



Khazanah Penelitian Perbankan
Syariah

KHITABAH



PENGARUH NEGOSIASI TINGKAT MARGIN TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH MENGGUNAKAN PRODUK MURABAHAH DI BMT MIFTAHUSSALAM CIAMIS

Asep Saepudin^{1*}, Ihrom Jaelani²

^{1,2}Program Studi Perbankan Syariah, STAI Putra Galuh Ciamis

*Alamat email: saepudin.jr.15@gmail.com¹ ihromjaelani@staiputragaluh.ac.id²

ARTICLE INFO

Article history:

April 2025

Received in revised form

Mei 2025

Accepted

Juni 2025

Available online

Juni 2025

Kata Kunci:

Negosiasi, Produk
Murabahah, Keputusan
Nasabah

Keywords:

Negotiation, Murabahah
Products, Customer Decision.

DOI: <https://doi.org/xxx>

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh negosiasi tingkat margin terhadap keputusan nasabah menggunakan produk murabahah. Populasi dalam penelitian ini sebanyak 131 Nasabah Murabahah pada BMT Miftahussalam Ciamis, Pengambilan sampel menggunakan rumus Slovin dengan teknik random sampling. Sampel yang digunakan sebanyak 99 responden. Instrumen pengumpulan data menggunakan kuesioner sebanyak 20 item pernyataan dengan skala likert 1-5 dan diuji validitas serta reabilitasnya. Analisis data menggunakan regresi linier sederhana dengan bantuan SPSS V.25. Berdasarkan analisis regresi linier sederhana pada taraf signifikansi 5% menunjukkan hasil uji parsial (Uji t) diketahui nilai t hitung sebesar 2,400 ini menunjukkan bahwa lebih besar dari t table (2,400 > 1,984) dan nilai signifikansi 0,018 < 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima yang artinya negosiasi tingkat margin mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Keputusan Nasabah menggunakan Produk Murabahah di BMT Miftahussalam Ciamis.

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of negotiating the margin rate on customer decisions using murabahah products. The population in this study were 131 Murabahah customers at BMT Miftahussalam Ciamis, sampling using the Slovin formula with random sampling techniques. The sample used was 99 respondents. The data collection instrument used a questionnaire of 20 statement items with a Likert scale of 1-5 and tested for validity and reliability. Data analysis using simple linear regression with the help of SPSS V.25. Based on simple linear regression analysis at a significance level of 5%, the results of the partial test (t test) show that the calculated t value of 2.400 shows that it is greater than the t table (2.400 > 1.984) and a significance value of 0.018 < 0.05 so it can be concluded that H_0 is rejected and H_a is accepted, which means that the negotiation of the margin rate has a positive and significant effect on the Customer's Decision to use Murabahah Products at BMT Miftahussalam Ciamis.

I. PENDAHULUAN

Baitul Maal Wat Tamwil (BMT) adalah balai usaha mandiri dengan kegiatan mengembangkan usaha-usaha produktif dan investasi sebagai upaya meningkatkan kualitas kegiatan ekonomi pengusaha mikro kecil dan menengah dengan mendorong kegiatan menabung dan menunjang pembiayaan kegiatan ekonominya. Dasopang, (2023)

menyatakan bahwa *Baitulmaal wat Tamwil* (BMT) adalah lembaga keuangan syariah non perbankan yang sifatnya informal. Disebut bersifat informal karena lembaga keuangan ini didirikan oleh kelompok swadaya masyarakat yang berbeda dengan lembaga keuangan perbankan dan lembaga keuangan formal lainnya.

Salah satu kegiatan usaha *Baitul Maal wa Tamwil* adalah menghimpun dana dan menyalurkan dana kepada masyarakat (Amri, 2018). Dalam menyalurkan dana kepada masyarakat salah satunya dalam bentuk pembiayaan Murabahah. Murabahah adalah akad jual beli barang dengan menyatakan harga peroleh dan keuntungan (margin) yang disepakati antara penjual dan pembeli. Penjual secara jelas memberi tahu kepada pembeli berapa harga pokok barang tersebut dan berapa besar keuntungan yang diinginkannya. Pembeli dan penjual dapat melakukan tawar menawar atas besaran margin keuntungan sehingga akhirnya diperoleh kesepakatan (Setiady, 2015). Pembiayaan Murabahah diberikan kepada nasabah dalam rangka pemenuhan kebutuhan produksi, atas transaksi ini BMT memperoleh sejumlah margin yang telah disepakati antara pihak BMT dengan Nasabah.

BMT Miftahussalam dalam pelaksanaan penyaluran dana yaitu salah satunya melalui produk pembiayaan murabahah. Menurut wawancara yang dilakukan kepada Bapak Nandang Fauzi Rahman selaku Manajer Pembiayaan. Ia mengatakan pembiayaan murabahah mengalami penurunan jumlah nasabah dalam setiap tahunnya dikarenakan pembiayaan murabahah baru hanya diberikan untuk para pegawai dan pemilik usaha mikro saja.

Dimasyarakat praktik murabahah pada Bank Syariah dianggap tidak berbeda dengan praktik kredit atau pembiayaan pada Bank Konvensional yang berbasis tetap artinya menutup pintu negosiasi dan hanya menyediakan penawaran yang mau tidak mau harus disetujui oleh Nasabah (Sultoni et al., 2022). Berdasarkan kondisi dan alasan praktik murabahah di Bank Syariah, maka ada semacam kecaman atau penilaian masyarakat terhadap praktik bank syariah tidak jauh berbeda dengan bank konvensional (bank bunga) (Maulidizen, 2018). Dalam bank syariah penetapan harga jual murabahah dilakukan dengan cara seperti Rasulullah ketika berdagang. dalam menentukan harga penjualan, Rasul secara transparan menjelaskan berapa harga belinya berapa biaya yang telah dikeluarkan dan berapa keuntungan wajar yang diinginkan. Kemudian penjual dan pembeli juga bisa melakukan tawar menawar yang biasa disebut dengan negosiasi.

Negosiasi margin merupakan proses tarik-menarik kepentingan karena kebutuhan yang bertolak belakang. Atmoko, (2022) menyatakan bahwa dalam bernegosiasi, kedua belah pihak memiliki kebebasan menyatakan pendapat yang menunjukkan kedudukan seimbang dalam pencapaian kesepakatan. Ketika negosiasi margin mencapai kata sepakat maka harga jual dapat ditentukan dan diberlakukan dengan mudah serta dituangkan dalam akad. Di satu sisi, BMT menginginkan besaran margin yang sesuai dengan perencanaan keuangan mereka namun di sisi lain, nasabah menginginkan nominal yang kecil dari besaran margin yang di tetapkan untuk meringankan pembayaran angsurannya.

Pemahaman nasabah terhadap penetapan margin ketika nasabah merasa margin

yang ditetapkan sesuai dengan kemampuan yang dimiliki oleh nasabah maka akan mendorong minat nasabah untuk mengambil keputusan mengajukan pembiayaan Murabahah dan menetapkan tingkatan margin ini agar dapat disesuaikan dengan kemampuan dirinya nasabah bisa melakukan negosiasi.

Menetapkan margin yang rendah dapat berpengaruh untuk menarik minat nasabah, antara margin dan minat nasabah dihubungkan berdasarkan keuntungan tertentu yang ditetapkan dengan cara negosiasi tingkat Margin agar tercapai keadilan dalam memperoleh keuntungan, baik bagi nasabah maupun BMT. Oleh karena itu, penting untuk meneliti lebih lanjut bagaimana proses negosiasi tingkat margin ini secara spesifik memengaruhi keputusan nasabah di BMT Miftahussalam Ciamis, terutama mengingat adanya penurunan jumlah nasabah dan persepsi masyarakat yang menyamakan praktik murabahah dengan kredit konvensional. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai faktor-faktor yang mendorong atau menghambat nasabah dalam memanfaatkan produk murabahah, serta memberikan implikasi praktis bagi BMT dalam meningkatkan daya tarik produknya.

II. KAJIAN PUSTAKA

Negosiasi Tingkat Margin

Negosiasi adalah proses tawar-menawar dengan cara berunding dalam rangka mencapai suatu kesepakatan antara satu pihak dengan pihak yang lain dimana keduanya memiliki kepentingan yang sama tetapi memiliki kebutuhan dan motivasi yang berbeda (Khotimah & Ula, 2023). Keberhasilan Negosiasi dapat dicapai dengan kerjasama, maksudnya ada keinginan dari dua pihak yang sedang bernegosiasi untuk mencari titik temu dari perbedaan yang ada. Maka negosiasi dapat dijadikan sebagai sarana untuk menjalin hubungan jangka panjang. Artinya terdapat keyakinan bahwa hal yang berarti bagi satu pihak akan berarti pula bagi pihak yang lain (Andriansah & Harmonis, 2024).

Negosiasi dapat dilakukan dalam penentuan tingkat margin pada akad murabahah. Dalam transaksinya, jual beli murabahah memiliki ruang negosiasi seperti transaksi jual beli yang berlaku umum. Negosiasi murabahah juga berkisar pada jenis barang, kualitas, jumlah, harga, waktu penyerahan barang, pengiriman, dan cara pembayaran. Murabahah adalah transaksi penjualan barang dengan menyatakan harga perolehan dan keuntungan (margin) yang disepakati oleh penjual dan pembeli (Nopriansyah, 2017).

Hal yang dapat membedakan murabahah dengan transaksi jual beli lainnya adalah penjual secara jelas menyampaikan kepada pembeli berapa harga pokok barang dan berapa besar keuntungan yang diinginkan. Pembeli dan penjual dapat melakukan tawar-menawar atas besaran margin keuntungan sehingga diperoleh kesepakatan. Al-Hasni, (2019) menjelaskan tentang Peluang negosiasi yaitu spesifikasi produk yang dikehendaki oleh nasabah, harga beli dan harga jual aset murabahah, jangka waktu pembayaran atau pelunasan, serta persyaratan-persyaratan lainnya yang berlaku pada bank syariah. Harga beli atau harga yang dikeluarkan untuk membeli barang tidak memiliki ruang negosiasi, ini hanya membutuhkan transparansi dari perbankan syariah berupa penjelasan terperinci yang disampaikan kepada nasabah. Sedangkan harga jual yang merupakan keuntungan atas aset murabahah ini dapat di negosiasikan (Al-Hasni,

2019).

Berdasarkan pemaparan di atas dapat disimpulkan bahwa, negosiasi margin atau tambahan keuntungan biasanya disebut dengan mark-up. Margin adalah bagian dari harga jual asset murabahah dan diperoleh melalui negosiasi yang menghasilkan kesepakatan antara bank sebagai penjual dengan nasabah sebagai pembeli. Margin yang diperoleh melalui kesepakatan lewat proses negosiasi dan selanjutnya dituangkan dalam akad murabahah kemudian akan berlaku sampai akhir pembiayaan.

Keputusan Nasabah

Perilaku konsumen merupakan studi tentang bagaimana keputusan individu atau kelompok untuk membuat keputusan beli atau melakukan transaksi pembelian suatu produk dan mengkonsumsinya (Waani et al., 2022). Semua konsumen tentunya akan membuat berbagai macam keputusan untuk menggunakan atau mengkonsumsi suatu produk. Walaupun dalam prosesnya seringkali pengambilan keputusan oleh konsumen masih menjadi masalah karena menyangkut berbagai hal yang mendasari pengambilan keputusan tersebut.

Proses pengambilan keputusan adalah sebuah pendekatan penyesuaian masalah yang terdiri dari lima tahap yang dilakukan konsumen, kelima tahap tersebut adalah pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, membuat keputusan, dan perilaku pasca pembelian (Wulandari, 2016).

Berdasarkan teori di atas, dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumen adalah studi yang mengkaji bagaimana individu atau kelompok memutuskan untuk membeli dan mengonsumsi suatu produk. Meskipun konsumen secara alami akan membuat berbagai keputusan pembelian, proses ini seringkali kompleks karena dipengaruhi oleh banyak faktor. Proses pengambilan keputusan konsumen umumnya melibatkan lima tahapan berurutan: pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif produk, pembuatan keputusan pembelian, dan perilaku pasca-pembelian.

Pembiayaan Murabahah

Penyaluran dana dalam bank konvensional dikenal dengan istilah kredit atau pinjaman. Sedangkan dalam bank syariah untuk penyaluran dananya dikenal dengan istilah pembiayaan. Pembiayaan adalah penyediaan uang atau tagihan yang dapat dipersamakan berdasarkan persetujuan atau kesepakatan antara bank dengan pihak penerima pembiayaan untuk melunasi utang setelah jangka waktu tertentu dengan jumlah margin pembagian hasil keuntungan (Al-Hasni, 2019).

Definisi Murabahah menurut Kamus Istilah Keuangan dan Perbankan Syariah yang diterbitkan oleh Direktorat Perbankan Syariah Bank Indonesia yaitu Murabahah merupakan jual beli barang pada harga asal dengan tambahan keuntungan yang disepakati. Dalam ba'i murabahah, penjual harus memberi tahu harga produk dan menentukan tingkat keuntungan sebagai tambahannya.

DSN MUI juga mendefinisikan akad murabahah yaitu menjual suatu barang dengan menegaskan harga belinya kepada pembeli dan pembeli membayarnya dengan harga yang lebih tinggi sebagai laba (Asruni et al., 2022). Secara sederhana murabahah berarti jual beli barang dengan keuntungan yang disepakati. Dalam akad murabahah penjual secara jelas menyampaikan kepada pembeli berapa harga pokok barang dan

berapa besar keuntungan yang diinginkan. Pembiayaan murabahah dapat digunakan untuk pembelian barang konsumsi seperti pengadaan kendaraan bermotor, pembelian rumah dan tempat tinggal lainnya serta pemenuhan kebutuhan rumah tangga lain. Selain itu, pembiayaan Murabahah juga dapat mengakomodasi kebutuhan aktivitas produktif seperti pembelian barang-barang untuk investasi maupun modal kerja usaha.

Pembiayaan murabahah, merupakan akad jual beli barang di mana penjual memberitahukan harga pokok barang dan menambahkan keuntungan yang disepakati secara transparan. Akad murabahah ini sangat fleksibel, memungkinkan nasabah untuk memperoleh pembiayaan baik untuk kebutuhan konsumtif seperti rumah dan kendaraan, maupun untuk kebutuhan produktif seperti investasi atau modal kerja usaha.

III. METODE PENELITIAN

Pendekatan penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan metode survei. Populasi dalam penelitian ini sebanyak 131 Nasabah Murabahah pada BMT Miftahussalam Ciamis, Pengambilan sampel menggunakan rumus Slovin dengan teknik random sampling. Sehingga sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 99 responden. Instrumen penelitian menggunakan kuesioner (angket) dengan skala likert untuk mengukur variabel negosiasi tingkat margin dan keputusan nasabah menggunakan produk murabahah. Untuk memastikan bahwa instrumen penelitian akurat dan konsisten dalam mengukur variabel yang diteliti, maka dilakukan uji validitas dan reliabilitas terlebih dahulu dengan *Product Moment Pearson* dan *Cronbach's Alpha*. Selanjutnya, Data yang terkumpul dianalisis menggunakan Regresi Linear Sederhana guna mengetahui pengaruh variabel negosiasi tingkat margin terhadap keputusan nasabah menggunakan produk murabahah.

IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Karakteristik Responden

Berdasarkan hasil kuesioner yang disebarkan kepada Nasabah Murabahah BMT Miftahussalam Ciamis diperoleh data karakteristik responden yang terdiri dari jenis kelamin responden, umur responden, dan pekerjaan responden sebagai berikut:

- a. Jenis kelamin: banyaknya responden berdasarkan jenis kelamin yaitu responden yang berjenis kelamin Laki-laki sebanyak 67 orang (68%) dan responden yang berjenis kelamin Perempuan sebanyak 32 orang (32%).
- b. Usia: sebagian umur responden <21 tahun sebanyak 0 orang (0%), usia responden 21-30 tahun sebanyak 32 orang (32%), usia responden 31-40 tahun sebanyak 46 orang (47%) dan usia responden >40 tahun sebanyak 20 orang (21%). Hal ini menunjukkan bahwa dominasi umur Nasabah Murabahah di BMT Miftahussalam Ciamis diantara 31 sampai dengan 40 tahun.
- c. Pekerjaan: dari 99 responden yang menjadi mayoritas responden yaitu memiliki Pekerjaan sebagai Karyawan swasta ada 42 orang (42,1%), responden yang bekerja sebagai PNS ada 22 orang (22,2%), responden yang bekerja sebagai Pedagang ada 20 orang (20,2%), dan responden yang bekerja sebagai Pengusaha ada 15 orang

(15,5%).

Uji Validitas

Data yang diperoleh dari pengumpulan kuesioner, dilakukan pengujian validitas, instrumen diuji dengan menghitung koefisien korelasi antara skor item dan skor totalnya dalam taraf signifikansi 0,05 dengan rumus Korelasi *Product Moment Pearson*. Instrumen bisa dikatakan valid mempunyai nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$. Nilai r_{tabel} didapatkan adalah $df = n-2$ ($99-2$) = 97, maka tabel r pada angka 97 *Product Moment* adalah 0,195

Tabel 1. Validitas Negosiasi Tingkat Margin

No	rHitung	rTabel	Keterangan
1.	0,329	0,195	VALID
2.	0,406	0,195	VALID
3.	0,293	0,195	VALID
4.	0,412	0,195	VALID
5.	0,306	0,195	VALID
6.	0,417	0,195	VALID
7.	0,347	0,195	VALID
8.	0,246	0,195	VALID
9.	0,384	0,195	VALID

Sumber: Hasil olah data SPSS 25

Berdasarkan tabel 1 diatas, secara keseluruhan item pernyataan pada variabel Negosiasi tingkat margin dapat dinyatakan VALID karena memiliki $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan nilai r_{tabel} yaitu 0,195.

Tabel 2. Validitas Keputusan Nasabah

No	rHitung	rTabel	Keterangan
1.	0,252	0,195	VALID
2.	0,356	0,195	VALID
3.	0,262	0,195	VALID
4.	0,364	0,195	VALID
5.	0,200	0,195	VALID
6.	0,427	0,195	VALID
7.	0,390	0,195	VALID
8.	0,285	0,195	VALID
9.	0,373	0,195	VALID
10.	0,254	0,195	VALID
11.	0,376	0,195	VALID

Sumber: Hasil olah data SPSS 25

Berdasarkan tabel 2 diatas, secara keseluruhan item pernyataan pada variabel Keputusan nasabah dapat dinyatakan VALID karena memiliki $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan

nilai r tabel yaitu 0,195.

Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas berguna untuk menunjukkan konsistensi hasil pengukuran bila dilakukan pengukuran kembali terhadap objek yang sama. Pengukuran reliabilitas dilakukan dengan menggunakan *Cronbach's Alpha*. Jika nilai suatu variabel memiliki *Cronbach's Alpha* > 0,60 maka variabel tersebut dikatakan reliabel. (Sugiyono, 2019)

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	r kritis	<i>Cronbach's Alpha</i>	Ket. Alpha > 0,195
Negosiasi Tingkat Margin	0,60	0,673	Reliabel
Keputusan Nasabah	0,60	0,674	Reliabel

Sumber: Hasil olah data SPSS 25 (2022)

Dari tabel di atas diketahui nilai alpha setelah dilakukan uji reliabilitas yaitu nilai variabel Negosiasi Tingkat Margin 0,673 dan nilai variabel Keputusan Nasabah sebesar 0,674. Nilai yang didapati seluruh item lebih besar dari 0,60 nilai r-kritis. Sehingga dapat dinyatakan bahwa seluruh item reliabel.

Regresi Linier Sederhana

Tabel 3. Uji Regresi Parsial (Uji t)

Coefficients^a

Model	Unstandardized B	Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	T	Sig.
1 (Constant)	39.950	4.275		9.344	.000
Negosiasi	.253	.105	.237	2.400	.018

a. Dependent Variabel: Keputusan

Dari tabel 3, diketahui bahwa nilai t-hitung yang diperoleh sebesar 2,400. Nilai ini akan dibandingkan dengan nilai t-tabel pada tabel distribusi t. Dengan taraf signifikansi (α) = 5% = 0,05, derajat kebebasan (df) = n (jumlah sampel penelitian) – k = 99 - 2 = 97, diperoleh nilai t-tabel pada tabel distribusi t = 1,984. Terlihat bahwa nilai thitung (2,400) > ttabel (1,984). Berdasarkan nilai signifikansi juga dari tabel Coefficients diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,018 < 0,05, sehingga dapat disimpulkan H_0 ditolak dan H_a diterima artinya Negosiasi Tingkat Margin berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Nasabah menggunakan Produk Murabahah di BMT Miftahussalam Ciamis.

Pembahasan

Berasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan, diketahui bahwa nilai t-hitung yang diperoleh sebesar 2,400 dan t tabel sebesar 1,984 (2,400 > 1,984). Dan berdasarkan nilai signifikansi juga dari tabel Coefficients diperoleh nilai signifikansi

sebesar $0,018 < 0,05$, sehingga dapat disimpulkan H_0 ditolak dan H_a diterima artinya Negosiasi Tingkat Margin berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Nasabah menggunakan Produk Murabahah di BMT Miftahussalam Ciamis.

Hasil penelitian ini menunjukkan pengaruh signifikan negosiasi tingkat margin terhadap keputusan nasabah menggunakan produk Murabahah sangat relevan dengan beberapa teori dan konsep dalam literatur ekonomi, perilaku konsumen, dan keuangan syariah. Teori perilaku konsumen yang menyatakan bahwa harga merupakan salah satu faktor penentu utama dalam keputusan pembelian. Dalam konteks Murabahah, margin adalah komponen harga yang paling transparan dan dapat dinegosiasikan. Kemampuan untuk bernegosiasi memberikan nasabah rasa kontrol dan kesempatan untuk mendapatkan kesepakatan yang lebih baik, yang pada gilirannya meningkatkan kepuasan yang dirasakan dari transaksi tersebut. Ini sejalan dengan teori utilitas marginal, di mana konsumen berusaha memaksimalkan kepuasan dari setiap unit konsumsi (Achmad, 2022).

Temuan ini juga mengkonfirmasi atau sejalan dengan penelitian-penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan negosiasi tingkat margin terhadap keputusan nasabah menggunakan produk murabahah (Sumanti et al., 2019; Zuhilmi et al., 2023). Secara keseluruhan, hasil penelitian ini memberikan bukti empiris yang kuat bahwa negosiasi tingkat margin bukan hanya sekadar fitur produk Murabahah, melainkan sebuah variabel strategis yang secara signifikan memengaruhi keputusan nasabah. Ini menggarisbawahi pentingnya pendekatan yang lebih personal dan fleksibel dalam penawaran produk Murabahah oleh BMT.

V. SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka peneliti dapat menyimpulkan bahwa negosiasi tingkat margin berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan produk murabahah di BMT Miftahussalam Ciamis dengan nilai t-hitung yang diperoleh sebesar 2,400 dan t tabel sebesar 1,984 ($2,400 > 1,984$) dan nilai signifikansi sebesar $0,018 < 0,05$.

Saran

Untuk penelitian selanjutnya dapat menggunakan pendekatan metode campuran kuantitatif dan kualitatif supaya mendapatkan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai persepsi dan motivasi nasabah, selain itu BMT Miftahussalam Ciamis disarankan untuk secara proaktif mengelola aspek negosiasi tingkat margin dalam produk Murabahah. BMT juga dapat menjadikannya sebagai keunggulan kompetitif, didukung oleh pelatihan staf yang komprehensif tentang teknik negosiasi yang efektif dan transparan untuk meningkatkan kepuasan dan jumlah akad.

REFERENSI

- Achmad, B. (2022). Pemahaman Nilai-Nilai Etika Dalam Konsumsi Islam Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat Indonesia. *Jurnal Pendidikan Dan Konseling*, 4(5), 1707–1715.
- Al-Hasni, F. (2019). Murabahah Dalam Sistem Perbankan Syariah. *Muamalat: Jurnal*

- Kajian Hukum Ekonomi Syariah*, 11(1), 69–88.
- Amri, H. (2018). Membangun Kesadaran Masyarakat Pinggiran Melalui Baitul Maal Wat Tamwil (BMT). *Islamic Banking: Jurnal Pemikiran Dan Pengembangan Perbankan Syariah*, 4(1), 11–22. <https://doi.org/10.36908/isbank.v4i1.51>
- Andriansah, & Harmonis. (2024). *Efektifitas Negosiasi Dalam Proses*. 2(1), 69–75.
- Asruni, A., Said, Z., & Damirah. (2022). Analisis Fatwa DSN-MUI Nomor : 4/DSN-MUI/IV/2000 Tentang Akad Murabahah Dalam Penerapan Hak Milik (Studi Pada Bank Muamalat KCP Parepare). *Banco: Jurnal Manajemen Dan Perbankan Syariah*, 4, 64. <https://doi.org/10.35905/banco.v4i1.2651>
- Atmoko, D. (2022). Penerapan Asas Kebebasan Berkontrak Dalam Suatu Perjanjian Baku. *Binamulia Hukum*, 11(1), 81–92. <https://doi.org/10.37893/jbh.v11i1.683>
- DASOPANG, N. (2023). Bmt Sebagai Lembaga Keuangan Syariah. *Islamic Circle*, 3(2), 63–71. <https://doi.org/10.56874/islamiccircle.v3i2.1138>
- Khotimah, K., & Ula, D. M. (2023). Strategi komunikasi negosiasi pengusaha untuk mencapai kesepakatan bisnis. *Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial*, 01(11), 40–50.
- Maulidizen, A. (2018). Analisis Kritis Pembiayaan Murabahah Dan Mekanisme Pricing Di Keuangan Islam Modern Indonesia. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 4(02), 76–90.
- Nopriansyah, W. (2017). Pendekatan Akad Murabahah Di Perbankan Syariah. *Islamic Banking*, 2(7), 15–24.
- Setiady, T. (2015). Pembiayaan Murabahah Dalam Perspektif Fiqh Islam, Hukum Positif Dan Hukum Syariah. *FIAT JUSTISIA: Jurnal Ilmu Hukum*, 8(3), 517–530. <https://doi.org/10.25041/fiatjustisia.v8no3.311>
- Sultoni, H., Rahmawati, A., & Ashofa, F. (2022). Implementasi Akad Dalam Perbankan Syariah Di Indonesia. *Musyarakah: Journal of Sharia Economic (MJSE)*, 2(2), 94–99. <https://doi.org/10.24269/mjse.v2i2.6818>
- Sumanti, S., Hermawati, N., & Nuriasari, S. (2019). *Pengaruh Margin dan Lokasi Terhadap Keputusan Melakukan Pembiayaan Murabahah Studi Pada BMT Baskara Asri Sejati Cabang Sekampung*. 5(3), 1–23. <https://doi.org/P-ISSN 2460-8211>
- Waani, N. C., Mangantar, M., & Uhing, Y. (2022). Perbedaan Sikap Konsumen dalam Keputusan Pembelian Niu Green Tea dan Teh Botol Sosro (Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNSRAT). *Emba*, 10(1), 1004–1013.
- Wulandari, T. (2016). Analisis Proses Keputusan Pembelian Mahasiswa Melalui Ekuitas Merek Politeknik Perdana Mandiri Dan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Dan Bisnis (STIEB) Perdana Mandiri Purwakarta. *Program Studi Administrasi Bisnis Politeknik Perdana Mandiri*, 1–17.
- Zulhilmi, M., Syariah, P., Islam, U., & Banda, N. A. (2023). *Analisis Penetapan Margin Keuntungan Murabahah Pada*. 2, 18–38.