

- 1) Penjual memberi tahu biaya modal kepada nasabah.
- 2) Kontrak pertama harus sah sesuai dengan rukun yang ditetapkan.
- 3) Kontrak harus bebas dari riba.
- 4) Penjual harus menjelaskan kepada pembeli bila terjadi cacat atas barang sesudah pembelian.
- 5) Penjual harus menyampaikan semua hal yang berkaitan dengan pembelian, misalnya jika pembelian dilakukan secara utang.

Secara prinsip, jika syarat dalam (a), (d), atau (e) tidak dipenuhi, pembeli memiliki pilihan:

- 1) Melanjutkan pembelian seperti apa adanya,
- 2) Kembali kepada penjual dan menyatakan ketidaksetujuan atas barang yang dijual.
- 3) Membatalkan kontrak.

Jual beli secara *murābahah* diatas hanya untuk barang atau produk yang telah dikuasai atau dimiliki oleh penjual pada waktu negosiasi dan berkontrak. Bila produk tersebut tidak dimiliki penjual, sistem yang digunakan adalah *murābahah kepada pemesan pembelian (murābahah KPP)*. Hal ini dinamakan demikian karena si penjual semata-mata mengadakan barang untuk memenuhi kebutuhan si pembeli yang memesannya.

- a) Jika nasabah memutuskan untuk membeli barang tersebut, ia tinggal membayar sisa harga.
- b) Jika nasabah batal membeli, uang muka menjadi milik bank maksimal sebesar kerugian yang ditanggung oleh bank akibat pembatalan tersebut, dan jika uang muka tidak mencukupi, nasabah wajib melunasi kekurangannya.

7. Hubungan faktor kebutuhan, kelompok referensi, dan promosi terhadap keputusan konsumen

Keputusan membeli atau mengonsumsi suatu produk akan diawali oleh langkah-langkah sebagai berikut: pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, dan evaluasi alternatif. Pengenalan kebutuhan muncul ketika konsumen menghadapi suatu masalah, yaitu suatu keadaan dimana terdapat perbedaan antara keadaan yang diinginkan dan keadaan yang sebenarnya terjadi. Pencarian informasi mulai dilakukan ketika konsumen memandang bahwa kebutuhan tersebut bisa dipenuhi dengan membeli dan menggunakan suatu produk. Konsumen akan mencari informasi yang tersimpan dalam ingatannya (pencarian internal) dan mencari informasi dari luar (pencarian eksternal). Pencarian eksternal adalah proses pencarian informasi kepada lingkungan konsumen, seperti bertanya pada teman, saudara, atau tenaga penjual. Konsumen juga akan mencari informasi melalui promosi yang dilakukan seperti melalui majalah dan brosur. Tahap ketiga adalah evaluasi alternatif. Evaluasi

