



EFEKTIVITAS DAN KESESUAIAN PROGRAM *AMAZING PRICE* SECARA SYARIAH DALAM MENINGKATKAN JUMLAH PEMBIAYAAN (STUDI PADA GRIYA PT.BANK SYARIAH MANDIRI BEKASI)

Anto Apriyanto¹, Noval Ramadhan²
antoapriyanto@ibm.ac.id¹, opangjardini@gmail.com²
^{1,2}Ekonomi Islam, Institut Bisnis Muhammadiyah Bekasi

ABSTRAK

Penelitian ini menganalisis aspek keberhasilan program amazing price dalam upaya menambah jumlah nasabah pembiayaan BSM dan menganalisa aspek pemenuhan dalam prinsip islam dari program ini. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan melakukan observasi, dokumentasi, dan wawancara. Hasil dari penelitian ini diketahui bahwa program amazing price mampu menambah perolehan jumlah nasabah griya BSM. Namun dalam prakteknya masih ditemukannya ketidakselarasan dari program ini terhadap fatwa DSN MUI. Hal ini dibuktikan dengan masih didapati hal-hal terkait kaidah keislaman yang belum terpenuhi atas program amazing price. Bila BSM melakukan evaluasi dan melakukan upaya untuk memenuhi seluruh aspek keislaman dari program ini, maka program amazing price dapat lebih diterima masyarakat, khususnya warga bekasi, namun apabila pihak BSM tidak melakukan perubahan apapun maka, hal yang pasti terjadi ialah beroperasinya sebuah produk pembiayaan yang tidak berbasis syariah namun dalam pemasarannya mengatasnamakan sebuah produk berbasis syariah, dan hal ini dapat merugikan konsumen khususnya umat Islam.

Kata Kunci : Pembiayaan, *Amazing Price*, PT. Bank Syariah Mandiri

ABSTRACT

This study analyzes aspects of the success of the amazing price program in an effort to increase the number of BSM financing customers and analyzes the fulfillment aspects of the Islamic principles of this program. This study uses qualitative methods by conducting observations, documentation, and interviews. The results of this study note that the amazing price program is able to increase the number of BSM customers, but in practice there is still a discrepancy between the program and the rules of DSN MUI, this is evidenced by the fact that there are still unrelated Islamic principles for the amazing price program. If BSM evaluates and makes efforts to fulfill all Islamic aspects of this program, the amazing price program can be more accepted by the community, especially the residents of Bekasi, but if the BSM party does not make any changes then, what will definitely happen is the operation of a financing product that is not based on sharia but in marketing in the name of a sharia based product, and this can be detrimental to consumers, especially Muslims.

Keyword : *Financing, Amazing Price, and PT.Bank Syariah Mandiri*



PENDAHULUAN

Kebutuhan atas kepemilikan hunian di wilayah kota dan kabupaten Bekasi saat ini terasa sudah menjadi suatu hal yang mendesak yang harus dimiliki oleh setiap penduduk di Bekasi. Kondisi ini berkaitan dengan seiring meningkatnya jumlah penduduk wilayah Bekasi setiap tahunnya, menurut data Badan Pusat Statistik (BPS) kota Bekasi periode 2015-2019 terjadi peningkatan jumlah penduduk sebanyak 280.659 jiwa dengan rata rata kenaikan 56.132 jiwa pertahunnya. Untuk wilayah kabupaten Bekasi menurut data kependudukan Badan Pusat Statistik (BPS) kabupaten Bekasi periode 2015-2019 terjadinya peningkatan penduduk sebanyak 497.893 jiwa dengan rata rata kenaikan 99.578 jiwa setiap tahunnya.

Selain faktor penduduk wilayah Bekasi yang terus meningkat jumlahnya, perlu diketahui pula bahwa wilayah Bekasi merupakan salah satu wilayah penyangga Jakarta sebagai ibu kota, sehingga membuat banyak publik ingin menjadikan Bekasi sebagai wilayah tempat tinggal. Atas dasar lokasi dan posisi wilayah Bekasi yang strategis dan cocok untuk dijadikan wilayah hunian, hal ini tentunya membuat banyak pihak pengembang properti yang berlomba-lomba membangun area kompleks perumahan di berbagai wilayah di Bekasi, bahkan beberapa diantaranya merupakan perusahaan pengembang dengan skala besar yang memiliki brand image cukup terkenal dikalangan publik.

Hal ini tentunya yang telah dilakukan oleh PT. Bank Syariah Mandiri dalam menghadirkan sebuah produk pembiayaan yang dapat memfasilitasi masyarakat bekasi dalam hal kepemilikan hunian, sampai terciptanya program *amazing price*. Program ini dijadikan sebagai produk unggulan dari Bank Syariah Mandiri guna menarik minat masyarakat dalam memenuhi keinginannya untuk memiliki hunian dengan akad Murabahah.

Program *Amazing Price* yang diselenggarakan oleh PT. Bank Syariah Mandiri di Bekasi merupakan salah satu program yang menarik untuk diteliti dalam konteks efektivitas dan kesesuaian syariah dalam meningkatkan jumlah pembiayaan. Dalam konteks ini, efektivitas mengacu pada sejauh mana program tersebut berhasil mencapai tujuan peningkatan jumlah pembiayaan, sementara kesesuaian syariah menyoroti kepatuhan program tersebut terhadap prinsip-prinsip syariah dalam aktivitas perbankan.

Studi tentang efektivitas dan kesesuaian Program *Amazing Price* secara syariah di Griya PT. Bank Syariah Mandiri Bekasi dapat memberikan wawasan yang berharga terkait dengan dampak program tersebut terhadap pertumbuhan pembiayaan di lingkungan tersebut. Melalui analisis yang cermat, dapat dipahami bagaimana program ini berkontribusi pada peningkatan jumlah pembiayaan secara syariah, sekaligus memastikan bahwa seluruh kegiatan yang dilakukan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.

Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman mendalam tentang sejauh mana Program *Amazing Price* di PT. Bank Syariah Mandiri Bekasi efektif dalam meningkatkan jumlah pembiayaan secara syariah, serta sejauh mana kesesuaian program tersebut dengan prinsip-prinsip syariah yang menjadi landasan utama lembaga keuangan syariah. Penelitian ini juga dapat memberikan rekomendasi untuk perbaikan atau pengembangan lebih lanjut agar program ini dapat memberikan manfaat maksimal secara efektif dan sesuai dengan prinsip syariah.

TINJAUAN PUSTAKA

Program *Amazing Price* secara syariah merujuk pada program promosi yang dilakukan oleh lembaga keuangan syariah, seperti Bank Syariah Mandiri, yang mematuhi prinsip-prinsip syariah dalam konteks perbankan syariah. Prinsip-prinsip syariah yang digunakan dalam konteks perbankan syariah meliputi prinsip Murabahah dan Musyarakah Mutanaqisah (Famela, 2019). Prinsip Murabahah digunakan untuk pembiayaan Griya BSM untuk pembelian rumah baru/second, pembelian ruko/rukan baru/second, dan untuk pembangunan rumah (Famela, 2019). Prinsip Musyarakah Mutanaqisah digunakan untuk multiguna/refinancing dan Take Over + Top Up (Famela, 2019).



Dalam konteks ini, efektivitas Program *Amazing Price* secara syariah dapat diukur berdasarkan kemampuannya untuk meningkatkan jumlah pembiayaan, sementara kesesuaian dapat diukur berdasarkan kemampuannya untuk mematuhi prinsip-prinsip syariah dalam konteks perbankan syariah. Beberapa faktor yang mempengaruhi efektivitas program promosi dalam industri perbankan syariah dapat mencakup (Famela, 2019):

1. Kesesuaian dengan Prinsip Syariah: Program promosi harus mematuhi prinsip-prinsip syariah dalam aktivitas perbankan syariah. Kepatuhan terhadap prinsip-prinsip syariah dapat meningkatkan kepercayaan nasabah dan mendukung efektivitas program promosi.
2. Pemahaman Target Market: Memahami dengan baik profil dan kebutuhan target market dalam industri perbankan syariah dapat membantu dalam merancang program promosi yang tepat sasaran dan efektif.
3. Strategi Pemasaran yang Tepat: Penggunaan strategi pemasaran yang sesuai dengan karakteristik industri perbankan syariah, seperti pemasaran melalui kanal yang relevan dan komunikasi yang jelas mengenai produk dan layanan syariah, dapat meningkatkan efektivitas program promosi.
4. Kualitas Layanan: Kualitas layanan yang diberikan oleh lembaga keuangan syariah juga dapat memengaruhi efektivitas program promosi. Layanan yang baik dan responsif terhadap kebutuhan nasabah dapat meningkatkan kepercayaan dan loyalitas nasabah.
5. Inovasi Produk: Keberhasilan program promosi juga dipengaruhi oleh inovasi produk yang ditawarkan. Pengembangan produk-produk pembiayaan yang sesuai dengan prinsip syariah dan memenuhi kebutuhan nasabah dapat meningkatkan efektivitas program promosi.

Selain itu, kesesuaian program promosi dengan prinsip-prinsip syariah dalam aktivitas perbankan syariah dapat dibedakan berdasarkan sbb (Khikmatin, A., & Setianingsih, P.,2021):

1. Pemahaman Prinsip Syariah: Program promosi harus memahami dan mengikuti prinsip-prinsip syariah dalam konteks perbankan syariah.
2. Kompatibilitas dengan Fatwa DSN: Program promosi harus sesuai dengan fatwa Dewan Syariah Nasional (DSN) yang berlaku.
3. Kesesuaian dengan Hukum Islam: Program promosi harus sesuai dengan hukum Islam yang berlaku dalam konteks perbankan syariah.
4. Kesesuaian dengan Prinsip Syariah dalam Produk dan Layanan: Program promosi harus memiliki produk dan layanan yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.
5. Kesesuaian dengan Prinsip Syariah dalam Pembiayaan: Program promosi harus memiliki pembiayaan yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah, seperti prinsip Murabahah dan Musyarakah Mutanaqisah.
6. Kesesuaian dengan Prinsip Syariah dalam Pemasaran: Program promosi harus memiliki strategi pemasaran yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah, seperti menggunakan teori Marketing Mix yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.

Kepatuhan terhadap prinsip syariah dalam setiap aspek program perbankan syariah memiliki signifikansi yang penting dalam menjaga integritas dan kepercayaan nasabah serta masyarakat. Berikut adalah uraian mengenai pentingnya kepatuhan terhadap prinsip syariah dalam aktivitas perbankan (Khikmatin, A., & Setianingsih, P.,2021):



1. Integritas dan Kredibilitas: Kepatuhan terhadap prinsip syariah membantu membangun integritas dan kredibilitas lembaga keuangan syariah di mata nasabah dan masyarakat umum.
2. Kepercayaan Nasabah: Kepatuhan terhadap prinsip syariah meningkatkan kepercayaan nasabah terhadap lembaga keuangan syariah, karena menunjukkan komitmen untuk menjalankan aktivitas perbankan sesuai dengan nilai-nilai Islam.
3. Pemenuhan Kebutuhan Nasabah: Dengan mematuhi prinsip syariah, lembaga keuangan syariah dapat memberikan produk dan layanan yang sesuai dengan nilai-nilai agama Islam, sehingga dapat memenuhi kebutuhan finansial nasabah secara halal dan sesuai syariah
4. Penguatan Identitas Lembaga: Kepatuhan terhadap prinsip syariah membantu memperkuat identitas lembaga keuangan syariah sebagai entitas yang berkomitmen pada prinsip-prinsip Islam dalam setiap aspek operasionalnya.
5. Pemantauan dan Pengawasan: Kepatuhan terhadap prinsip syariah memerlukan pemantauan dan pengawasan yang ketat dari Dewan Pengawas Syariah (DPS) dan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) untuk memastikan bahwa aktivitas perbankan berjalan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.

Dengan menjaga kepatuhan terhadap prinsip syariah dalam setiap aspek program perbankan syariah, lembaga keuangan dapat memperoleh manfaat jangka panjang berupa kepercayaan yang kuat dari nasabah, pemenuhan kebutuhan finansial secara halal, serta penguatan identitas sebagai entitas yang berkomitmen pada nilai-nilai Islam.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini adalah penelitian kualitatif deskriptif, hal ini dikarenakan peneliti melakukan observasi dengan melakukan kunjungan langsung kepada objek penelitian, peneliti mendapatkan sumber penelitian melalui dokumentasi dan wawancara langsung terhadap narasumber yang terkait dalam objek penelitian.

Melalui metode dokumentasi, peneliti mendapatkan salinan laporan jumlah nasabah pembiayaan griya PT.Bank Syariah Mandiri Bekasi periode September 2015-September 2019, salinan keputusan Development Sharia Group (DSG) PT.Bank Syariah Mandiri Tahun 2015 terkait dengan program Amazing Price beserta indikator keberhasilannya, perkembangan zona wilayah hunian baru wilayah Bekasi (Kota dan Kabupaten) tahun 2015-2019, Laporan jumlah penduduk kota dan kabupaten Bekasi melalui laman resmi Badan Pusat Statistik Kota Bekasi, dan keputusan fatwa Dewan Syariah Nasional (DSN) melalui laman resmi dari Dewan Syariah Nasional (DSN), Majelis Ulama Indonesia (MUI) dan ketentuan dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK).

Pada penelitian ini, peneliti melakukan keabsahan data dengan merujuk salah satu kriteria yang digagas oleh Moleong (2000:324) yakni derajat kepercayaan (Credibility). Peneliti melakukan serangkaian pembuktian keakuratan dari hasil-hasil data temuan dalam penelitian, Setelah peneliti mendapatkan dan menguji keabsahan seluruh data yang telah terkumpul, maka langkah selanjutnya adalah mengolah semua data dengan cara menyajikan data, reduksi data, dan penarikan kesimpulan data.



PEMBAHASAN

Program *Amazing price* adalah salah satu program pembiayaan perumahan yang ditawarkan oleh PT. Bank Syariah Mandiri yang diperuntukan untuk pembelian rumah tinggal baik rumah baru, rumah *second*, dan pembelian hunian dengan konsep pengambilan alih kepemilikan dari pihak kedua atau biasa disebut *take over*. Program *Amazing price* merupakan produk hasil inovasi dari BSM dengan menghadirkan program pembiayaan yang menerapkan sistem bunga tunggal yang jumlahnya sudah ditentukan sejak awal hingga masa akhir angsuran dan seluruh biaya-biaya sebelum dilaksanakannya akad seperti: asuransi, notaris, survey, administrasi, dan biaya lain akan ditanggung oleh pihak bank yang kemudian nilai tersebut dimasukkan kedalam skema angsuran 5 tahun pertama. Berdasarkan keputusan *Development Sharia Group* (DSG) PT. Bank Syariah Mandiri tahun 2015, ukuran keberhasilan dari program *Amazing Price* dalam upaya peningkatan jumlah nasabah adalah sebesar 50 akun nasabah pertahunnya. Hal tersebut juga berlaku dalam tahun-tahun berikutnya dengan jumlah yang sama sebesar 50 akun jumlah nasabah.

Tabel 1. Perolehan Nasabah Griya *Amazing Price*

Periode	Perolehan Nasabah	Target perolehan
Sep 2015- Sep 2016	81	50 Akun
Sep 2016- Sep 2017	147	50 Akun
Sep 2017- Sep 2018	229	50 Akun
Sep 2018- Sep 2019	323	50 Akun

Berdasarkan tabel diatas, dapat dinyatakan bahwa penerimaan jumlah nasabah pembiayaan griya BSM periode 2015-2019 terjadi peningkatan jumlah setiap tahunnya, dan hal ini sesuai dengan teori yang dijelaskan oleh Kasmir pada tahun 2014 yang mana dalam operasionalnya bank syariah harus melakukan tindakan guna sebagai upaya peningkatan jumlah nasabah dengan melakukan serangkaian strategi berupa menciptakan produk yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan nasabah, memberikan nilai lebih yang ditawarkan, dan menciptakan produk yang memberikan keuntungan bagi nasabah.

Dengan demikian program *Amazing Price* mampu melampaui target yang telah ditentukan oleh *Development Sharia Group* (DSG) PT. Bank Syariah Mandiri, yakni sebesar 50 (lima puluh) akun setiap tahunnya, dan juga mampu meningkatkan angka perolehan jumlah nasabah pembiayaan griya setiap tahunnya.

Dalam kegiatan pembiayaan *Amazing Price* dilaksanakan dalam bentuk akad *murabahah lil amir bi al syira*, atau dimana pihak nasabah melakukan pemesanan unit hunian dengan pihak penjual baik terhadap pihak pengembang (*developer*) atau penjual berstatus perorangan, sehingga saat awal pemesanan pihak nasabah melampirkan bukti surat pemesanan rumah (SPR) yang dilampirkan bersama dengan dokumen lain seperti: *copy* sertifikat, surat Ijin Membangun Bangunan (IMB), Pajak Bumi dan Bangunan. Hal ini sesuai dengan fatwa DSN-MUI No. 111/DSN-MUI/IX/IX/2017 tentang akad jual beli *murabahah* yang menyebutkan bahwa dalam akad jual beli *murabahah* boleh dilakukan dengan akad *murabahah lil amir bi al syira*. Dengan ini maka, dalam hal bentuk akad dari program *Amazing Price* telah sesuai dengan prinsip fatwa Dewan Syariah Nasional (DSN).

Dalam konteks pembiayaan *Amazing Price*, *murabahah* digunakan sebagai konsep jual beli yang kemudian dijadikan bentuk pembiayaan. Namun, validitas transaksi seperti ini tergantung pada syarat-syarat tertentu



agar transaksi tersebut dapat diterima secara syariah. Program ini diklaim sebagai program pembiayaan berbasis syariah oleh PT. Bank Syariah Mandiri, namun penelitian menunjukkan adanya ketidakselarasan dengan fatwa DSN MUI.

Dengan demikian, perlu dilakukan evaluasi lebih lanjut terhadap aspek syariah yang termuat dalam fatwa Dewan Syariah Nasional (DSN) terkait dengan program Amazing Price agar program ini dapat lebih sesuai dengan prinsip-prinsip Islam dan dapat diterima oleh masyarakat, khususnya warga Bekasi. Jika tidak dilakukan perubahan yang sesuai, dapat berpotensi mengakibatkan operasi produk pembiayaan yang tidak berbasis syariah namun dipasarkan sebagai produk berbasis syariah, yang dapat merugikan konsumen, khususnya umat Islam

1

Program *amazing price* juga telah memenuhi fatwa DSN MUI NO: 04/DSN-MUI/IV/2000 dimana pihak pembeli hendaknya melakukan pemesanan objek hunian terkait bentuk fisik dan pemesanan secara tertulis sehingga dapat dipahami dengan jelas oleh kedua belah pihak. Dalam keputusan *Development Sharia Group* (DSG) PT.Bank Syariah Mandiri tahun 2015 pembiayaan *Amazing Price* diketahui menerapkan sistem bunga tunggal sebesar 12-12.5% yang dijadikan dasar perhitungan harga keuntungan penjualan kembali objek hunian dari pihak bank kepada nasabah serta skema angsuran pembayaran angsuran nasabah kepada pihak bank. Hal tersebut tidak sesuai dengan fatwa Dewan Syariah Nasional (DSN) Majelis Ulama Indonesia (MUI) No:04/DSN-MUI/IV/2000 tahun 2000 tentang akad jual beli *murabahah* yang menyebutkan bahwa dalam akad jual beli *murabahah* bank dan pihak nasabah harus melakukan akad *murabahah* yang bebas *riba*. Dengan ini program *amazing price* tidak memenuhi kriteria dan prinsip islam terkait dengan hukum *riba* yang sebagaimana telah termuat dalam fatwa DSN MUI tahun 2000.

Kegiatan akad pembiayaan *Amazing price* melibatkan pihak notaris untuk memenuhi aspek legal hukum di Indonesia, pihak notaris kembali menegaskan seluruh klausul pembiayaan kepada pihak nasabah agar benar-benar dimengerti, hal ini pun juga dicatatkan ke dalam perjanjian akad pembiayaan tersebut sehingga masing masing pihak baik notaris, bank, dan nasabah memiliki seluruh bukti hukum yang diperlukan. Berdasarkan rangkaian tersebut, pembiayaan griya *Amazing price* telah sesuai dengan mengikuti fatwa Dewan Syariah Nasional (DSN) tahun 2017 terkait *shighat*.

Pihak nasabah yang hendak melakukan pembiayaan griya Amazing Price harus memiliki batas usia minimal 21 tahun dan maksimal 55 tahun, dimana yang bersangkutan pula harus cakap hukum agar mampu memahami secara keseluruhan terkait pembiayaan ini. Ketentuan ini selaras dengan fatwa Dewan Syariah Nasional (DSN) tahun 2017 terkait status para pihak yang melakukan akad pembiayaan.

Objek jual beli dalam program Amazing price merupakan objek yang halal baik secara hukum undang-undang dengan bukan merupakan objek sengketa maupun objek dengan status sebagai perkara pengadilan maupun perkara sosial. Status objek juga diwajibkan masuk kedalam kategori halal dengan tidak terindikasi dari kondisi fisik yang haram dan dimanfaatkan hanya untuk kegiatan yang halal sesuai hukum Islam.

Langkah survei dan *appraisal* objek dilakukan oleh pihak internal bank yang hasilnya akan diteliti oleh pihak pengawas syariah yang dimiliki oleh setiap perbankan syariah di Indonesia. kegiatan survei ini sejalan dengan fatwa Dewan Syariah Nasional (DSN) tahun 2017 berkenaan dengan prinsip *Mutaqawwim* yakni status harta,aset, dan objek yang dapat diambil manfaatnya secara *syar'i* (halal) sehingga objek tersebut layak untuk dijadikan sebagai objek pembiayaan.

Dalam pelaksanaan akad program *amazing price* keseluruhan informasi mengenai harga pokok pembelian objek, keuntungan nilai jual objek, dan harga jual kembali objek (*ma'lum*) kepada nasabah telah dijelaskan secara rinci sebelum dan saat proses akad pembiayaan berlangsung. Sehingga pihak bank tidak menutupi dan menyembunyikan hal-hal yang terkait dengan masalah harga (*khiyanah/tadlis*) kepada nasabah.



Dengan demikian prinsip terkait harga perolehan, keuntungan, harga jual kembali objek- telah diketahui dengan jelas oleh pihak nasabah, sehingga hal tersebut sudah sesuai dengan prinsip fatwa Dewan Syariah Nasional (DSN) tahun 2017 terkait perolehan harga (*Ra's mal al murabahah*).

Program *amazing price* dalam praktiknya telah menginformasikan seluruh hal yang berkenaan dengan harga, baik harga pokok pembelian (*ra's- mal*), keuntungan (*ribh*), dan harga jual kembali (*tsaman*) sebagaimana sesuai dengan ketentuan *shigat al Aqd* dan *Ra's mal al murabahah* yang telah dijelaskan pada bahasan sebelumnya.

Tabel 2. Analisis kesesuaian program Amazing Price dengan fatwa DSN-MUI

Analisis Kesesuaian	keterangan
Bentuk Murabahah	sesuai
<i>Riba</i> dalam Murabahah	Tidak Sesuai
<i>Shigat al-Aqd</i>	sesuai
Para pihak terkait	sesuai
<i>mutsman/mabi'</i>	sesuai
<i>ra's mal al murabahah</i>	Tidak Sesuai
<i>Tsaman</i>	sesuai
Produk dan Kegiatan	sesuai

Dari kegiatan tersebut dapat diketahui bahwa pembiayaan griya BSM telah sesuai dengan fatwa Dewan Syariah Nasional (DSN) tahun 2017 terkait harga (*tsaman*) yang mana dalam fatwa DSN dijelaskan bahwa pembayaran akad ini dapat dilakukan secara tunai (*bai al muajjal*) dan angsuran (*bai bi al taqsith* dan *bai al muqashshah*).

Dalam kegiatan pembiayaan *Amazing Price* dilaksanakan dalam bentuk akad *murabahah lil amir bi al syiraa*, dimana dalam teknisnya terdapat beberapa ketentuan dan batasan yang sudah diketahui dan disetujui oleh seluruh pihak sebelum dan saat akad pembiayaan berlangsung, hal ini bertujuan untuk menyeragamkan pemahaman antara masing-masing pihak dalam akad pembiayaan tersebut.

Hal ini sesuai dengan fatwa Dewan Syariah Nasional (DSN) tahun 2017 tentang akad jual beli *murabahah* yang menyebutkan bahwa dalam akad jual beli *murabahah* terdapat ketentuan (*dhawabith*) dan batasan (*hudud*).

Dengan demikian pelaksanaan program pembiayaan *Amazing price* tidak sesuai dengan prinsip syariah yang terdapat pada fatwa Dewan Syariah Nasional (DSN) Majelis Ulama Indonesia (MUI), Hal ini dibuktikan



dengan ditemukannya hal-hal yang mencederai prinsip syariah, Diantaranya aspek bunga/riba dan kepemilikan objek oleh pihak bank sebelum objek tersebut dijual kembali kepada pihak nasabah.

PENUTUP

KESIMPULAN

Dari seluruh analisa dan bahasan yang telah disampaikan maka dapat disimpulkan hal-hal sebagai berikut: Program Amazing Price mampu secara efektif dalam meningkatkan jumlah nasabah pembiayaan griya PT.Bank Syariah Mandiri Bekasi periode September 2015 – September 2019. Hal ini dibuktikan dengan perolehan jumlah nasabah per tahunnya selalu melampaui target yang telah ditentukan, sehingga membuat jumlah nasabah pembiayaan tersebut semakin bertambah.

Terdapatnya ketidaksesuaian antara program *Amazing Price* dengan prinsip syariah yang tertuang dalam fatwa Dewan Syariah Nasional (DSN) Majelis Ulama Indonesia (MUI) dalam aspek *riba* pada mekanisme angsuran nasabah dan aspek kepemilikan bank atas objek yang akan dijual kepada nasabah (*al-murabahah al-'adiyyah*).

SARAN

Saran dalam penelitian ini adalah, PT.Bank Syariah Mandiri diharapkan melakukan kajian lebih lanjut terhadap seluruh produk-produknya, khususnya pada aspek riba, dan kepemilikan bank atas objek jual beli karena kedua aspek ini adalah hal yang paling mendasar dan utama dalam sistem ekonomi islam yang dapat dimaknai sebagai syarat sah dari prinsip ekonomi islam. Diharapkan bagi peneliti selanjutnya dapat menambah variabel penelitian seperti sektor *funding*, sehingga bukan hanya semata sektor *lending* semata.

REFERENSI

- Adiwarman A. Karim.2012.*Bank Islam Analisis Fiqh dan Keuangan*,Jakarta:Raja Grafindo Persada.hal.54
- Antonio, Muhammad Syafi'I. 2006. *Bank Syariah dari Teori ke Praktik*, Jakarta: Gema Insani Press. hal.90
- Anwar Malik. 1991. *Eksistensi Perbankan Syariah Era Modern*. Jakarta:Gramedia press.hal.13
- Famela, R. (2019). STRATEGI PEMASARAN PADA PRODUK PEMBIAYAAN GRIYA BSM DI BANK SYARIAH MANDIRI KCP KALIURANG YOGYAKARTA.
- Ismail, *Perbankan Syariah*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2011), hal. 31-32.
- Kasmir.2014.*Manajemen Perbankan*.Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.hal. 190
- Khikmatin, A., & Setianingsih, P. (2021). ANALISIS PELUANG DAN TANTANGAN LEMBAGA KEUANGAN SYARIAH DALAM UPAYA MENINGKATKAN DAYA SAING TERHADAP LEMBAGA KEUANGAN KONVENSIONAL DI INDONESIA. *Al-Iqtishod : Jurnal Ekonomi Syariah*.
- Lexy. J. Moleong.2014.*Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung:PT Remaja Rosdakarya.hal. 3 dan 324
- Muazir Harahap., *Pengantar Fiqih Muamalah*, (Jakarta: Rumah Fiqih Publishing, 2018) hlm.85
- Royyan. *Memahami Bisnis Bank Syariah*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2014), hal. 7.