

Persepsi Nasabah Terhadap Praktik Produk Pembiayaan Murabahah BNI Syariah Cabang Banda Aceh

Rachmatina, Dedi Sufriadi
Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh

Naskah diterima 24 Maret 2020, Revisi 30 Maret 2020, Terbit 19 April 2020

DOI: doi.org/10.21107/pamator.v13i1.6983

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh persepsi nasabah terhadap praktik produk pembiayaan murabahah di bank BNI Syariah Cabang Banda Aceh. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada 40 nasabah pembiayaan *murabahah* BNI Syariah Banda Aceh. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan alat analisis data regresi linear sederhana dengan bantuan software SPSS versi 22. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi nasabah berpengaruh terhadap praktik produk pembiayaan murabahah sebesar 19,7% sedangkan 80,3% yang dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini. Oleh karena itu, bank diharapkan dapat meningkatkan penerapan praktik produk pembiayaan murabahah untuk meningkatkan persepsi nasabah yang baik terhadap produk pembiayaan murabahah.

Kata Kunci : pembiayaan, murabahah, syariah, bank

PENDAHULUAN

Bank syariah adalah suatu lembaga keuangan yang berfungsi sebagai perantara bagi pihak yang kelebihan dana dengan pihak yang kekurangan dana untuk kegiatan usaha dan kegiatan lainnya sesuai dengan hukum Islam. (Ali, 2010). Tugas bank syariah yaitu untuk menghimpun dana masyarakat serta menyalurkannya dengan mekanisme syariah. Penghimpunan dana bank syariah yang dilakukan melalui simpanan dan investasi seperti: giro, wadiah, tabungan dan deposito berjangka. Sedangkan penyaluran dana dilakukan dengan beberapa akad yaitu *murabahah*, *istishna*, *mudharabah*, *musyarakah*, *ijarah*, dan salam. Berdasarkan berbagai macam produk pembiayaan perbankan syariah, murabahah merupakan salah satu bentuk pembiayaan yang paling dominan diterapkan dalam praktik perbankan syariah (Wirosa, 2005).

Standar Operasional Produk (SOP) pembiayaan *murabahah* pada bank syariah didasarkan pada Keputusan Fatwa DSN Nomor 04/DSN-MUI/IV/2000 dan berdasarkan Peraturan Bank Indonesia (PBI) Nomor 9/19/PBI/2007 jo Surat Edaran BI No. 10/14/DPbS tanggal 17 Maret 2008.

Ada tiga model atau tipe penerapan jual beli *murabahah* di perbankan. Pertama, tipe

konsisten terhadap *fiqih muamalah*. Dalam tipe ini bank membeli dahulu barang yang akan dibeli oleh nasabah setelah ada perjanjian sebelumnya. Setelah barang dibeli atas nama bank kemudian dijual ke nasabah dengan harga perolehan ditambah margin keuntungan sesuai kesepakatan bank dan nasabah. Kedua, mirip dengan tipe yang pertama, tapi perpindahan kepemilikan langsung dari supplier kepada nasabah, sedangkan pembayaran dilakukan bank langsung kepada penjual pertama/supplier. Ketiga, bank melakukan perjanjian murabahah dengan nasabah, dan pada saat yang mewakili kepada nasabah untuk membeli sendiri barang yang akan dibelinya. Dari ketiga tipe tersebut, tipe kedua dan tipe ketiga paling sering dipakai oleh bank syariah karena motifasi efektifitas prosedur dan juga pertimbangan efisiensi terutama dari pengenaan pajak pertambahan nilai. Sementara tipe pertama justru dihindari padahal tipe inilah yang paling ideal dalam konteks fiqh muamalah (Muammar, 2016).

Salah satu bank syariah yang menerapkan produk pembiayaan murabahah yaitu bank BNI Syariah. Bank BNI Syariah menerapkan produk pembiayaan murabahah karena lebih mudah dan aman, sehingga prinsip kehati-hatian bank syariah lebih mudah terjaga. Jumlah

nasabah yang menggunakan produk pembiayaan murabahah pada bank BNI Syariah mengalami peningkatan dari tahun ke tahun (Tabel 1).

Tabel 1. Pembiayaan Murabahah BNI Syariah Cabang Banda Aceh

Tahun	Jumlah Nasabah
2014	300
2015	324
2016	376
2017	427

Sumber: BNI Syariah Cabang Banda Aceh, 2018

Pada Tabel 1 di atas dapat dilihat bahwa jumlah nasabah pembiayaan *murabahah* BNI Syariah mengalami peningkatan setiap tahunnya dari tahun 2014 sampai 2017. Pada tahun 2014 terdapat 300 nasabah, kemudian di tahun 2015 bertambah menjadi 324 nasabah. Pada tahun berikutnya yaitu tahun 2016 nasabah BNI Syariah yang mengambil pembiayaan *murabahah* bertambah menjadi 376 hingga 427 nasabah ditahun 2017.

Ada sejumlah alasan kenapa *murabahah* begitu populer dalam operasional pembiayaan pada bank syariah adalah : (1) *murabahah* adalah suatu mekanisme investasi jangka pendek, dan dibandingkan dengan *profit and loss sharing* cukup memudahkan; (2) mark-up dalam *murabahah* dapat ditetapkan demikian rupa sehingga memastikan bahwa bank dapat memperoleh keuntungan yang sebanding dengan keuntungan bank-bank berbasis bunga yang menjadi saingan bank-bank Islam; (3) *murabahah* menjauhkan dari ketidakpastian yang ada pada pendapatan bisnis-bisnis dengan sistem *profit and loss sharing*; (4) *murabahah* tidak memungkinkan bank-bank Islam untuk mencampuri manajemen bisnis, karena bukanlah mitra si nasabah, sebab hubungan mereka dalam *murabahah* adalah hubungan hutang-piutang dagang (Sofiyah, 2015).

Dalam kegiatan operasionalnya, bank BNI Syariah tentunya tidak luput dari permasalahan dalam pembiayaan. Hal tersebut dapat dilihat dari laporan keuangan Bank BNI Syariah bagian *Non Performing Financing* (NPF) pada empat tahun terakhir. Pada tahun 2014, pembiayaan produktif komersial di BNI Syariah berhasil tumbuh dengan baik, dengan menjaga posisi NPF yang terkendali dari sebesar 3,04% pada

tahun sebelumnya 2013 menjadi sebesar 0,00% pada tahun 2014. Pada pembiayaan konsumen di tahun 2014 tingkat pembiayaan bermasalah BNI Syariah relatif rendah yaitu sebesar 1,32% dibandingkan dengan tahun sebelumnya yang berada pada 1,38%. Sedangkan dalam pembiayaan ritel produktif BNI Syariah berhasil tumbuh secara terkendali, terbukti dengan NPF yang berada pada posisi 3,46%.

Menjadi permasalahan bukan pada akadnya, karena *murabahah* diakui secara syariah, yang menjadi masalah adalah terjadi penyimpangan dalam praktik akad *murabahah*, yang mengakibatkan akad tersebut batil secara syariah. Adapun penyimpangan secara umum terjadi pada bank syariah pada pelanggaran syarat *murabahah*, yaitu syarat kepemilikan terhadap harta (*milkiyah*) dan harga awal yang diketahui (*ra'ul mal ma'lum*), penempatan akad *murabahah* pada transaksi yang salah, misalnya pembiayaan untuk renovasi rumah, tidak bisa dilakukan dengan akad *murabahah*, karena tidak terpenuhinya syarat *milkiyah* (kepemilikan) dan *ra'sul mal* (modal) yang diketahui. Seharusnya akad yang tepat pada jenis tersebut adalah akad istisna paralel. Dalam *istisna'* harga ditentukan diawal transaksi, namun tidak ada syarat *ra'sul mal ma'lum* dan *ar-ribb ma'lum*, kemudian serah terima barang terjadi setelah barang selesai, melibatkan *maysir* dalam perhitungan margin keuntungan, perbankan syariah melibatkan inflasi dalam menentukan margin keuntungannya. Tentu ini sangat bertentangan dengan syariah, tingkat inflasi di masa depan merupakan sesuatu yang tidak pasti. Bermain dengan ketidakpastian merupakan bentuk dari *maysir* (Sulaiman, 2016).

Meskipun demikian, mekanisme pembiayaan *murabahah* ini, ternyata tak lepas dari kecaman dan kritikan dari para ilmuwan muslim sendiri. Mereka berpendapat bahwa bank-bank syariah dalam menjalankan kegiatan usahanya, ternyata bukannya meniadakan bunga, tetapi tetap mempertahankan praktek pembebanan bunga, namun dengan label 'Islam' (Sjahdeini, 1999).

Masalah yang telah dijelaskan di atas tentang pelaksanaan produk *murabahah* dalam perbankan syariah menimbulkan

persepsi. Persepsi yang kurang baik dari masyarakat terhadap perbankan syariah yaitu masyarakat beranggapan bahwa praktik bank syariah tidak berbeda dengan praktik bank konvensional mengenai pembiayaan dan bagi hasil dengan tingkat suku bunga yang berlaku umum (*BI rate* atau *LIBOR*). Apabila kesalahan persepsi ini dibiarkan akan mengakibatkan masyarakat tidak bisa lagi membedakan bank sistem syariah dan bank sistem konvensional. Praktik *murabahah* yang dilakukan oleh perbankan syariah masih menuai kritikan karena dianggap sama dengan kredit pada perbankan konvensional. Hal ini dilihat dari besarnya margin yang dipatok bank syariah yang ternyata sama atau bahkan lebih tinggi dibandingkan dengan bunga bank konvensional. Tingginya margin ini disebabkan oleh pangsa pasar bank syariah yang masih sangat kecil. Agar bisa bersaing, maka ditetapkanlah margin yang sangat tinggi. Penetapan besaran margin yang sangat tinggi inilah yang kemudian menciptakan persepsi negatif terhadap produk bank syariah. Persepsi negatif tidak hanya akan mempengaruhi citra produk dan jasa bank syariah tetapi juga citra perusahaan dan semuanya akan berdampak pada reputasi bank syariah. Juga akan berdampak pula terhadap minat nasabah untuk berinvestasi pada bank syariah (Acfira, 2014).

Alasan mengapa penulis memilih penelitian di Bank BNI Syariah salah satunya dikarenakan Bank BNI Syariah merupakan salah satu bank syariah yang tingkat kemajuannya cukup baik. Dilansir dari *website* resmi BNI Syariah, perkembangannya cukup pesat dapat dilihat dari catatan pada bulan Juni 2014 jumlah cabang BNI Syariah mencapai 65 Kantor Cabang, 161 Kantor Cabang Pembantu, 17 Kantor Kas, dan 20 *Payment Point*. Bank BNI Syariah berdiri pertama kali dengan modal dasar sebesar Rp 4.004.000.000.000 dan modal ditempatkan dan disetor penuh sebesar Rp 1.501.500.000.000.

METODOLOGI

Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian dalam penelitian ini adalah menggunakan penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian

menghasilkan data yang berbentuk angka atau bilangan. Sesuai dengan bentuknya, data kuantitatif dapat diolah atau dianalisis menggunakan teknik perhitungan matematika atau statistika (Suryana, 2010). Pendekatan penelitian ini menggunakan pendekatan lapangan (*field research*). Pendekatan lapangan merupakan suatu penelitian di mana untuk mengumpulkan data serta informasi peneliti yang akan terjun langsung ke objek penelitian seperti menyebarkan kuesioner kepada responden yang kemudian data tersebut diolah dan dianalisis kembali (Suwartono, 2014).

Lokasi penelitian

Penelitian ini mengambil tempat penelitian pada Bank BNI Syariah Cabang Banda Aceh yang beralamat di JL. Daud Beureueh No.33, Laksana, Kuta Alam, Kota Banda Aceh, Aceh 24415.

Data dan Teknik Pengumpulan Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer. Data primer dalam penelitian ini diperoleh dengan mengumpulkan data secara langsung dari hasil penyebaran kuisisioner yang diberikan kepada responden Bank BNI Syariah Cabang Banda Aceh.

Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi adalah keseluruhan subjek penelitian. Apabila seseorang ingin meneliti semua elemen yang ada dalam wilayah penelitian, maka penelitiannya merupakan penelitian populasi. Populasi juga diartikan sebagai wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai karakteristik tertentu dan mempunyai kesempatan yang sama untuk dipilih menjadi anggota sampel (Umar, 2011). Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah nasabah yang menggunakan produk pembiayaan *murabahah* di Bank BNI Syariah Cab Banda Aceh yang berjumlah 1427 orang.

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi sehingga sifat dan karakteristik populasi juga dimiliki oleh sampel (Sugiyono, 2011). Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah menggunakan teknik *non-probability* dengan teknik *Purposive Sampling*, suatu teknik penentuan sampel

dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2012). Dalam teknik sampling ini, yang diambil sampel adalah khusus nasabah yang menggunakan produk pembiayaan *murabahah*.

Menurut Roscoe dalam penetapan jumlah sampel jika dalam penelitian akan melakukan analisis regresi, maka jumlah anggota sampel minimal 10 kali dari jumlah variabel yang akan diteliti. Sehingga dalam penelitian ini jumlah sampel ditentukan lebih dari batas minimal yaitu 20 kali dari jumlah variabel yang akan diteliti. Dikarenakan jumlah variabel dalam penelitian ini ada 2 (dua), maka sampel yang digunakan sebanyak $20 \times 2 = 40$ orang dari nasabah pembiayaan *murabahah* di bank BNI Syariah Cabang Banda Aceh (Sukirman, 2011).

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*), atau dapat pula disebut sebagai penelitian empiris, yaitu penelitian yang data dan informasinya diperoleh dari kegiatan dilapangan tempat peneliti melakukan penelitian (Supardi, 2005). Metode yang digunakan adalah kuesioner. Kuesioner diberikan kepada nasabah pembiayaan *murabahah* bank BNI Syariah Cabang Banda Aceh.

Skala Pengukuran

Skala pengukuran adalah peraturan penggunaan notasi bilangan dalam pengukuran. Pada penelitian ini, instrumen yang digunakan adalah kuesioner. Skala pengukuran dalam kuesioner dengan menggunakan skala ordinal.

Tabel 2. Skor pada Skala Likert

Jawaban	Kode	Skor
Sangat Tidak Setuju	STS	1
Tidak Setuju	TS	2
Kurang Setuju	KS	3
Setuju	S	4
Sangat Setuju	SS	5

Sumber : Siregar (2013).

Skala ordinal adalah suatu skala di mana penomoran objek/ kategori dimulai dari tingkat terendah ke tingkat tertinggi atau sebaliknya (Siregar, 2013). Karena data yang diperoleh bentuk ordinal, maka skala

pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah Skala Likert (Tabel 2).

Metode Analisis Data

Metode yang digunakan untuk menganalisis data variabel penelitian adalah uji regresi sederhana. Metode regresi sederhana adalah model regresi yang digunakan jika variabel yang diteliti adalah satu. Analisis ini digunakan untuk menguji bagaimana pengaruh masing-masing variabel independent (X) terhadap variabel dependen (Y). Rumus regresi linier sederhana untuk penelitian ini adalah :

$$Y = a + bX + e$$

Keterangan :

X : Persepsi nasabah

Y : Produk pembiayaan *murabahah*

a : konstanta

X : Persepsi nasabah

b : Koefisien regresi

e : *Error term*

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Responden dari penelitian ini adalah nasabah pembiayaan *murabahah* sebanyak 40 nasabah, kuesioner dibagikan kepada setiap responden yang dijumpai langsung di BNI Syariah Cabang Banda Aceh. Gambaran umum profil responden disajikan dalam beberapa tabel berikut :

Tabel 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Frequency	Percent
1	Laki-Laki	25	62,5
2	Perempuan	15	37,5
Total		40	100,0

Berdasarkan Tabel 3 di atas, dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden dalam penelitian adalah laki-laki sebanyak 25 orang atau 62,5% dan selebihnya adalah perempuan 15 orang atau 37,5%. Hal ini menunjukkan bahwa laki-laki adalah konsumen yang lebih potensial dalam menggunakan pembiayaan *murabahah* di BNI Syariah cabang Banda Aceh, karena tugas seorang laki-laki sebagai kepala keluarga yang harus mencukupi kebutuhan keluarganya, meliputi kebutuhan primer, sekunder dan tersier.

Adapun data mengenai usia responden nasabah pembiayaan *murabahah* BNI Syariah, adalah :

Tabel 4. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No	Usia	Frequency	Percent
1	20-30 tahun	5	12,5
2	31-40 tahun	12	30,0
3	41-50 tahun	16	40,0
4	>50 tahun	7	17,5
Total		40	40

Berdasarkan Tabel 4 di atas, dapat disimpulkan bahwa responden yang berusia 41-50 tahun lebih dominan dengan rincian 16 orang (40%), responden dengan rentang usia 20-30 tahun sebanyak 5 orang (12,5%), responden dengan rentang usia 31-40 tahun sebanyak 12 orang (30%) dan responden yang usia diatas 50 tahun sebanyak 7 orang (17,5%). Data mengenai pekerjaan responden nasabah pembiayaan *murabahah* BNI Syariah, adalah:

Tabel 5. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

No	Usia	Frequency	Percent
1	PNS	12	30,0
2	Karyawan Swasta	15	37,5
3	Pengusaha	8	20,0
4	Lain-lain	5	12,5
Total		Total	40

Berdasarkan Tabel 5 di atas, responden dalam penelitian ini lebih dominan karyawan swasta yaitu sebanyak 15 orang (37,5%), Pegawai Negeri Sipil sebanyak 12 orang (30,0%), pengusaha sebanyak 8 orang (20,0%) dan lain-lain sebanyak 5 orang (12,5%).

Tabel 6. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan

No	Pendapatan	Frequency	Percent
1	Rp 1.000.000 – Rp 2.000.000	6	15,0
2	Rp 2.100.000 – Rp 3.000.000	10	25,0
3	Rp 3.100.000 – Rp 4.000.000	16	40,0
4	> Rp 4.000.000	8	20,0
Total		Total	40

Tabel 7. Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menjadi Nasabah Pembiayaan Murabahah

No	Lama Menjadi Nasabah Pembiayaan Murabahah	Frequency	Percent
1	< 1 tahun	14	35,0
2	1-2 tahun	8	20,0
3	3-4 tahun	10	25,0
4	>4 tahun	8	20,0
Total		Total	40

Berdasarkan Tabel 7 di atas, dapat disimpulkan bahwa sebanyak 14 orang (35%) baru dibawah 1 tahun menjadi nasabah pembiayaan murabahah BNI Syariah Cabang Banda Aceh, yang sudah menjadi nasabah pembiayaan murabahah BNI Syariah Cabang Banda Aceh selama 1-2 tahun dan diatas 4 tahun keduanya sebanyak 8 orang (20%), dan yang sudah menjadi nasabah pembiayaan murabahah BNI Syariah Cabang Banda Aceh selama 3-4 tahun sebanyak 10 orang (25%).

Persamaan Regresi Linear Sederhana

Sebelum melakukan pengujian hipotesis, terlebih dahulu dilakukan analisis regresi sederhana. Analisis ini dilakukan untuk melihat berapa besar pengaruh yang diberikan oleh persepsi nasabah terhadap praktik produk pembiayaan murabahah BNI Syariah Cabang Banda Aceh. Adapun analisis regresi sederhana dengan bantuan SPSS *Statistic Version 22.0*, seperti terlihat pada Tabel 8.

Tabel 8. Persamaan Regresi Linear Sederhana

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 Constant	16,046	4,237		3,78	,001
Persepsi Nasabah	,511	,167	,444	3,05	,004

a. Dependent Variable: Praktik Produk Pembiayaan Murabahah

Berdasarkan Tabel 8 di atas, dapat dilihat terdapat nilai koefisien regresi. Pada kolom *Unstandardized Coefficients* terdapat nilai *constants* sebesar 16,046

dan nilai koefisien arah regresi sebesar 0,511. Maka dapat ditulis persamaan rumus sebagai berikut :

$$Y = a + bX$$

$$Y = 16,046 + 0,511X$$

Persamaan di atas, dapat diartikan sebagai berikut:

- a. Konstanta sebesar 16,046, menyatakan bahwa jika variabel persepsi nasabah (X) nilainya adalah konstan, maka variabel praktik produk pembiayaan *murabahah* (Y) nilainya positif sebesar 16,046.
- b. Koefisien regresi variabel persepsi nasabah (X) sebesar 0,511, menyatakan bahwa jika persepsi nasabah mengalami kenaikan 1 rupiah maka praktik produk pembiayaan murabahah akan meningkat sebesar 0,511 rupiah. Koefisien bernilai positif artinya terdapat hubungan positif antara persepsi nasabah dengan praktik produk pembiayaan *murabahah*. Semakin bertambah jumlah persepsi nasabah maka semakin tinggi praktik produk pembiayaan *murabahah*.

Hasil yang diperoleh dalam penelitian ini adalah persepsi nasabah mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap praktik produk pembiayaan murabahah di bank BNI Syariah Cabang Banda Aceh yang ditunjukkan dengan hasil beberapa uji pengujian. Berdasarkan uji t terdapat pengaruh antara persepsi nasabah terhadap praktik produk pembiayaan murabahah bank BNI Syariah Cabang Banda Aceh, dimana nilai signifikansi menunjukkan $0,004 < 0,05$ dan nilai t_{hitung} sebesar 3,055 lebih besar dari nilai t_{tabel} sebesar 1,685. Dengan demikian H_0 ditolak dan H_a diterima, yang artinya terdapat pengaruh antara persepsi nasabah terhadap praktik produk pembiayaan murabahah.

Berdasarkan hasil R^2 diketahui hasil sebesar 0,197 sehingga dapat disimpulkan persepsi nasabah mempengaruhi praktik produk pembiayaan *murabahah* bank BNI Syariah Cabang Banda Aceh sebesar 19,7% dan sisanya $(100\% - 19,7\%) = 80,3\%$ yang dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak ada dimasukkan dalam penelitian ini. Dengan rendahnya hasil pengaruh persepsi nasabah terhadap praktik produk pembiayaan murabahah menunjukkan kepercayaan nasabah terhadap praktik produk pembiayaan murabahah relatif kecil. Oleh karena itu, bank diharapkan dapat

meningkatkan penerapan praktik produk pembiayaan murabahah yang mana hal tersebut dimaksudkan untuk meningkatkan persepsi nasabah yang baik terhadap produk pembiayaan murabahah.

Terkait persamaan pada uji regresi linear sederhana dapat diartikan bahwa apabila persepsi nasabah ditingkatkan sebesar 1%, maka praktik produk pembiayaan murabahah akan meningkat sebesar 0,511 atau 51,1%. Apabila nilai persepsi nasabah dimisalkan 0 (tetap) maka nilai produk pembiayaan murabahah adalah sebesar 16,046.

KESIMPULAN

Persepsi nasabah merupakan tanggapan atau pandangan terhadap praktik produk pembiayaan murabahah yang diterapkan oleh BNI Syariah Cabang Banda Aceh. Persepsi nasabah tentang praktik produk pembiayaan murabahah yang baik akan meningkatkan pengambilan pembiayaan, karena nasabah mengerti dan memahami bahwa produk pembiayaan murabahah tidak menggunakan sistem bunga yang dilarang oleh agama Islam. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Dede Nurdiansyah (2009) dan Ulul Albab (2018) yang menyatakan bahwa persepsi nasabah berpengaruh terhadap pembiayaan murabahah. Sedangkan tidak sejalan dengan penelitian Okta Rizka (2017) yang menyatakan persepsi nasabah tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap produk pembiayaan *murabahah*.

Disarankan kepada BNI Syariah Cabang Banda Aceh untuk terus meningkatkan praktik pada produk pembiayaan murabahah. Pihak bank juga harus memberikan pemahaman yang lebih baik lagi kepada nasabah mengenai pembiayaan murabahah mengenai tata cara pembiayaan maupun prosedur dalam pengajuan pembiayaan. Untuk peneliti selanjutnya sebaiknya dapat menambah variabel atau indikator baru dalam penelitian yang akan datang agar dapat menghasilkan gambaran yang lebih luas tentang masalah penelitian yang sedang diteliti.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Quran dan Terjemahannya.
- Acfira, L. 2014. *Pengaruh Persepsi Nasabah Terhadap Pengambilan Pembiayaan Murabahah (Studi Kasus Nasabah BNI Syariah Cab.Makassar)*. Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Alauddin Makassar.
- Albab, U. 2018. *Pengaruh Persepsi Pembiayaan Murabahah dan Margin Terhadap Pengambilan Pembiayaan Murabahah di Baitu tamwil Tamzis Cab. Prambanan*. Skripsi. Universitas Islam Indonesia.
- Ali, Z. 2010. *Hukum Perbankan Syariah*. Jakarta: Sinar Grafika.
- Antonio, M.S. 2000. *Bank Syariah: Suatu Pengenalan Umum*. Jakarta: Tazkia Institute.
- Antonio, M.S. 2001. *Bank Syariah: Dari Teori ke Praktek*. Jakarta: Gema Insani Press.
- Fadla, M. 2017. *Analisis Kepatuhan Syariah Pada BNI Syariah, Bank Syariah Mandiri dan Bank Muamalat Indonesia*. Bogor. Skripsi Fakultas Ekonomi dan Manajemen Institut Pertanian Bogor.
- Firsan, N. 2011. *Crisis Public Relation: Strategi PR Menghadapi Krisis, Mengelola Isu, Membawa Citra, dan Reputasi Perusahaan*. Jakarta: Rajawali Pers
- Hay, S. 2014. *Strategi Keunggulan Bersaing PT Bank BNI Syariah Cabang Dharmawangsa Surabaya dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah*. Skripsi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.
- Irwanto. 2002. *Psikologi Umum*. Jakarta: Prenhallindo
- Ismail. 2011. *Perbankan Syariah*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Karim, A. 2013. *Bank Islam Analisis Fiqh dan Keuangan*. Jakarta: IIIT Indonesia.
- Kotler, P. 2008. *Manajemen Pemasaran, Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*. Jakarta: Erlangga.
- Machfudz, M. 2014. *Metode Penelitian Ekonomi*. Malang: Genius Media
- Muammar. 2016. *Teori dan Aplikasi Penerapan Akad Murabahah*. Makalah. Dikutip dari muammaremere.blogspot.com/2016/06/teori-dan-aplikasi-penerapan-akad.html?m=1.30 Desember.
- Muhammad. 2011. *Audit dan Pengawasan Syariah Pada Bank Syariah*. Yogyakarta: UII Press.
- Muhammad. 2014. *Manajemen Dana Bank Syariah*. Jakarta: PT. Raja GrafindoPersada
- Mutaqodim, B.R. 2015. *Pengaruh Penerapan Prinsip Good Corporate Terhadap Kinerja Keuangan Pegawai Perbankan Syariah Di Kabupaten Pendeglang*. Jakarta. Skripsi UIN Syarif Hidayatullah
- Nurdiansyah, D. 2008. *Persepsi Nasabah Terhadap Produk Pembiayaan Murabahah BPRS Al Salam*. Skripsi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah. Jakarta.
- Priyatno, D. 2011. *SPSS Analisis Statistik Data Lebih Cepat Lebih Akurat*. Yogyakarta: Medikomm.
- Rakhmat, J. 2004. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT. Rosdakarya.
- Rahmawaty, A. 2014. *Pengaruh Persepsi Tentang Bank Syariah Terhadap Minat Menggunakan Produk di BNI Syariah Semarang*. *Jurnal Agama, Teologi & Filsafat (ADDIN)*, Vol. 8. No. 1, Februari 2014:1-28.
- Rizka, O. 2017. *Pengaruh Persepsi Nasabah dan Margin Terhadap Keputusan Pengambilan Griya Pada Bank Syariah Mandiri KCP Teluk Betung Bandar Lampung*. Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Rafen Intan.
- Sjahdeini, S. 1999. *Perbankan Islam dan Kedudukannya dalam Tata Hukum Perbankan Indonesia*. Jakarta: Pustaka Utama Garfity.

- Siregar, S. 2004. *Metode Penelitian Kuantitatif dilengkapi dengan Perbandingan Perhitungan Awal SPSS*. Jakarta.
- Sholihin. 2010. *Buku Pintar Ekonomi Syariah*, Gramedia Pustaka Utama.
- Suryana. 2010. *Metodologi Penelitian*. Universitas Pendidikan Indonesia
- Suwartono. 2014. *Dasar - Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Toha, M. 2003. *Kepemimpinan Dalam Manajemen*. Yogyakarta: Gajah Mada University.
- Umar, H. 2011. *Metodologi Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Walgito, B. 2004. *Psikologi Sosial: Suatu Pengantar*. Yogyakarta: Fakultas Psikologi.
- Wiroso. 2005. *Jual Beli Murabahah*. Yogyakarta: UII Press.
- Zuardi, M. H. 2013. *Persepsi Nasabah Terhadap Sistem Pembiayaan Bagi Hasil Di Bank Jabar Syariah Kota Cirebon*. Jurnal Tapis Vol. XIII, No. 01 Januari-Juni, 7.
- Zulkifili, S. 2003. *Panduan Praktis Transaksi Perbankan Syariah*. Jakarta: Zikrul Hakim