

PENGARUH AKAD MURABAHAH TERHADAP PENINGKATAN PENJUALAN DI TOKO NAYLA KECAMATAN SEPULU KABUPATEN BANGKALAN

Supiya^{1*}, Nurul Fadila², Ulya Dharodjah³

¹²³STAI Darul-Hikmah Bangkalan, Indonesia

¹202193290505@darul-hikmah.com, ²202193290498@darul-hikmah.com

³dharojah@darul-hikmah.com

* Corresponding Author

Received: 28-07- 2025

Revised: 10-08-2025

Approved: 25-08-2025

ABSTRACT

Penelitian yang bertujuan untuk memahami bagaimana transaksi jual beli yang dilakukan Toko Nayla Kecamatan Sepulu Kabupaten Bangkalan. Transaksi dalam Islam terdapat berbagai jenis, itu salah satunya transaksi dengan menggunakan akad murabahah. Akad murabahah adalah jual beli suatu barang, dimana penjual menyebutkan harga jual yang terdiri dari harga pokok barang dan tingkat keuntungan tertentu atas barang dan harga jual tersebut disetujui pembeli. Peneliti melakukan penelitian di Toko Nayla Kecamatan Sepulu Kabupaten Bangkalan karena toko tersebut menerapkan akad murabahah dengan tujuan ingin mengetahui seberapa besar Pengaruh Akad Murabahah Terhadap Peningkatan Penjualan. Jenis penelitian ini Kuantitatif dengan menggunakan Regresi Linier Sederhana dengan jumlah sampel 38 responden dengan menggunakan teknik kuesioner yang disebar kepada 38 responden. Sedangkan dalam pengukuran skala yang digunakan skala likert 5 point dengan pengambilan sampel yaitu menggunakan accident sampling. Kemudian dilakukan uji validitas dan reabilitas. Hipotesis pada penelitian ini dapat dibuktikan dari pengujian hipotesis dimana r Hitung r Tabel, t Hitung t Tabel. Dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa variabel pengaruh hasil akad murabahah Terhadap Peningkatan penjualan di toko Nayla Kecamatan Sepulu Kabupaten Bangkalan berpengaruh.

Kata Kunci: Akad Murabahah dan Peningkatan Penjualan.

INTRODUCTION

Perekonomian yang berbasis nilai-nilai dan prinsip syariah sudah lama dinantikan umat Islam di Indonesia. Penerapan prinsip syariah dalam berbagai aktivitas transaksi dan pembangunan ekonomi didorong oleh kerangka ajaran Islam serta aspirasi masyarakat agar sistem ekonomi yang berjalan selaras dengan maqāṣid al-syarī'ah. Perkembangan ekonomi syariah di Indonesia mulai terlihat sejak berdirinya Bank Muamalat Indonesia pada 1991 sebagai bank syariah pertama, dan tumbuh pesat pasca pengesahan UU No. 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah yang mendorong ekspansi bank syariah serta lembaga keuangan syariah lainnya seperti asuransi, koperasi, zakat, dan wakaf (Dwi Sari, 2016)(Muhammad Irgi Perdana et al, 2025).

Dalam bahasa Arab, ekonomi Islam disebut iqtisād al-Islāmī. Iqtisād dipahami sebagai pengetahuan tentang aturan yang mengatur proses produksi, distribusi, dan konsumsi kekayaan. Ekonomi Islam menata perilaku ekonomi masyarakat dengan rujukan tauhid yang dielaborasi dalam rukun iman dan Islam. Sejalan dengan pandangan Douglass North, dalam setiap sistem ekonomi manusia menciptakan institusi untuk menetapkan rules of the game yang membatasi serta membimbing interaksi manusia itulah yang memengaruhi perilaku ekonomi(Hassan & Choudhury, 2019)(Ilmy, 2019).

Di tingkat mikro, prinsip-prinsip ekonomi Islam tidak hanya berdampak pada kebijakan makro, tetapi juga berperan bagi perkembangan usaha kecil dan menengah. Kenaikan kebutuhan masyarakat pada pangan, sandang, dan papan mendorong

pertumbuhan usaha kecil di berbagai sektor. UMKM dipercaya berkontribusi besar bagi perekonomian Indonesia, namun kerap menghadapi keterbatasan modal kerja, investasi, dan kualitas SDM. Data terkini mempertegas urgensi ini: pada 30 Januari 2025, pemerintah menegaskan UMKM menyumbang >60% PDB dan menyerap $\approx 97\%$ tenaga kerja nasional menjadi tulang punggung perekonomian yang perlu akses skema pembiayaan yang terjangkau dan compliant syariah (Kadiyono & Susanto, 2025) (International Monetary Fund. Asia and Pacific Dept, 2024).

Temuan serupa dipublikasikan oleh BPS/instansi pemerintah lain sepanjang 2024–2025 (mis. BPS daerah, Kemenkeu) sehingga konsisten menggambarkan bobot UMKM di perekonomian. Salah satu aktivitas utama UMKM adalah jual beli. Dalam Islam, jual beli dibolehkan oleh Al-Qur'an dan Sunnah, namun harus memenuhi prinsip syariah agar sah (halāl) dan adil. Dengan demikian, hukum jual-beli ditentukan oleh kepatuhan pada kaidah syariah. Pada konteks pembiayaan perdagangan/ritel, akad murabahah menempati posisi sentral (Harahap & Risfandy, 2022). Menurut (Saputra & Muhammad, 2023), murabahah berasal dari ribhun (keuntungan); secara istilah ialah jual beli di mana penjual menyebutkan harga pokok dan margin keuntungan yang disepakati pembeli. Di Indonesia, praktik murabahah memiliki dasar normatif yang jelas melalui Fatwa DSN-MUI No. 04/DSN-MUI/IV/2000 tentang Murabahah dan standar internasional AAOIFI Sharia Standard No. 8 (Murabahah to the Purchase Orderer) memberi kejelasan aspek kepemilikan, penetapan margin, struktur cicilan, dan ketentuan denda/ta'zir.

Dari sisi industri, murabahah secara historis mendominasi portofolio pembiayaan bank syariah Indonesia (sekitar $\sim 60\%$ dalam berbagai periode), sekalipun proporsinya dapat berfluktuasi antarakad dan waktu. Bukti dokumenter terdapat pada studi/stats industri dan laporan korporasi BSI serta ringkasan SPS OJK, yang secara konsisten menempatkan murabahah dan musyarakah sebagai porsi terbesar pembiayaan ritel/produktif. Di saat bersamaan, SPS OJK memberikan baseline statistik bulanan untuk memantau dinamika pembiayaan per akad dan kesehatan industry landasan empiris penting bagi penelitian terapan di ritel-UMKM (Rahmawati, 2024) (Supriyandi & Anwar, 2023).

Secara empiris mutakhir, literatur menyimpulkan pembiayaan syariah termasuk murabahah mendukung kinerja UMKM. Disli, (Disli et al., 2023) menunjukkan perbankan syariah lebih terlibat dalam pembiayaan MSME dan dapat menghasilkan pendapatan yang lebih baik dari segmen tersebut. Studi-studi lokal juga menguatkan pengaruh positif pembiayaan murabahah terhadap perkembangan atau pendapatan UMKM misalnya temuan BMT Al Bahjah Kuningan (2025) yang mendapati efek positif dan signifikan pada pendapatan UMKM, serta berbagai hasil penelitian yang menunjukkan korelasi positif pada level koperasi syariah/BMT.

Dalam konteks itu, Toko Nayla di Kecamatan Sepulu, Kabupaten Bangkalan toko ritel yang menjual berbagai produk makanan kemasan menghadapi persaingan dan kebutuhan ekspansi. Penerapan akad murabahah sebagai skema buy now, pay later yang syariah-compliant berpotensi meningkatkan daya beli pelanggan melalui harga pokok + margin transparan, tenor yang jelas, serta kepastian hukum-akad; implikasinya ialah peningkatan volume transaksi, nilai keranjang, dan omzet toko. Literatur mikro yang spesifik menilai dampak murabahah pada penjualan ritel masih relatif terbatas dibanding studi di level bank/UMKM agregat itulah kesenjangan penelitian yang ingin diisi oleh studi "Pengaruh Akad Murabahah terhadap Peningkatan Penjualan di Toko Nayla, Jalan Raya Sepulu, Kabupaten Bangkalan."

Dari sisi kebijakan-pasar, momentum industri juga mendukung. OJK melalui Statistik Perbankan Syariah (SPS) dan laporan perkembangan keuangan syariah menyediakan rujukan berkala untuk tren aset, pembiayaan, dan kualitas portofolio; pada 2024–2025, industri menunjukkan pertumbuhan yang tetap resilien sehingga eksperimen kebijakan mikro di ritel (seperti Toko Nayla) menjadi relevan dan timely sebagai model penerapan akad yang disiplin syariah dan efektif komersial. Dengan dasar normatif yang kuat (DSN-MUI/AAOIFI), dukungan tren industri (SPS OJK), serta bukti empiris terbaru bahwa pembiayaan syariah pro-MSME, penelitian ini menguji secara terukur apakah implementasi murabahah yang compliant berpengaruh signifikan terhadap penjualan Toko Nayla sebagai kontribusi nyata menghubungkan teori/standar dengan praktik ritel mikro di wilayah Bangkalan.

LANDASAN TEORI

Pengertian Akad Murabahah

Murabahah merupakan salah satu bentuk akad jual beli yang paling banyak digunakan dalam praktik ekonomi Islam, khususnya pada lembaga keuangan syariah. Secara etimologis, kata *murābahah* berasal dari bahasa Arab, dari akar kata *ar-ribḥu* yang berarti keuntungan atau tambahan nilai (Al Hammadi et al., 2024). Dalam terminologi fikih, murabahah diartikan sebagai jual beli barang pada harga pokok dengan tambahan keuntungan tertentu yang diketahui dan disepakati antara penjual dan pembeli (Wiley, 2012) (Moosa, 2023).

Fatwa DSN-MUI No. 04/DSN-MUI/IV/2000 menegaskan bahwa murabahah adalah akad jual beli barang dengan menyebutkan harga pokok ditambah margin keuntungan yang disepakati, dengan syarat barang dimiliki penjual sebelum dijual kembali. Definisi ini menegaskan pentingnya transparansi harga, kepastian keuntungan, serta keabsahan kepemilikan barang dalam murabahah (Nata, 2023).

Sheikh Taqi Usmani. membedakan murabahah menjadi dua bentuk:

1. **Murabahah Mutlaqah**: jual beli dengan pembayaran tunai.
2. **Murabahah Muajjal**: jual beli dengan pembayaran tangguh atau cicilan.

Kedua bentuk ini tetap harus memenuhi prinsip dasar jual beli Islami, yaitu kejelasan objek akad (*ma'qūd 'alayh*), kesepakatan kedua belah pihak, dan bebas dari gharar serta riba (Bhatti et al., 2025).

Prinsip dan Indikator Akad Murabahah

Dalam perspektif fikih muamalah, sahnya akad murabahah ditentukan oleh terpenuhinya beberapa prinsip fundamental:

1. **Kejelasan Barang** (*ta'yīn al-mabī'*) – Barang yang dijual harus jelas spesifikasinya, baik jenis, kualitas, maupun jumlahnya. Hal ini untuk menghindari ketidakjelasan (gharar).
2. **Kejelasan Harga** (*ta'yīn as-si'r*) – Penjual wajib menyebutkan harga pokok dan margin keuntungan yang diambil. Transparansi harga menjadi pembeda murabahah dengan bentuk jual beli lain.
3. **Ijab dan Qabul** – Kesepakatan lisan atau tertulis yang menunjukkan kerelaan kedua pihak. Dalam praktik modern, hal ini diwujudkan melalui kontrak tertulis.
4. **Kepemilikan Barang** – Penjual harus benar-benar memiliki barang sebelum dijual kembali, sesuai kaidah *lā tabī' mā lā tamlik* (jangan menjual apa yang belum dimiliki).
5. **Kesaksian atau Kehadiran Pihak Lain** – Untuk memperkuat legitimasi akad,

terutama pada transaksi bernilai besar.

6. **Ketiadaan Unsur Gharar** – Akad harus terbebas dari spekulasi berlebihan, ketidakjelasan harga, maupun syarat yang merugikan salah satu pihak.

Indikator di atas selaras dengan tujuan *maqāṣid al-sharī'ah* untuk menciptakan keadilan, menghindari kezaliman, serta memastikan keberkahan transaksi (Moosa, 2023) (Handayani et al., 2025) (Ali & Muhajir, 2025).

Konsep Penjualan dalam Perspektif Ekonomi Modern dan Syariah

Penjualan dalam ilmu manajemen dipahami sebagai proses pertukaran barang atau jasa dengan nilai tertentu, biasanya berupa uang. Penjualan tidak hanya dilihat sebagai aktivitas komersial, tetapi juga sebagai fungsi strategis yang mempengaruhi kelangsungan hidup perusahaan (Kowalkowski et al., 2025) (Rahman et al., 2023).

Dalam perspektif Islam, penjualan atau *al-bay'* diperbolehkan sebagaimana ditegaskan dalam Al-Qur'an (QS. Al-Baqarah: 275): "*Allah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba.*" Dengan demikian, jual beli menjadi instrumen utama dalam muamalah, namun harus tunduk pada prinsip keadilan, kejujuran, dan keterhindaran dari praktik riba.

Penjualan dalam penelitian ini diukur berdasarkan data empiris: perbandingan volume penjualan Toko Nayla sebelum dan sesudah penerapan akad murabahah. Hal ini sesuai dengan pendekatan kuantitatif yang menilai penjualan sebagai variabel dependen (Y).

Kerangka Konseptual

Berdasarkan teori di atas, maka kerangka konseptual penelitian ini adalah:

- Variabel Independen (X): Akad Murabahah.
- Variabel Dependen (Y): Peningkatan Penjualan.

Asumsinya, semakin baik penerapan akad murabahah (transparansi harga, kesepakatan, kejelasan barang), maka semakin besar kepercayaan konsumen, yang pada gilirannya berkontribusi pada peningkatan penjualan.

1. Kajian Penelitian Terdahulu

Penelitian sebelumnya menunjukkan variasi temuan terkait hubungan akad murabahah dengan perkembangan usaha:

- (Usaha et al., 2020) menemukan bahwa pembiayaan murabahah berpengaruh positif terhadap perkembangan UMKM, karena memberi akses modal yang lebih fleksibel.
- (Putra & Fajri AF, 2024) menunjukkan bahwa baik murabahah maupun mudharabah sama-sama berdampak positif terhadap UKM, terutama dalam meningkatkan kapasitas produksi dan pasar.
- (Sari & Nuraini, 2022) meneliti pada level perbankan syariah, dan menemukan bahwa pembiayaan murabahah, mudharabah, dan ijarah berpengaruh signifikan terhadap laba bersih bank.

Namun, penelitian lapangan pada Toko Nayla menunjukkan hasil yang lebih kompleks. Secara deskriptif, terjadi peningkatan penjualan setelah penerapan akad murabahah, tetapi hasil regresi linear sederhana menunjukkan pengaruh yang tidak signifikan secara statistik. Gap ini menunjukkan bahwa pengaruh akad syariah terhadap penjualan tidak dapat dilepaskan dari variabel lain, seperti strategi pemasaran, kualitas produk, dan daya beli masyarakat.

Hipotesis

Berdasarkan teori, kerangka konseptual, dan penelitian terdahulu, maka hipotesis yang diajukan adalah: “Terdapat pengaruh signifikan akad murabahah terhadap peningkatan penjualan di Toko Nayla Kecamatan Sepulu Kabupaten Bangkalan.”

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif untuk menggambarkan secara faktual pengaruh penerapan akad murabahah terhadap peningkatan penjualan pada konteks ritel mikro. Fokusnya bukan pada hubungan kausal yang kompleks, melainkan pada pemetaan kondisi aktual pasca-implementasi akad di Toko Nayla, Sepulu–Bangkalan. Analisis utama yang digunakan adalah statistik deskriptif untuk merangkum temuan lapangan dan regresi linier sederhana guna menaksir arah serta besaran pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

Subjek penelitian mencakup seluruh pelanggan yang bertransaksi di Toko Nayla pada periode pengamatan (N = 250). Dengan mempertimbangkan keterbatasan biaya, tenaga, dan waktu, penentuan responden dilakukan melalui non-probability sampling tipe accidental sampling, yakni memilih pelanggan yang ditemui dan memenuhi kriteria saat pengambilan data. Ukuran sampel dihitung menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 15%, sehingga diperoleh sekitar 38 responden yang dinilai cukup merepresentasikan karakteristik populasi pada konteks lapangan ini.

Data penelitian bersumber dari data primer dan sekunder. Data primer dikumpulkan melalui kuesioner tertutup yang diberikan kepada pelanggan untuk mengukur persepsi dan pengalaman mereka terkait praktik murabahah di toko. Data sekunder diperoleh dari dokumen penjualan yang disediakan pemilik, sehingga memungkinkan perbandingan kinerja penjualan sebelum (Oktober 2024) dan sesudah (November–Desember 2024) penerapan akad. Variabel independen (X) adalah penerapan akad murabahah, yang dioperasionalkan melalui indikator kejelasan barang, kejelasan harga, kesepakatan ijab-qabul, kepemilikan barang, kehadiran para pihak, serta ketiadaan unsur gharar. Variabel dependen (Y) adalah peningkatan penjualan, yang diproksi dari perubahan penjualan periode sebelum–sesudah serta diperkuat dengan tanggapan responden. Seluruh indikator sikap diukur menggunakan skala Likert lima poin.

Pengumpulan data dilakukan berlapis untuk memastikan kedalaman dan ketepatan informasi: observasi langsung di lokasi untuk menangkap praktik aktual, wawancara singkat dengan pemilik/petugas guna memperoleh klarifikasi prosedural, penyebaran kuesioner kepada pelanggan, serta dokumentasi terhadap catatan penjualan. Instrumen kuesioner terlebih dahulu diuji validitas (korelasi item-total pada taraf signifikansi 5%) dan reliabilitas (koefisien Cronbach’s Alpha dengan batas penerimaan $\alpha > 0,60$), sehingga butir yang digunakan layak mengukur konstruk yang dimaksud.

Sebelum estimasi model, data diuji asumsi klasik untuk memenuhi syarat regresi: normalitas (melalui uji Lilliefors/K-S), heteroskedastisitas (pemeriksaan pola sebar pada scatterplot atau uji signifikansi), dan linearitas (ANOVA linearitas). Model analisis yang digunakan adalah regresi linier sederhana dengan persamaan $Y = a + bX$, di mana b merepresentasikan koefisien pengaruh penerapan murabahah terhadap

peningkatan penjualan. Signifikansi pengaruh diuji dengan uji-t (parsial), sedangkan koefisien determinasi (R^2) dilaporkan untuk menunjukkan proporsi variasi penjualan yang dapat dijelaskan oleh penerapan akad. Hasil akhirnya disajikan dalam bentuk nilai koefisien, p-value, dan R^2 , disertai interpretasi praktis bagi pengambilan keputusan took misalnya, sejauh mana penguatan aspek kejelasan harga, kepemilikan barang, dan kelengkapan ijab-qabul berkontribusi pada peningkatan transaksi dan omzet.

HASIL DA PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Penelitian ini dilakukan pada 38 responden yang dipilih dari populasi 250 konsumen Toko Nayla Kecamatan Sepulu Kabupaten Bangkalan. Penentuan jumlah responden didasarkan pada rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 15%, sesuai praktik umum penelitian sosial yang menghadapi keterbatasan dana, tenaga, dan waktu .

Tabel 1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Laki-laki	15	39%
Perempuan	23	61%
Total	38	100%

Data pada Tabel 1.1 menunjukkan bahwa responden penelitian didominasi oleh perempuan sebesar 61%. Secara akademis, hal ini mencerminkan tren bahwa perempuan sering kali berperan sebagai pengambil keputusan dalam rumah tangga terkait konsumsi sehari-hari, sehingga tanggapan mereka terhadap akad murabahah menjadi penting untuk menilai pengaruh akad syariah terhadap pola pembelian.

Tabel 1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah	Persentase
16-20	3	9%
21-25	7	18%
26-30	18	47%
31-35	10	26%
Total	38	100%

Sementara itu, berdasarkan usia, sebagian besar responden berusia 26–30 tahun (47%). Usia ini dapat dikategorikan sebagai kelompok produktif yang secara ekonomi relatif aktif dalam kegiatan konsumsi maupun investasi. Dari perspektif perilaku konsumen, kelompok usia produktif lebih terbuka terhadap inovasi dalam transaksi, termasuk penerapan akad syariah seperti murabahah.

Tanggapan Responden terhadap Penerapan Akad Murabahah

Responden diminta menilai 12 butir pernyataan terkait pemahaman dan penerimaan akad murabahah.

Tabel 1.3 Tanggapan Responden terhadap Variabel X (Akad Murabahah)

Item	SS (%)	S (%)	KS (%)	TS (%)	STS (%)
1	71	29	0	0	0
2	55	45	0	0	0

Item	SS (%)	S (%)	KS (%)	TS (%)	STS (%)
3	53	47	0	0	0
4	66	34	0	0	0
5	47	50	3	0	0
6	10	53	37	0	0
7	81	16	0	3	0
8	10	29	16	45	0
9	50	40	10	0	0
10	24	40	5	31	0
11	84	16	0	0	0
12	37	50	13	0	0

Mayoritas responden menjawab “sangat setuju” atau “setuju” pada hampir seluruh item, dengan tingkat persetujuan tertinggi pada item ke-11 (84%). Hal ini menunjukkan adanya penerimaan positif terhadap akad murabahah sebagai instrumen jual beli yang dianggap jelas, adil, dan transparan. Secara konseptual, temuan ini mendukung literatur muamalah yang menekankan bahwa kepastian harga dalam akad murabahah mengurangi risiko gharar (ketidakpastian) dan meningkatkan trust (kepercayaan) konsumen.

Data Penjualan Sebelum dan Sesudah Akad Murabahah

Untuk mengukur variabel Y (peningkatan penjualan), digunakan data penjualan mingguan Toko Nayla.

Tabel 1.4 Data Penjualan Toko Nayla (Variabel Y)

No	Bulan/Minggu	Penjualan (Rp)
1	Oktober/1	1.434.000
2	Oktober/2	1.453.000
3	Oktober/3	1.426.000
4	Oktober/4	783.000
5	November/1	1.922.000
6	November/2	1.461.000
7	November/3	1.567.000
8	November/4	1.466.000
9	Desember/1	1.602.000
10	Desember/2	1.691.000
11	Desember/3	1.738.000
12	Desember/4	2.874.000

Tabel 1.4 memperlihatkan bahwa penjualan mengalami fluktuasi, namun tren meningkat terlihat jelas pada bulan November dan Desember, terutama pada minggu keempat Desember dengan pencapaian Rp 2.874.000. Secara empiris, hal ini mengindikasikan bahwa penerapan akad murabahah berkontribusi pada meningkatnya volume penjualan, meskipun secara statistik hasilnya perlu diuji lebih lanjut.

Uji Validitas dan Reliabilitas

Instrumen penelitian diuji menggunakan uji validitas dan reliabilitas. Semua item memiliki r -hitung $>$ r -tabel (0,320), sehingga valid. Uji reliabilitas menghasilkan

Cronbach's Alpha sebesar 0,657 ($>0,60$), yang berarti instrumen dapat dipercaya untuk mengukur variabel penelitian.

Tabel 1.5 Uji Reliabilitas

Cronbach's Alpha	Jumlah Item	Keterangan
0,657	12	Reliabel

Secara metodologis, hal ini menunjukkan bahwa instrumen penelitian memenuhi syarat pengukuran dalam riset kuantitatif. Dengan demikian, kesimpulan yang ditarik dari data kuesioner dapat dipertanggungjawabkan.

Uji Asumsi Klasik

Pengujian asumsi klasik dilakukan untuk memastikan data layak dianalisis dengan regresi linier. Hasil uji normalitas menunjukkan distribusi data normal ($\text{sig. } 0,200 > 0,05$). Uji heteroskedastisitas menghasilkan $\text{sig. } 0,582 > 0,05$, yang berarti tidak terjadi heteroskedastisitas. Uji linearitas juga menunjukkan hubungan yang linier antarvariabel. Dengan demikian, data memenuhi asumsi dasar untuk regresi linier sederhana.

Analisis Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi menghasilkan persamaan: $Y = 308,838 + 3,913X$

Persamaan ini menunjukkan bahwa setiap kenaikan satu satuan pada akad murabahah (X) berpotensi meningkatkan penjualan (Y) sebesar 3,913 satuan.

Tabel 1.6 Hasil Regresi Linier Sederhana

Variabel	B	Sig.	Keterangan
Konstanta (a)	308,838	0,033	Signifikan
Akad Murabahah X	3,913	0,156	Tidak signifikan

Namun, uji-t menunjukkan $t_{hitung} (1,449) < t_{tabel} (1,688)$, dan uji-F menunjukkan $f_{hitung} (2,099) < f_{tabel} (4,11)$. Dengan demikian, secara statistik tidak terdapat pengaruh signifikan akad murabahah terhadap peningkatan penjualan. Koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,055 berarti akad murabahah hanya menjelaskan 5,5% variasi penjualan, sementara 94,5% dipengaruhi faktor lain.

Temuan ini menimbulkan dua kesimpulan yang berbeda antara deskriptif dan inferensial. Data deskriptif menunjukkan adanya peningkatan penjualan pasca penerapan akad murabahah, yang konsisten dengan teori bahwa akad berbasis syariah dapat meningkatkan kepercayaan konsumen dan loyalitas pasar. Namun, hasil uji regresi menunjukkan pengaruh yang tidak signifikan secara statistik.

Dari perspektif ilmu ekonomi Islam, hal ini dapat dijelaskan bahwa akad murabahah memang menciptakan fondasi etis dalam transaksi transparansi harga, kesepakatan di awal, dan keadilan distribusi keuntungan namun peningkatan penjualan dipengaruhi lebih besar oleh faktor non-akad, seperti strategi pemasaran, daya beli masyarakat, kualitas produk, dan kompetisi pasar.

Dengan kata lain, penerapan akad syariah menjadi kondisi perlu tetapi tidak cukup untuk meningkatkan penjualan secara signifikan. Diperlukan integrasi antara prinsip syariah dan strategi bisnis modern, misalnya promosi berbasis digital marketing, program loyalitas pelanggan, atau penekanan pada kualitas layanan. Temuan ini penting secara akademik karena menunjukkan bahwa kajian pemasaran

syariah tidak hanya berorientasi pada kepatuhan akad, tetapi juga membutuhkan strategi manajerial yang kontekstual sesuai dinamika pasar.

KESIMPULAN

Setelah peneliti melakukan penelitian secara langsung dengan melakukan penyebaran angket yang diberikan kepada 38 konsumen yang membeli di Toko Nayla Kecamatan Sepulu Kabupaten Bangkalan dan mengelola hasil jawaban yang telah diberikan responden dari hasil angket yang peneliti sebarakan melalui SPSS sebagai berikut:

Berdasarkan dari hasil uji linearitas menunjukkan bahwa nilai Fhitung lebih besar dari $0,05 = 0,312$ sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang linier antara akad murabahah terhadap peningkatan penjualan.

Berdasarkan dari hasil regresi linier sederhana konstanta (a) sebesar 3,913 maka koefisien regresi akad murabahah menyatakan bahwa setiap penambahan 1 satuan dan nilai partisipasinya bertambah besar, maka nilai koefisien tersebut bernilai positif, sehingga dapat dinyatakan bahwa arah pengaruh variabel akad murabahah terhadap peningkatan penjualan adalah positif.

Berdasarkan hasil dari parsial uji t diperoleh T hitung sebesar 1,449 dan taraf signifikan kurang dari 0,05 dengan nilai t tabel 1,688 maka H_a ditolak dan H_o diterima. Jadi hasil variabel X (akad murabahah) tidak terdapat pengaruh yang signifikan terhadap variabel Y (peningkatan penjualan).

Berdasarkan dari hasil T tabel koefisien determinasi R Square yaitu 0,055 atau 5,5 sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa peningkatan penjualan yang dipengaruhi oleh akad murabahah adalah 5,5% sedangkan untuk 94,5% dipengaruhi oleh variabel lain. Dari hasil penelitian ini telah ditemukan bahwa akad murabahah berpengaruh positif tapi tidak signifikan terhadap peningkatan penjualan di Toko Nayla Kecamatan Sepulu Kabupaten Bangkalan.

DAFTAR PUSTAKA

- Al Hammadi, M., Jimber-Del Río, J. A., Ochoa-Rico, M. S., Montero, O. A., & Vergara-Romero, A. (2024). Risk Management in Islamic Banking: The Impact of Financial Technologies through Empirical Insights from the UAE. *Risks*, 12(2), 17. <https://doi.org/10.3390/risks12020017>
- Ali, M. Y., & Muhajir, A. K. (2025). *EVALUATION OF THE IMPLEMENTATION OF PSAK 102 IN MURABAHAH FINANCING AT KSPPS EL RAHMA LOMBOK*. 11, 133–150.
- Bhatti, M., Saleem, M. S., & Mansor, F. (2025). Need for reform in AAOIFI standards on murabaha financing: evidence from Islamic Banks in Pakistan. *Quality and Quantity*, 59(Suppl 1), 59–78. <https://doi.org/10.1007/s11135-024-01974-y>
- Disli, M., Aysan, A. F., & Abdelsalam, O. (2023). Favoring the small and the plenty: Islamic banking for MSMEs. *Economic Systems*, 47(1), 101051. <https://doi.org/10.1016/j.ecosys.2022.101051>
- Dwi Sari, M. (2016). History of Islamic Bank in Indonesia: Issues Behind Its Establishment. *International Journal of Finance and Banking Research*, 2(5), 178. <https://doi.org/10.11648/j.ijfbr.20160205.13>
- Handayani, S., Syahputri, D., Warohmah, M., Syekh, I., Halim, A., Al, H., Binjai, I., & Info, A. (2025). Implementation Of Murabahah Financing In Syariah Banking In Indonesia-Siska Handayani et.al Implementation Of Murabahah Financing In Syariah Banking In Indonesia. *Jurnal Ilmu Hukum*, 15(02), 163–174.

- <https://doi.org/10.58471/justi.v15i02>
- Harahap, B., & Risfandy, T. (2022). Islamic Organization and the Perception of riba (Usury) and Conventional Banks Among Muslims: Evidence From Indonesia. *Sage Open*, 12(2). <https://doi.org/10.1177/21582440221097931>
- Hassan, A., & Choudhury, M. A. (2019). *Islamic Economics*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780429432088>
- Ilmy, R. M. (2019). the Concept of Production, Distribution, and Consumption in Islamic Economics. *Review of Islamic Economics and Finance*, 2(1), 41–46. <https://doi.org/10.17509/rief.v2i1.17637>
- International Monetary Fund. Asia and Pacific Dept. (2024). Financing Barriers and Performance of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMES). *IMF Staff Country Reports*, 2024(271), A002. <https://www.elibrary.imf.org/view/journals/002/2024/271/article-A002-en.xml>
- Kadiyono, A. L., & Susanto, H. (2025). Human capital and entrepreneurial performance: the mediating effect of entrepreneurial innovation in Indonesia. *Cogent Social Sciences*, 11(1). <https://doi.org/10.1080/23311886.2025.2474191>
- Kowalkowski, C., Kramer, V., Eravci, S., Salonen, A., & Ulaga, W. (2025). Selling and sales management for successful servitization: a systematic review and research agenda. *Journal of Personal Selling & Sales Management*, 1–27. <https://doi.org/10.1080/08853134.2025.2502168>
- Moosa, R. (2023). An Overview of Islamic Accounting: The Murabaha Contract. *Journal of Risk and Financial Management*, 16(7), 335. <https://doi.org/10.3390/jrfm16070335>
- Muhammad Irgi Perdana et al. (2025). Challenges And Developments Of Islamic Banking In Indonesia. *International Journal of Economic Research and Financial Accounting (IJERFA)*, 3(2), 339–348.
- Nata, A. A. L. (2023). Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) 102 Tentang Pembiayaan Murabahah Dalam Penerapan Akuntansi Syariah Pada PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Metro Madani. *Margin: Jurnal Bisnis Islam Dan Perbankan Syariah*, 2(2), 142–152. <https://doi.org/10.58561/margin.v2i2.97>
- Putra, M. R. A., & Fajri AF, M. S. (2024). Peran Akad Mudharabah pada Permodalan Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kota Samarinda. *Sanskara Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 3(01), 1–6. <https://doi.org/10.58812/sek.v3i01.454>
- Rahman, M., Jang, S., & Ahmed, S. (2023). How Does Selling Capability Impact Firm Value? The Moderating Roles of Relative Strategic Emphasis, Market Volatility, and Technological Volatility. *British Journal of Management*, 34(3), 1655–1676. <https://doi.org/10.1111/1467-8551.12659>
- Rahmawati, A. (2024). Dominasi Murabahah dalam Pembiayaan Bank Syariah Indonesia. *Syntax Literate; Jurnal Ilmiah Indonesia*, 9(10), 5803–5809. <https://doi.org/10.36418/syntax-literate.v9i10.51696>
- Saputra, P. R., & Muhammad, H. (2023). Analisis Penetapan Harga dalam Kontrak Murabahah di Bank Syariah. *Jihbiz: Jurnal Ekonomi, Keuangan Dan Perbankan Syariah*, 7(1), 56–68. <https://doi.org/10.33379/jihbiz.v7i1.2257>
- Sari, N. I., & Nuraini, A. (2022). Pengaruh Pembiayaan Mudharabah, Murabahah, Dan Ijarah Terhadap Laba Bersih. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Kesatuan*, 10(2), 221–232. <https://doi.org/10.37641/jiakes.v10i2.1322>
- Supriyandi, S., & Anwar, S. (2023). The Implementation Of Murabahah Financing Contracts In Bank Syariah Indonesia. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(3), 4295.

<https://doi.org/10.29040/jiei.v9i3.10811>

Usaha, P., Melalui, K., Memperoleh, U., & Sarjana, G. (2020). *SKRIPSI KEMENTRIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) SYEKH NURJATICIREBON*. 2-25.

Wiley. (2012). Murabaha and Musawamah. In *Understanding Islamic Finance* (pp. 213-239). Wiley. <https://doi.org/10.1002/9781119209096.ch9>