KCP Bojonegoro Suropati

Kepuasan nasabah di BSI KCP Bojonegoro Suropati merupakan refleksi penilaian nasabah terhadap jasa yang mereka rasakan pada waktu tertentu atau bisa dikatakan sebagai pengalaman sejati atau keseluruhan kesan nasabah atas pengalamannya menggunakan jasa perbankan.

Menurut Rangkuti dalam Tumbelaka & Loindong(2013), kepuasan konsumen adalah respon atau reaksi terhadap ketidaksesuaian antara tingkat kepentingan sebelumnya dan kinerja aktual yang dirasakan setelah penggunaan atau pemakaian. Dengan demikian kepuasan merupakan fungsi dari persepsi/ kesan atas kinerja dan harapan. Jika kinerja berada dibawah harapan, pelanggan tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan, pelanggan puas dan jika kinerja melebihi harapan pelanggan amat puas dan senang. Menurut Kasmir (2017), kepuasan

pelanggan adalah harapan atau perasaan seseorang atas pembelian suatu barang ataupun jasa. Artinya apa yang diharapkan dapat dicapai oleh pelanggan sesuai dengan kenyataannya.

Harapan dan kenyataan inilah yang akan menentukan kepuasan pelanggan. Kepuasan nasabah yang diberikan bank akan berimbas sangat luas bagi peningkatan keuntungan bank, nasabah akan loyal kepada bank, mengulangi lagi membeli produknya dan mempromosikannya kepada orang lain disekelilingnya. Agar kita tahu bahwa nasabah puas atau tidak puas berhubungan dengan bank, maka perlu adanya alat ukur untuk menentukan kepuasan nasabah, indikator kepuasan nasabah sebagai berikut :

1. Kepuasan pelanggan keseluruhan (overall customer service)
 2. Dimensi kepuasan pelanggan
 3. Konfirmasi harapan (confirmation of expectation)
 4. Niat beli ulang (repurchase intention)
 5. Kesiapan untuk merekomendasi (willingness to recommend)
 6. Ketidakpuasan pelanggan (customer dissatisfaction)
- ### 3. Pengaruh Pembiayaan Murabahah terhadap Kepuasan Nasabah di BSI KCP Bojonegoro Suropati

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dari perhitungan regresi linear sederhana menunjukkan bahwa nilai sig. $0,00 < 0,05$ yang berarti pembiayaan murabahah berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di BSI KCP Bojonegoro Suropati.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Nurjanah (2018), Evi Asmayadi, Sri Hartini (2015), Rizal Wahyu Kusuma (2015) yang menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan

nasabah.

Pengaruh positif pembiayaan murabahah terhadap kepuasan nasabah ini terjadi karena selama ini pembiayaan murabahah merupakan jenis pembiayaan yang diminati masyarakat. Semakin banyak pembiayaan murabahah yang disalurkan, maka akan menghasilkan pendapatan yang semakin tinggi yang berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

Besarnya pembiayaan murabahah yang di salurkan oleh bank akan menjadi sumber utama dalam kontribusinya memperoleh pendapatan berupa margin/mark up pada bank, dengan diperolehnya pendapatan mark up tersebut sehingga berpeluang untuk mendapatkan keuntungan yang lebih akan semakin besar kemudian akan mempengaruhi peningkatan kepuasan nasabah. Penelitian ini menunjukkan bahwa kemampuan suatu Bank Umum Syariah dalam meningkatkan pengelolaan pembiayaan murabahah akan meningkatkan rasio tingkat kesehatan Bank Umum Syariah.

KESIMPULAN

Dari hasil penelitian kesimpulan yang didapat adalah sebagai berikut:

1. Pembiayaan murabahah di BSI KCP Bojonegoro Suropati adalah salah satu produk yang ada di BSI. Pembiayaan murabahah sendiri merupakan jual beli barang pada harga asal dengan tambahan keuntungan yang telah disepakati. Misalnya seseorang membeli barang dan menjualnya kembali dengan keuntungan tertentu. Berapa besar keuntungan tersebut dapat dinyatakan dalam nominal rupiah maupun atau dalam bentuk presentase dari harga pembeliannya, misalnya 10%- 30%.
2. Kepuasan nasabah di BSI KCP Bojonegoro Suropati merupakan refleksi penilaian nasabah terhadap

jasa yang mereka rasakan pada waktu tertentu atau bisa dikatakan sebagai pengalaman sejati atau keseluruhan kesan nasabah atas pengalamannya menggunakan jasa perbankan.

3. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dari perhitungan regresi linear sederhana menunjukkan bahwa nilai sig. $0,00 < 0,05$ yang berarti pembiayaan murabahah berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di BSI KCP Bojonegoro Suropati.

REFERENSI

- Amir Abdullah, *Strategi Pemasaran Asuransi Syariah* Jakarta : Gresindo, 2007.
- Amstrong Gary dan Kotler Phillip, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Edisi XII, Jakarta : Erlangga, 2008.
- Amsyari Fuad, *Strategi Perjuangan Umat Islam Indonesia* Bandung :Mizan, 2008.
- Anoraga Pandji, *Manajemen Bisnis*, Jakarta : PT Rineka Cipta, 2004.
- Antonio M. Syafi'I dan Atmadja Karnaen A. Perwatan, *Apa dan Bagaimana Bank Islam*, Yogyakarta : Dana Bhakti Wakaf, 2010.
- Arviyan dan Rivai Veithzal dan, *Islamic Banking : Sebuah Teori, Konsep dan Aplikasi*, Jakarta : PT Bumi Aksara, 2010.
- Assauri Sofjan, *Manajemen Pemasaran (Dasar, Konsep dan Strategi)*, Jakarta :RajaGrafindo, 2014.
- Bungin Burhan, *Metodologi Penelitian Sosial : Format-Format Kuantitatif dan Kualitatif*, Surabaya : Airlangga University Press, 2001.
- Djakfar Muhammad, *Etika Bisnis Islam Tataran Teoritis dan Praktis*, Jakarta 2002.
- Eko Haryono. (2023). *Pemberdayaan Ekonomi Islam Melalui Optimalisasi*

- Zakat. Al
Fattahejournalsmaalmuhammadcepu,
1(01), 17–30.
<https://www.ejournal.smaamc.sch.id/index.php/belajar/article/view/21>.
- Hamali Yusuf, Arif *Pemahaman Strategi Bisnis & Kewirausahaan*, Jakarta : PT Kharisma Putra Utama, 2016.
- Ismail, *Perbankan Syariah* Jakarta : Kencana Prenadamedia Group, 2011.
- Kasmir, *Manajemen Dana Bank Syariah*, Jakarta: Rajawali Pers, 2014.
- , *Perbankan*, Jakarta : PT RajaGrafindo, 2015.
- Keller Lane Kevin dan Kotler Phillip, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta : Erlangga.
- Komarudin Ade, *Politik Hukum Integratif UMKM. Kebijakan Negara Membuat UMKM Maju dan Berdaya Saing*, Jakarta : RMBOOKS, 2014.
- Laksana Fajar, *Manajemen Pemasaran Pendekatan Praktis*, Yogyakarta : Graha Ilmu, 2008.
- Muhammad, *Tekhnik Perhitungan Bagi Hasil dan Profit Margin pada Bank Syariah*, Yogyakarta : UII Press Ypgyakarta, 2001.
- Nawawi Hadari, *Manajemen Strategi Organisasi Non Profit Bidang Pemerintah Dengan Ilustrasi di Bidang Pendidikan* , Yogyakarta : Gajah Mada Universitas Press, 2006.
- Nazir Muhammad, *Metode Penelitian*, Cet. 3, Jakarta: Ghalia Indonesia 1988.
- Sjahdeini Remy Sutan, *Perbankan Syariah Produk-Produk dan Aspek Hukumnya*, Jakarta : Kencana Prenamedia, 2014.
- , *Perbankan Islam dan Kedudukannya dalam Tata Hukum Perbankan*, Jakarta : Pustaka Utama Grafitri, 2010.
- Sudarsono Heri, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah Deskripsi dan Ilustrasi* Yogyakarta : Ekonisia, 2008.