

**ALASAN NASABAH NON MUSLIM MEMILIH PEMBIAYAAN MURABAHAH DI BANK SYARIAH
(Studi Kasus Nasabah Di BNI Syariah KC. Rungkut Surabaya)¹⁾**

Amaliah Al Azmi

Mahasiswa Program Studi S1 Ekonomi Islam–Fakultas Ekonomi dan Bisnis–Universitas Airlangga
Email: amaliah.azmi@gmail.com

R. Moh. Qudsi Fauzy

Departemen Ekonomi Syariah–Fakultas Ekonomi dan Bisnis–Universitas Airlangga
Email : qudsifauzy1@gmail.com

ABSTRACT:

This research aims to find the reason of non muslim customers chose murabahah as their funding at BNI Syariah and to find the benefit after they got those funding. This research was conducted at BNI Syariah Branch Office Rungkut Surabaya, involving of 6 non muslim customers as prime respondents and 3 employees of BNI Syariah as second respondent. Data were collected by interviewing the respondents and then the answers compared with the data from marketing or Account Officer as source triangulation. Purposive sampling technique was chosen because there were some criteria to be respondent in this research, that are: the customer should be non muslim and using murabahah. The result of this study showed that there were 3 reason of non muslim customers to choose murabahah as their choice, the first reason was the simplicity of scheme, second reason was the promotion, and the third reason was profit.

Keywords : Non Muslim, Islamic Bank, Murabahah

I. PENDAHULUAN

Kondisi dunia perbankan di Indonesia telah mengalami banyak perubahan dari waktu ke waktu. Bukan hanya bank konvensional, bank syariah juga mengalami perkembangan yang signifikan di Indonesia. Keberadaan bank syariah di Indonesia dikukuhkan dalam undang-undang yang menyebutkan bahwa dalam perbankan Indonesia terdapat dua sistem yakni konvensional dan syariah. Hal ini menunjukkan bahwa pengembangan sistem syariah di Indonesia juga merupakan suatu kewajiban karena telah diatur dalam undang-undang.

Lahirnya perbankan syariah di Indonesia dengan beroperasinya Bank Muamalat pada tahun 1992 M yang

mempunyai bentuk operasionalisasi jauh berbeda dengan perbankan konvensional diharapkan akan memenuhi kebutuhan yang sangat urgent bagi umat Islam di Indonesia dalam menggunakan jasa perbankan secara syariah.

Salah satu bank syariah terkemuka di Indonesia saat ini adalah BNI Syariah. BNI Syariah didirikan pada tanggal 19 Juni 2010 sebagai Bank Umum Syariah (BUS), BNI Syariah telah beroperasi selama kurang lebih empat tahun dalam mengabdikan kepada negeri. Selama tiga tahun bank milik anak perusahaan BUMN BNI tersebut, telah memantapkan diri sebagai salah satu bank syariah terkemuka di Indonesia. Meski tergolong muda perkembangan BNI Syariah cukup

¹⁾Jurnal ini merupakan skripsi dari Amaliah Al Azmi, NIM : 041014002.

menjadikan perhitungan bagi perbankan nasional di tanah air. Dalam perkembangan per 31 Mei 2013 BNI Syariah mampu menyalurkan pembiayaan sebesar Rp 9,105 triliun diberbagai sektor usaha dan sekaligus mampu menghimpun Dana Pihak Ketiga (DPK) sebesar Rp 10,875 triliun. Selain itu pula BNI Syariah memiliki keterpihakan sangat besar dalam penyaluran pembiayaan kepada pelaku usaha mikro dimana hingga saat ini sudah Rp 466, 190 milyar pembiayaan yang disalurkan.

Adapun mengenai larangan riba yang merupakan ciri dari sistem perbankan syariah, ternyata memiliki akar yang kuat pada ajaran-ajaran non Muslim. Menurut kalangan Kristen, riba merupakan tindakan kriminal, demikian juga pada acara Hindu dan Budha. Penetrasi terhadap segmen pasar ini diperkirakan akan lebih mudah bila mengingat bahwa ajaran Hindu, Budha dan Kristen pun terdapat ajaran larangan pemungutan riba.

Fenomena menarik ketika sebagian masyarakat Muslim masih memperdebatkan sistem perbankan Syariah (tanpa bunga), justru pada Bank BNI Syariah, kalangan non Muslim mulai melirik dan menikmati produk bank tersebut terutama pada produk penyaluran dana *murabahah*. Sebanyak \pm 5% dari 132 nasabah Bank BNI Syariah Kc. Rungkut adalah orang-orang Kristen yang semuanya mengambil produk *murabahah*. Kenyataan ini patut dihargai karena di bank tersebut merupakan

kantor cabang yang hanya melayani produk penyaluran dana *murabahah* di sektor mikro saja, berbeda dengan di reguler yang terdapat banyak jenis produk dan juga tidaklah mudah menarik nasabah kalangan non Muslim yang berjiwa bisnis dan mempunyai akar yang kuat pada sistem kapitalis.

Melihat kenyataan tersebut, sangat menarik jika mengetahui alasan atau motivasi nasabah non muslim menggunakan produk-produk dari bank syariah. Oleh karena itu peneliti memutuskan untuk melakukan penelitian tentang "Alasan Nasabah Non Muslim Memilih Pembiayaan *Murabahah* di Bank Syariah."

II. LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN PROPOSISI

Ekonomi Islam

Ekonomi Islam menurut Ryandono (2008:58) adalah ilmu yang mempelajari perilaku manusia dalam usahanya mengatasi adanya *gap* (kesenjangan) dan permasalahan antara keinginan manusia yang tidak terbatas dengan sumber daya (*resources*) yang tersedia untuk memenuhi keinginan tersebut bersifat langka (*scarcity*), sehingga pemenuhan keinginan itu bersifat alternatif dan prioritas (apabila satu keinginan dipenuhi lebih dulu maka pemenuhan keinginan yang lain tidak dapat dipenuhi atau harus ditunda), dalam perilakunya tersebut berdasarkan pada ajaran-ajaran (syariah) Islam secara menyeluruh (*kaffah*) dan semuanya dalam rangka beribadah kepada Allah SWT serta

demikian demi kemaslahatan dan kebahagiaan maupun kesejahteraan lahir batin di dunia sampai akhirat kelak.

Lembaga keuangan

Wiroso (2009:15) menjelaskan lembaga keuangan adalah badan usaha yang kekayaannya terutama dalam bentuk aset keuangan atau tagihan (*claims*) dibandingkan dengan aset non finansial atau aset riil. Lembaga keuangan di Indonesia dibagi menjadi Lembaga Keuangan Bank dan Lembaga Keuangan Bukan Bank.

Definisi Bank Syariah

Undang-undang No. 21 tahun 2008 tentang Bank Syariah pasal 1 mendefinisikan Bank Syariah adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang bank syariah dan Unit Usaha Syariah, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melakukan kegiatan usahanya. Kemudian pada ayat 7, Bank Syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah dan menurut jenisnya terdiri atas Bank Umum Syariah dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah. Pada ayat 12, dijelaskan prinsip syariah adalah prinsip hukum Islam dalam kegiatan perbankan berdasarkan fatwa yang dikeluarkan oleh lembaga yang memiliki kewenangan dalam penetapan fatwa di bidang syariah.

Pengertian Murabahah

Menurut Fatwa Dewan Syariah Nasional-Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI) Nomor 04/DSNMUI/IV/2000 tentang *murabahah*. Pembiayaan *murabahah*

adalah akad pembiayaan suatu barang dengan menegaskan harga belinya kepada pembeli dan pembeli membayarnya dengan harga yang lebih sebagai keuntungan yang disepakati.

Rukun dan Syarat Murabahah

Murabahah memiliki rukun-rukun dan syarat-syarat yang harus dipenuhi dalam pelaksanaannya. Wiroso (2009:162) memberikan penjelasan mengenai rukun *murabahah* yang terdiri dari :

1. *Ba'i* adalah penjual (pihak yang memiliki barang)
2. *Mustari* adalah pembeli (pihak yang akan membeli barang)
3. *Mabi'* adalah barang yang diperjualbelikan
4. *Ijab Qabul* adalah pernyataan serah terima

Antonio (2001:102) memberikan penjelasan mengenai syarat-syarat yang harus dipenuhi dalam *murabahah*, yaitu:

1. Penjual memberi tahu biaya barang 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
5. Penjual harus menyampaikan semua hal yang berkaitan dengan pembelian, jika pembelian dilakukan secara utang.

Risiko Pembiayaan Murabahah

Pada pembiayaan *murabahah* risiko bisa terjadi yang berakibat pada bank, diantara kemungkinan risiko yang harus

diantisipasi dalam pembiayaan *murabahah* antara lain (Antonio, 2001:107) :

- a) *Default* atau kelalaian, nasabah sengaja tidak membayar angsuran
- b) Fluktuasi harga kompratif. Ini terjadi bila harga suatu barang di pasar naik setelah bank membelikannya untuk nasabah. Bank tidak bisa mengubah harga jual beli tersebut.
- c) Penolakan nasabah, barang yang dikirim bisa saja ditolak oleh nasabah karena berbagai sebab antara lain rusak dalam perjalanan.

Dijual, karena pembiayaan *murabahah* bersifat jual beli dengan utang, maka ketika kontrak ditandatangani, barang itu menjadi milik nasabah.

Keunggulan dan Kelemahan *Murabahah*

Terdapat beberapa perbedaan utama antara jual beli *murabahah* dengan pembiayaan konsumen yang membuat pembiayaan *murabahah* lebih unggul, yaitu:

- 1) Harga jual pembiayaan konsumen biasanya memakai tingkat bunga yang tergantung situasi pasar, sedangkan margin/tingkat keuntungan *murabahah* (bila sudah terjadi ijab qabul) bersifat tetap, sehingga harga jual tidak boleh berubah. Keunggulan dari sebuah produk jual beli *murabahah* adalah memberikan kepastian dan kenyamanan

kepada nasabah terhadap angsuran pembiayaan.

- 2) Akad *murabahah* adalah akad jual beli, sehingga diwajibkan adanya suatu barang yang diperjualbelikan. Barang yang diperjualbelikan tersebut berupa harta yang jelas harganya, seperti mobil atau motor. Sedangkan akad pembiayaan konsumen adalah akad pinjam meminjam. Dalam hal ini belum tentu ada barangnya.
- 3) Dalam hal utang nasabah. Dalam jual beli *murabahah*, utang nasabah adalah sebesar harga jual. Harga jual adalah perolehan/pembelian barang ditambah keuntungan yang disepakati. Apabila nasabah mengangsur utangnya, utang nasabah itu akan berkurang sebesar pembayaran angsuran yang dilakukan, jadi tidak membedakan lagi unsur pokok dan keuntungan. Sedangkan pada pembiayaan konsumen, utang nasabah adalah sebesar pokok kredit ditambah dengan bunga. Bila dibayar secara angsuran, utang nasabah akan berkurang sebesar pembayaran angsuran pokok kredit dan pembayaran bunga. Jadi, dalam pembiayaan konsumen dikenal adanya utang pokok dan hutang bunga.

Menurut Dr. Muhammad Shabri Abdul Majid dalam artikelnya *Islamic Banks and Investment Financing*, Aggarwal dan Yousef (1996) menyebutkan bahwa salah satu kelemahan utama operasi perbankan dewasa ini, yaitu cara pembiayaan bank Islam masih didominasi oleh sistem *mark up* (menaikkan harga) berbanding sistem *profit-loss sharing* (bagi hasil). Dalam *murabahah*, pihak bank akan membeli barang sesuai dengan permintaan pelanggan, dengan pihak bank akan mengambil keuntungan melalui cara menaikkan harga jual, yang dibayar pelanggan sama, ada secara angsuran ataupun kredit. Inilah yang menyebabkan para pakar perbankan dan ekonomi Islam menentang sistem *mark up*. Sikap bank Islam yang tidak mau menghadapi risiko inilah yang menyebabkan praktek bank Islam masih dianggap menyerupai dan bahkan 'sama' dengan cara kerja bank konvensional. Akibatnya banyak umat Islam yang masih meragukan kesahihan bank Islam sebagai institusi untuk menyimpan dan meminjam uang yang tepat berlandaskan sunatullah.

Pengertian Nasabah

Berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah, nasabah adalah pihak yang menggunakan jasa bank syariah dan atau Unit Usaha Syariah.

Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian

Dalam pemasaran jasa dengan hanya mengandalkan 4P (*product, price,*

promotion, place), perusahaan tidak dapat memahami hubungan timbal balik antara aspek-aspek kunci dalam bisnis jasa. *People, process* dan *physical evidence* ditambahkan dalam bauran pemasaran jasa dikarenakan sifat dan karakteristik unik yang dimiliki oleh jasa itu sendiri. Menurut Zeithaml dan Bitner (2003) Unsur-unsur pemasar itu terdiri dari:

1. *Product* (Produk)

Produk adalah segala sesuatu yang dapat di tawarkan meliputi barang fisik, jasa, orang, tempat, organisasi, dan gagasan.

2. *Price* (Harga)

Yaitu jumlah uang yang harus dibayar oleh pelanggan untuk memperoleh produk atau jasa.

3. *Promotion* (Promosi)

Aktivitas yang mengkomunikasikan produk dan membujuk pelanggan sasaran untuk membelinya.

4. *Place* (Tempat Atau Lokasi)

Termasuk aktivitas perusahaan untuk menyalurkan produk atau jasa yang tersedia bagi konsumen.

5. *People* (Orang)

Adalah semua pelaku yang memainkan sebagai penyajian jasa dan karenanya mempengaruhi persepsi pembeli. Yang termasuk dalam elemen ini adalah personel perusahaan dan konsumen lain dalam lingkungan jasa.

6. *Process* (Proses)

Meliputi prosedur, tugas-tugas, jadwal-jadwal, mekanisme, kegiatan dan

rutinitas dimana suatu produk atau jasa disampaikan kepada pelanggan

7. *Physical Evidence* (Bukti Fisik)

Merupakan lingkungan fisik dimana jasa disampaikan, perusahaan jasa dan konsumennya berinteraksi dan setiap komponen yang berwujud memfasilitasi penampilan atau komunikasi jasa tersebut.

Sedangkan menurut Philip Kotler (2003) perilaku pembelian konsumen dipengaruhi oleh empat faktor, yaitu faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi dan faktor psikologis.

Penelitian Sebelumnya

Penelitian ini merujuk pada penelitian sebelumnya sebagai bahan referensi. Lutfi Ibnunajjar (2012) dalam penelitiannya yang berjudul "*Mengapa Pembiayaan Murabahah Pada Bank Muamalat Indonesia Cabang Surabaya Dominan?*" menguraikan pengertian *murabahah* dalam perspektif Islam, aplikasi *murabahah* di dalam perbankan syariah, keunggulan *murabahah* dibandingkan produk bank syariah yang lain dan menjelaskan sebab dominannya pembiayaan *murabahah* di Bank Muamalat Indonesia Cabang Surabaya.

III. METODE PENELITIAN

Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif karena menginterpretasikan, menyoroti dan menjelaskan suatu fenomena unik. Dan penelitian ini sulit

diukur oleh penelitian dengan pendekatan kuantitatif, karena berkaitan dengan memahami pengalaman orang-orang terkait dengan fenomena yang terjadi. Moleong (2007:6) mendefinisikan penelitian kualitatif yaitu penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subyek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan lain-lain, secara holistik dan dengan cara mendeskripsikan dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah.

Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup penelitian terkait dengan rumusan masalah dalam penelitian ini. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah apa alasan nasabah non muslim memilih pembiayaan *murabahah* di Bank Bni Syariah Kc. Rungkut Surabaya. Rumusan masalah tersebut akan menjadi acuan oleh peneliti dalam menentukan ruang lingkup penelitian. Ruang lingkup penelitian terbatas memfokuskan pada pembiayaan *murabahah* dibandingkan dengan pembiayaan lainnya dan mencari jawaban alasan nasabah non muslim memilih pembiayaan tersebut.

Jenis dan Sumber Data

Sumber data yang digunakan untuk penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang didapatkan langsung dari sumber informasi yang bersangkutan. Menurut

Hasan (2002:82) data primer adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan langsung di lapangan oleh orang yang melakukan penelitian atau bersangkutan memerlukannya. Sedangkan data sekunder merupakan data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain ataupun dokumen (Sugiyono, 2013:62).

Teknik Keabsahan Data

Penilaian keabsahan penelitian kualitatif terjadi pada waktu proses pengumpulan data, dan untuk menentukan keabsahan data diperlukan teknik pemeriksaan. Pelaksanaan teknik pemeriksaan didasarkan atas sejumlah kriteria tertentu dan dalam memeriksa keabsahan data yang diperoleh maka penulis menggunakan teknik triangulasi data.

Menurut Sugiyono (2013), teknik triangulasi data terdapat 3 macam, yaitu triangulasi sumber, triangulasi teknik dan triangulasi waktu. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan triangulasi sumber yang berasal pegawai BNI Syariah Kc. Rungkut Surabaya. Triangulasi sumber bertujuan untuk mencocokkan jawaban antara pegawai dengan nasabah apakah sesuai atau tidak.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan triangulasi sumber yang berasal pegawai BNI Syariah Kc. Rungkut Surabaya. Triangulasi sumber bertujuan untuk mencocokkan jawaban antara pegawai dengan nasabah apakah sesuai atau tidak.

Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling*. Metode *purposive sampling* adalah teknik pengambilan informan sumber data dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2007:2008). Sedangkan analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah reduksi data, penyajian data, dan menyimpulkan data.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Sejarah BNI Syariah

BNI Syariah didirikan pada tanggal 19 Juni 2010 yang diresmikan oleh menteri keuangan Republik Indonesia DR. Bambang Sudibyo. Sedangkan BNI Syariah Kc. Rungkut Surabaya sendiri didirikan pada tanggal 3 Mei 2012. Sebagai langkah awal Unit Usaha Syariah pada BNI Syariah guna menyediakan layanan perbankan syariah bagi umat islam yang mayoritas sebagai agama terbesar di Indonesia dan juga sebagai tuntutan sebagai lembaga keuangan yang terbebas dari riba dengan sistem pengoprasiaannya dengan sistem bagi hasil. BNI dengan bersungguh-sungguh menjalankan kegiatan usahanya dengan menghindar dari unsur riba.

Karakteristik Informan

Dalam penelitian ini, peneliti melakukan wawancara secara mendalam kepada beberapa informan supaya dapat mencapai temuan penelitian, teknik pengambilan data menggunakan teknik *purposive sampling*.

Informan dalam penelitian ini berjumlah 9 informan. Dari 9 orang informan, 3 diantaranya merupakan pegawai BNI Syariah dan 6 diantaranya merupakan nasabah non muslim. Dengan rincian dalam tabel 1.

Tabel 1.
Karakteristik Informan (Pegawai)

No	Nama	Umur	Jabatan	Teknik Sampling	Tanggal Wawancara
1	Aditya Surya	23	Account Officer	Purposive Sampling	21 Agustus 2014
2	Arif Dharma	23	Account Officer	Purposive Sampling	21 Agustus 2014
3	Diwicita Nanda Dianto	23	Analisis	Purposive Sampling	21 Agustus 2014

Sumber: Hasil Pengolahan data sekunder, 2014

Tabel 2.
Karakteristik Informan (Nasabah)

No	Nama	Umur	Profesi / Usaha yang dimiliki	Jenis Pembiayaan	Teknik Sampling	Tanggal Wawancara
4	Darman	54	Pengusaha Kelapa Sawit	Murabahah	Purposive Sampling	27 Agustus 2014
5	Joko Alex	28	Bengkel Sepeda Motor	Murabahah	Purposive Sampling	29 Agustus 2014
6	Aji	50	Kedai Bakso	Murabahah	Purposive Sampling	2 September 2014
7	Bu Kristiowati	52	Isi Ulang Air Minum	Murabahah	Purposive Sampling	3 September 2014
8	Ni Wayan	48	Toko Bangunan	Murabahah	Purposive Sampling	3 September 2014
9	Tan Ting Sui	50	Percepatan	Murabahah	Purposive Sampling	4 September 2014

Sumber: Hasil Pengolahan data Primer, 2014

Peneliti akan membandingkan jawaban informan dari sudut pandang pegawai dan nasabah non muslim sebagai teknik keabsahan data yaitu teknik triangulasi data agar mendapatkan jawaban yang benar-benar valid.

Hasil Penelitian

Murabahah menjadi sumber pendapatan paling besar pada BNI Syariah. Hal ini dapat dibuktikan dengan laporan keuangan dari BNI Syariah dalam 4 tahun terakhir yang menunjukkan pembiayaan *murabahah* meningkat

pada setiap tahunnya. Wawancara yang dilakukan kepada pegawai dan nasabah non muslim BNI Syariah digunakan untuk mengetahui faktor-faktor yang melatar belakangi nasabah non muslim memilih pembiayaan *murabahah*. Tabel 3. menunjukkan alasan nasabah non muslim memilih pembiayaan *murabahah* di BNI Syariah Kc. Rungkut Surabaya dari sudut pandang pegawai BNI Syariah.

Tabel 3.
Alasan Nasabah Non Muslim Memilih Pembiayaan *Murabahah* Dari Sudut Pandang Pegawai BNI Syariah

Informan	Alasan Nasabah Non Muslim Memilih Pembiayaan <i>Murabahah</i>	Keterangan
Informan 1	Angsuran setiap bulan tetap	Tidak ada kenaikan terhadap angsuran setiap bulannya karena tidak mengikuti aturan suku bunga
Informan 2	Fleksibel	Tujuannya bisa banyak, bisa untuk membeli tanah, kalau di bank lain belum tentu bisa.
Informan 3	Sistemnya simpel	Murabahah layaknya jual beli barang, nasabah butuhnya apa, pihak bank yang memberikan pembiayaannya.

Sumber : Hasil Pengolahan Data Sekunder, 2014

Dari hasil wawancara yang telah dilakukan kepada pegawai BNI Syariah memiliki jawaban yang semuanya berbeda, hal ini mungkin dikarenakan ketiga informan tersebut bukan pelaku utama dalam pembiayaan ini, mereka hanya fasilitator antara nasabah dengan bank. Jawaban ketiga informan tersebut akan dibandingkan dengan jawaban dari nasabah non muslim, apakah terdapat persamaan atau tidak.

Tabel 4. menunjukkan alasan nasabah non muslim memilih pembiayaan *murabahah* di BNI Syariah Kc. Rungkut

Surabaya. Dari Tabel 4. terlihat beberapa persamaan jawaban antara nasabah non muslim dan jawaban dari sudut pandang pegawai BNI Syariah, kemudian peneliti merangkum bahwa faktor-faktor yang melatar belakangi nasabah non muslim memilih pembiayaan pembiayaan di BNI Syariah yang pertama adalah karena prosesnya mudah dan cepat, hal ini bisa diartikan karena skema pembiayaan yang sederhana, yang kedua karena dari pegawai BNI Syariah terjun langsung ke lapangan untuk mencari nasabah yang memiliki usaha mikro, hal ini dapat dikatakan promosi yang dilakukan oleh BNI Syariah sangat gencar, yang ketiga saling menguntungkan.

Tabel 4.
Alasan Nasabah Non Muslim Memilih
Pembiayaan Murabahah

Informan	Alasan Memilih Pembiayaan murabahah di BNI Syariah	Keterangan
Informan 4	Prosedurnya tidak rumit, waktu tidak panjang, saling menguntungkan.	Karena nasabah hanya sekali ke bank, kemudian besoknya langsung diproses oleh bank.
Informan 5	Prosesnya mudah dan cepat, kedekatan pihak bank dengan masyarakat.	Karena pegawai bank terjun langsung ke masyarakat kecil untuk mencari nasabah yang memiliki usaha kecil.
Informan 6	Didatangi marketing, Prosesnya mudah dan cepat, saling menguntungkan.	Karena apabila nasabah tidak sempat ke bank untuk mengangsur, pihak bank bisa langsung mendebit tabungan nasabah.
Informan 7	Didatangi marketing, prosesnya cepat, saling menguntungkan.	Karena ditawarkan langsung oleh marketing yang kebetulan tersesat di sekitar lokasi usaha
Informan	Didatangi	Karena nasabah

8	marketing, prosesnya cepat, saling menguntungkan.	tidak perlu repot-repot ke bank, dari banknya sendiri yang selalu mendatangi rumah nasabah untuk proses pengajuan pembiayaan tersebut.
Informan 9	Didatangi marketing, prosesnya cepat, saling menguntungkan.	Karena nasabah merasa tidak dirugikan, bagi seorang pengusaha non muslim yang dicari hanyalah keuntungan.

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer, 2014

Alasan nasabah non muslim memilih pembiayaan murabahah di BNI Syariah Kc. Rungkut Surabaya telah diuraikan sebelumnya di Tabel 4, kemudian jika dibandingkan dengan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian ditinjau dari bauran pemasaran (marketing mix) menurut Zeithaml dan Bitner (2003), maka hasilnya ada di Tabel 5.

Berdasarkan Tabel 5, dapat dilihat dari teori faktor-faktor yang mempengaruhi penjualan ditinjau dari bauran pemasaran menurut Zeithaml dan Bitner (2003), faktor yang mempengaruhi alasan nasabah non muslim memilih pembiayaan murabahah di BNI Syariah Kc. Rungkut Surabaya adalah process dan promotion saja. Sedangkan apabila dibandingkan dengan teori keputusan pembelian menurut Philip Kotler (2003), maka hasilnya ada di Tabel 6.

Tabel 5.
Alasan Nasabah Non Muslim Memilih
Pembiayaan Murabahah Menurut
Teori Faktor-Faktor yang Mempengaruhi
Keputusan Pembelian
(Zeithaml dan Bitner)

Informasi	Alasan Nasabah Non Muslim Memilih Pembiayaan Murabahah	Teori Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	Keterangan
4	Prosedurnya tidak rumit, waktu tidak panjang, saling menguntungkan.	Process	Karena nasabah hanya sekali ke bank, kemudian besoknya langsung diproses oleh bank.
5	Prosesnya mudah dan cepat, kedekatan pihak bank dengan masyarakat.	Process, Promotion	Karena pegawai bank terjun langsung ke masyarakat kecil untuk mencari nasabah yang memiliki usaha kecil.
6	Didatangi marketing, Prosesnya mudah dan cepat, saling menguntungkan.	Process, Promotion	Karena apabila nasabah tidak sempat ke bank untuk mengangsur, pihak bank bisa langsung mendebit tabungan nasabah.
7	Didatangi marketing, prosesnya cepat, saling menguntungkan.	Process, Promotion	Karena ditawarkan langsung oleh marketing yang kebetulan tersesat di sekitar lokasi usaha
8	Didatangi marketing, prosesnya cepat, saling menguntungkan.	Process, Promotion	Karena nasabah tidak perlu repot-repot ke bank, dari banknya sendiri yang selalu mendatangi rumah nasabah untuk proses pengajuan pembiayaan tersebut.
9	Didatangi marketing, prosesnya cepat, saling menguntungkan.	Process, Promotion	Karena nasabah merasa tidak dirugikan, bagi seorang pengusaha non muslim yang dicari hanyalah keuntungan.

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer, 2014

Dari 4 teori faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian di menurut Philip Kotler, faktor yang paling mempengaruhi adalah faktor psikologis dari segi persepsi yang ditunjukkan oleh 4 dari 6 nasabah.

A. Skema Pembiayaan yang Sederhana

Salah satu faktor utama yang melatar belakangi nasabah non muslim memilih pembiayaan di BNI Syariah adalah skema pembiayaan yang sederhana. *Murabahah* adalah produk pembiayaan dengan skema yang paling mudah sehingga banyak diminati oleh nasabah non muslim, dengan angsuran dan *margin* yang sudah ditetapkan mempermudah BNI Syariah untuk menyalurkan produk *murabahah*. Hal ini berbeda dengan produk pembiayaan yang lain misalnya *mudharabah* dan

musyarakah yang menggunakan skim bagi hasil yang skemanya lebih rumit dan perhitungan nisbah bagi hasil yang sewaktu-waktu dapat berubah.

Tabel 6.
Alasan Nasabah Non Muslim Memilih Pembiayaan *Murabahah* Menurut Teori Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian (Philip Kotler)

Informasi	Alasan Nasabah Non Muslim Memilih Pembiayaan Murabahah	Teori Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	Keterangan
4	Prosedurnya tidak rumit, waktu tidak panjang, saling menguntungkan	Psikologis (motivasi)	Karena nasabah memang sedang dalam kebutuhan untuk pinjaman dana.
5	Prosesnya mudah dan cepat, kedekatan pihak bank dengan masyarakat.	Faktor Sosial (kelompok acuan)	Karena nasabah diberikan informasi oleh teman untuk menggunakan pembiayaan <i>murabahah</i> di BNI Syariah
6	Didatangi marketing, Prosesnya mudah dan cepat, saling menguntungkan	Psikologis (persepsi)	Karena nasabah termotivasi oleh promosi <i>marketing</i> sehingga mempengaruhi persepsinya tentang bank syariah
7	Didatangi marketing, prosesnya cepat, saling menguntungkan	Psikologis (persepsi)	Karena ditawarkan langsung oleh <i>marketing</i> yang kebetulan tersesat di sekitar lokasi usaha sehingga nasabah termotivasi untuk menggunakan pembiayaan <i>murabahah</i>
8	Didatangi marketing, prosesnya cepat, saling menguntungkan	Psikologis (persepsi)	Karena ditawarkan langsung oleh <i>marketing</i> yang kebetulan tersesat di sekitar lokasi usaha sehingga nasabah termotivasi untuk menggunakan pembiayaan <i>murabahah</i>
9	Didatangi marketing, prosesnya cepat, saling menguntungkan	Psikologis (persepsi)	Karena ditawarkan langsung oleh <i>marketing</i> yang kebetulan tersesat di sekitar lokasi usaha sehingga nasabah termotivasi untuk menggunakan pembiayaan <i>murabahah</i>

B. Promosi yang Menyeluruh

Faktor kedua adalah promosi pembiayaan mikro yang menyeluruh. Dalam rangka membantu masyarakat yang berada di daerah pinggiran untuk

memperoleh pembiayaan bagi usaha-usaha kecil, seperti pedagang pasar tradisional atau industri rumah tangga, BNI Syariah melakukan promosi besar-besaran hingga ke pelosok-pelosok daerah untuk membidik pengusaha di level mikro. Pemasalnya potensinya masih sangat besar, terutama di daerah-daerah perbatasan. Pengelolaan unit mikro di daerah pinggiran jauh lebih mudah. Nasabah hanya perlu memiliki satu lokasi usaha yang sudah berjalan selama minimal setahun. BNI Syariah tidak mewajibkan jaminan fisik. Misalnya seorang pemilik warung mengajukan pembiayaan, ketika jatuh tempo pihak BNI masih bisa mengejar kerumahnya, karena lokasi usahanya tidak akan berubah.

C. Akad yang Saling Menguntungkan

Pembiayaan *murabahah* memberikan keuntungan baik bagi pihak bank maupun nasabah. Pembiayaan *murabahah* jugamerupakan sumber penerimaan utama dibandingkan dengan pembiayaan lain seperti *musyarakah* dan *mudharabah*. BNI Syariah tidak terlalu khawatir dengan risiko turunnya pendapatan karena *murabahah* mengalami peningkatan pada setiap tahunnya. Bagi pihak nasabah sendiri, *murabahah* menjadi pilihan utama pada saat pengajuan pembiayaan karena risiko pada pembiayaan ini lebih rendah dibandingkan dengan pembiayaan yang menggunakan skim bagi hasil seperti *musyarakah* dan *mudharabah* hal ini dikarenakan pada pembiayaan yang menggunakan skim bagi hasil akan

mengalami proses evaluasi setiap 2 tahun dan masih tergantung pada suku bunga Bank Indonesia. Jika suku bunga naik maka prosentase bagi hasil yang ditetapkan pada awal akad dapat berubah.

Manfaat Setelah Mendapatkan Pembiayaan Murabahah

Setelah mendapatkan pembiayaan dari BNI Syariah harusnya terdapat perbedaan yang dirasakan oleh para nasabah. Manfaat yang dirasakan nasabah dijelaskan dalam tabel 7 berikut :

Tabel 7.
Manfaat Setelah Mendapat Pembiayaan *Murabahah*

Informan	Manfaat Setelah Mendapat Pembiayaan <i>Murabahah</i>	Keterangan
Informan 4	Usaha semakin berkembang, pendapatan berkurang	Dari segi pendapatan untuk keluarga jadi kecil karena memfokuskan angsuran tiap bulannya, tapi untuk kedepannya akan untung apabila angsuran telah lunas.
Informan 5	Belum bisa dirasakan	Informan yang satu ini belum bisa mencapai keinginannya membeli rumah untuk kos-kosan karena pembiayaan yang cair tidak sesuai yang diharapkan
Informan 6	Bisa merenovasi tempat usaha	Tempat usaha yang semula hanya terop kini sudah dibangun sehingga membuat nyaman pelanggan
Informan 7	Relatif	Besar kecilnya keuntungan yang diperoleh tergantung bagaimana penguasaha

		menjalankan usahanya
Informan 8	Tokonya semakin penuh	Nasabah bisa membeli bahan bangunan lebih banyak karena modal yang didapat dari bank
Informan 9	Usaha semakin berkembang, beban bertambah	Beban makin bertambah dikarenakan pendapatan yang diperoleh harus dikurangi oleh angsuran yang harus dibayar ke bank.

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer, 2014

V. SIMPULAN

Simpulan

Berdasarkan analisis dan pembahasan maka diperoleh simpulan bahwa alasan nasabah non muslim memilih pembiayaan *murabahah* di BNI Syariah adalah:

1. Skema pembiayaan yang sederhana, bagi nasabah non muslim proses yang mudah dan cepat merupakan daya tarik utama mereka memilih pembiayaan *murabahah*.
2. Promosi pembiayaan mikro yang menyeluruh membuat nasabah non muslim tidak perlu jauh-jauh mendatangi bank, karena *marketing* bank yang akan mendatangi nasabah.
3. Akad yang saling menguntungkan, bagi pengusaha non muslim asalkan mereka tidak merasa dirugikan maka mereka akan mengambil pembiayaan tersebut tanpa pikir panjang.

Sedangkan manfaat yang didapat setelah adanya pembiayaan *murabahah* adalah :

1. Usaha semakin berkembang karena telah mendapat pembiayaan.
2. Relatif, karena besar kecilnya keuntungan tergantung bagaimana menjalankan usahanya.
3. Belum Bisa dirasakan
4. Beban bertambah karena harus menganggur setiap bulannya.

Saran

1. Bagi BNI Syariah, dapat menjelaskan lebih rinci perbedaan *margin* dan suku bunga, karena banyak nasabah non muslim yang merasa tidak ada bedanya bank syariah dengan bank konvensional.
2. Untuk peneliti selanjutnya, untuk dapat meneliti alasan nasabah non muslim memilih produk lain seperti *musyarakah*, *mudharabah* atau gadai emas.

DAFTAR PUSTAKA

- Antonio, Muhammad Syafi'i. 2001. *Bank Syariah: Dari Teori ke Praktik*. Jakarta: Gema Insani.
- Dewan Syariah Nasional MUI dan PSAK Np. 106
- Fatwa DSN-MUI Nomor 04/DSNMUI/IV/2000 tentang *Murabahah*
- Karim, Adiwarmam. 2007. *Bank Islam: Analisis Fiqih dan Keuangan*. Edisi Ketiga. Jakarta: PT Grafindo Persada.
- Moleong, Lexy J. 2007. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bnadung: Remaja Rosdakarya.

- Muhammad. 2002. *Manajemen Bank Syariah*. Yogyakarta: AMP YKPN 8426eacaf0bc425d457qbc9Desember2010.pdf
- Muhamad. 2006. *Teknik Perhitungan Bagi Hasil dan Profit Margin pada Bank Syariah*. Edisi Ketiga. Yogyakarta: Ull Press. Statistik Perbankan Syariah (SPS). 2011. *Jaringan Kantor Perbankan Syariah Indonesia*. (online) <http://www.bi.go.id/id/statistik/perbankan/syariah/Documents/9u723df5b5621u426eacaf0bc4ft9378i67Desember2011.pdf>
- Nazir, Moh. 2003. *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia. Statistik Perbankan Syariah (SPS). 2012. *Jaringan Kantor Perbankan Syariah Indonesia*. (online) <http://www.bi.go.id/id/statistik/perbankan/syariah/Documents/2c79415b56c84i0l3acaf0bc425d5fa93Desember2012.pdf>
- Rivai, Veithzal & Andria.2008. *Islamic Financial Management*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada. Statistik Perbankan Syariah (SPS). 2013. *Jaringan Kantor Perbankan Syariah Indonesia*. (online) <http://www.bi.go.id/id/statistik/perbankan/syariah/Documents/307ut415bkj926eacaf0bc425cz5d93Desember2013.pdf>
- Ryandono, Muhammad Nafik Hadi. 2009. *Benarkah Bunga Haram?*. Surabaya: Amanah Pustaka. Statistik Perbankan Syariah (SPS). 2014. *Jaringan Kantor Perbankan Syariah Indonesia*. (online) <http://www.bi.go.id/id/statistik/perbankan/syariah/Documents/2c79415b56c8026eacaf0bc425d5fa93Juni2014.pdf>
- Ryandono. Muhammad Nafik Hadi. 2008. *Bursa Efek & Investasi syari'ah*. Surabaya: CIEBERD Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Ryandono, Muhammad Nafik Hadi. 2008. Modul disajikan dalam Pelatihan Lembaga Keuangan Syariah. *Islamic Finance Development Institute (IFDI)*. Diolah Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Statistik Perbankan Syariah (SPS). 2008. *Jaringan Kantor Perbankan Syariah Indonesia*. Statistik Perbankan Syariah (SPS). 2010. *Jaringan Kantor Perbankan Syariah Indonesia*. (online) <http://www.bi.go.id/id/statistik/perbankan/syariah/Documents/79t5gr15b56c>

- Surifah. 2002. Kinerja Keuangan Perbankan Swasta Nasional. JAAI, (Online), Volume 6, (<http://journal.uii.ac.id/index.php/JAAI/article/viewFile/854/782>, diakses 23 maret 2011).
- Undang-undang No. 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah
- Wibowo, Edy & Untung Hendy Widodo. 2005. *Mengapa Memilih Bank Syariah?*. Bogor: Ghalia Indonesia
- Wirosu. 2009. *Produk Perbankan Syariah*. Jakarta: LPFE Usakti.
- Yin, Robert. 2002. *Studi Kasus Desain dan Metode*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Undang-undang No. 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah
<http://www.bi.go.id/web/id/perbankan/perbankan+syariah>
<http://www.bnisyariah.co.id/investor/laporan+keuangan>