

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Hakikat Manajemen Keuangan Syariah

1. Pengertian Manajemen Keuangan

Manajemen keuangan adalah suatu proses dalam peraturan aktivitas atau kegiatan keuangan dalam suatu organisasi, dimana di dalamnya termasuk kegiatan *planning*, analisis, dan pengendalian terhadap kegiatan keuangan yang biasanya dilakukan oleh manajer keuangan. Manajemen keuangan dapat diartikan juga sebagai seluruh aktivitas atau kegiatan perusahaan yang berhubungan dengan upaya untuk mendapatkan dana perusahaan dengan meminimalkan biaya dan upaya penggunaan serta pengalokasian dana tersebut secara efisien dalam memaksimalkan nilai perusahaan yaitu harga dimana calon pembeli siap atau bersedia membayarnya jika suatu perusahaan menjualnya.¹⁸

2. Tujuan Manajemen Keuangan

Tujuan manajemen keuangan perusahaan adalah memaksimalkan nilai kekayaan para pemegang saham. Nilai kekayaan dapat dilihat melalui perkembangan harga saham (*common stock*) perusahaan di pasar. Dalam hal ini, nilai saham dapat merefleksikan investasi keuangan perusahaan dan kebijakan dividen. Oleh karena itu, dalam teori-teori keuangan, variabel yang sering digunakan dalam penelitian pasar modal

¹⁸ Asnaini, Evan Stiawan dan Windi Asriani, *Manajemen Keuangan*, (Yogyakarta: Teras, 2012).hal.1.

untuk mewakili nilai perusahaan adalah harga saham, dengan berbagai jenis indicator, antara lain return saham, harga saham biasa, abnormal return, dan indicator lain yang merepresentasikan harga saham biasa di pasar modal.¹⁹

3. Fungsi Manajemen Keuangan

Fungsi manajemen keuangan dapat dirinci ke dalam tiga bentuk kebijakan perusahaan, yaitu (a) keputusan investasi, (b) keputusan pendanaan, dan (c) kebijakan dividen. Setiap fungsi harus mempertimbangkan tujuan perusahaan; mengoptimalkan kombinasi tiga kebijakan keuangan yang mampu meningkatkan nilai kekayaan bagi para pemegang saham. Ketiga fungsi manajemen keuangan harus dipertimbangkan yang membawa dampak sinergis terhadap harga saham perusahaan di pasar.²⁰

4. Jenis Laporan Keuangan

a. Neraca

Neraca adalah laporan keuangan yang menggambarkan posisi keuangan perusahaan pada suatu saat yang merupakan nilai perusahaan pada waktu tertentu. Neraca biasanya disajikan tiap akhir tahun, pertengahan tahun, atau kuartal pertama.²¹ Sedangkan menurut Jumingan (2011:13) neraca adalah suatu laporan yang sistematis tentang aktiva (*assets*), utang (*liabilities*), dan modal sendiri (*owners*

¹⁹ Harmono, *Manajemen Keuangan: Berbasis Balanced Scorecard Pendekatan Teori, Kasus, dan Riset Bisnis*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2011).hal.1

²⁰ Harmono, *Manajemen Keuangan: Berbasis...*, hal.6.

²¹ Najmudin, *Manajemen Keuangan dan Akuntansi Syar'iyah Modern I*, (Yogyakarta: ANDI, 2011).hal.69.

equity) dari suatu perusahaan pada tanggal tertentu. Biasanya pada saat buku ditutup yakni akhir bulan, akhir triwulan, atau akhir tahun.²²

b. Laporan arus kas

Arus kas berarti arus masuk dan arus keluar kas atau setara kas. Perusahaan menyajikan arus kas dari aktivitas operasi, investasi dan pendanaan dengan cara yang paling sesuai dengan bisnis perusahaan tersebut. Klasifikasi menurut aktivitas memberikan informasi yang memungkinkan para pengguna laporan untuk menilai pengaruh aktivitas tersebut terhadap posisi keuangan perusahaan serta terhadap jumlah kas dan setara kas. Informasi tersebut dapat juga digunakan untuk mengevaluasi hubungan di antara aktivitas tersebut.²³

Fokus yang disyaratkan pada kas dalam laporan ini menghasilkan suatu dokumen yang lebih berguna daripada dokumen laporan terdahulu. Angka laba bersih yang positif dalam laporan laba rugi akhir tidak akan berarti banyak kecuali perusahaan dapat mengubah laba tersebut menjadi uang kas dan satu-satunya sumber dalam laporan keuangan untuk mengetahui uang kas yang dihasilkan adalah laporan arus kas.²⁴

²² Jumingan, *Analisis Laporan Keuangan*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2011).hal.13.

²³ Najmudin, *Manajemen Keuangan...*, hal.73.

²⁴ Lyn M. Fraser dan Aileen Ormiston, *Memahami Laporan Keuangan*, terj. Priyo Darmawan, (Jakarta: PT Indeks, 2008).hal.166.

c. Laporan perubahan ekuitas

Laporan perubahan ekuitas adalah laporan perubahan modal dari satu kesatuan usaha selama satu periode tertentu, yang meliputi laba komprehensif, investasi, dan distribusi dari dan kepada pemilik (*investment by and distribution to owners*).²⁵ Laporan ekuitas pemilik melaporkan perubahan ekuitas pemilik selama jangka waktu tertentu. Laporan tersebut dipersiapkan setelah laporan laba rugi, karena laba bersih atau rugi bersih periode berjalan harus dilaporkan dalam laporan ini. Demikian juga, laporan ekuitas pemilik dibuat sebelum mempersiapkan neraca, karena jumlah ekuitas pemilik pada akhir periode harus dilaporkan di neraca. Oleh karena itu, laporan ekuitas pemilik sering kali dipandang sebagai penghubung antara laporan laba rugi dengan neraca.²⁶

d. Laporan laba rugi

Laporan laba rugi membandingkan pendapatan terhadap beban pengeluarannya untuk menentukan laba (atau rugi) bersih. Laporan ini memberikan informasi tentang hasil akhir perusahaan selama periode tertentu.²⁷ Laporan laba rugi merupakan salah satu elemen keuangan yang menggambarkan posisi hasil usaha suatu perusahaan dalam jangka waktu atau periode tertentu. Komponen laporan laba rugi terdiri dari pendapatan dan bebab. Di dalam

²⁵ Winwin Yadiati, *Teori Akuntansi*, (Jakarta: Kencana, 2007).hal.51.

²⁶ Warren, Reeve,dan Fess, *Pengantar Akuntansi*, terj. Aria Farahmita, Amanugrahani, Taufik Hendrawan, (Jakarta: Salemba Empat, 2006).hal.25.

²⁷ Najmudin, *Manajemen Keuangan...*, hal 71.

penyajianya, bank harus menyajikan laporan laba rugi dengan mengelompokkan pendapatan dan beban menurut karakteristiknya dan disusun dalam bentuk bertahap (*multiple step*) yang menggambarkan pendapatan atau beban yang berasal dari kegiatan utama bank dan kegiatan lain atau dengan kata lain laporan laba rugi harus membedakan antara unsur pendapatan dan beban yang berasal dari kegiatan operasional dan non operasional. Di dalam proses pencatatannya, bank harus menetapkan kebijakan pangkuan atas pendapatan dan beban, sehingga menjadi pedoman baku bagi penerapan kebijakan akuntansi secara konsisten.²⁸

Laporan laba rugi biasanya disiapkan langsung dari neraca lajur. Akan tetapi, urutan pencantuman beban bisa berubah. Beban diurutkan pada laporan laba rugi berdasarkan besarnya beban tersebut, dimulai dengan yang terbesar. Beban rupa-rupa merupakan pos terakhir tanpa memedulikan jumlahnya.²⁹ Untuk keperluan analisis laporan keuangan, penyusunan laporan laba rugi hendaknya mengikuti kaidah-kaidah sebagai berikut: (1) perlu disebutkan judulnya yang terdiri atas nama perusahaan, nama laporan (laporan labarugi) dan periode waktu yang diliput; (2) perlu diungkapkan semua sumber penghasilan dan berbagai ongkos dan biaya yang timbul sehubungan dengan usaha pokok atau usaha utama perusahaan; (3) perlu ditunjuk secara jelas besarnya laba usaha atau rugi usaha

²⁸ Indra Bastian dan Suhardjono, *Akuntansi Perbankan*, (Jakarta: Salemba Empat, 2006).hal.73.

²⁹ Warren, Reeve,dan Fess, *Pengantar Akuntansi...*, hal.178.

(hanya berkaitan dengan usaha pokok) dan besarnya pendapatan bersih atau kerugian bersih untuk periode yang bersangkutan; (4) perlu diperlihatkan secara khusus besarnya pajak perseroan; (5) pos-pos atau laba rugi insidental dan penyesuaian periode sebelumnya perlu ditunjukkan secara terpisah; (6) tunjukkan laporan laba rugi periode-periode sebelumnya sebagai bahan perbandingan; (7) informasi penting yang bersifat menjelaskan tempatkan sebagai catatan kaki. Catatan kaki ini merupakan suplemen dari laporan utama.³⁰

5. Tujuan Laporan Keuangan

Tujuan laporan keuangan adalah menyediakan informasi yang menyangkut posisi keuangan, kinerja dan perubahan posisi keuangan suatu perusahaan yang bermanfaat bagi sejumlah besar pemakai dalam pengambilan keputusan ekonomi. Laporan keuangan juga menunjukkan apa yang telah dilakukan manajemen, atau pertanggungjawaban manajemen atas sumber daya yang dipercayakan kepadanya.

Informasi posisi keuangan terutama disediakan dalam neraca, informasi kinerja terutama disediakan dalam laporan laba rugi, sedangkan informasi perubahan posisi keuangan disajikan dalam laporan tersendiri. Informasi kinerja perusahaan, terutama profitabilitas, diperlukan untuk menilai perubahan potensial sumber daya ekonomi yang mungkin dikendalikan pada masa depan. Informasi kinerja bermanfaat untuk memprediksi kapasitas perusahaan dalam menghasilkan arus kas dari

³⁰ Jumingan, *Analisis Laporan ...*, hal.31.

sumber daya yang ada. Di samping itu, informasi tersebut juga berguna dalam perumusan pertimbangan tentang efektivitas perusahaan dalam memanfaatkan tambahan sumber daya.

Informasi perubahan posisi keuangan perusahaan bermanfaat untuk menilai aktivitas investasi, pendanaan dan operasi selama periode pelaporan. Informasi ini berguna bagi pemakai sebagai dasar untuk menilai kemampuan perusahaan dalam menghasilkan kas (dan setara kas) dan kebutuhan perusahaan untuk memanfaatkan arus kas tersebut.³¹

B. Hakikat Laba Bersih

1. Pengertian Laba Bersih

Laba bersih adalah kelebihan seluruh pendapatan terhadap beban-beban yang terjadi dalam bentuk laporan laba rugi. Laba bersih untuk periode waktu tertentu mempunyai pengaruh yaitu menaikkan ekuitas pemilik (modal) dalam periode tersebut, dan sebaliknya apabila rugi bersih akan menurunkan ekuitas pemilik (modal) dalam periode bersangkutan.³² Laba bersih merupakan kelebihan pendapatan di atas beban. Laba atau rugi usaha berasal dari transaksi perusahaan dengan pihak luar (perorangan maupun badan usaha) baik yang normal maupun yang tidak normal.³³

³¹ Najmudin, *Manajemen Keuangan...*, hal.64.

³² Arfan Ikhsan, *Akuntansi Manajemen...*,hal.24.

³³ Imam Santoso, *Akuntansi Keuangan ...*, hal.196-197.

Dari beberapa pendapat di atas sehingga dapat disimpulkan bahwa laba bersih adalah kelebihan yang didapat dari seluruh pendapatan setelah dikurangi dengan seluruh beban-beban yang terjadi dalam suatu periode pada perusahaan yang dilaporkan dalam bentuk laporan laba rugi.

2. Unsur Laba

a. Pendapatan

Pendapatan didefinisikan sebagai suatu arus masuk dari aktiva yang diterima dalam pertukaran untuk penyediaan barang-barang atau jasa. Dalam suatu hotel, pendapatan diperoleh dari penyediaan ruangan tamu, sementara dalam rumah makan, pendapatan berasal dari penjualan makanan dan minuman. Tidak biasa untuk menerima pendapatan non operasi, yang diklasifikasikan sebagai item-item pendapatan lain dalam laba rugi mengikuti pendapatan operasi. Item pendapatan lain merupakan pendapatan non operasi yang secara tidak langsung berhubungan terhadap tujuan utama dari bisnis, yang menjual barang-barang dan jasa. Ketika pendapatan diterima, seharusnya ditunjukkan dengan mengikuti pendapatan operasi dalam klasifikasi laba rugi sebelum pajak ditentukan. Metode akuntansi akrual mengenali pendapatan ketika didapat, tidak dibutuhkan ketika diterima. Pendapatan diciptakan dan dicatat terhadap akun pendapatan dengan menerimas kas atau perluasan kredit.

b. Biaya

Biaya didefinisikan sebagai suatu arus keluar dari aktiva yang dikonsumsi untuk menghasilkan pendapatan. Metode akrual mengharuskan beban dicatat ketika terjadi, tidak dibutuhkan ketika pembayaran dibuat. Walaupun pengenalan dari biaya dalam teori meningkatkan ekuitas pemilik, dalam realitas ekuitas pemilik akan meningkat atau menurun hanya setelah biaya-biaya terjadi yang sesuai terhadap pendapatan laba di akhir periode operasi.³⁴

3. Faktor Laba

Ada banyak faktor yang mempengaruhi perubahan laba bersih (*net income*). Faktor-faktor tersebut, yaitu sebagai berikut: (a) naik turunnya jumlah unit yang dijual dan harga jual per unit; (b) naik turunnya harga pokok penjualan. Perubahan harga pokok penjualan ini dipengaruhi oleh jumlah unit yang dibeli atau diproduksi atau dijual dan harga pembelian per unit atau harga pokok per unit; (c) naik turunnya biaya usaha yang dipengaruhi oleh jumlah unit yang dijual, variasi jumlah unit yang dijual, variasi dalam tingkat harga dan efisiensi operasi perusahaan; (d) naik turunnya pos penghasilan atau biaya nonoperasional yang dipengaruhi oleh variasi jumlah unit yang dijual, variasi dalam tingkat harga dan perubahan kebijaksanaan dalam pemberian atau penerimaan *discount*; (e) naik turunnya pajak perseroan yang dipengaruhi oleh besar kecilnya laba

³⁴ Arfan Ikhsan, *Akuntansi Manajemen...*, hal.48.

yang diperoleh atau tinggi rendahnya tarif pajak; (f) adanya perubahan dalam metode akuntansi.³⁵

4. Tujuan Pelaporan Laba

Simorangkir dalam penelitian Apriani bahwa secara lebih spesifik, pelaporan laba akuntansi mempunyai tujuan sebagai berikut: (a) sebagai alat ukur efisiensi manajemen; (b) untuk membedakan antara modal dan laba; (c) memberikan informasi yang dapat dipakai untuk memprediksi deviden; (d) sebagai alat untuk mengukur keberhasilan manajemen dan pedoman bagi pengambilan keputusan manajemen; (e) sebagai salah satu dasar untuk penentuan pajak; dan (f) sebagai dasar untuk pembagian bonus dan kompensasi.³⁶

5. Manfaat Laba

Pandia dalam penelitian Apriani bahwa keberhasilan bank dalam menghimpun atau memobilisasi dana masyarakat tentu akan meningkatkan dana operasionalnya yang akan dialokasikan ke berbagai bentuk aktiva yang paling menguntungkan. Adapaun manfaat laba bagi suatu bank secara umum yaitu: (a) untuk kelangsungan hidup (*survive*), maksudnya pada umumnya tujuan utama didirikan bank adalah *survive* atau kelangsungan hidup dimana laba yang diperoleh hanya cukup untuk membiayai biaya operasional bank; (b) dengan semakin berkembangnya suatu perusahaan maka akan diimbangi dengan bertambah banyaknya

³⁵ Jumingan, *Analisa Laporan...*, hal.165.

³⁶ Niken Dwi Apriani, *Pengaruh Pembiayaan Jual Beli, Pembiayaan Bagi Hasil dan Giro Titipan terhadap Laba Bersih pada Bank Mega Syariah*, (Tulungagung: Skripsi Tidak Diterbitkan, 2017).hal.25.

cabang perusahaan mereka sehingga dapat pula mensejahterakan karyawannya karena gaji dan bonus meningkat; (c) bank juga tidak terlepas dari tanggungjawab sosial yaitu memberikan manfaat bagi masyarakat sekitarnya atau umum, misalnya memberikan beasiswa me sponsori kejuaraan olahraga atau pelayanan kesehatan secara cuma-cuma.³⁷

C. Hakikat Pembiayaan Mudarabah

1. Pengertian

Pembiayaan diartikan sebagai penyediaan dana atau tagihan yang dipersamakan dengan itu berupa transaksi bagi hasil dalam bentuk mudarabah dan musyarakah; transaksi sewa-menyewa dalam bentuk ijarah atau sewa-menyewa dalam bentuk ijarah muntahiyah bit tamlik; transaksi jual beli dalam bentuk piutang murabahah, salam dan istishna; transaksi pinjam meminjam dalam bentuk piutang qardh berdasarkan atau kesepakatan antara bank syariah serta atau UUS dan pihak lain yang mewajibkan pihak yang dibiayai dan atau diberi fasilitas dana untuk mengembalikan dana tersebut setelah jangka waktu tertentu dengan imbalan ujah atau bagi hasil. Secara umum tujuan pembiayaan dibedakan menjadi dua kelompok, yaitu tujuan pembiayaan untuk tingkat makro dan tujuan pembiayaan untuk tingkat mikro. Secara makro tujuan pembiayaan adalah peningkatan ekonomi umat, tersedianya dana bagi

³⁷ Niken Dwi Apriani, *Pengaruh Pembiayaan Jual Beli...*, hal.26.

peningkatan usaha, meningkatkan produktivitas, membuka lapangan kerja. Sedangkan secara mikro tujuan pembiayaan adalah meningkatkan laba, meminimalkan risiko, pendayagunaan sumber ekonomi, penyaluran kelebihan dana.³⁸

Pembiayaan mudarabah merupakan akad kerja sama usaha antara dua pihak di mana pihak pertama (*shahibul maal*) menyediakan seluruh (100%) modal, sedangkan pihak lainnya menjadi pengelola. Keuntungan usaha secara mudarabah dibagi menurut kesepakatan yang dituangkan dalam kontrak, sedangkan apabila rugi ditanggung oleh pemilik modal selama kerugian itu bukan akibat kelalaian si pengelola, si pengelola harus bertanggung jawab atas kerugian tersebut.³⁹

Akad mudarabah adalah akad kerjasama usaha antara dua pihak dimana pihak pertama (*shahibul maal*) menyediakan seluruh modal, sedangkan pihak lainnya menjadi pengelola. Keuntungan usaha secara mudarabah dibagi menurut kesepakatan yang dituangkan dalam kontrak, sedangkan rugi ditanggung oleh pemilik modal selama kerugian itu bukan akibat kelalaian si pengelola.⁴⁰ Sedangkan menurut Adiwarmanto (2016:204) Bentuk kontrak antara dua pihak di mana satu pihak berperan sebagai pemilik modal dan mempercayakan sejumlah modalnya untuk

³⁸ Binti Nur Asiyah, *Manajemen Pembiayaan Bank Syariah*, (Yogyakarta: Kalimedea, 2015).hal.1-5.

³⁹ Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah...*, hal.95.

⁴⁰ Binti Nur Asiyah, *Manajemen Pembiayaan ...*, hal.183.

dikelola oleh pihak kedua, yakni si pelaksana usaha, dengan tujuan untuk mendapatkan untung disebut akad mudarabah.⁴¹

Sehingga dapat ditarik kesimpulan dari beberapa pendapat di atas bahwa pembiayaan mudarabah adalah suatu akad kerja sama yang biasanya terjadi diperbankan di mana dalam akad tersebut terdapat dua pelaku yaitu *shahibul maal* atau penyettor modal yang secara penuh memberikan seluruh modalnya kepada *mudharib* atau pengelola modal yang berhak menerima modal dari *shahibul maal* untuk melakukan usaha. Selama perjanjian kerja sama *shahibul maal* tidak boleh ikut campur dalam pengelolaan dana. Keuntungan yang didapat akan dibagi sesuai dengan kesepakatan, namun jika terjadi kerugian yang disebabkan bukan karena kelalaian pengelola maka kerugian ditanggung oleh penyettor modal. Tetapi jika disebabkan oleh kelalaian pengelola maka pengelola dana ikut menanggung kerugian tersebut.

2. Landasan Syariah

Secara umum, landasan syariah al-mudarabah lebih mencerminkan anjuran untuk melakukan usaha.⁴² Hal ini tampak dalam Q.S. Al-Jumu'ah:10

فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِن فَضْلِ اللَّهِ
وَاذْكُرُوا اللَّهَ كَثِيرًا لَّعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ ﴿١٠﴾

⁴¹ Adiwarman Karim, *Bank Islam: Analisis Fiqih dan Keuangan*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2016).hal.204.

⁴² Ibid, hal.95.

10. Apabila telah ditunaikan shalat, Maka bertebaranlah kamu di muka bumi; dan carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak supaya kamu beruntung.⁴³

Q.S. An-Nisa' ayat 29

يَتَأَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ
إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ
إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

29. Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang Berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu; Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.⁴⁴

Hadis riwayat Imam Baihaqi dari Ibnu Abbas

عَنْ ابْنِ عَبَّاسٍ قَالَ : كَانَ الْعَبَّاسُ بْنُ عَبْدِ الْمُطَّلِبِ إِذَا دَفَعَ مَا لَا مُضَارَةَ فِيهِ اشْتَرَطَ غَلِي صَاحِبَهُ أَنْ لَا يَسْلُكَ بِهِ بَحْرًا وَلَا يَنْزِلَ بِهِ وَلَا دِيًّا وَلَا يَشْتَرِي بِهِ ذَاتَ كَبِدٍ رَطْبَةً فَإِنْ فَعَلَ فَهُوَ ضَامِنٌ فَرَفَعَ شَرْطَهُ إِلَى رَسُولِ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ فَأَجَازَهُ

“Dari Ibnu Abbas, bahwa Abbas bin Abdul Muthalib jika menyerahkan harta sebagai mudharabah, ia mensyaratkan kepada mudharib-nya agar tidak mengarungi lautan, dan menuruni lembah, serta tidak membeli hewan ternak. Jika persyaratan itu dilanggar, ia (mudharib) harus

⁴³ Departemen Agama RI, *Al-Quran dan Terjemahan*, (Bandung : PT Alma'arif, 2009).hal.500.

⁴⁴ Departemen Agama RI, *Al-Quran dan Terjemahan...*, hal.75.

menanggung resikonya. Ketika persyaratan yang ditetapkan Abbas itu di dengar Rasulullah, beliau membenarkannya.” (HR. Imam Baihaqi)⁴⁵

3. Rukun

Faktor-faktor yang harus ada (rukun) dalam akad mudarabah adalah:

a. Pelaku (pemilik modal maupun pelaksana usaha)

Faktor pertama (pelaku) kiranya sudah cukup jelas. Dalam akad mudarabah, harus ada minimal dua pelaku. Pihak pertama bertindak sebagai pemilik modal (*shahibul maal*), sedangkan pihak kedua bertindak sebagai pelaksana usaha (*mudharib*). Tanpa dua pelaku ini, maka akad mudarabah tidak ada.

b. Objek mudarabah (modal dan kerja)

Faktor kedua (objek mudarabah) merupakan konsekuensi logis dari tindakan yang dilakukan oleh para pelaku. Pemilik modal menyerahkan modalnya sebagai objek mudarabah, sedangkan pelaksana usaha menyerahkan kerjanya sebagai objek mudarabah. Modal yang diserahkan bisa berbentuk uang atau barang yang dirinci berapa nilai uangnya. Sedangkan kerja yang diserahkan bisa berbentuk keahlian, keterampilan, *selling skill*, *management skill*, dan lain-lain. Tanpa dua objek ini, akad mudarabah pun tidak akan ada.

c. Persetujuan kedua belah pihak (ijab qabul)

Faktor ketiga yakni persetujuan kedua belah pihak, merupakan konsekuensi dari prinsip *an-taraddin minkum* (sama-sama rela). Di sini kedua belah pihak harus secara rela bersepakat untuk

⁴⁵ Imam Mustofa, *Fiqih Muamalah Kontemporer*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2016).hal.157-158.

mengikrarkan diri dalam akad mudarabah. Si pemilik dana setuju dengan perannya untuk berkontribusi dana, sementara si pelaksana usaha pun setuju dengan perannya untuk berkontribusi kerja.

d. Nisbah keuntungan

Faktor keempat (yakni nisbah) adalah rukun yang khas dalam akad mudarabah, yang tidak ada dalam akad jual beli. Nisbah ini mencerminkan imbalan yang berhak diterima oleh kedua pihak yang bermudarabah. Mudharib mendapatkan imbalan atas kerjanya, sedangkan shahibul maal mendapat imbalan atas penyertaan modalnya. Nisbah keuntungan inilah yang akan mencegah perselisihan antara kedua belah pihak mengenai cara pembagian keuntungan.⁴⁶

4. Syarat

Syarat-syarat khusus yang harus dipenuhi dalam mudarabah terdiri dari syarat modal dan keuntungan. Syarat modal yaitu: (1) modal harus berupa uang; (2) modal harus jelas dan diketahui jumlahnya; (3) modal harus tunai bukan utang; (4) modal harus diserahkan kepada mitra kerja. Sementara itu, syarat keuntungan yaitu keuntungan harus jelas ukurannya dan keuntungan harus dengan pembagian yang disepakati kedua belah pihak.⁴⁷

⁴⁶ Adiwarmanto Karim, *Bank Islam: Analisis...*, hal.205.

⁴⁷ Ascarya, *Akad dan Produk Bank Syariah*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2015).hal.62.

5. Jenis Pembiayaan Mudarabah

Secara umum, mudarabah terbagi menjadi dua jenis, yaitu mudarabah muthlaqah dan mudarabah muqayyadah.

a. Mudarabah Muthlaqah

Yang dimaksud dengan transaksi mudarabah muthlaqah adalah bentuk kerja sama antara shahibul maal dan mudharib yang cakupannya sangat luas dan tidak dibatasi oleh spesifikasi jenis usaha, waktu, dan daerah bisnis. Dalam pembahasan fiqih ulama salafus saleh seringkali dicontohkan dengan ungkapan *if'al ma syi'ta* (lakukan sesukamu) dari shahibul maal ke mudharib yang memberi kekuasaan sangat besar.

b. Mudarabah Muqayyadah

Mudarabah muqayyadah atau disebut juga dengan istilah *restricted mudarabah* atau *specified mudarabah* adalah kebalikan dari mudarabah muthlaqah. Si mudharib dibatasi dengan batasan jenis usaha, waktu, atau tempat usaha. Adanya pembatasan ini seringkali mencerminkan kecenderungan umum si shahibul maal dalam memasuki jenis dunia usaha.⁴⁸

6. Ketentuan Umum

Ketentuan umum yang berlaku dalam akad mudarabah adalah: (a) jumlah modal yang diserahkan kepada nasabah selaku pengelola modal harus diserahkan tunai, dapat berupa uang atau barang yang dinyatakan

⁴⁸ Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah...*, hal.97.

nilainya dalam satuan uang. Apabila modal diserahkan secara bertahap, harus jelas tahapannya dan disepakati bersama; (b) hasil dari pengelolaan modal pembiayaan mudarabah dapat diperhitungkan dengan dua cara:

- 1) Hasil usaha dibagi sesuai dengan persetujuan dalam akad, pada setiap bulan atau waktu disepakati. Bank selaku pemilik modal menanggung seluruh kerugian kecuali akibat kelalaian dan penyimpangan pihak nasabah, seperti penyelewengan, kecurangan, dan penyalahgunaan dana.
- 2) Bank berhak melakukan pengawasan terhadap pekerjaan namun tidak berhak mencampuri urusan pekerjaan atau usaha nasabah. Jika nasabah cidera janji dengan sengaja misalnya tidak atau membayar kewajiban atau menunda pembayaran kewajiban, dapat dikenakan sanksi administrasi.⁴⁹

7. Aplikasi dalam Perbankan

Al-mudarabah biasanya diterapkan pada produk-produk pembiayaan dan pendanaan. Pada sisi penghimpunan dana, al-mudarabah diterapkan pada: (a) tabungan berjangka, yaitu tabungan yang dimaksudkan untuk tujuan khusus, seperti tabungan haji, tabungan kurban, dan sebagainya; (b) deposito biasa; (c) deposito special (*special investment*), di mana dana yang dititipkan nasabah khusus untuk bisnis tertentu, misalnya murabahan saja atau ijarah saja. Adapun pada sisi pembiayaan, mudarabah diterapkan untuk: (a) pembiayaan modal kerja,

⁴⁹ Muhammad, *Manajemen Bank Syariah...*, hal.98.

seperti modal kerja perdagangan dan jasa; (b) investasi khusus, disebut juga mudarabah muqayyadah, di mana sumber dana khusus dengan penyaluran yang khusus dengan syarat-syarat yang telah ditetapkan oleh shahibul maal.⁵⁰

8. Manfaat dan Risiko

Adapun manfaat dari pembiayaan mudarabah antara lain: (a) Bank akan menikmati peningkatan bagi hasil pada saat keuntungan usaha nasabah meningkat; (b) Bank tidak berkewajiban membayar bagi hasil kepada nasabah pendanaan secara tetap, tetapi disesuaikan dengan pendapatan atau hasil usaha bank sehingga bank tidak akan pernah mengalami *negatif spread*; (c) pengembalian pokok pembiayaan disesuaikan dengan *cash flow* atau arus kas usaha nasabah sehingga tidak memberatkan nasabah; (d) Bank akan lebih selektif dan hati-hati (*prudent*) mencari usaha yang benar-benar halal, aman, dan menguntungkan karena keuntungan yang konkret dan benar-benar terjadi itulah yang akan dibagikan; (e) prinsip bagi hasil dalam pembiayaan mudarabah atau pembiayaan musyarakah ini berbeda dengan prinsip bunga tetap di mana bank akan menangih penerima pembiayaan (nasabah) satu jumlah bunga tetap berapa pun keuntungan yang dihasilkan nasabah, sekalipun merugi dan terjadi krisis ekonomi.⁵¹

Sedangkan risiko yang terdapat dalam pembiayaan mudarabah, terutama pada penerapannya dalam pembiayaan, relatif tinggi,

⁵⁰ Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah...*, hal.97.

⁵¹ Ibid, hal.97.

diantaranya: (a) *Side streaming*, nasabah menggunakan dana itu bukan seperti yang disebut dalam kontrak; (b) lalai dan kesalahan yang disengaja; (c) menyembunyikan keuntungan oleh nasabah bila nasabahnya tidak jujur.⁵²

D. Hakikat Biaya Promosi

1. Pengertian Biaya

Biaya merupakan faktor yang sangat penting dalam melaksanakan berbagai kegiatan apa pun jenis kegiatan itu. Terlebih lagi kegiatan di bidang pemasaran, khususnya promosi.⁵³ Menurut Arfan biaya adalah kas atau nilai ekuivalen kas yang dikorbankan untuk mendapatkan barang atau jasa yang diharapkan memberi manfaat saat ini atau masa yang akan datang bagi organisasi. Biaya dikeluarkan untuk mendapat manfaat di masa yang akan datang, manfaat bagi perusahaan yang berorientasi laba berarti pendapatan.⁵⁴ Dari beberapa pendapat di atas, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa biaya adalah seluruh pengorbanan yang harus dikeluarkan oleh suatu perusahaan untuk kegiatan yang berlangsung di dalamnya yang mempunyai manfaat di masa sekarang atau di masa yang akan datang.

2. Pengertian Promosi

Promosi merupakan kegiatan *marketing mix* yang terakhir. Kegiatan ini merupakan kegiatan yang sama pentingnya dengan ketiga

⁵² Ibid, hal.98.

⁵³ Freddy Rangkuti, *Strategi Promosi...*,hal.205.

⁵⁴ Arfan Ikhsan, *Akuntansi Manajemen...*,hal.153.

kegiatan, baik produk, harga, dan lokasi. Dalam kegiatan ini setiap bank berusaha untuk mempromosikan seluruh produk dan jasa yang dimilikinya baik langsung maupun tidak langsung.⁵⁵ Promosi adalah bagian dari variabel pemasaran yang memiliki peran sangat penting. Mengingat keberadaan promosi adalah semacam jembatan komunikasi antara pihak perusahaan atau manajemen dengan pihak pelanggan atau konsumen pada umumnya.⁵⁶ Promosi merupakan bagian dari proses komunikasi antara pihak pemasar dengan pihak konsumen. Karena merupakan bagian dari proses komunikasi, maka kegiatan promosi akan melibatkan pihak pemasar sebagai sumber informasi dan pihak konsumen atau pelanggan yang berlaku sebagai pihak penerima informasi tentang jasa dari pemasar tersebut.⁵⁷ Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa promosi adalah suatu kegiatan yang penting dalam pemasaran produk atau jasa suatu perusahaan yang bertujuan untuk mengubah minat dari pembeli agar tertarik dengan produk atau jasa yang ditawarkan.

3. Tujuan Promosi

Tanpa promosi jangan diharapkan nasabah dapat mengenal bank. Oleh karena itu, promosi merupakan sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan nasabahnya. Salah satu tujuan promosi bank adalah menginformasikan segala jenis produk yang ditawarkan dan berusaha menarik calon nasabah yang baru. Paling

⁵⁵ Kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2014).hal.246.

⁵⁶ Nirwana, *Prinsip-prinsip Pemasaran Jasa*, (Malang: Dioma, 2004).hal.73

⁵⁷ Ibid, hal.75.

tidak ada empat macam sarana promosi yang dapat digunakan oleh setiap bank dalam mempromosikan baik produk maupun jasanya.⁵⁸

4. Bauran Promosi

Dalam promosi ada keempat macam sarana promosi yang dapat digunakan adalah: (a) Periklanan (*Advertising*), iklan adalah sarana promosi yang digunakan oleh bank guna menginformasikan, menarik, dan memengaruhi calon nasabahnya. Penggunaan promosi dengan iklan dapat dilakukan dengan berbagai media. Tujuan penggunaan dan pemilihan media iklan tergantung dari tujuan bank. Masing-masing media memiliki tujuan yang berbeda; (b) Promosi Penjualan (*Sales Promotion*), di samping promosi lewat iklan, promosi lainnya dapat dilakukan melalui promosi penjualan. Tujuan promosi penjualan adalah meningkatkan penjualan atau untuk meningkatkan jumlah nasabah. Promosi penjualan dilakukan untuk menarik nasabah untuk segera membeli setiap produk atau jasa yang ditawarkan. Oleh karena itu, agar nasabah tertarik untuk membeli maka perlu dibuatkan promosi penjualan yang semenarik mungkin; (c) Publisitas (*Publicity*), promosi yang ketiga adalah publisitas. Publisitas merupakan kegiatan promosi untuk memancing nasabah melalui kegiatan seperti pameran, bakti sosial, perlombaan cerdas cermat, kuis serta kegiatan lainnya melalui berbagai media. Kegiatan publisitas dapat meningkatkan pamor bank di mata para nasabahnya, baik secara langsung atau tidak

⁵⁸ Kasmir, *Manajemen Perbankan...*, hal.246.

langsung. oleh karena itu, kegiatan publisitas perlu diperbanyak lagi.

(d) Penjualan Pribadi (*Personal Selling*), kegiatan promosi yang keempat adalah penjualan pribadi atau *Personal Selling*. Dalam dunia perbankan penjualan pribadi secara umum dilakukan oleh seluruh pegawai bank, mulai dari cleaning service, satpam sampai pejabat bank. Secara khusus *Personal Selling* dilakukan oleh petugas *Customer Service* atau *Service Assistensi*.⁵⁹

5. Pengertian Biaya Promosi

Seringkali biaya usaha dikelompokkan lagi menjadi biaya penjualan serta biaya administrasi dan umum. Biaya penjualan adalah semua biaya yang terjadi dalam hubungannya dengan kegiatan menjual dan memasarkan barang seperti kegiatan promosi, penjualan dan pengangkutan barang-barang yang dijual, contoh biaya ini adalah biaya iklan dan biaya promosi. Sedangkan biaya administrasi dan umum adalah biaya yang bersifat umum dalam perusahaan, misalnya gaji dan upah, listrik, air dan telepon, pemeliharaan dan lain-lain.⁶⁰ Biaya pemasaran dimulai pada saat biaya produksi selesai, yaitu pada saat proses produksi selesai dan barang-barang sudah siap untuk dijual. Biaya pemasaran mencakup beberapa biaya salah satunya biaya promosi.⁶¹

⁵⁹ Kasmir, *Manajemen Perbankan...*, hal.246-249.

⁶⁰ Soemarso, *Akuntansi: Suatu Pengantar*, (Jakarta, PT Rineka Cipta, 1999).hal.244

⁶¹ Rudianto, *Akuntansi Manajemen Informasi untuk Pengembalian Keputusan Manajemen*, (Jakarta: PT Grasindo, 2006).hal.210.

Setiap kegiatan promosi yang dilakukan oleh perusahaan tentunya memerlukan biaya. Besarnya biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan tergantung pada alat promosi yang digunakan. Jika analisis suatu perusahaan menunjukkan beban utama harus diletakkan pada periklanan maka biaya promosi yang dikeluarkan oleh perusahaan lebih kecil dibandingkan dengan promosi yang menggunakan *personal selling*. Tugas untuk menentukan biaya promosi merupakan faktor kunci karena keputusan utama ini akan sangat berpengaruh terhadap efektivitas program kegiatan promosi dan efektifitas perolehan laba perusahaan. Biaya promosi adalah pengorbanan ekonomis yang menjadi beban perusahaan untuk melakukan kegiatan promosinya. Dapat dilihat bahwa biaya merupakan suatu pengorbanan ekonomis yang dikeluarkan oleh perusahaan yang menghasilkan barang dan jasa, dimana biaya tersebut dinyatakan dalam bentuk uang. Biaya promosi ini digunakan dalam kegiatan operasional perusahaan dengan tujuan untuk memperoleh laba.⁶²

Biaya promosi adalah biaya pemasaran atau penjualan yang meliputi seluruh biaya yang diperoleh untuk menjamin pelayanan konsumen dan menyampaikan produk jadi atau jasa ke tangan konsumen.⁶³ Biaya promosi merupakan biaya yang mendukung perusahaan dalam melakukan promosi guna meningkatkan pendapatan dan penjualan produk yang ditawarkan oleh suatu perusahaan. Hal

⁶² Freddy Rangkuti, *Strategi Promosi ...*, hal.205.

⁶³ *Ibid*, hal.205.

tersebut mengharuskan manajemen pemasaran suatu perusahaan memikirkan perencanaan anggaran biaya untuk kegiatan promosi sehingga tujuan perusahaan dapat tercapai.⁶⁴ Untuk mencapai tujuan usaha, perusahaan tentu memerlukan biaya-biaya. Dengan demikian setiap tindakan yang dilakukan harus dipikirkan secara matang dan membandingkan antara faedah yang didapat dan pengorbanan yang dilakukan. Setiap keputusan yang dapat dipertanggungjawabkan adalah keputusan yang mempertimbangkan antara hasil yang didapat dengan biaya yang dikeluarkan untuk memperoleh hasil tersebut.⁶⁵

Dari pendapat di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa biaya promosi adalah suatu bagian dari biaya penjualan yang dikeluarkan oleh suatu perusahaan dalam kegiatan promosinya dengan tujuan perusahaan yaitu untuk meningkatkan pendapatan atau laba dari produk atau jasa yang ditawarkan kepada konsumen. Biaya promosi ditentukan perusahaan dengan cara menjumlahkan seluruh biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk melaksanakan promosi barang atau produknya.

⁶⁴ Maulidina Rahmanita, *Pengaruh Biaya Promosi dan Biaya Produksi terhadap Laba Bersih dengan Volume Penjualan sebagai Variabel Intervening*, (Surakarta: Skripsi Tidak Diterbitkan, 2017).hal.29.

⁶⁵ Freddy Rangkuti, *Strategi Promosi ...*, hal.206.

E. Kajian Penelitian Terdahulu

1. Pengaruh Pembiayaan Mudarabah terhadap Laba Bersih

Penelitian oleh Arini bertujuan untuk (1) menguji pengaruh pembiayaan murabahah terhadap profitabilitas pada Bank Umum Syariah dengan menggunakan rasio ROA; (2) menguji pengaruh pembiayaan bagi hasil terhadap profitabilitas pada Bank Umum Syariah dengan menggunakan rasio ROA; (3) menguji pengaruh pembiayaan bermasalah terhadap profitabilitas pada Bank Umum Syariah dengan menggunakan rasio ROA; (4) menguji pengaruh efisiensi terhadap profitabilitas pada Bank Umum Syariah dengan menggunakan rasio ROA. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif yang bersifat asosiatif kausal. Populasi dalam penelitian ini adalah Bank Umum Syariah di Indonesia dengan sampel penelitian 6 BUS yakni Bank Muamalat Indonesia (BMI), Bank Syariah Mandiri (BSM), Bank Mega Syariah (BMS), Bank Rakyat Indonesia Syariah (BRIS), Bank Negara Indonesia Syariah (BNIS), dan Bank Syariah Bukopin (BSB) dari triwulan kedua tahun 2010 sampai dengan triwulan keempat tahun 2013 dengan data berupa laporan triwulan BUS. Metode pengumpulan data menggunakan teknik dokumentasi. Analisis yang digunakan adalah regresi data panel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) pembiayaan murabahah berpengaruh signifikan positif terhadap profitabilitas. Nilai koefisien regresi pembiayaan murabahah menunjukkan elastisitas pengaruh pertumbuhan pembiayaan murabahah terhadap profitabilitas; (2) pembiayaan bagi hasil berpengaruh

signifikan negatif terhadap profitabilitas; (3) pembiayaan bermasalah tidak berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas; (4) variabel efisiensi operasional menunjukkan adanya pengaruh signifikansi negatif terhadap profitabilitas.⁶⁶

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu yaitu (1) variabel independen pada penelitian terdahulu terdiri dari pembiayaan dan efisiensi operasional sedangkan penelitian ini pembiayaan mudarabah dan biaya promosi; (2) objek penelitian pada penelitian terdahulu pada Bank Umum Syariah sedangkan penelitian ini pada Bank Pembiayaan Rakyat Syariah; (3) periode penelitian pada penelitian terdahulu dari tahun 2010-2013 sedangkan penelitian ini dari tahun 2015-2017; (4) variabel dependen pada penelitian terdahulu difokuskan dengan rasio ROA sedangkan pada penelitian ini menggunakan laba bersih; dan (5) teknik analisis yang digunakan penelitian terdahulu menggunakan regresi data panel.

Hidayah dengan penelitiannya yang bertujuan untuk (1) menguji pengaruh pembiayaan murabahah, pembiayaan musyarakah, dan pembiayaan mudarabah terhadap tingkat profitabilitas (ROA); (2) menguji pengaruh pembiayaan murabahah terhadap tingkat profitabilitas (ROA); (3) menguji pengaruh pembiayaan musyarakah terhadap tingkat profitabilitas (ROA); (4) menguji pengaruh pembiayaan mudarabah terhadap tingkat profitabilitas (ROA). Metode penelitian yang digunakan

⁶⁶ Nadia Arini, *Pengaruh Pembiayaan dan Efisiensi terhadap Profitabilitas Bank Umum Syariah*, *Perbanas Review*, Vol. 1, No. 1, November 2015, diakses di website <http://jurnal.perbanas.id/index.php/JPR>, pada tanggal 11 Desember 2018 pukul 19.15 WIB.

dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif. Sampel penelitian adalah Bank Umum Syariah periode tahun 2012-2016. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi data panel. Hasil dari penelitian menyatakan bahwa (1) pembiayaan murabahah, pembiayaan musyarakah, dan pembiayaan mudarabah secara simultan berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas (ROA); (2) pembiayaan murabahah secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap profitabilitas (ROA); (3) pembiayaan musyarakah secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap profitabilitas (ROA); (4) pembiayaan mudarabah secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap profitabilitas (ROA).⁶⁷

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu yaitu (1) variabel independen pada penelitian terdahulu menggunakan tiga variabel yaitu pembiayaan murabahah, musyarakah, dan mudarabah sedangkan penelitian ini variabel independennya adalah pembiayaan mudarabah dan biaya promosi; (2) objek penelitian pada penelitian terdahulu menggunakan Bank Umum Syariah periode 2012-2016 sedangkan pada penelitian ini objek penelitiannya adalah Bank Pembiayaan Rakyat Syariah periode 2015-2017; (3) variabel dependen pada penelitian terdahulu menggunakan tingkat profitabilitas yang terfokus pada ROA sedangkan pada penelitian ini variabel dependennya adalah laba bersih.

⁶⁷ Nurul Hidayah, *Pengaruh Pembiayaan Murabahah, Musyarakah, dan Mudharabah terhadap Tingkat Profitabilitas Bank Umum Syariah Tahun 2012-2016*, (Surakarta: Skripsi Tidak Diterbitkan, 2017)

Aditya dalam penelitiannya yang bertujuan untuk (1) menguji pengaruh pembiayaan mudarabah terhadap tingkat profitabilitas (ROE) Bank Umum Syariah; (2) menguji pengaruh pembiayaan musyarakah terhadap tingkat profitabilitas (ROE) Bank Umum Syariah; dan (3) menguji pengaruh secara simultan pembiayaan mudarabah dan pembiayaan musyarakah terhadap tingkat profitabilitas (ROE) Bank Umum Syariah. Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah jenis penelitian asosiatif dengan data sekunder berupa laporan keuangan tahunan pada Bank Umum Syariah periode 2010-2014. Pada penelitian ini sampel diambil dengan metode purposive sampling. Metode pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan metode dokumentasi. Metode analisis datanya menggunakan regresi linier berganda. Hasil dalam penelitian ini menyatakan bahwa (1) pembiayaan mudarabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat profitabilitas (ROE) Bank Umum Syariah; (2) pembiayaan musyarakah tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap tingkat profitabilitas (ROE) Bank Umum Syariah; (3) pembiayaan mudarabah dan pembiayaan musyarakah secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat profitabilitas (ROE) Bank Umum Syariah.⁶⁸

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu yaitu (1) obyek penelitian pada penelitian terdahulu menggunakan Bank Umum Syariah sedangkan penelitian ini obyek penelitiannya menggunakan Bank

⁶⁸ Muhammad Rizal Aditya, *Pengaruh Pembiayaan Mudharabah dan Pembiayaan Musyarakah terhadap Tingkat Profitabilitas Bank Umum Syariah periode 2010-2014*, (Yogyakarta: Skripsi Tidak Diterbitkan, 2016)

Pembiayaan Rakyat Syariah; (2) periode yang digunakan pada penelitian terdahulu menggunakan tahun 2010-2014 sedangkan periode yang digunakan pada penelitian ini menggunakan tahun 2015-2017; (3) variabel dependen yang digunakan pada penelitian terdahulu menggunakan profitabilitas yang terfokus pada ROE sedangkan pada penelitian ini variabel dependen yang digunakan adalah laba bersih.

2. Pengaruh Biaya Promosi terhadap Laba Bersih

Penelitian oleh Felicia dan Gultom yang bertujuan untuk (1) menguji pengaruh biaya produksi, biaya kualitas dan biaya promosi secara simultan terhadap laba bersih; (2) menguji pengaruh biaya produksi terhadap laba bersih; (3) menguji pengaruh biaya kualitas terhadap laba bersih; (4) menguji pengaruh biaya promosi terhadap laba bersih. Metode dalam penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif kuantitatif. Total populasi 148 perusahaan dan sampel pada penelitian ini sebanyak 51 perusahaan. Teknik penarikan sampel dengan *purposive sampling*. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menyatakan bahwa (1) secara simultan biaya produksi, biaya kualitas dan biaya promosi berpengaruh signifikan terhadap laba bersih; (2) secara parsial biaya produksi berpengaruh signifikan positif terhadap laba bersih; (3) secara parsial biaya kualitas berpengaruh signifikan positif terhadap laba bersih;

(4) secara parsial biaya promosi berpengaruh signifikan positif terhadap laba bersih.⁶⁹

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu yaitu (1) variabel independen yang digunakan pada penelitian terdahulu adalah biaya produksi, biaya kualitas dan biaya promosi sedangkan variabel independen yang digunakan pada penelitian ini adalah pembiayaan mudarabah dan biaya promosi; (2) objek penelitian terdahulu adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di bursa efek Indonesia sedangkan penelitian ini objeknya adalah Bank Pembiayaan Rakyat Syariah di Indonesia; (3) periode penelitian terdahulu dari tahun 2013 hingga 2015 sedangkan penelitian ini periode penelitiannya adalah tahun 2015 hingga 2017.

Laki *et al* dalam penelitiannya yang bertujuan untuk (1) menguji secara parsial pengaruh biaya promosi terhadap laba perusahaan; (2) menguji secara parsial pengaruh biaya distribusi terhadap laba perusahaan; (3) menguji pengaruh secara simultan biaya promosi dan biaya distribusi terhadap laba perusahaan. Metode dalam penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif kuantitatif. Sampel pada penelitian ini adalah laporan keuangan biaya promosi, biaya distribusi dan laba 7 tahun terakhir periode 2010 hingga 2016 yang dibagi pertriwulan. Teknik

⁶⁹ Felicia dan Robinhot Gultom, *Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Kualitas dan Biaya Promosi terhadap Laba Bersih pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2013-2015*, *Jurnal Ilmu Manajemen Mentonomix*, Vol. 1, No. 1, 2018, diakses di website <https://www.neliti.com/id/publications/261770/pengaruh-biaya-produksi-biaya-kualitas-dan-biaya-promosi-terhadap-laba-bersih-pa>, pada tanggal 14 April 2019 pukul 13.48 WIB.

pengumpulan data menggunakan data sekunder. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda *Multiple Regression Analysis*. Hasil penelitian menyatakan bahwa (1) biaya promosi berpengaruh signifikan positif terhadap laba perusahaan; (2) biaya distribusi berpengaruh signifikan negatif terhadap laba perusahaan; (3) biaya promosi dan biaya distribusi secara simultan berpengaruh positif terhadap laba perusahaan.⁷⁰

Perbedaan peneliti ini dengan penelitian terdahulu yaitu (1) objek penelitian terdahulu pada PT Megamitra Makmur Sentosa Manado sedangkan pada penelitian ini pada Bank Pembiayaan Rakyat Syariah; (2) periode penelitian terdahulu adalah tahun 2010 hingga tahun 2016 sedang penelitian ini periode penelitiannya tahun 2015 hingga tahun 2017; (3) variabel independen penelitian terdahulu menggunakan biaya promosi dan biaya distribusi sedangkan variabel independen pada penelitian ini menggunakan pembiayaan mudarabah dan biaya promosi.

Penelitian oleh Syukriadi yang bertujuan untuk (1) menguji pengaruh biaya produksi terhadap laba perusahaan; (2) menguji pengaruh biaya promosi terhadap laba perusahaan; (3) menguji pengaruh biaya distribusi terhadap laba perusahaan; (4) mengetahui volume penjualan memoderasi pengaruh biaya produksi terhadap laba perusahaan; (5)

⁷⁰ Melisa Feronica Laki, Grace B. Nangoi, Heince R. N Wokas, *Pengaruh Biaya Promosi dan Biaya Distribusi terhadap Laba pada PT. Megamitra Makmur Sentosa Manado*, *Jurnal Riset Akuntansi Going Concern*, Vol. 14, No. 1, 2019, diakses di website <https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&url=https://ejournal.unsrat.ac.is/index.php/gc/article/download/22285/21970&ved=2ahUKEwiBgpD2p83hAhUa7VMBHVE4ARgQFjADegQIAhAB&usg=AOvVaw37DhqBmH6VZITY2rYA6nLZ>, pada tanggal 13 April 2019 pukul 21.50 WIB.

mengetahui volume penjualan memoderasi pengaruh biaya promosi terhadap laba perusahaan; (6) mengetahui volume penjualan memoderasi pengaruh biaya distribusi terhadap laba perusahaan. Metode dalam penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif. Sampel pada penelitian ini adalah laporan bulanan yang berupa biaya produksi, biaya promosi, biaya distribusi, volume penjualan dan laba tahun 2012 sampai 2014 yaitu berjumlah 36 sampel. Metode pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan metode dokumentasi. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah statistik deskriptif dan regresi linier berganda. Hasil penelitian menyatakan bahwa (1) biaya produksi berpengaruh positif dan signifikan terhadap laba perusahaan; (2) biaya promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap laba perusahaan; (3) biaya distribusi berpengaruh positif dan signifikan terhadap laba perusahaan; (4) biaya produksi yang besar diikuti dengan volume penjualan yang meningkat sehingga berdampak pada meningkatnya laba perusahaan; (5) semakin besar biaya promosi yang dikeluarkan perusahaan, maka tercapainya tujuan perusahaan dalam mengkomunikasikan produknya kepada masyarakat juga semakin besar sehingga penjualan akan meningkat dan meningkatkan laba perusahaan; (6) besarnya biaya distribusi yang dikeluarkan mengindikasikan bahwa produk yang dihasilkan tersalurkan di pasaran dengan tepat dan teratur sehingga volume penjualan meningkat dan meningkatkan laba perusahaan.⁷¹

⁷¹ Muhammad Syukriadi, *Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Promosi, dan Biaya*

Sedangkan perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian terdahulu yaitu (1) variabel independen pada penelitian terdahulu adalah biaya produksi, biaya promosi, dan biaya distribusi sedangkan penelitian ini variabel independennya menggunakan pembiayaan mudarabah dan biaya promosi; (2) obyek penelitian pada penelitian terdahulu adalah CV. Citra Sari Makassar sedangkan penelitian ini obyek penelitiannya adalah Bank Pembiayaan Rakyat Syariah; (3) periode yang digunakan dalam penelitian terdahulu adalah tahun 2012-2014 sedangkan penelitian ini menggunakan periode tahun 2015-2017; (4) pada penelitian terdahulu menggunakan variabel moderasi sedangkan pada penelitian ini tidak menggunakan variabel moderasi.

Penelitian oleh Rahmanita yang bertujuan untuk (1) menguji pengaruh biaya promosi terhadap volume penjualan pada PT Unilever Indonesia; (2) menguji pengaruh biaya produksi terhadap volume penjualan pada PT Unilever Indonesia; (3) menguji pengaruh biaya promosi terhadap laba bersih pada PT Unilever Indonesia; (4) menguji pengaruh biaya produksi terhadap laba bersih PT Unilever Indonesia; (5) menguji pengaruh volume penjualan terhadap laba bersih pada PT Unilever Indonesia. Metode penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Sampel pada penelitian ini adalah jumlah populasi PT Unilever Indonesia pada periode 2006-2015. Metode pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan studi pustaka. Metode analisis data

dalam penelitian ini menggunakan uji regresi linier berganda. Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa (1) biaya promosi berpengaruh positif signifikan terhadap volume penjualan pada PT Unilever Indonesia; (2) biaya produksi berpengaruh positif dan signifikan terhadap volume penjualan pada PT Unilever Indonesia; (3) biaya promosi berpengaruh positif signifikan terhadap laba bersih pada PT Unilever Indonesia; (4) biaya produksi berpengaruh positif dan signifikan terhadap laba bersih pada PT Unilever Indonesia; (5) volume penjualan berpengaruh positif signifikan terhadap laba bersih pada PT Unilever Indonesia; (6) biaya promosi berpengaruh terhadap laba bersih dengan volume penjualan sebagai variabel intervening yang berarti ada pengaruh mediasi dan biaya produksi berpengaruh terhadap laba bersih dengan volume penjualan sebagai variabel intervening yang berarti ada pengaruh mediasi.⁷²

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu yaitu (1) obyek penelitian yang digunakan pada penelitian terdahulu adalah PT Unilever Indonesia sedangkan obyek penelitian pada penelitian ini adalah Bank Pembiayaan Rakyat Syariah; (2) periode penelitian pada penelitian terdahulu adalah tahun 2006-2015 sedangkan periode pada penelitian ini adalah tahun 2015-2017; (3) pada penelitian terdahulu menggunakan tambahan volume penjualan sebagai variabel intervening sedangkan pada penelitian ini tidak menggunakan variabel intervening; (4) metode pengumpulan data pada penelitian terdahulu menggunakan studi pustaka

⁷² Maulidina Rahmanita, *Pengaruh Biaya Promosi dan Biaya Produksi terhadap Laba Bersih dengan Volume Penjualan sebagai Variabel Intervening*, (Surakarta: Skripsi Tidak Diterbitkan, 2017)

sedangkan pada penelitian ini metode pengumpulan datanya menggunakan dokumentasi.

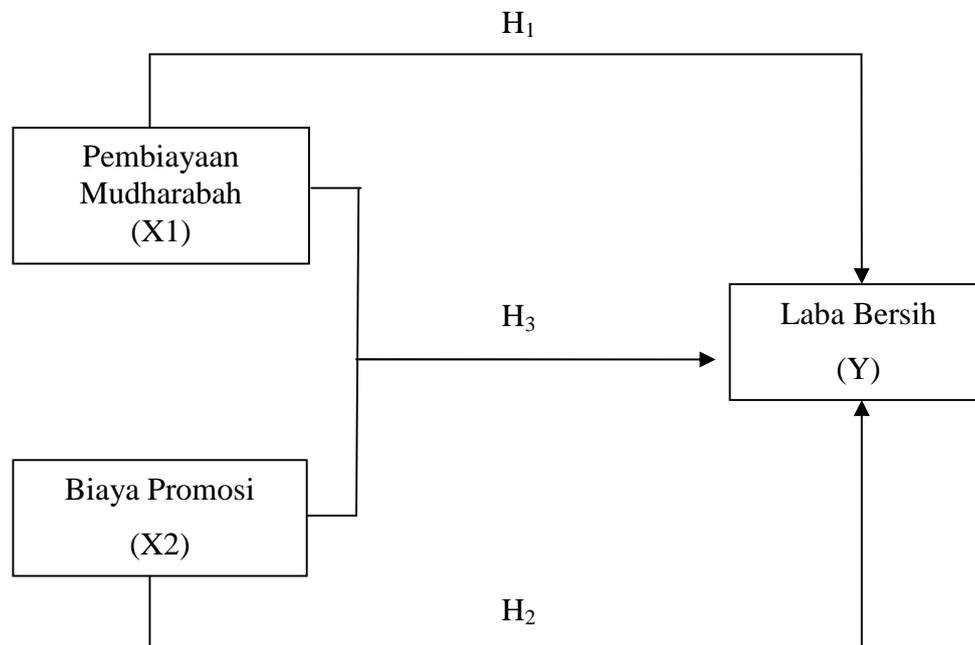
F. Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual disebut juga dengan kerangka pikir. Kerangka pikir adalah gambaran tentang hubungan antar variabel dalam suatu penelitian. Kerangka pikir diuraikan oleh jalan pikiran menurut kerangka yang logis. Inilah yang disebut dengan *logical construct*. Di dalam kerangka pikir inilah akan didudukkan masalah penelitian yang telah diidentifikasi dalam kerangka teoritis yang relevan, yang mampu menangkap, menerangkan, dan merujuk perspektif terhadap dengan masalah penelitian.⁷³

Dalam kerangka pikir, penulis menggambarkan hubungan secara sistematis antara variabel pembiayaan mudarabah (X1) dan biaya promosi (X2) dengan variabel laba bersih (Y), yaitu:

⁷³ Muhamad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*, (Depok: PT RajaGrafindo Persada, 2017).hal.75.

Gambar 2.1 : Kerangka Konseptual



Sumber: Landasan teori dan penelitian terdahulu, diolah (2018)

Sesuai dengan kerangka pikir diatas, terdapat dua variabel yaitu pembiayaan mudarabah (X_1) dan biaya promosi (X_2) yang merupakan variabel bebas (independen) dan laba bersih (Y) adalah variabel terikat (dependen). Variabel pembiayaan mudarabah dan variabel biaya promosi keduanya secara parsial (sendiri) maupun simultan (bersama-sama) mempunyai pengaruh terhadap variabel laba bersih.

- a. Pengaruh pembiayaan mudarabah (X_1) terhadap laba bersih (Y), didasarkan pada teori Rivai⁷⁴, dan Asiyah⁷⁵, serta didukung dengan penelitian terdahulu Arini⁷⁶, Hidayah⁷⁷, dan Aditya⁷⁸.

⁷⁴ Veithzal Rivai dan Arvian Arifin, *Islamic Banking: Sebuah Teori...*, hal.680.

⁷⁵ Binti Nur Asiyah, *Manajemen Pembiayaan ...*, hal.5.

⁷⁶ Nadia Arini, *Pengaruh Pembiayaan dan Efisiensi terhadap Profitabilitas Bank Umum Syariah...*

⁷⁷ Nurul Hidayah, *Pengaruh Pembiayaan Murabahah, Musyarakah, dan Mudharabah terhadap Tingkat Profitabilitas Bank Umum Syariah...*

- b. Pengaruh biaya promosi (X2) terhadap laba bersih (Y), didasarkan pada teori Rangkuti⁷⁹ serta didukung dengan penelitian terdahulu Felicia⁸⁰, Laki⁸¹, Syukriadi⁸², dan Rahmanita⁸³.
- c. Pengaruh pembiayaan mudarabah (X1) dan biaya promosi (X2) terhadap laba bersih (Y), didukung dengan penelitian terdahulu Arini⁸⁴, Hidayah⁸⁵, Aditya⁸⁶, Felicia⁸⁷, Laki⁸⁸, Syukriadi⁸⁹, dan Rahmanita⁹⁰.

⁷⁸ Muhammad Rizal Aditya, *Pengaruh Pembiayaan Mudharabah dan Pembiayaan Musyarakah terhadap Tingkat Profitabilitas Bank Umum Syariah...*

⁷⁹ Freddy Rangkuti, *Strategi Promosi ...*, hal.205.

⁸⁰ Felicia dan Robinhot Gultom, *Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Kualitas dan Biaya Promosi terhadap Laba Bersih pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia...*

⁸¹ Melisa Feronica Laki, Grace B. Nangoi, Heinca R. N Wokas, *Pengaruh Biaya Promosi dan Biaya Distribusi terhadap Laba pada PT. Megamitra Makmur Sentosa Manado...*

⁸² Muhammad Syukriadi, *Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Promosi, dan Biaya Distribusi terhadap Laba Perusahaan dengan Volume Penjualan sebagai Variabel Moderasi...*

⁸³ Maulidina Rahmanita, *Pengaruh Biaya Promosi dan Biaya Produksi terhadap Laba Bersih dengan Volume Penjualan...*

⁸⁴ Nadia Arini, *Pengaruh Pembiayaan dan Efisiensi terhadap Profitabilitas Bank Umum Syariah...*

⁸⁵ Nurul Hidayah, *Pengaruh Pembiayaan Murabahah, Musyarakah, dan Mudharabah terhadap Tingkat Profitabilitas Bank Umum Syariah...*

⁸⁶ Muhammad Rizal Aditya, *Pengaruh Pembiayaan Mudharabah dan Pembiayaan Musyarakah terhadap Tingkat Profitabilitas Bank Umum Syariah...*

⁸⁷ Felicia dan Robinhot Gultom, *Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Kualitas dan Biaya Promosi terhadap Laba Bersih pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia...*

⁸⁸ Melisa Feronica Laki, Grace B. Nangoi, Heinca R. N Wokas, *Pengaruh Biaya Promosi dan Biaya Distribusi terhadap Laba pada PT. Megamitra Makmur Sentosa Manado...*

⁸⁹ Muhammad Syukriadi, *Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Promosi, dan Biaya Distribusi terhadap Laba Perusahaan dengan Volume Penjualan sebagai Variabel Moderasi...*

⁹⁰ Maulidina Rahmanita, *Pengaruh Biaya Promosi dan Biaya Produksi terhadap Laba Bersih dengan Volume Penjualan...*

G. Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan kesimpulan teoritis atau sementara dalam penelitian. Hipotesis merupakan hasil akhir dari proses berpikir deduktif (logika deduktif).⁹¹ Sehingga hipotesis merupakan dugaan sementara hasil akhir penelitian yang masih harus dibuktikan kebenarannya melalui suatu penelitian.

Penelitian ini memiliki hipotesis penelitian sebagai berikut:

1. H1 : Pembiayaan Mudarabah berpengaruh signifikan terhadap Laba Bersih pada Bank Pembiayaan Rakyat Syariah di Indonesia
2. H2 : Biaya Promosi berpengaruh signifikan terhadap Laba Bersih pada Bank Pembiayaan Rakyat Syariah di Indonesia
3. H3 : Pembiayaan Mudarabah dan Biaya Promosi berpengaruh secara simultan terhadap Laba Bersih pada Bank Pembiayaan Rakyat Syariah di Indonesia

⁹¹ Muhamad, *Metodologi Penelitian...*, hal.76.