

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dengan perkembangan zaman, kondisi perbankan di Indonesia telah mengalami banyak kemajuan. Dunia perbankan syariah di Indonesia mengalami perkembangan yang cukup pesat dan tidak pernah surut. Hal ini ditandai dengan banyaknya bermunculan bank syariah di nusantara.

Undang-Undang nomer 10 tahun 1998 tentang “Perubahan Undang-Undang Nomer 7 tahun 1992 tentang Perbankan menyebutkan bahwa bank berdasarkan kegiatan usahanya terdiri dari bank konvensional dan bank syariah. Bank konvensional adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya secara konvensional dan berdasarkan jenisnya terdiri atas bank umum konvensional dan bank perkreditan rakyat. Bank syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah dan berdasarkan jenisnya atas bank umum syariah (BUS) dan bank perkreditan

rakyat syariah (BPRS). Pasca disahkannya Undang-Undang Nomer 21 tahun 2008 perbankan syariah semakin menunjukkan eksistensinya di dunia industry perbankan Indonesia.

Bank syariah sebagai lembaga intermediasi masyarakat memiliki peranan yang sangat penting. Tugas dari bank syariah sebagai lembaga intermediasi adalah menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkannya kepada masyarakat yang memerlukan. Bank syariah menyalurkan dana kepada pihak yang membutuhkan pada umumnya dalam akad jual beli dan kerjasama usaha. Imbalan yang diperoleh dalam margin keuntungan, bentuk bagi hasil dan atau bentuk lainnya sesuai dengan syariah islam.¹

Kegiatan penyaluran dana kepada masyarakat terkait dengan produk salah satunya akad yang ditawarkan adalah Musyarakah. Musyarakah merupakan akad kerjasama antara dua pihak atau lebih untuk melakukan usaha tertentu. Masing masing pihak memberikan dana atau amal dengan kesepakatan

¹ Ismail, "*Perbankan Syariah*", (Jakarta:Kencana, 2011), h.32

bahwa keuntungan atau risiko akan ditanggung bersama sesuai dengan kesepakatan.²

Akad Musyarakah yang ditawarkan oleh bank syariah kepada nasabah sangat cocok dibandingkan dengan perkreditan yang ditawarkan di bank konvensional. Sistem bagi hasil dalam perbankan syariah terdapat kesepakatan usaha yang diharapkan dapat mencapai kepuasan dan transparansi. Dengan adanya transparansi, diharapkan para nasabah dapat meningkatkan kepercayaan pada bank syariah. Salah satu bentuk transparansi dalam sistem operasional bank syariah adalah laporan bagi hasil setiap bulan kepada nasabah yang didalamnya tercantum jumlah pendapatan yang diterima bank syariah.

Bagi hasil merupakan salah satu bentuk skema pembiayaan alternatif yang memiliki karakteristik berbeda dibandingkan dengan bunga. Sesuai dengan namanya, skema ini berupa pembagian atas bagi hasil yang dibiayai dengan pembiayaan. Skema bagi hasil dapat dia aplikasikan baik pada

² Thamrin Abdullah & Francis Tantri, "*Bank & Lembaga Keuangan*" (Jakarta: Raja Grafindo, 2012), h.219

pembiayaan langsung maupun melalui bank syariah (dalam bentuk pembiayaan mudharabah dan musyarakah).³

Pendapatan bagi hasil musyarakah didapat dari keuntungan hasil usaha berdasarkan *margin* (nisbah) yang telah disepakati ketika akad. Nisbah bagi hasil merupakan faktor penting dalam menentukan bagi hasil di bank syariah. Sebab aspek nisbah merupakan aspek yang di sepakati bersama antar kedua belah pihak yang melakukan transaksi pendanaan dan pembiayaan dengan akad bagi hasil yang besarnya telah ditentukan di awal perjanjian.

Pada dasarnya bank mengharapkan yang selalu meningkat setiap bulannya. Namun, tidak selamanya bank syariah mengalami kondisi yang diharapkan, adakalanya bank mengalami penurunan. Karena untuk mencapai laba, bank syariah perlu memenuhi unsur biaya operasional seperti beban biaya promosi yang dapat mempengaruhi laba.

Kegiatan pemasaran merupakan suatu hal yang pokok dalam mencapai tujuan karena kegiatan pemasaran diarahkan

³ Muhammad, "*Teknik perhitungan Bagi Hasil di Bank Syariah*", (Yogyakarta: UII Pers, 2001), h.48

untuk menciptakan pertukaran yang memungkinkan bank memperoleh laba. Tidak ada perbedaan antara pemasaran bank syariah dengan pemasaran lainnya. Adapun yang membedakannya yaitu karakteristik produknya dimana produk bank syariah yang dijual berbentuk jasa. Pemasaran bagi bank syariah sangat penting untuk memperkenalkan dan menjual produk-produk pendanaan dan pembiayaan yang ada. Strategi pemasaran syariah yang paling ampuh untuk memperkenalkan produk serta menarik minat nasabah atau mempertahankan nasabah yang sudah ada melalui promosi.

Promosi merupakan kegiatan marketing mix yang terakhir. Dalam Kegiatan ini setiap bank berusaha untuk mempromosikan seluruh produk dan atau jasa yang dimiliki baik langsung maupun tidak langsung.⁴ Hakikatnya promosi adalah suatu produk komunikasi pemasaran yang merupakan ujung tombak penentuan keberhasilan suatu program pemasaran. Bagaimanapun kualitas produk, jika konsumen belum pernah mendengarnya dan tidak yakin produk itu

⁴ Kasmir, "*Manajemen Perbankan*" (Jakarta: PT Raja Grafindo, 2012), h.246

berguna bagi mereka, maka mereka tidak akan pernah membelinya. Dengan demikian promosi merupakan suatu upaya untuk memperkenalkan suatu produk agar dapat dikenal publik dan menarik minat konsumen.

Kegiatan promosi yang dilakukan bank syariah tidak bisa terlepas dari biaya yang mereka keluarkan. Penyediaan biaya promosi dapat dihubungkan dengan pendapatan penjualan bank syariah. Ada anggapan bahwa biaya promosi berkaitan dengan pergerakan penjualan bank syariah selama siklus bisnis berjalan. Seperti yang kita ketahui, produk bank syariah di Indonesia bisa dikatakan seragam. Tidak ada jenis produk yang sangat berbeda. Karena produk bank syariah yang hampir seragam tersebut dan makin banyaknya jumlah bank syariah di Indonesia yang beroperasi, maka semakin ketat pula persaingan yang terjadi antar bank yang ada. Sehingga biaya promosi memegang peranan penting bagi kegiatan perbankan untuk membiayai kegiatan promosinya, sangat wajar jika bank syariah melakukan kegiatan promosi besar-besaran untuk produknya.

Adapun promosi yang dilakukan oleh Bank Syariah Mandiri dengan menyebarkan brosur, memasang spanduk, memberikan cinderamata kepada nasabah yang loyal, mengikuti event sosialisasi agar masyarakat mengenal dan menggunakan produk serta layanannya dan promosi melalui personal selling dari semua pihak karyawan bank.

Metode pembagian bagi hasil musyarakah di Bank Syariah Mandiri dengan menggunakan metode *revenue sharing* yaitu pihak bank menerima pendapatan bagi hasil dan pendapatan nasabah tanpa pengurangan biaya-biaya operasional dikalikan nisbah yang telah disepakati diawal akad dan akan berlaku selama pembiayaan berakhir.

Pada hakikatnya bank didirikan bertujuan untuk menghimpun dan menyalurkan dana serta memperoleh laba bersih yang optimal. Laba merupakan faktor penunjang kelangsungan hidup bank. Dimana setiap aktivitas transaksi bank yang menghasilkan laba akan dicatat, diklasifikasi dan disajikan dalam bentuk sebuah laporan keuangan yang digunakan untuk mengukur hasil operasi bank pada suatu

periode tertentu, ukuran keberhasilan bank bisa ditentukan dengan besar kecilnya laba bersih. Karena jika bank memperoleh laba bersih yang besar, itu merupakan suatu ukuran keberhasilan bank telah bekerja dengan efisien.

Adapun usaha untuk membenahi diri melalui biaya operasional bank syariah yang berkaitan dengan usaha bank syariah berupa produk-produk yang ada seperti bagi hasil musyarakah. Dengan demikian untuk mencapai tujuan bank memperoleh laba bersih atau profitabilitas yang optimal. Laba bersih merupakan indikator kinerja dari bank syariah yang merupakan faktor utama dari laporan keuangan yang nantinya akan dilaporkan kepada pihak manajemen, pemegang saham, para investor, para nasabah dan juga masyarakat.

Tabel 1.1
Pendapatan Bagi Hasil Musarakah, Biaya Promosi Dan
Laba Bersih Dari Bank Syariah Mandiri Periode Januari
2013 - Desember 2017 (dalam jutaan rupiah)

Tahun	Bulan	Pendapatan Bagi Hasil Musyarakah	Biaya Promosi	Laba Bersih
2013	Januari	56.188	1.125	83.108
	Februari	107.756	7.805	168.439
	Maret	165.393	12.534	255.604
	April	219.363	20.571	305.118

Tahun	Bulan	Pendapatan Bagi Hasil Musyarakah	Biaya Promosi	Laba Bersih
2013	Mei	275.383	23.738	313.822
	Juni	353.383	28.953	366.749
	Juli	434.470	37.810	381.419
	Agustus	460.291	43.902	424.166
	September	520.257	54.775	475.653
	Oktober	573.222	60.870	501.561
	November	636.648	63.632	524.579
	Desember	704.007	81.185	816.708
2014	Januari	75.084	3.199	64.448
	Februari	129.441	7.068	129.315
	Maret	186.586	7.798	200.502
	April	246.610	9.470	261.053
	Mei	300.280	13.342	112.712
	Juni	376.968	17.978	150.146
	Juli	441.330	25.366	181.667
	Agustus	506.403	29.643	233.679
	September	571.332	35.754	275.157
	Oktober	638.602	40.660	295.161
	November	702.917	46.457	305.822
	Desember	750.937	55.512	71.778
2015	Januari	66.846	3.380	54.460
	Februari	113.709	6.175	92.246
	Maret	-	-	-
	April	286.165	17.103	98.362
	Mei	361.295	26.598	117.752
	Juni	437.034	35.555	132.346
	Juli	514.700	39.441	134.742
	Agustus	590.151	44.967	136.131
	September	662.229	47.547	148.773
	Oktober	744.041	55.067	164.665
	November	820.949	57.851	181.557
Desember	903.877	61.829	250.370	
2016	Januari	89.158	5.737	20.048
	Februari	171.765	9.152	40.123

Tahun	Bulan	Pendapatan Bagi Hasil Musyarakah	Biaya Promosi	Laba Bersih
2016	Maret	254.79	12.291	76.572
	April	346.929	16.013	106.156
	Mei	440.417	21.747	137.323
	Juni	533.926	24.933	167.638
	Juli	625.542	32.531	198.437
	Agustus	711.063	38.106	224.253
	September	824.483	41.277	246.157
	Oktober	904.371	47.806	268.738
	November	1103.864	50.534	289.446
	Desember	1104.685	59.583	325.414
2017	Januari	98.824	5.096	29.102
	Februari	221.238	7.988	57.494
	Maret	317.458	10.915	90.261
	April	422.325	14.365	120.776
	Mei	529.943	17.817	135.001
	Juni	640.847	24.533	181.030
	Juli	759.860	33.754	202.491
	Agustus	877.111	39.519	230.494
	September	1019.256	46.712	261.024
	Oktober	1138.856	55.956	289.499
	November	1267.449	66.362	319.803
	Desember	1393.921	77.695	365.166

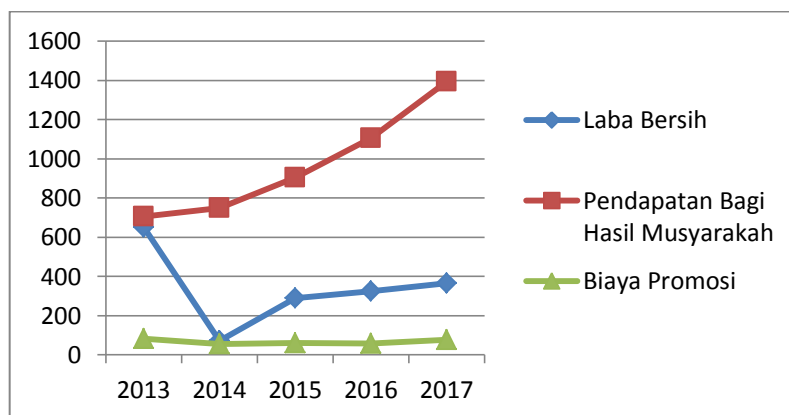
Sumber: Laporan Laba Rugi Bank Syariah Mandiri

Pada pemaparan di atas, untuk memperoleh laba bersih bank syariah perlu dilihat kembali kegiatan operasional di suatu bank syariah apakah berjalan dengan baik atau tidak. Pendapatan bagi hasil musyarakah dan beban biaya promosi akan menjadi acuan untuk memecahkan masalah ini. Dengan adanya pendapatan bagi

hasil musyarakah dan beban biaya promosi ini akan berpengaruh pada laba bersih bank syariah. Karena itu penulis tertarik untuk melakukan penelitian di PT. Bank Syariah Mandiri yang mana pendapatan bagi hasil musyarakah dan beban biaya promosi dapat mempengaruhi laba bersih bank syariah.

Gambar 1.1

**Grafik Perkembangan Pendapatan Bagi Hasil
Musyarakah, Biaya Promosi dan Laba Bersih Bank
Syariah Mandiri**



Sumber: Laporan Laba Rugi Bank Syariah Mandiri

Berdasarkan grafik di atas, bahwa jumlah pendapatan bagi hasil musyarakah dan biaya promosi mengalami perubahan. Pendapatan bagi hasil musyarakah mengalami

perubahan yang signifikan. Pada periode tahun 2013 pendapatan bagi hasil musyarakah sebesar Rp.704,01 miliar, tahun 2014 sebesar Rp.750,93 miliar, tahun 2015 sebesar Rp.903,87 miliar, tahun 2016 sebesar Rp.1.104,68 miliar dan tahun 2017 sebesar Rp.1.393,92 miliar. Pendapatan bagi hasil musyarakah mengalami kenaikan setiap tahunnya.

Biaya promosi yang dikeluarkan oleh Perbankan Syariah untuk membiayai seluruh kegiatan promosi setiap periodenya cenderung mengalami kenaikan maupun penurunan. Pada periode tahun 2013 jumlah biaya promosi Bank Syariah Mandiri sebesar Rp.81,18 miliar, tahun 2014 sebesar Rp.55,51 miliar, tahun 2015 sebesar Rp.61,82 miliar, tahun 2016 sebesar Rp.59,58 miliar dan di tahun 2017 sebesar Rp.77,69 miliar. Biaya promosi mengalami kenaikan maupun penurunan tiap tahunnya, tidak stabil.

Pendapatan bagi hasil musyarakah dan biaya promosi yang dikeluarkan pada tiap tahunnya membuat jumlah laba bersih Bank Syariah Mandiri mengalami perubahan juga dengan adanya total jumlah laba bersih Bank Syariah Mandiri

pada periode tahun 2013 sebesar Rp.816,71 miliar, tapi di tahun 2014 laba bersih Bank Syariah Mandiri mengalami penurunan secara drastis yaitu sebesar Rp.71,78 miliar yang disebabkan oleh kondisi makro ekonomi Indonesia yang kurang kondusif berdampak pada bisnis nasabah pembiayaan sehingga kondisi keuangan nasabah menurun. Di tahun 2015 laba bersih Bank Syariah Mandiri mengalami kenaikan yang cukup pesat sebesar Rp.289,58 miliar, tahun 2016 sebesar Rp.325,41 miliar, dan tahun 2017 mencapai Rp.365,17 miliar. Laba bersih mengalami peningkatan setiap tahunnya. Namun di tahun 2014 laba bersih mengalami penurunan, setelah sebelumnya ditahun 2013 mendapatkan laba yang besar. Berdasarkan grafik diatas memberi kesan bahwa pendapatan bagi hasil musyarakah dan biaya promosi berpengaruh positif terhadap laba bersih.

Mengacu pada latar belakang di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul: ***PENGARUH PENDAPATAN BAGI HASIL MUSYARAKAH DAN BIAYA PROMOSI TERHADAP PEROLEHAN LABA***

BERSIH (Studi Pada Bank Syariah Mandiri Periode Tahun 2013-2017).

B. Identifikasi Masalah

Mengacu pada latar belakang masalah di atas, peneliti dapat mengidentifikasi bahwa tingginya pendapatan bagi hasil *musyarakah* dan naiknya biaya promosi berpengaruh terhadap laba bank syariah yaitu:

1. Pendapatan bagi hasil *musyarakah* lebih kecil dibandingkan dengan pendapatan *murabahah*.
2. Pendapatan bagi hasil *musyarakah* dari tahun ketahun mengalami kenaikan akan tetapi pada awal periode selalu terjadi penurunan pendapatan yang signifikan dan pada 2013-2017.
3. Pembiayaan bagi hasil *musyarakah* kurang menarik, sehingga kalah bersaing dengan produk pembiayaan *murabahah*.
4. Biaya promosi dari tahun ketahun mengalami kenaikan tapi seakan tidak berpengaruh terhadap laba bersih dari tahun ketahunnya.

5. Laba bersih yang mengalami fluktuasi dengan diikuti penurunan dari tahun 2013-2017.

C. Batasan Masalah

Agar pembahasan penelitian ini tidak terlalu meluas dan agar penelitian ini terarah maka penulisan membatasi penelitian ini sebagai berikut:

1. Bank yang digunakan penelitian Bank Syariah Mandiri
2. Data yang digunakan adalah laporan keuangan bulanan Bank Mandiri Syariah dan Annual Report Bank Syariah Mandiri.
3. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendapatan bagi hasil musyarakah sebagai variable (X1), biaya promosi sebagai variable independen (X2) dan laba bersih sebagai variable dependen (Y).

D. Perumusan Masalah

Mengacu pada latar belakang masalah di atas, peneliti bahwa tingginya pendapatan bagi hasil musyarakah dan

naiknya biaya promosi berpengaruh terhadap laba bank syariah yaitu:

1. Bagaimana pendapatan bagi hasil musyarakah berpengaruh secara parsial terhadap perolehan laba bersih Bank syariah Mandiri Periode Tahun 2013-2017?
2. Bagaimana biaya promosi berpengaruh secara parsial terhadap perolehan laba bersih Bank Syariah Mandiri Periode Tahun 2013-2017?
3. Bagaimana pendapatan bagi hasil musyarakah dan biaya promosi berpengaruh secara simultan terhadap perolehan laba bersih Bank Syariah Mandiri Periode Tahun 2013-2017?

E. Tujuan Penelitian

Dari perumusan masalah yang telah dikemukakan menghasilkan tujuan penelitian sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh pendapatan bagi hasil musyarakah secara parsial terhadap perolehan laba bersih Bank Syariah Mandiri Periode 2013-2017

2. Untuk mengetahui pengaruh biaya promosi secara parsial terhadap perolehan laba bersih Bank Syariah Mandiri Periode 2013-2017
3. Untuk mengetahui pengaruh pendapatan bagi hasil musyarakah dan biaya promosi secara simultan terhadap perolehan laba bersih Bank Syariah Mandiri Periode 2013-2017

F. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Bagi penulis, agar lebih memahami dan menjadi pembelajaran untuk lebih mengetahui pendapatan dan biaya yang mempengaruhi laba bersih.
2. Bagi masyarakat, penelitian ini dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat sebagai calon nasabah untuk menggunakan produk dan jasa di perbankan syariah.
3. Bagi akademik, penelitian ini dapat menjadi tambahan referensi keilmuan di bidang ekonomi sehingga dapat

mempengaruhi profitabilitas serta dapat menjadi bahan rujukan untuk penelitian selanjutnya.

G. Kerangka Pemikiran

Kerangka berpikir digunakan sebagai acuan agar peneliti memiliki arah penelitian yang sesuai dengan tujuan penelitian. Tujuan bisnis perbankan adalah memperoleh keuntungan optimal dengan memberikan layanan jasa keuangan kepada masyarakat. Demikian halnya dengan bank syariah, bank syariah dalam menjalankan aktivitasnya usahanya harus memperhatikan bagaimana upaya yang dapat dilakukan agar posisinya tetap menguntungkan dengan mendapatkan laba.

Pendapatan bank syariah diperoleh dari jasa dan pembiayaan yang diberikan kepada nasabah, baik dengan prinsip jual beli maupun bagi hasil.

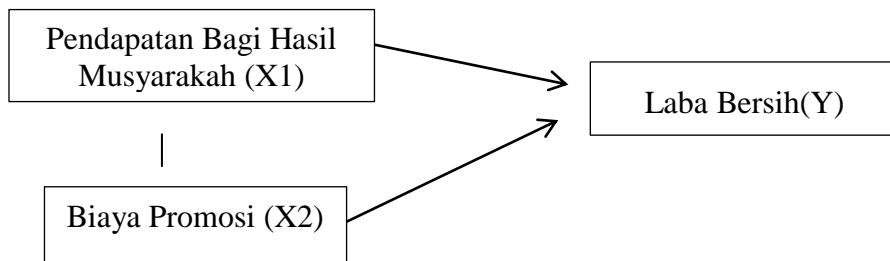
Biaya promosi di perbankan syariah bertujuan untuk memperkenalkan produk dan jasa kepada nasabah agar nasabah tertarik untuk menggunakan produk jasa yang ada di bank syariah.

Pendapatan bagi hasil musyarakah dan biaya promosi yang dilakukan mempunyai kontribusi atau hubungan dalam menentukan besar kecilnya laba yang diperoleh bank, dengan diperolehnya pendapatan dan kegiatan promosi yang disalurkan diharapkan laba bersih bank syariah juga akan meningkat.

Kerangka berpikir penelitian ini adalah sebagai berikut :

Gambar 1.2

Kerangka pemikiran



H. Sistematika Pembahasan

Dalam skripsi ini penulis menyusun lima bab, dimana dalam setiap bab berisi sub-sub sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan: membahas tentang Latar Belakang Masalah, pembatasan masalah, perumusan masalah, identifikasi masalah, manfaat penelitian, tujuan penelitian dan sistematika penulisan.

Bab II Kajian Teoritis: bab ini meliputi landasan teori pengaruh pendapatan bagi hasil musyarakah dan biaya promosi terhadap laba bersih pada Bank Syariah Mandiri.

Bab III Metode Penelitian: bab ini meliputi waktu dan tempat penelitian, populasi dan sampel, jenis metode penelitian, variable penelitian, teknik pengumpulan data teknik dan analisis data.

Bab IV Pembahasan Hasil Penelitian: bab ini menjelaskan hasil dan analisis data yang digunakan dalam datapenelitian.

Bab V Penutup: Bab ini menjelaskan tentang kesimpulan dari pembahasan yang di tulis oleh peneliti dan saran-saran.

BAB II

KAJIAN TEORITIS

A. Pendapatan Bagi Hasil Musyarakah

1. Pengertian Pendapatan

Pendapatan adalah penerimaan yang muncul dari aktivitas biasa dari sebuah entitas dan merujuk kepada keberagaman nama, termasuk penjualan, pembayaran, bunga, deviden, royalti, dan sewa.⁵ Pendapatan adalah arus masuk bruto dari manfaat ekonomis selama periode berjalan yang muncul dalam rangkaian kegiatan biasa dari sebuah entitas ketika arus masuk dihasilkan dalam penambahan modal, selain yang berkaitan dengan kontribusi pemegang ekuitas.⁶

Pendapatan (*revenue*) merupakan arus kas masuk yang diperoleh atau arus kas masuk yang akan diperoleh yang berasal dari aktivitas usaha perusahaan yang masih

⁵ Nelson Lam Dan Peter Lau, “*Akutansi Keuangan, Perspektif Ifrs*” (Jakarta Selatan: Salemba Empat, 2014), h.317

⁶ Nelson Lam Dan Peter Lau, “*Akutansi Keuangan, Perspektif Ifrs*” (Jakarta Selatan: Salemba Empat, 2014), h.317

berlangsung. Pendapatan meliputi arus kas masuk seperti penjualan tunai, dan arus kas masuk prospektif seperti penjualan kredit.⁷

Pendapatan bersih bank merupakan jumlah penghasilan yang didapat oleh bank sebagai usaha. Pendapatan bersih tersebut dapat dipakai untuk menambah modal bank disamping juga untuk dibagikan kepada pemegang saham yang disebut dividen. Jika bank menderita rugi, kerugian tersebut akan otomatis mengurangi jumlah modal bank. Oleh karena itu, banyak bank mendapatkan sebagian untung bersih bank dalam bentuk laba ditahan atau cadangan umum bank disamping dibagikan kepada pemegang saham. Tingkat keuntungan yang dicapai oleh bank dengan seluruh dana yang ada di bank disebut dengan rentabilitas bank, tidak dapat dipisahkan antar dana yang dipakai untuk operasional bank dan untuk produktifitas bank serta ditentukan juga

⁷ Subramanyam, “*Analisis Laporan Keuangan*”,(Jakarta:Salemba Empat, 2013), h.6

oleh biaya bank.⁸ Pendapatan operasional adalah *operating revenues* yaitu pendapatan yang diperoleh perusahaan sebagai hasil dari usaha pokok perusahaan.

2. Pengertian Bagi Hasil

Perbedaan antara sistem ekonomi islam dengan sistem ekonomi lainnya adalah letak pada penerapan bunga. Dalam ekonomi islam, bunga dinyatakan sebagai riba yang diharamkan oleh syariat islam. Sehingga dalam ekonomi yang berbasis syariah, bunga tidak diterapkan sistem bagi hasil yang didalam syariat islam dihalalkan untuk dilakukan. Sekali lagi, islam mendorong praktik bagi hasil serta mengharamkan riba. Keduanya sama sama memberi keuntungan bagi pemilik dana, namun keduanya mempunyai perbedaan yang sangat nyata. Perbedaan itu dapat dijelaskan dalam table berikut.

⁸ I Wayan Sudirman, "*Manajemen Perbankan*", (Jakarta : Kencana Prenada Media Group, 2013) h.151

Tabel 2.1
Perbedaan Antara Bunga dan Bagi Hasil⁹

Bunga	Bagi Hasil
Penentuan bunga dibuat pada waktu akad dengan asumsi harus selalu untung.	Penentuan besarnya rasio/nisbah bagi hasil dibuat pada waktu akad dengan pedoman pada kemungkinan untung rugi.
Besarnya persentase berdasarkan pada jumlah uang modal yang dipinjamkan.	Besarnya rasio bagi hasil berdasarkan pada jumlah keuntungan yang diperoleh.
Pembayaran bunga tetap seperti yang dijanjikan tanpa pertimbangan apakah proyek yang dijalankan oleh pihak nasabah untung atau rugi.	Tergantung pada keuntungan proyek yang dijalankan. Bila usaha merugi kerugian akan ditanggung bersama oleh kedua belah pihak.
Jumlah pembayaran bunga tidak meningkat sekalipun jumlah keuntungan berlipat atau keadaan ekonomi sedang “booming”.	Jumlah pembagian laba meningkat sesuai dengan peningkatan jumlah pendapatan.
Eksistensi Bunga diragukan (kalau tidak dikecam) oleh beberapa kalangan.	Tidak ada yang meragukan keabsahan bagi hasil.

⁹ Nafah, “Pembiayaan Musyarakah dan Mudharabah”, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2014), h.82

Bagi hasil adalah suatu perkongsian, dimana terjadi perserikatan dua orang/pihak atau lebih dalam suatu kegiatan usaha atau proyek dimana masing-masing pihak berhak atas segala keuntungan dan tanggung jawab atas segala kerugian yang terjadi.¹⁰ Dalam hal tersebut terdapat dua pihak yang melakukan perjanjian usaha, maka hasil atas usaha yang dilakukan oleh kedua pihak atau salah satu pihak, akan dibagi sesuai dengan porsi masing-masing pihak yang melakukan akad perjanjian. Pembagian hasil usaha dalam perbankan syariah ditetapkan dengan menggunakan nisbah. Nisbah adalah persentase yang di setuju oleh kedua belah pihak dalam menentukan bagi hasil atas usaha yang dikerjasamakan.

Pembagian hasil usaha diantara pihak (mitra) dalam suatu bentuk usaha kerja sama boleh didasarkan pada prinsip bagi untung (*Profit Sharing*), yakni bagi hasil yang di hitung dari pendapatan setelah dikurangi biaya pengelolaan dana, dan boleh pula didasarkan pada

¹⁰ Syarif Arbi, “*Perbankan Keuangan Pembiayaan Lembaga*”, (Yogyakarta: Bpff—Yogyakarta, 2013), h.242

prinsip bagi hasil (*Revenue sharing*), yakni bagi hasil yang dihitung dari total pendapatan pengelolaan dana. Masing masing memiliki kelebihan dan kekurangan.¹¹

3. Pengertian Musyarakah

Musyarakah secara bahasa di ambil dari bahasa arab yang berarti mencampur. Dalam bahasa arab *syirkah* yang berarti mencampurkan dua bagian atau lebih sehingga tidak boleh dibedakan lagi satu bagian dengan bagian dengan bagian lainnya. Adapun menurut makna *syara'*, *syirkah* adalah suatu akad antara dua pihak atau lebih yang sepakat untuk melakukan kerja dengan tujuan memperoleh keuntungan.

Musyarakah adalah kerjasama antara kedua pihak atau lebih untuk suatu usaha tertentu dimana masing-masing pihak memberikan kontribusi dana dengan keuntungan dan risiko akan ditanggung bersama sesuai dengan kesepakatan.¹²

¹¹ Ahmad Ifhami, "*Ini Lho Bank Syariah! Memahami Bank Syariah Dengan Mudah*", (Jakarta: PT. Gramedia, 2015), h.46

¹² Heri Sudarsono, "*Bank Dan Lembaga Keuangan Syariah*", (Yogyakarta: Ekonisita, 2013), h.76

a. Akad Musyarakah

Akad musyarakah adalah akad kerjasama antara dua pihak atau lebih untuk suatu usaha tertentu, di mana masing-masing pihak memberikan kontribusi dana dengan ketentuan bahwa keuntungan dibagi berdasarkan kesepakatan sedangkan kerugian berdasarkan porsi kontribusi dana.¹³ Musyarakah lahir karena kebutuhan masyarakat untuk meningkatkan kesejahteraan dan usaha terkadang memerlukan dana dari pihak lain, antara lain melalui pembiayaan musyarakah.¹⁴

b. Pembiayaan Musyarakah

Pembiayaan musyarakah adalah transaksi penanaman dana dari dua atau lebih pemilik dana untuk menjalankan usaha tertentu, besarnya dana antara dua pihak bisa sama porsinya dan bisa tidak. Usaha yang dijalani sesuai syariah dengan pembagian

¹³ Rizal yaya, aji erlangga martawireja dan ahim abdurahmim”, (Jakarta: Salemba Empat, 2014), h.134

¹⁴ Fatwa Dewan Syari’ah Nasional (NO: 08/DSN-MUI/IV/2000)

hasil usaha antar kedua belah pihak berdasarkan nisbah yang disepakati, sedangkan pembagian kerugian berdasarkan proporsi modal masing-masing.¹⁵

c. Dasar Hukum Musyarakah

1) Al- Quran

Adapun ayat-ayat Al-Quran yang menjadi sumber hukum dari akad musyarakah adalah sebagai berikut:

Q.S. An-Nisa ayat 12

فَإِنْ كَانُوا أَكْثَرَ مِنْ ذَلِكَ فَهُمْ شُرَكَاءُ فِي

الثُّلُثِ

Artinya:

*“Jikalau saudara-saudara itu lebih dari seorang, maka mereka bersekutu dalam sepertiga itu”*¹⁶

Q.S. Ash-Shad ayat 24

¹⁵ Nafah, Pembiayaan Musyarakah dan Mudharabah, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2014), h.82

¹⁶ Mushaf Al-Bantani dan Terjemahan, Banten, 2013

وَإِنَّ كَثِيرًا مِّنَ الْخُلَطَاءِ لَيَبْغِي بَعْضُهُمْ عَلَى
بَعْضٍ إِلَّا الَّذِينَ آمَنُوا وَعَمِلُوا الصَّالِحَاتِ

Artinya:

“Dan sesungguhnya kebanyakan dari orang-orang yang berserikat itu sebahagian mereka berbuat zalim kepada sebahagian yang lain, kecuali orang-orang yang beriman dan mengerjakan amal yang saleh”¹⁷.

2) Al- Hadis

Hadist-hadist rasul yang dapat dijadikan rujukan dasar akad musyarakah adalah sebagai berikut:¹⁸

عن أنى هريرة رضي الله عنه قال: قال
رسول الله صلى الله عليه وسلم: قال الله تعا
لى: أ نأتالث الشر يكون مالم يخن أحد
هما صاحبه فإذا خانه خرجت من
بينهما (رواه أبوداود وصححه الحاكم)

¹⁷ Mushaf Al-Bantani dan Terjemahan, Banten, 2013

¹⁸ Taufik rahman, “hadist-hadist hukum” (bandung: Pustaka setia, 2001), h.137

Artinya:

“Dari Abu Hurairah r.a.dia berkata,”Rasulullah SAW.”Allah SWT, telah berfirman: “Aku adalah mitra ketiga dari dua orang yang bermitra selama salah satu dari kedua tidak mengkhianati yang lainnya. Jika salah satu dari keduanya telah mengkhianatinya, maka aku keluar dari pengkongasian itu.” (H.R. Abu Dawud dan dinilai sahih oleh Al-Hakim).

d. Rukun Dan Syarat Musyarakah

1) Ijab dan Qabul

Ijab dan Qabul harus dinyatakan dengan jelas dalam akad dengan memerhatikan hal-hal sebagai berikut:¹⁹

- a) Penawaran dan permintaan harus jelas dituangkan dalam tujuan akad.
- b) Penerimaan dan penawarn dilakukukan pada saat kontrak.

¹⁹ Ismail, “perbankan syariah”, (Jakarta: Kencana 2011), h.179

- c) Akad dituangkan secara tertulis.
- 2) Pihak yang berserikat²⁰
- a) Kompeten.
 - b) Menyediakan dana sesuai dengan kontrak dan pekerjaan/proyek usaha.
 - c) Memiliki hak untuk ikut mengelola bisnis yang sedang dibiayai atau memberi kuasa kepada mitra kerjanya untuk mengelolanya.
 - d) Tidak diizinkan menggunakan dana untuk kepentingan sendiri.
- 3) Objek akad²¹
- a) Modal. Modal dapat berupa uang tunai atau aset yang dapat dinilai. Bila modal tetapi dalam bentuk aset, maka aset ini sebelum kontrak harus dinilai dan disepakati oleh masing-masing mitra.
 - b) Modal tidak boleh dipinjamkan atau dihadiahkan ke pihak lain.

²⁰ Ismail, “*Perbankan Syariah*”, (Jakarta: Kencana 2011), h.180

²¹ Ismail, “*Perbankan Syariah*”, (Jakarta: Kencana 2011), h.180

- c) Pada prinsipnya bank syariah tidak harus minta agunan, akan tetapi untuk menghindari wanprestasi, maka bank syariah diperkenankan meminta agunan dari nasabah atau mitra kerja.
- 4) Kerja²²
- a) Partisipasi kerja dapat dilakukan bersama-sama dengan porsi kerja yang tidak harus sama, atau salah satu mitra memberi kuasa kepada mitra kerja lainnya untuk mengelola usahanya.
 - b) Kedudukan masing-masing mitra harus tertuang dalam kontrak
- 5) Keuntungan dan kerugian²³
- a) Jumlah keuntungan harus di kuantifikasikan.
 - b) Pembagian keuntungan jelas dan tertuang kontrak. Bila rugi, maka kerugian akan

²² Ismail, “*Perbankan Syariah*”, (Jakarta: Kencana 2011), h.180

²³ Ismail, “*Perbankan Syariah*”, (Jakarta: Kencana 2011), h.180

ditanggung oleh masing-masing mitra berdasarkan porsi modal yang diserahkan.

e. **Jenis-Jenis Musyarakah**

Jenis akad musyarakah dibagi berdasarkan eksistensi dan berdasarkan kontribusi dana investasinya. Jenis akad berdasarkan eksistensinya yaitu:

- 1) Syirkah Al Milk yaitu kepemilikan bersama (*co-ownership*) dan keberadaannya muncul apabila 2 orang atau lebih memperoleh kepemilikan bersama (*joint ownership*) atas suatu kekayaan (*asset*).²⁴
- 2) Syirkah Al Uqud (kontrak) yaitu kemitraan yang tercipta dengan kesepakatan dua orang atau lebih untuk bekerjasama dalam mencapai tujuan tertentu. Dapat berkontribusi modal dan kerja, berbagi untung dan resiko. Setiap mitra dapat

²⁴ Hendrieta Ferieka, "Akutansi Syariah", (Banten: Media Madan, 2017) Hal 58

bertindak sebagai wakil dan mitra lainnya.

Syirkah Al Uqud dibagi sebagai berikut:²⁵

- a) Syirkah Abdan adalah bentuk kerjasama antara dua pihak atau lebih dari kalangan pekerja/professional dimana mereka sepakat untuk bekerjasama mengerjakan suatu pekerjaan dan berbagi penghasilan yang diterima.²⁶
- b) Syirkah Wujuh adalah kerjasama antara dua pihak dimana masing-masing pihak sama sekali tidak menyertakan modal. Menjalankan usahanya berdasarkan kepercayaan pihak ketiga. Masing-masing mitra menyumbangkan nama baik, reputasi, dan *credit worthiness*.²⁷

²⁵ Hendrieta Ferieka, “Akutansi Syariah”, (Banten: Media Madan, 2017) h. 59

²⁶ Hendrieta Ferieka, “Akutansi Syariah”, (Banten: Media Madan, 2017) h. 59

²⁷ Hendrieta Ferieka, “Akutansi Syariah”, (Banten: Media Madan, 2017) h. 59

- c) Syirkah ‘Inan (Negosiasi) merupakan antara dua orang atau lebih, yang masing-masing mitra kerja harus menyerahkan dana untuk modal yang porsi modalnya tidak harus sama.²⁸
- d) Syirkah Mufawwadhah adalah posisi dan komposisi pihak-pihak yang terlibat didalamnya harus sama, baik dalam hal modal, pekerjaan, agama, keuntungan, maupun resiko kerugian.²⁹

4. Bentuk Skema Bagi Hasil

- 1) *Profit sharing* (disebut pula *profit-and-loss sharing*), yang dijadikan dasar perhitungan adalah profit, yang merupakan selisih antara penjualan atau pendapatan usaha, baik berupa harga pokok penjualan atau biaya produksi, biaya penjualan, serta biaya umum dan administrasi. *Profit sharing* dapat diartikan sebagai

²⁸ Ismail, “*Perbankan Syariah*” (Jakarta : kencana, 2011) h. 178

²⁹ Hendrieta Ferieka, “*Akutansi Syariah*”, (Banten: Media Madan, 2017) h.60

sistem pembagian keuntungan yang didapat dari suatu usaha.³⁰

- 2) *Gross profit sharing*, yang dijadikan dasar perhitungan adalah *gross profit* (laba kotor), yakni penjualan atau pendapatan usaha dikurangi dengan harga pokok penjualan atau biaya produksi.³¹
- 3) *Revenue Sharing*, yang dijadikan dasar perhitungan adalah penjualan atau pendapatan.³²

5. Tahap Perhitungan Bagi Hasil

Untuk menghitung pendapatan bagi hasil yang diterima oleh bank maupun nasabah dimana bank sebagai *mudharib* sedangkan nasabah sebagai *sahibul maal*, di lakukan beberapa tahapan sebagai berikut:³³

- a. Menentukan prinsip perhitungan bagi hasil.
- b. Menentukan jumlah pendapatan yang akan didistribusikan untuk bagi hasil.

³⁰ <http://id.m.wikipedia.org> 09 desember 2018 11.31 wib

³¹ <http://id.m.wikipedia.org> 09 desember 2018 11.31 wib

³² <http://id.m.wikipedia.org> 09 desember 2018 11.31 wib

³³ Rizal Yaya, Aji Erlangga Martawireja, Dan Ahim Abdurahim, “*Akutansi Perbankan Syariah Teori Dan Praktik*”, (Jakarta: Salemba Empat, 2014), h.320

- c. Menentukan sumber pendanaan yang digunakan sebagai dasar perhitungan bagi hasil.
- d. Menentukan pendapatan bagi hasil untuk bank dan nasabah.
- e. Akutansi bagi hasil untuk bank syariah.

6. Menentukan Prinsip Perhitungan Bagi Hasil

Prinsip perhitungan bagi hasil pendapatan sangat penting untuk ditentukan di awal dan diketahui oleh kedua belah pihak yang akan melakukan kesepakatan kerjasama bisnis karena apabila hal ini tidak dilakukan, maka berarti telah terjadi *ghoror*, sehingga transaksi menjadi tidak sesuai dengan prinsip syariah. Prinsip perhitungan bagi hasil menentukan jumlah pendapatan yang ditentukan sebagai dasar perhitungan untuk bagi hasil, apakah menggunakan penerimaan bersih, laba kotor, atau laba bersih. Dewan Syariah Nasional dalam fatwanya dengan nomor 15 tahun 2000 menyatakan bahwa bank syariah boleh menggunakan prinsip bagi hasil (*revenue sharing*)

maupun bagi untung (*profit sharing*) sebagai dasar bagi hasil.³⁴

7. Penetapan Bagi Hasil Akad Musyarakah

Bank syariah menetapkan nisbah bagi hasil terhadap produk-produk pembiayaan yang berbasis *Natural Umertainty Contract* (NUC), yakni akad bisnis yang tidak memberikan kepastian pendapatan (*return*), baik dari segi jumlah (*amount*) maupun waktu (*timing*), seperti mudharabah dan musyarakah.³⁵

Penetapan nisbah dalam bagi hasil akad musyarakah ada dua cara yaitu sebagai berikut:³⁶

- a. Pembagian proporsional sesuai modal.

Dengan cara ini, keuntungan harus dibagi di antara para mitra secara profesional sesuai modal yang disetorkan, tanpa memandang apakah jumlah pekerjaan yang dilaksanakan oleh para mitra sama

³⁴ Rizal Yaya, Aji Erlangga Martawireja, Dan Ahim Abdurahim, “*Akutansi Perbankan Syariah Teori Dan Praktik*”, (Jakarta: Salemba Empat, 2013), h.370

³⁵ Adiwarmen A. Karim, “*Bank Islam Analisis Fiqih Dan Keuangan*”, (Jakarta: Grafindo Persada, 2013), h.298

³⁶ Sri Nurhayati Dan Wasilah, “*Akutansi Syariah Di Indonesia*”, (Jakarta: Salemba Empat), h.157

atau pun tidak sama. Apabila salah satu pihak menyetorkan modal lebih besar, maka pihak tersebut akan mendapatkan proporsi laba yang lebih besar.

- b. Pembagian keuntungan tidak proporsional sesuai modal.

Dengan cara ini, dalam penentuan nisbah yang dipertimbangkan bukan hanya modal yang disetorkan, tapi juga tanggung jawab, pengalaman kompetensi atau waktu kerja yang lebih panjang.

Dalam kerjasama musyarakah tak selamanya mengalami keuntungan adakalanya kerjasama musyarakah mengalami kerugian. Pada akad musyarakah, kerugian harus dibagi antara para mitra secara proporsional sesuai modal yang disetorkan. Jika kerugian yang disebabkan oleh kelalaian mitra, maka kerugian ditanggung oleh mitra dan dihitung sebagai pengurangan modal mitra (kecuali mitra mengganti dengan dana baru).

8. Akad Kerja Pada Musyarakah

Akad kerja pada musyarakah adalah akad penerimaan dan penawaran yang disepakati harus secara eksplisit menunjukkan tujuan kontrak. Akad selanjutnya dituangkan secara tertulis melalui korespondensi atau dengan menggunakan cara yang lazim dalam suatu masyarakat bisnis.³⁷

Berdasarkan Fatwa DSN Nomor 8 tentang Musyarakah, partisipasi para mitra dalam pekerjaan merupakan dasar pelaksanaan musyarakah. Akan tetapi, kerja sama porsi kerja bukanlah syarat. Seorang mitra boleh melaksanakan kerja lebih banyak dari yang lain, dan dalam hal itu ia boleh menuntut bagian keuntungan tambahan bagi dirinya. Setiap mitra melaksanakan kerja dalam atas nama pribadi dan wakil dari mitranya. Kedudukan masing-masing dalam organisasi harus dijelaskan dalam kontrak. Mitra yang ikut mengelola usaha musyarakah disebut mitra aktif. Sekiranya ada mitra

³⁷ Rizal yaya, Aji Erlangga Matrawireja dan Ahim Abdurahim, “*Akutansi perbankan syariah*” (Jakarta: SalembaEmpat, 2016) h. 139

yang tidak ikut mengelola usaha musyarakah dan menyerahkan hak pengelolaannya pada mitra lain, maka mitra tersebut disebut dengan mitra pasif. Dalam praktik perbankan, bank syariah biasanya menempatkan dirinya sebagai mitra pasif.³⁸

B. Biaya Promosi

1. Biaya

Ada dua macam arti biaya yang dikenal saat ini. dalam arti sempit biaya adalah hanya meliputi harga pokok (*cost*), sedangkan dalam arti luas adalah meliputi pengertian harga pokok (*cost*) dan beban (*expencc*). Ongkos (*cost*) adalah sebagian nilai yang diperhitungkan dan melekat pada harga pokok atau beban. Sedangkan barang atau jasa yang secara langsung dikorbankan yang diukur dalam satuan uang untuk memperoleh penghasilan. Biaya (*cost*) adalah pengeluaran pengeluaran atau nilai pengorbanan untuk memperoleh barang tau jasa yang

³⁸ Rizal yaya, Aji Erlangga Matrawireja dan Ahim Abdurahim, “*Akutansi perbankan syariah*” (Jakarta: SalembaEmpat, 2016) h. 138

berguna untuk masa yang akan datang atau mempunyai manfaat melebihi satu periode akuntansi.³⁹

Biaya adalah pengeluaran uang atau prestasi yang diterima untuk menjalankan perusahaan atau untuk proses produksi yang dipergunakan dalam rangka mendapatkan hasil terbaik.

Biaya merupakan pengorbanan atau pengeluaran yang dilakukan oleh suatu perusahaan atau perorangan yang bertujuan untuk memperoleh manfaat lebih dari aktivitas yang dilakukan tersebut.⁴⁰

Cost adalah biaya dalam arti pengorbanan atau pengeluaran yang dilakukan oleh suatu perusahaan atau individu yang berhubungan langsung dengan dengan output/ produk yang dihasilkan oleh perusahaan tersebut. *Expenses* adalah biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan yang bersifat sebagai aktivitas pendukung saja. Misalnya biaya umum dan administrasi, dan biaya pemasaran.

³⁹ Firdaus Ahmad Dunia Dan Wasilah Abdullah, “*Akutansi Biaya*”, (Jakarta: Salemba Empat, 2014), h.22

⁴⁰ Hendra S. Raharjaputra, “*Manajemen Keuangan Dan Akutansi*”, (Jakarta: Salemba Empat, 2011), h.110

Seperti gaji karyawan kantor pusat biaya telepon/air/gas/ac kantor pusat. Biaya penjualan dan pemasaran dan lain-lain.⁴¹

Konsep biaya (*cost concept*) merupakan biaya berbeda untuk tujuan berbeda. Tujuan berbeda menunjukkan keputusan yang akan di ambil. Kita tidak dapat menggunakan satu klasifikasi biaya untuk memenuhi tujuan ini, kita perlu mengklasifikasi biaya sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai.

2. Promosi

Promosi merupakan kegiatan *marketing mix* yang terakhir. Dalam kegiatan promosi setiap bank berusaha untuk mempromosikan seluruh produk jasa yang dimilikinya baik langsung maupun tidak langsung. Tanpa promosi jangan diharapkan nasabah dapat mengenal bank. Oleh karena itu, promosi merupakan sarana yang paling penting ampuh untuk menarik dan mempertahankan nasabahnya. Salah satu tujuan promosi bank adalah

⁴¹ Hendra S. Raharjaputra, " *Manajemen Keuangan Dan Akutansi*", (Jakarta: Salemba Empat, 2011), h.110

menginformasikan segala jenis produk yang ditawarkan dan berusaha menarik calon nasabah yang baru. Promosi juga berfungsi mengingatkan nasabah akan produk, promosi juga ikut memengaruhi nasabah untuk membeli dan akhirnya promosi juga akan meningkatkan citra bank di mata para nasabah.⁴²

Dalam praktiknya paling tidak ada empat macam sarana promosi yang dapat digunakan oleh setiap bank dalam mempromosikan baik produk maupun jasanya. Keempat macam sarana promosi yang dapat digunakan adalah sebagai berikut:

a. Periklanan (*Advertising*),

Periklanan (*Advertising*), merupakan promosi yang dilakukan dalam bentuk tayangan atau gambar atau kata-kata yang tertuang dalam spanduk, brosur, billboard, Koran majalah, televisi atau radio.⁴³

Sedangkan media yang dilakukan Bank Syariah Mandiri periklanan yaitu:

⁴² Kasmir, "*Pemasaran Bank*", (Jakarta:Kencana,2008), h.155

⁴³ Kasmir, "*Pemasaran Bank*", (Jakarta:Kencana, 2010), h.156

- 1) Periklanan di internet melalui website Bank Syariah Mandiri.
 - 2) Memberikan pamflet kepada masyarakat atau calon nasabah.
 - 3) Melakukan penawaran langsung kepada pihak-pihak yang potensial dengan surat.
 - 4) Menelpon secara langsung kepada calon nasabah.
- b. Promosi penjualan (*sales promotion*),

Promosi penjualan (*sales promotion*), merupakan promosi yang digunakan untuk meningkatkan penjualan melalui potongan harga atau hadiah pada waktu tertentu terhadap barang-barang tertentu pula.⁴⁴ Promosi penjualan (*sales promotion*) yang dilakukan Bank Syariah Mandiri adalah dengan memberikan margin yang sesuai dengan besar kecilnya pembiayaan yang dilakukan dan marginnya sangat bersaing dengan produk bank syariah lain.

⁴⁴ Kasmir, "*Pemasaran Bank*", (Jakarta:Kencana, 2010), h.156

c. Publisitasi (*publicity*),

Publisitasi (*publicity*), merupakan promosi yang dilakukan untuk meningkatkan citra bank di depan para calon nasabah atau nasabahnya melalui kegiatan sponsorship terhadap suatu kegiatan amal atau social atau olahraga, seperti yang telah dilakukan oleh Bank Syariah Mandiri antarlain pemberian dana CSR, pemberian dana zakat, pemberian dana sponsor kepada masyarakat.⁴⁵

d. Penjualan pribadi (*personal selling*),

Penjualan pribadi (*personal selling*), merupakan promosi yang dilakukan melalui pribadi-pribadi karyawan bank dalam melayani serta ikut memengaruhi nasabah.⁴⁶ Kegiatan Penjualan pribadi (*personal selling*) dilakukan untuk memberikan pengetahuan masyarakat dan meningkatkan jumlah nasabah Bank Syariah Mandiri. Pemasaran yang dilakukan oleh

⁴⁵ Kasmir, "*Pemasaran Bank*", (Jakarta:Kencana, 2010), h.156

⁴⁶ Kasmir, "*Pemasaran Bank*", (Jakarta:Kencana, 2010), h.156

Penjualan pribadi (*personal selling*) antara lain: melakukan *cross selling* yang dilakukan oleh *Costumer Service* Bank Syariah Mandiri, dengan melakukan penawaran langsung kepada nasabah yang telah melakukan transaksi di Bank Syariah Mandiri dan mengadakan sosialisasi pemasaran yang disebut *Canvassing*.

3. Biaya Promosi

Biaya promosi adalah pengorbanan ekonomis yang dikeluarkan perusahaan untuk melakukan promosinya. Biaya promosi ditentukan perusahaan dengan cara menjumlahkan seluruh biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk melaksanakan promosi barang atau produknya.⁴⁷ Biaya promosi masuk dalam biaya operasional atau *operating epenses* yaitu biaya berupa pengeluaran uang untuk melaksanakan kegiatan pokok. Kegiatan pokok berupa biaya penjualan dan administrasi

⁴⁷ Maulida Rahmanita, “*Pengaruh Biaya Promosi Dan Biaya Produksi Terhadap Laba Bersih Dengan Volume Penjualan Sebagai Variabel Intervening*”, (Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Surakarta, 2017) h.28

untuk memperoleh pendapatan, tidak termasuk pengeluaran yang telah diperhitungkan dalam harga pokok penjualan dan penyusutan.

Biaya promosi juga bagian dari biaya penjualan yang dikeluarkan oleh wajib pajak dalam rangka memperkenalkan dan atau menganjurkan pemakaian suatu produk baik langsung maupun tidak langsung untuk mempertahankan dan atau meningkatkan penjualan. Besarnya biaya promosi dapat dikurangkan dari penghasilan bruto merupakan akumulasi dari jumlah.⁴⁸

- a. Biaya periklanan media cetak, media elektronik dan atau media lainnya
- b. Biaya pameran produk
- c. Biaya pengenalan produk baru
- d. Biaya sponsorship yang berkaitan dengan promosi

Dari pengertian di atas dapat disimpulkan biaya promosi merupakan biaya yang mendukung perusahaan dalam melakukan promosi guna meningkatkan

⁴⁸ <https://www.ortax.org/ortax/?mod=studi&page=show&id=93> 07
januari 2019 jam 09.46

pendapatan dan penjualan produk dan jasa perbankan syariah. Hal tersebut mengharuskan manajemen pemasaran suatu perusahaan memikirkan perencanaan anggaran biaya untuk promosi sehingga tujuan perusahaan dapat tercapai.

C. Laba Bersih

Laba merupakan keuntungan yang diperoleh dari kegiatan usaha utama setelah dikurangi dengan biaya operasional pada periode waktu tertentu. Laba operasi merupakan suatu pengukuran laba perusahaan yang berasal dari aktivitas operasi yang berlangsung. Laba merupakan selisih antara laba kotor dan beban usaha disebut laba usaha (*income from opation*) atau laba operasi (*operating income*).⁴⁹

Laba merupakan bagian dari informasi perusahaan yang paling banyak diminta oleh pasar keuangan. Secara konseptual laba bertujuan memberikan pengukuran pada perubahan kekayaan pemegang saham (*stakeholder*) selama

⁴⁹ Dirwaz Muhamad Kemal, “ *Pengaruh Pembiayaan Gadai Emas Terhadap Perolehan Laba Bersih Bank Syariah Mandiri (Studi Pada Bank Syariah Mandiri Periode 2013-2016)*”,(Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN SMH Banten, 2018), h.35

satu periode dan estimasi profitabilitas bisnis saat ini, yaitu sampai sejauh mana bisnis tersebut menutupi biaya operasi dan memperoleh imbal hasil untuk para pemegang sahamnya. Pemahaman dua peran laba sangat penting untuk analisis. Khususnya peran laba yang terakhir, yaitu *indicator profitabilitas* perusahaan.⁵⁰

Laba bersih adalah kelebihan seluruh pendapatan atas seluruh biaya untuk suatu periode tertentu setelah dikurangi pajak penghasilan yang disajikan dalam laporan laba rugi.⁵¹

Laba bersih adalah selisih pendapatan atas biaya-biaya yang dibebankan dan yang merupakan kenaikan bersih atas modal yang berasal dari kegiatan usaha.⁵² Laba bersih adalah laba dari hasil kerja suatu perusahaan selama satu periode waktu. Laba bersih dapat diperoleh dari hasil pengurangan pendapatan, beban dan pajak.

⁵⁰ Subramanyam, “*Analisis Laporan Keuangan, (Jakarta: Salemba Empat, 2017)*”, h.98-99

⁵¹ www.wikipedia.org 12 desember 2018 13.51

⁵² Maulida Rahmania, “*Pengaruh Biaya Promosi Dan Biaya Produksi Terhadap Laba Bersih Dengan Volume Penjualan Sebagai Variabel Intervenin*”, (Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, 2017), h.17

Laba bersih dapat berarti berbeda-beda sehingga selalu membutuhkan klasifikasi, laba bersih yang ketat berarti setelah semua pemotongan (sebagai lawan hanya pemotongan tertentu yang digunakan terhadap laba kotor atau margin). Laba bersih biasanya mengacu pada laba setelah dikurangi semua biaya operasi, terutama setelah dikurang biaya tetap atau overhead tetap. Hal ini berbeda dengan laba kotor yang biasanya mengacu pada selisih antara penjualan dan biaya langsung produk atau jasa yang dijual (juga disebut sebagai margin kotor atau margin laba kotor) dan tentunya sebelum dikurang biaya operasi atau biaya overhead.⁵³

Laba bersih merupakan salah satu indikator penting dalam mengukur keberhasilan kinerja suatu perusahaan. Adanya pertumbuhan laba dalam suatu perusahaan dapat menunjukkan bahwa pihak-pihak manajemen telah berhasil dalam mengelola sumber daya yang dimiliki perusahaan secara efektif dan efisien. Suatu perusahaan pada tahun tertentu bisa saja mengalami pertumbuhan laba yang cukup

⁵³ www.wikipedia.org 12 desember 2018 14.01

pesat dibandingkan dengan rata-rata perusahaan. Akan tetapi untuk tahun-tahun berikutnya perusahaan tersebut bisa saja mengalami penurunan laba. Pertumbuhan laba dihitung dengan cara mengurangkan laba periode sebelumnya.⁵⁴

D. Laba Dalam Perspektif Islam

Laba dalam konsep islam ialah penambahan pada modal pokok dagang, penambahan yang berasal dari barter (*taqlib*) dan ekspedisi yang mengandung resiko (*mukhatarab*) adalah untuk memelihara harta. Laba tidak akan ada kecuali setelah selamatnya modal pokok secara utuh.⁵⁵ Didalam surat Al-Baqarah ayat 16 Allah berfirman.

أُولَئِكَ الَّذِينَ اشْتَرُوا الضَّلَالَةَ بِالْهُدَىٰ فَمَا رَبِحَت
تِجَارَتُهُمْ وَمَا كَانُوا مُهْتَدِينَ

Artinya:

⁵⁴ Linna Dan Ismawati, “*Nasional Jurnal Riset Akutansi Indonesia*”, Vol, II No, 1 (Desember 2018)

⁵⁵ http://nurkhikmah.blogspot.com/2012/10/laba-rugi-dalam-tinjauan-konsep-islam_600.html

*“Mereka itulah orang yang membeli kesesatan dengan petunjuk, maka tidaklah beruntung perniagaan mereka dan tidaklah mereka mendapat petunjuk”*⁵⁶

Ada beberapa penafsiran dari ayat ini, seperti dalam tafsir *al-manar*, dikatakan bahwa sesungguhnya mereka (orang-orang munafik) itu lebih memiliki kesesatan dari pada petunjuk (al-huda) demi suatu keuntungan yang mana mereka yakin bisa mendapatkannya dari orang lain. Bentuknya adalah barter antara kedua belah pihak dengan tujuan untuk mendapatkan laba. Adapun menyandarkan laba pada perdagangan adalah jelas sekali karena laba itu ialah pertambahan pada hasil dagang, proses barter ini akan menambahkan laba. Juga sebagaimana yang terdapat dalam tafsir *Ruhul Ma’ani* karangan imam Al-Alusi tentang tafsir ayat ini, “perdagangan itu ialah pengelolaan terhadap modal pokok untuk mencari laba. Laba itu ialah hasil pertambahan pada modal pokok. Dari beberapa tafsiran di atas dapat disimpulkan bahwa pengertian laba dalam Al-Quran

⁵⁶ Mushaf Al-Bantani dan Terjemahan, Banten, 2013

berdasarkan ayat-ayat yang telah disebutkan di atas ialah kelebihan atas modal pokok atau penambahan pada modal pokok yang di peroleh dari proses dagang.⁵⁷ Berikut beberapa aturan tentang laba dalam konsep islam:⁵⁸

- a. Adanya harta (uang) yang dikhususkan untuk perdagangan.
- b. Mengoprasikan modal tersebut secara interaktif dengan unsur-unsur lain yang terkait untuk produksi, seperti usaha dan sumber-sumber lain.
- c. Memposisikan harta sebagai objek dalam pemutarannya karena adanya kemungkinan-kemungkinan penambahan atau pengurangan jumlahnya.
- d. Selamatnya modal pokok yang berarti modal bisa dikembalikan.

⁵⁷ Husein Syahatah, "*Pokok-Pokok Pikiran Akutansi Islam*", (Jakarta: Akbar, 2001), h.146

⁵⁸ Husein Syahatah, "*Pokok-Pokok Pikiran Akutansi Islam*", (Jakarta: Akbar, 2001), h.148

1. Batasan-Batasan dan Kriteria Penentuan Laba Dalam Islam

Dari sudut pandang fiqih, jelas tidak ada presentase tertentu bagi laba, tetapi hal ini tergantung pada keadaan, sifat barang, permintaan, dan situasi pasar/ untuk itu islam menetapkan dasar-dasar dan kaidah-kaidah hukum islam untuk melarang monopoli, eksploitasi, penipuan, kebohongan, dan segala sesuatu yang mengakibatkan pengambilan harta orang lain secara batil,.

Oleh sebab itu, menurut konsep islam, nilai-nilai keimanan, akhlak dan tingkah laku seorang pedagang muslim memegang peranan utama dalam memengaruhi penentuan kadar laba dalam bermuamalah.⁵⁹

2. Cara Pengukuran Laba Dalam Islam

Dalam islam, metode penghitungan laba didasarkan pada asas perbandingan. Perbandingan itu adakalanya antara nilai harta diakhir tahun dan diawal tahun, atau perbandingan harga pasar yang berlaku untuk

⁵⁹ Husein Syahatah, “*Pokok-Pokok Pikiran Akutansi Islam*”, (Jakarta: Akbar, 2001), h.158

jenis barang tertentu diakhir tahun dan diawal tahun, atau juga bisa antara pendapatan-pendapatan dan biaya-biaya yang dikeluarkan untuk mendapat *income-incom* tersebut.⁶⁰

E. Penelitian Terdahulu

Sebelum penulis melakukan penelitian ini telah ada penelitian terdahulu mengenai variabel pendapatan bagi hasil musyarakah dan biaya promosi terhadap perolehan laba bersih. Diantaranya seperti yang penulis jabarkan pada permasalahan dibawah ini:

1. Ratna Anggraening Tiyas, dalam penelitiannya mengenai “Pengaruh Pendapatan Bagi Hasil Mudharabah dan Beban Promosi Terhadap Laba Operasional Di PT. Bank Mega Syariah tahun 2014-2016”. Metode penelitian yang digunakan adalah analisis deskriptif verifikatif dengan penekatan kuantitatif. Data yang digunakan adalah data sekunder yang diperoleh dari instrumen laporan triwulan selama periode 2014-2016 yang diterbitkan oleh

⁶⁰ Husein Syahatah, “*Pokok-Pokok Pikiran Akutansi Islam*”, (Jakarta: Akbar, 2001), h.168

Bank Mega Syariah di websitenya. Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis Pengaruh Pendapatan Bagi Hasil Mudharabah dan Beban Promoi Terhadap Laba Operasional. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Secara parsial Pendapatan Bagi Hasil Mudharabah berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap Laba Operasional, hal ini dibuktikan dengan nilai $T_{hitung} < T_{tabel}$ ($-2,331 < 2,228$). Secara parsial Beban Promosi berpengaruh positif tidak signifikan terhadap Laba Operasional, hal ini dibuktikan dengan nilai $T_{hitung} < T_{tabel}$ ($0,665 < 2,228$). Secara simultan nilai koefisien determinasi (R square) pengaruh Pendapatan Bagi Hasil Mudharabah dan Beban Promosi 0,4210 atau 42,10% berpengaruh terhadap Laba Operasional, sedangkan sisanya 57,9% dipengaruhi oleh faktor lain. Hasil akhir diketahui bahwa $F_{hitung} < F_{tabel}$ ($3,277 < 4,26$) dengan tingkat signifikan 0,150%. Artinya, berpengaruh positif tidak signifikan antara Pendapatan

Bagi Hasil Mudharabah dan Beban Promosi terhadap Laba Operasional.⁶¹

2. Karlina Pratiwi, dalam penelitiannya mengenai “Pengaruh Pendapatan Bagi Hasil Musyarakah dan Biaya Promosi Terhadap Laba Perusahaan PT. Bank Mega Syariah Periode 2014-2016”. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan metode analisis. Data yang digunakan adalah data sekunder yang diperoleh dari instrumen laporan triwulan selama periode 2014-2016 yang diterbitkan oleh Bank Mega Syariah di websitenya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Secara parsial Pendapatan Bagi Hasil Musyarakah berpengaruh positif tidak signifikan terhadap Laba Perusahaan, hal ini dibuktikan dengan nilai $T_{hitung} < T_{tabel}$ ($0,893 < 2,10$). Secara parsial Biaya Promosi berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap Laba Perusahaan, hal ini dibuktikan dengan nilai $T_{hitung} < T_{tabel}$ ($-0,855 < 2,10$). Secara

⁶¹ Ratna Anggraening Tiyas, “Pengaruh Pendapatan Bagi Hasil Mudharabah dan Beban Promosi Terhadap Laba Operasional Di PT. Bank Mega Syariah tahun 2014-2016”, (Skripsi Fakultas Syariah dan Hukum UIN Sunan Gunung Djati Bandung, 2018)

simultan nilai koefisien determinasi (*R square*) pengaruh Pendapatan Bagi Hasil Musyarakah dan Biaya Promosi 0,227 atau 22,7% berpengaruh terhadap Laba perusahaan, sedangkan sisanya 77,3% dipengaruhi oleh faktor lain. Hasil akhir diketahui bahwa $F_{hitung} \geq F_{tabel}$, yaitu ($1,318 \geq 4,74$) dengan tingkat signifikan 0,315%. Artinya, berpengaruh positif tidak signifikan antara Pendapatan Bagi Hasil Musyarakah dan Biaya Promosi terhadap Laba Perusahaan.⁶²

3. Desi Megawati Suryandari, dalam penelitiannya mengenai “Pengaruh Pendapatan Bagi Hasil Pembiayaan Mudarabah Dan Musyarakah Terhadap Laba Bersih Pada PT. Bank Syariah Bukopin, Tbk”. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan metode analisis. Data yang digunakan adalah data sekunder yang diperoleh dari instrumen laporan keuangan perbulan selama periode 2013-2016 yang diterbitkan oleh bank

⁶² Karina Pratiwi, “Pengaruh Pendapatan Bagi Hasil Musyarakah dan Biaya Promosi Terhadap Laba Perusahaan PT. Bank Mega Syariah Periode 2014-2016”, (Skripsi Fakultas Syariah dan Hukum UIN Sunan Gunung Djati Bandung, 2018).

syariah bukopin di websitenya. Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis Pendapatan Bagi Hasil Pembiayaan Mudharabah Dan Musyarakah Terhadap Laba Bersih. Pendapatan bagi hasil pembiayaan mudharabah dan musyarakah berpengaruh positif dan signifikan terhadap laba bersih Bank Syariah Bukopin. Artinya ketika kedua variabel bebas pendapatan bagi hasil pembiayaan mudharabah dan musyarakah mengalami kenaikan maka laba bersih pada PT Bank Syariah Bukopin, Tbk akan mengalami peningkatan pendapatan.⁶³

F. Hipotesis

Secara etimologis, hipotesis dibentuk dari dua kata, yaitu kata *hypo* dan kata *thesis*. *Hypo* berarti kurang dan *thesis* adalah pendapatan. Kedua kata itu kemudian di gunakan secara bersama menjadi *hypothesis* dan penyebutan alam dialek Indonesia menjadi hipotesa kemudian berubah menjadi hipotesis yang dimaksud adalah suatu kesimpulan

⁶³ Desi Megawati Suryandari, “Pengaruh Pendapatan Bagi Hasil Pembiayaan Mudharabah Dan Musyarakah Terhadap Laba Bersih Pada PT. Bank Syariah Bukopin, Tbk”, (Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung, 2018)

yang masih kurang atau kesimpulan yang masih belum sempurna.⁶⁴

Hipotesis merupakan suatu persyaratan yang bersifat sementara atau dugaan saja. Berdasarkan kerangka pemikiran dan teori yang dibangun maka, hipotesis dalam penelitian ini yaitu:

1. Pengaruh pendapatan bagi hasil musyarakah terhadap laba bersih pada Bank Syariah Mandiri.

H_{01} : diduga tidak ada pengaruh pendapatan bagi hasil musyarakah terhadap laba bersih pada Bank Syariah Mandiri.

H_{a1} : diduga ada pengaruh pendapatan bagi hasil musyarakah terhadap laba bersih pada Bank Syariah Mandiri.

2. Pengaruh biaya promosi terhadap laba bersih pada Bank Syariah Mandiri.

H_{02} : diduga tidak ada Pengaruh biaya promosi terhadap laba bersih pada Bank Syariah Mandiri.

⁶⁴ Burhan Bugin, "*Metododelogi Penelitian*" (Jakarta: Kencana, 2006). Hal 75

Ha₂: diduga ada Pengaruh biaya promosi terhadap laba bersih pada Bank Syariah Mandiri.

3. Pengaruh pendapatan bagi hasil dan biaya promosi terhadap laba bersih pada Bank Syariah Mandiri.

Ho₃: diduga tidak ada pengaruh pendapatan bagi hasil musyarakah dan biaya promosi terhadap laba bersih pada Bank Syariah Mandiri.

Ha₃: diduga ada pengaruh pendapatan bagi hasil musyarakah dan biaya promosi terhadap laba bersih pada Bank Syariah Mandiri.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada Bank Syariah Mandiri, berdasarkan data yang didapat melalui situs web *www.ojk.go.id*. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yang menggunakan laporan keuangan Bank Syariah Mandiri yang digunakan tahun 2013-2017. Waktu penelitian dilakukan pada November 2018.

B. Metode Penelitian

Metode penelitian adalah cara-cara menerapkan prinsip-prinsip logis terhadap penemuan, pengesahan dan penjelasan kebenaran atau cara yang ilmiah untuk mencapai kebenaran ilmu guna memecahkan masalah (Almack). Penggunaan metodologi penelitian yang tepat guna menghindari

pemecahan masalah yang spekulatif dan meningkatkan objektivitas dalam menggali ilmu.⁶⁵

Metode penelitian yang akan digunakan penulis adalah metode deskriptif dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Metode deskriptif menggunakan prosedur pemecahan masalah pada metode ini adalah dengan cara menegmbangkan objek penelitian pada saat keadaan sekarang berdasarkan fakta-fakta sebagaimana adanya, kemudian dianalisis dan diinterpretasikan, bentuknya berupa survey dan studi perkembangan.⁶⁶

Analisis deskriptif adalah merupakan bentuk analisis data penelitian untuk menguji generalisasi hasil penelitian berdasarkan satu sampel. Analisis deskriptif ini dilakukan dengan pengujian hipotesis deskriptif. Hasil analisis apakah hipotesis penelitian dapat digeneralisasikan. Analisis deskriptif ini menggunakan satu variabel atau lebih tetapi bersifat

⁶⁵ Syofian Siregar, "*Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*", (Jakarta: Kencana, 2015), h.8

⁶⁶ Syofian Siregar, "*Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*", (Jakarta: Kencana, 2015), h.8

mandiri, oleh karena itu analisis ini tidak berbentuk perbandingan atau hubungan.⁶⁷ Statistik deskriptif adalah metode statistik yang menggambarkan sifat-sifat data. Kegiatan statistik disini berupa kegiatan pengumpulan data, penyusutan data dan penyajian data dalam bentuk-bentuk tabel, grafik-grafik maupun diagram-diagram.⁶⁸ Penerapan jenis uji statistik untuk penelitian yang bersifat deskriptif, sangat tergantung dengan skala pengukurannya, seperti: nominal, ordinal, dan interval/rasio.⁶⁹

Penelitian Kuantitatif adalah data penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik. Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat

⁶⁷ Syofian Siregar, *“Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS”*, (Jakarta: Kencana, 2015), h.126

⁶⁸ Neogroho Boedijoewono, *“Pengantar Statistik Ekonomi Dan Bisnis”*, (Yogyakarta: UPP STIM YKPN, 2012), h. 11

⁶⁹ Syofian Siregar, *“Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS”*, (Jakarta: Kencana, 2015), h.126

kuantitatif statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.⁷⁰

C. Teknik Pengumpulan Data

Data adalah bahan mentah yang perlu diolah sehingga menghasilkan informasi atau keterangan.⁷¹ Data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan data sekunder. Data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung dari sumbernya. Teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini adalah dengan cara dokumentasi dan penelitian kepustakaan.

1. Dokumentasi yaitu dengan melakukan pencatatan atau mengumpulkan catatan-catatan yang menjadi bahan penelitian yang berupa data laporan keuangan bulanan Bank Syariah Mandiri periode 2013-2017 yang diambil dari *website* resmi www.syariahamandiri.co.id dan www.ojk.go.id.

⁷⁰ Sugiyono, “*Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*”, (Bandung: Alfabet, 2015), h. 7

⁷¹ Syofian Siregar, “*Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*”, (Jakarta: Kencana, 2015), h.16

2. Penelitian kepustakaan merupakan penelitian yang hampir semua aktifitasnya dilakukan di perpustakaan. Tujuannya adalah untuk mendapatkan landasan teoritis untuk dijadikan dasar dalam menganalisis data, sehingga menghasilkan kesimpulan dan memecahkan masalah yang ada.⁷²

D. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data pada umumnya dibedakan menjadi analisis kuantitatif dan kualitatif. Analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis kuantitatif. Analisis kuantitatif merupakan pendekatan analisis dengan penghitungan matematika atau statistik. Dalam penelitian ini yang digunakan untuk mengetahui pengaruh pendapatan bagi hasil musyarakah dan biaya promosi terhadap laba bersih pada Bank Syariah Mandiri periode 2013-2017. Metode analisis yang digunakan adalah metode regresi linear berganda dengan menggunakan aplikasi SPSS 21.

⁷² Restu Kartiko Widi, “*Asas Metodologi Penelitian*”, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010), h.52

1. Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif yang merupakan teknik statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku secara umum atau generalisasi.⁷³

2. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik merupakan uji data yang digunakan untuk mengetahui apakah data penelitian memenuhi syarat untuk dianalisis lebih lanjut, guna menjawab hipotesis penelitian. Ada banyak jenis pengujian asumsi klasik. Dalam penelitian ini akan menggunakan uji asumsi klasik yaitu uji normalitas, uji heteroskedastisitas, uji multikolinieritas dan uji autokorelasi.

⁷³ Sugiyono, "Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D", (Bandung: Alfabeta, 2016), h.147

a. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui sejauh mana sebaran data dalam penelitian ini berdistribusi normal atau tidak normal. Model regresi yang baik adalah jika distribusi data normal atau mendekati normal. Pengujian normalitas dilakukan dengan menggunakan uji *Kolmogrov Smirnov*. Pengujian yang menunjukkan data yang normal diperoleh apabila nilai signifikan $> 0,05$.

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas.⁷⁴ Salah satu cara yang dapat

⁷⁴ Imam ghozali “*Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*”, (Semarang: Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Diponegoro, 2018) h.137

digunakan untuk melihat adanya kasus heteroskedastisitas adalah dengan memperhatikan *plot* dari sebaran *residual* (*SPRED) dan variable yang diprediksikan (*ZPRED). Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.⁷⁵

c. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode $t-1$ (sebelumnya)⁷⁶. Uji autokorelasi yang sering digunakan adalah uji *Dubin-Waston* (DW).

Dubin Watson hanya digunakan untuk autokorelasi tingkat satu (*first order autocorrelation*)

⁷⁵ Imam Ghozali, “*Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*”, (Semarang: Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Diponegoro, 2018) h.138

⁷⁶ Imam Ghozali “*Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*”, (Semarang: Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Diponegoro, 2018) h.111

dan mensyaratkan adanya *intercept* (konstanta) dalam model regresi dan tidak ada variabel lagi antara variabel independen.⁷⁷ Hipotesis yang akan di uji adalah:

H0 : tidak ada autokorelasi ($r = 0$)

H1 : ada autokorelasi ($r \neq 0$)

Tabel 3.1

Pedoman Uji Durbin Watson

Hipotesis nol	Keputusan	Kriteria
Ada autokorelasi positif	Tolak	$0 < d < dl$
Tidak ada autokorelasi positif	Tidak ada keputusan	$dl \leq d \leq du$
Ada autokorelasi negative	Tolak	$4-dl < d < 4$
Tidak ada autokorelasi negatif	Tidak ada keputusan	$4-du \leq d \leq 4-dl$
Tidak ada autokorelasi	Jangan tolak	$du < d < 4-du$

Sumber: Imam Ghozali “Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25”

⁷⁷ Imam Ghozali “Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25”, (Semarang: Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Diponegoro, 2018) h.112

d. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah metode regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak orthogonal. Variabel orthogonal adalah variabel independen sama dengan nol.⁷⁸

Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinieritas yang tinggi antar variabel independen dapat dideteksi dengan cara melihat nilai *Tolerance* dan *Varieance Inflation Factor* (VIF). Kedua ukuran ini menunjukkan setiap variabel independen manakah yang dijelaskan oleh variabel independen lainnya. *Tolerance* mengukur variabilitas variabel independen yang terpilih yang tidak

⁷⁸ Imam Ghozali “*Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*”, (Semarang: Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Diponegoro, 2018) h.138

dijelaskan oleh variabel lainnya. Jadi nilai *tolerance* sama dengan nilai *VIF* tinggi (karena $VIF=1/Tolerance$). Nilai Cutoff yang umumnya dipakai untuk menunjukkan adanya multikolonieritas adalah nilai $Tolerance \leq 0.10$ sama dengan nilai $VIF \geq 10$.⁷⁹

3. Uji Regresi Linear Berganda

Regresi berganda adalah pengembangan dari regresi linier sederhana, yaitu sama-sama alat yang dapat digunakan untuk memprediksi permintaan di masa yang datang berdasarkan data masa lalu atau untuk mengetahui pengaruh satu atau lebih variabel bebas (independen) terhadap satu variabel tak bebas (dependen). Perbedaan penerapan metode ini hanya terletak pada jumlah variabel bebas (independen) yang digunakan. Penerapan metode regresi berganda jumlah variabel bebas (independen) yang

⁷⁹ Imam Ghozali, “*Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*”, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2013), h.107

dugunakan lebih dari satu yang mempengaruhi satu variabel tidak bebas (dependen).⁸⁰

Analisis regresi berganda digunakan untuk menguji pengaruh pendapatan bagi hasil musyarakah dan biaya promosi terhadap laba bersih Bank Syariah Mandiri.

4. Uji Hipotesi

a. Uji Parsial (Uji T)

Uji parsial pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh suatu variabel independen terhadap variabel dependen dengan menganggap variabel independen lainnya konstan. Untuk mengetahui nilai t statistik table ditentukan tingkat signifikansi 5% dengan derajat kebebasan, yaitu $df = (n-k-1)$, dimana $n =$ jumlah data dan $k =$ jumlah variabel bebas.⁸¹ Adapun hipotesisnya yaitu:

⁸⁰ Syofian Siregar, “*Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*”, (Jakarta: Kencana, 2015), h.301

⁸¹ Suliyanto, “*Ekonometrika Terapan : teori dan aplikasi dengan SPSS*”, (Yogyakarta: CV Andi, 2011), h.55

1. $H_0 = b_1, b_2 = 0$ yang artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan dan variabel independen terhadap variabel dependen.
2. $H_a \neq b_1, b_2 = 0$ yang artinya terdapat pengaruh yang signifikan dan variabel independen terhadap variabel dependen.

Kriteria uji:

1. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima atau dikatakan signifikan, artinya secara parsial variabel independen (X) berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Y), maka hipotesis diterima.
2. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak maka dikatakan tidak signifikan, artinya secara parsial variabel independen (X) berpengaruh tidak signifikan terhadap variabel dependen (Y), maka hipotesis ditolak.

b. Uji Simultan (Uji F)

Uji simultan digunakan untuk menguji pengaruh secara simultan variabel independen terhadap variabel dependen. Jika variabel independen memiliki pengaruh secara simultan terhadap variabel dependen maka model persamaan regresi masuk dalam kriteria cocok atau *fit*. Sebaliknya jika variabel independent tidak memiliki pengaruh secara simultan terhadap variabel dependen maka model persamaan refresi masuk dalam kriteria tidak cocok atau *no fit*.⁸²

Hipotesisnya adalah:

1. $H_0^3 = b_1, b_2 = 0$, yang artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen.
2. $H_0^3 = b_1, b_2 \neq 0$, yang artinya terdapat pengaruh secara bersama-sama antar variabel independen terhadap variabel dependen.

Kriteria uji

⁸² Suliyanto, *Ekonometrika Terapan : teori dan aplikasi dengan SPSS*, h.55

1. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak H_a diterima atau dikatakan signifikan, artinya secara simultan variabel independen (X) berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Y), maka hipotesis diterima.
2. Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak maka dikatakan tidak signifikan, artinya secara simultan variabel independen (X) berpengaruh tidak signifikan terhadap variabel dependen (Y), maka hipotesis ditolak.

5. Analisis Koefisien Korelasi (Uji R)

Analisis ini digunakan untuk menemukan seberapa erat hubungan antara dua variabel. Koefisien korelasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar kekuatan hubungan terjadi antara variabel bebas pendapatan bagi hasil musyarakah (X1), biaya promosi (X2) dan variabel terikat laba bersih (Y) bank syariah mandiri. Hubungan antara variabel independent dan variabel dependent dinyatakan dalam bilangan. Bilangan

yang menyatakan besar kecil hubungan itu disebut korelasi. Uji koefisien belum dapat diketahui variabel penyebab akibat. Dalam analisis korelasi yang diperhatikan adalah arah (positif atau negatif) dan besarnya hubungan (kekuatan). Dengan penaksiran besarnya korelasi yang digunakan adalah:

Tabel 3.2
Interpretasi Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat Kuat

Sumber: Sumber: Imam Ghozali “Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25”

6. Analisis Koefisien Determinasi (Uji R^2)

Dalam analisis korelasi terdapat suatu angka yang disebut dengan koefisien determinasi, yang besarnya adalah kuadrat dan korelasi (R^2) koefisien ini disebut koefisien penentu varians yang terjadi pada

variabel dependen dapat dijelaskan melalui varians yang terjadi variabel independen. Koefisien determinasi dinyatakan dengan presentase (%) yang nilainya berkisar antara $0 < R^2 < 1$. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan varians variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati suatu variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen.

BAB IV

PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum PT. Bank Syariah Mandiri

1. Profil Bank Syariah Mandiri

Bank Syariah Mandiri tumbuh sebagai bank yang mampu memadukan keduanya, yang melandasi kegiatan operasionalnya. Harmonisasi idealisme usaha dan nilai-nilai spiritual inilah yang menjadi salah satu keunggulan Bank Syariah Mandiri dalam kiprahnya di perbankan Indonesia. Per Desember 2017 Bank Syariah Mandiri memiliki 737 kantor layanan di seluruh Indonesia, dengan akses lebih dari 196.000 jaringan ATM. Kode Bank 451 Kode Swift BSMDIDJA.⁸³

a. Alamat Kantor Pusat :

Wisma Mandiri I Jl. MH. Thamrin No. 5

Jakarta 10340 – Indonesia

⁸³ <https://www.syariahamandiri.co.id/tentang-kami/profil-perusa>

b. Kepemilikan Saham :

PT Bank Mandiri (Persero) Tbk.: 497.804.387 lembar saham (99,9999998%) PT Mandiri Sekuritas: 1 lembar saham (0,0000002%).

c. Otoritas Pengawas Bank :

Otoritas Jasa Keuangan

Gedung Sumitro Djohadikusumo

Jalan Lapangan Banteng Timur No. 2-4

Jakarta 10710 Indonesia

Telp (62-21) 3858001 Faks (62-21)

3857917 www.ojk.go.id

2. Sejarah Bank Syariah Mandiri

Kehadiran Bank Syariah Mandiri sejak tahun 1999, sesungguhnya merupakan hikmah sekaligus berkah pasca krisis ekonomi dan moneter 1997-1998. Sebagaimana diketahui, krisis ekonomi dan moneter sejak Juli 1997, yang disusul dengan krisis multi-dimensi termasuk di panggung politik nasional, telah menimbulkan beragam dampak negatif yang sangat

hebat terhadap seluruh sendi kehidupan masyarakat, tidak terkecuali dunia usaha. Dalam kondisi tersebut, industri perbankan nasional yang didominasi oleh bank bank konvensional mengalami krisis luar biasa. Pemerintah akhirnya mengambil tindakan dengan merestrukturisasi dan merekapitalisasi sebagian bank bank di Indonesia.

Salah satu bank konvensional PT. Bank Susila Bakti (BSB) yang dimiliki oleh Yayasan Kesejahteraan Pegawai (YKP) PT Bank Dagang Negara dan PT Mahkota Prestasi juga terkena dampak krisis. BSB berusaha keluar dari situasi tersebut dengan melakukan upaya *marger* dengan beberap Bank lain serta mengundang investor asing.

Pada saat bersama, pemerintah melakukan pembangunan (*marger*) empat bank (Bank Dagang Negara, Bank Bumi Daya, Bank Exim dan Bapindo) Menjadi satu bank baru PT Bank Mandiri (persero) pada tanggal 31 Juli 1999. Kebijakan penggabungan tersebut

juga menetapkan dan menetapkan PT Bank Mandiri (persero) Tbk. sebagai pemilik mayoritas baru BSB.

Sebagai tindak lanjut dari keputusan *marger*, Bank Mandiri melakukan konsolidasi serta membentuk tim ini bertujuan untuk mengembangkan layanan Perbankan Syariah. Pembentukan tim ini bertujuan untuk mengembangkan layanan perbankan syariah di kelompok perusahaan Bank Mandiri, sebagai respon atas diberlakukannya UU No. 10 tahun 1998, yang memberi peluang bank umum untuk melayani transaksi syariah (*dual banking system*).

Tim pengembangan Perbankan Syariah memandang bahwa pemberlakuan UU tersebut merupakan momentum yang tepat untuk melakukan konversi PT Bank Susila Bakti dari konvensional menjadi bank syariah. Oleh karenanya, Tim Pengembangan Perbankan Syariah segera mempersiapkan sistem dan infrastrukturnya, sehingga kegiatan usaha BSB berubah dari bank konvensional menjadi bank yang beroperasi

berdasarkan prinsip syariah dengan nama PT Bank Syariah Mandiri sebagai tercantum dalam Akta Notaris: Sutjipto, SH, No.23 tanggal 8 September 1999.

Perubahan kegiatan usaha BSB menjadi bank umum syariah dikukuhkan oleh Gubernur BI No. 1/24/KEP.BI/1999, 25 Oktober 1999. Selanjutnya, melalui Surat Keputusan Deputi Gubernur Senior Bank Indonesia No. 1/1/KEP.DGS/1999, BI menyetujui perubahan nama menjadi PT Bank Syariah Mandiri. Menyusul pengukuhan dan pengakuan legal tersebut, PT Bank Syariah Mandiri secara resmi mulai beroperasi sejak Senin tanggal 25 Rajan 1420 H atau tanggal 1 November 1999.

PT Bank Syariah Mandiri hadir, tampil dan tumbuh sebagai bank yang mampu memadukan idealisme usaha dengan nilai-nilai rohani, yang melandasi kegiatan operasionalnya. Harmoni antara idealisme usaha dan nilai-nilai rohani inilah yang menjadi salah satu keunggulan Bank Syariah Mandiri

dalam kiprahnya di perbankan Indonesia. BSM hadir untuk bersama membangun Indonesia menuju Indonesia yang lebih baik.

3. Visi dan Misi

a. Visi

"Bank Syariah Terdepan dan Modern"

Bank Syariah Terdepan: Menjadi bank syariah yang selalu unggul diantara pelaku industri perbankan syariah di Indonesia pada segment consumer, micro, SME, commercial, dan corporate.

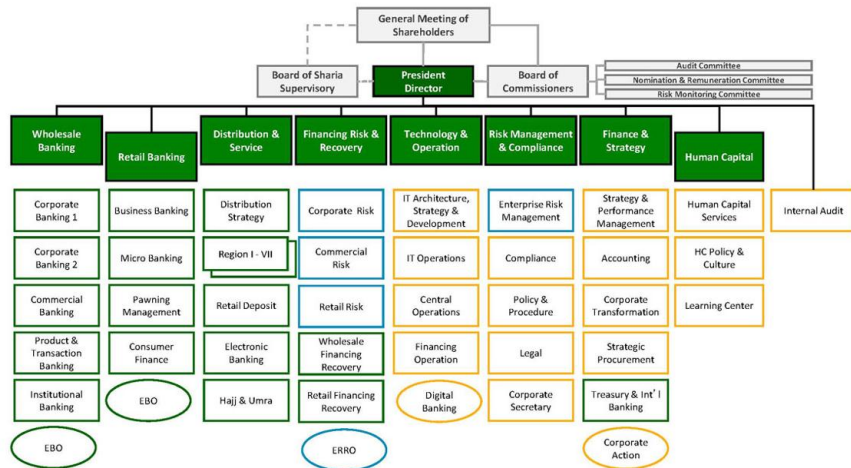
Bank Syariah Modern: Menjadi bank syariah dengan sistem layanan dan teknologi mutakhir yang melampaui harapan nasabah.

b. Misi

1. Mewujudkan pertumbuhan dan keuntungan diatas rata-rata industri yang berkesinambungan.
2. Meningkatkan kualitas produk dan layanan berbasis teknologi yang melampaui harapan nasabah.
3. Mengutamakan penghimpunan dana murah dan penyaluran pembiayaan pada segmen ritel.
4. Mengembangkan bisnis atas dasar nilai-nilai syariah universal.
5. Mengembangkan manajemen talenta dan lingkungan kerja yang sehat.
6. Meningkatkan kepedulian terhadap masyarakat dan lingkung.

4. Struktur Organisasi Bank Syariah Mandiri

Gambar 4.1
Struktur Organisasi Bank Syariah Mandiri



Sumber: www.syariahmandiri.co.id

B. Deskripsi Data

Dalam penelitian jenis data yang akan digunakan data sekunder. Data sekunder adalah data yang telah dikumpulkan oleh lembaga pengumpulan data. Dalam penelitian ini yang menjadi objek penelitian adalah pendapatan bagi hasil musyarakah dan biaya promosi dan perolehan laba bersih dengan kurun waktu lima tahun dari bulan Januari 2013 sampai dengan Desember 2017.

Tabel 4.1
Pendapatan Bagi Hasil Musyarakah, Biaya Promosi dan
Laba Bersih Dari Bank Syariah Mandiri Periode
Januari 2013-Desember 2017
(dalam jutaan rupiah)

Tahun	Bulan	Pendapatan Bagi Hasil Musyarakah	Biaya Promosi	Laba Bersih
2013	Januari	56.188	1.125	83.108
	Februari	107.756	7.805	168.439
	Maret	165.393	12.534	255.604
	April	219.363	20.571	305.118
	Mei	275.383	23.738	313.822
	Juni	353.383	28.953	366.749
	Juli	434.470	37.810	381.419
	Agustus	460.291	43.902	424.166
	September	520.257	54.775	475.653
	Oktober	573.222	60.870	501.561
	November	636.648	63.632	524.579
	Desember	704.007	81.185	816.708
2014	Januari	75.084	3.199	64.448
	Februari	129.441	7.068	129.315
	Maret	186.586	7.798	200.502
	April	246.610	9.470	261.053
	Mei	300.280	13.342	112.712
	Juni	376.968	17.978	150.146
	Juli	441.330	25.366	181.667
	Agustus	506.403	29.643	233.679
	September	571.332	35.754	275.157
	Oktober	638.602	40.660	295.161
	November	702.917	46.457	305.822
	Desember	750.937	55.512	71.778

Tahun	Bulan	Pendapatan bagi hasil musyarakah	Biaya promosi	Laba bersih
2015	Januari	66.846	3.380	54.460
	Februari	113.709	6.175	92.246
	Maret	-	-	-
	April	286.165	17.103	98.362
	Mei	361.295	26.598	117.752
	Juni	437.034	35.555	132.346
	Juli	514.700	39.441	134.742
	Agustus	590.151	44.967	136.131
	September	662.229	47.547	148.773
	Oktober	744.041	55.067	164.665
	November	820.949	57.851	181.557
	Desember	903.877	61.829	250.370
2016	Januari	89.158	5.737	20.048
	Februari	171.765	9.152	40.123
	Maret	254.79	12.291	76.572
	April	346.929	16.013	106.156
	Mei	440.417	21.747	137.323
	Juni	533.926	24.933	167.638
	Juli	625.542	32.531	198.437
	Agustus	711.063	38.106	224.253
	September	824.483	41.277	246.157
	Oktober	904.371	47.806	268.738
	November	1103.864	50.534	289.446
	Desember	1104.685	59.583	325.414
2017	Januari	98.824	5.096	29.102
	Februari	221.238	7.988	57.494
	Maret	317.458	10.915	90.261
	April	422.325	14.365	120.776
	Mei	529.943	17.817	135.001
	Juni	640.847	24.533	181.030
	Juli	759.860	33.754	202.491
	Agustus	877.111	39.519	230.494
	September	1019.256	46.712	261.024

Tahun	Bulan	Pendapatan bagi hasil musyarakah	Biaya promosi	Laba bersih
	Oktober	1138.856	55.956	289.499
	November	1267.449	66.362	319.803
	Desember	1393.921	77.695	365.166

Sumber: Laporan Laba Rugi Bank Syariah Mandiri

C. Hasil Analisis Data

1. Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif digunakan untuk mengetahui gambaran variabel-variabel yang akan menjadi sampel. Hasil perhitungan analisis statistik deskriptif yang telah diolah menggunakan SPSS 21 adalah sebagai berikut:

Tabel 4.2
Hasil Uji Statistik Deskriptif
Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Laba Bersih (Y)	59	20048	816708	216817,22	142880,99
Pendapatan Bagi Hasil Musyarakah (X1)	59	25479	1393921	517027,41	328669,90
Biaya Promosi (X2)	59	1125	81185	31950,54	20880,61
Valid N (Listwise)	59				

Sumber : Data Olahan SPSS 21

Berdasarkan hasil analisis statistik deskriptif tersebut, dapat terlihat bahwa variabel perolehan laba bersih menjadi sampel berkisar Rp.20.048 juta antara sampai dengan Rp.816.708 juta dengan rata-rata sebesar Rp.216.817,22 juta standar deviasi sebesar Rp.142.880,99 juta. Variabel pendapatan bagi hasil musyarakah menjadi sampel berkisar antara Rp.25.479 juta sampai dengan Rp.1.393.921 juta dengan rata-rata sebesar Rp.517.027,41 juta standar deviasi sebesar Rp.324.07869 juta. Variabel biaya promosi menjadi sampel berkisar Rp.1.125 juta antara sampai dengan Rp.81.185 juta dengan rata-rata sebesar Rp.31.950,54 juta standar deviasi sebesar Rp.20.880,61 juta.

2. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik terdiri dari uji normalitas , uji heteroskedatisitas, uji multikolinieritas dan uji autokorelasi.

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, terdapat variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal.⁸⁴

Tabel 4.3
Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		59
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	92782,00237921
Most Extreme Differences	Absolute	,134
	Positive	,070
	Negative	-,134
Kolmogorov-Smirnov Z		1,028
Asymp. Sig. (2-tailed)		,241

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber : Data Olahan SPSS 21

Berdasarkan data diatas dapat dilihat bahwa hasil uji *one sample klmogorov-smirnov* menunjukkan nilai *asymp. Sign (2-taild)* sebesar 0,241.

⁸⁴ Imam Ghozali, “Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25”, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2013), h.161

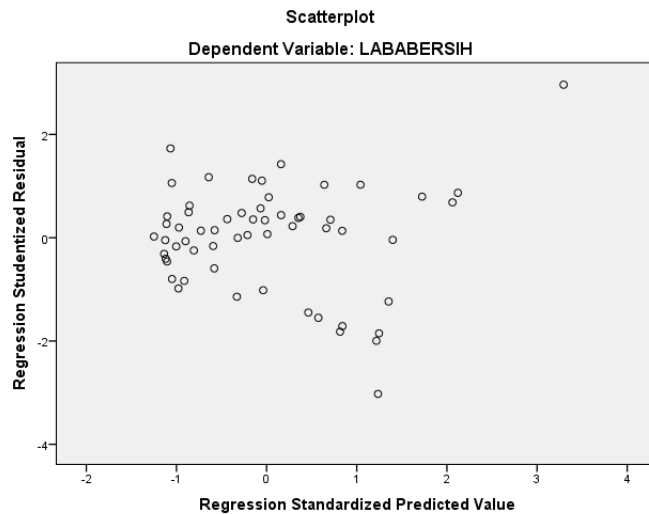
Hal tersebut menunjukkan bahwa data memiliki distribusi normal, karena lebih besar dari pada $\alpha = 5\%$.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari *residual* satu pengamatan ke pengamatan lain. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas.⁸⁵ Ketentuan pengambilan keputusan ada tidaknya heteroskedastisitas jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.⁸⁶

⁸⁵ Imam Ghozali, “*Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*”, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2013), h.137

⁸⁶ Imam Ghozali, “*Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*”, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2013), h.138

Gambar 4.2**Hasil Uji Heteroskedastisitas**

Sumber: Data Olahan SPSS 21

Dari gambar diatas (*scatter plot*) terlihat tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka dapat disimpulkan tidak terjadi heterokredastisitas.

d. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode $t-1$

(sebelumnya). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada problem autokorelasi. Autokorelasi muncul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama lainnya.⁸⁷ Uji autokorelasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji *Durbin Watson* (DW test). Dalam kriteria pengujian apabila *Durbin-Watson* berada diantara angka 2 atau mendekati angka 2 maka dapat dinyatakan data pengamatan tersebut tidak terdapat autokorelasi.⁸⁸

Tabel 4.5
Hasil Uji Autokorelasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,798 ^a	,637	,623	70746,17969	2,227

a. Predictors: (Constant), pendapatan bagi hasil musarakah (X1), biasa promosi (X2)

b. Dependent Variable: Laba bersih

Sumber: Data Olahan SPSS 21

⁸⁷ Imam Ghozali, “*Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*”, (Semarang: Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Diponegoro, 2018) H.111

⁸⁸ Tedi Rusman, “*Statistika Penelitian : Aplikasinya Dengan SPSS*”, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2015) h.62

Berdasarkan tabel diatas, nilai DW adalah sebesar 2,227. Nilai ini akan kita bandingkan dengan nilai tabel dengan menggunakan signifikan 5%, jumlah sampel 59 (n) dan jumlah variabel 2 (K=2), maka dalam tabel DW akan didapat nilai dl dan du. Nilai dl sebesar 1,5099 dan nilai du sebesar 1,6497. Nilai DW (2,227) berada diantara $dl < du < d = 1,5099 < 1,6497 < 2,227$. Karena nilai DW sebesar 2,227 berada diantara angka 2 dapat disimpulkan bahwa pada model regresi ini tidak terjadi adanya autokorelasi.

e. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Jika nilai *Tolerance* kurang dari 0,10 dan nilai *VIF* lebih kecil

dari 10 tidak ada kecenderungan yang terjadi multikolinieritas.⁸⁹

Tabel 4.6
Hasil Uji Multikolinieritas
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta	Tolerance	VIF
(Constant)	86135,509	23458,877			
1 Pendapatan Bagi Hasil Musyarakah (X1)	-,257	,074	-,591	,262	3,811
Biaya Promosi (X2)	8,246	1,159	1,205	,262	3,811

a. Dependent Variable: Laba Bersih (Y)

Sumber: Data Olahan SPSS 21

Berdasarkan tabel *coefficients* diatas dapat diketahui bahwa nilai *VIF* pada variabel pendapatan bagi hasil musyarakah sebesar 3,811 dan biaya promosi 3,811. Hal ini berarti kedua variabel tidak mengalami multikolinieritas karena nilai *VIF* kurang dari 10.

⁸⁹ Imam Ghozali, “Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25”, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2013), h.107

3. Uji Regresi Linear Berganda

Suatu model persamaan regresi linear berganda digunakan untuk menjelaskan hubungan antar satu variabel dependen dengan dua atau lebih variabel independen.

Tabel 4.6
Hasil Uji Regresi Linear Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta	Tolerance	VIF
(Constant)	86135,509	23458,877			
1 Pendapatan Bagi Hasil Musyarakah (X1)	-,257	,074	-,591	,262	3,811
Biaya Promosi (X2)	8,246	1,159	1,205	,262	3,811

a. Dependent Variable: Laba Bersih (Y)

Sumber: Data Olahan SPSS 21

Berdasarkan hasil analisis regresi berganda pada tabel diatas diperoleh koefesien untuk variabel bebas $X_1 = -0,257$, $X_2 = 8,246$ dan konstanta sebesar 86135,509 sehingga model persamaan regresi yang diperoleh adalah:

$$Y = 86135,509 - 0,257X_1 + 8,246X_2 + e$$

Dimana :

Y = variabel terikat (Laba bersih)

X₁ = variabel bebas (pendapatan bagi hasil musyarakah)

X₂ = variabel bebas (biaya promosi)

- a. Nilai konstan (Y) sebesar Rp.86.135,509 menyatakan bahwa jika variabel bebas yaitu pendapatan bagi hasil musyarakah (X₁) dan biaya promosi (X₂) bernilai nol atau tetap, maka total laba bersih yang terjadi sebesar Rp.86.135,509 juta.
- b. Koefisien regresi pendapatan bagi hasil musyarakah (X₁) sebesar -0,257. Menyatakan bahwa jika setiap terjadi Rp.1 penurunan dari pendapatan bagi hasil musyarakah (X₁) dan biaya

promosi (X2) tetap, maka laba bersih (Y) akan mengalami penurunan sebesar Rp.0,257 juta.

- c. Koefesien regresi biaya promosi (X2) sebesar 8,246. Menyatakan bahwa setiap terjadi Rp.1 kenaikan dari biaya promosi (X2) dan pendapatan bagi hasil musyarakah (X1) tetap, maka laba bersih (Y) akan mengalami kenaikan sebesar Rp.8,246 juta.
- d. Dan e adalah koefesien pengganggu atau *standard error*.

4. Uji Hipotesi

a. Uji T (Parsial)

Hasil dari uji t dapat dilihat pada tabel dibawah ini

Tabel 4.6
Hasil Uji t (parsial
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta	Tolerance	VIF
(Constant)	86135,509	23458,877			
1 Pendapatan Bagi Hasil Musyarakah (X1)	-,257	,074	-,591	,262	3,811
Biaya Promosi (X2)	8,246	1,159	1,205	,262	3,811

a. Dependent Variable: Laba Bersih (Y)

Sumber: Data Olahan SPSS 21

a) Pengaruh Pendapatan Bagi Hasil Musyarakah Terhadap Perolehan Laba Bersih

Nilai t_{hitung} sebesar -3,487 dengan nilai signifikan sebesar 0,001 yang nilainya lebih kecil dari 0,05. Maka tolak H_0 dan terima H_1 . Sedangkan hasil t_{hitung} $-3,487 < t_{tabel}$ 3,234. Dengan demikian pengaruh pendapatan bagi hasil musyarakah terhadap laba bersih adalah negatif dan signifikan.

b) Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Perolehan Laba Bersih

Nilai t_{hitung} sebesar 7,113 dengan nilai signifikan sebesar 0,000 yang nilainya lebih kecil dari 0,05. Maka tolak H_0 dan terima H_1 . Sedangkan hasil $t_{hitung} 7,113 > t_{tabel} 3,234$. Dengan demikian pengaruh biaya promosi terhadap laba bersih adalah positif dan signifikan.

b. Uji F (Simultan)

Hasil dari Uji F dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.9
Hasil Uji F (Simultan)
ANOVA^a

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	684775642551,395	2	342387821275,698	38,402	,000 ^b
1 Residual	499292997998,741	56	8915946392,835		
Total	1184068640550,136	58			

a. Dependent Variable: Laba Bersih (Y)

b. Predictors: (Constant), Biaya Promosi (X2), Pendapatan Bagi Hasil Musyarakah (X1)

Sumber: Data Olahan SPSS 21

Uji F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas dalam hal ini pendapatan bagi hasil musyarakah (X1) dan biaya promosi (X2) yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara simultan (bersama-sama) terhadap variabel dependen atau terikat dalam hal ini adalah laba bersih (Y). berdasarkan tabel diatas menunjukkan nilai F_{hitung} sebesar 38,402 sedangkan F_{tabel} sebesar 3,16. Hal ini menunjukkan bahwa nilai F_{hitung} (38,402) > F_{tabel} (3,16) yang berarti pendapatan bagi hasil musyarakah dan biaya promosi secara bersama-sama (simultan) mempunyai berpengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel terikat yaitu laba bersih. Selain itu dapat dilihat dari taraf signifikan $0,000 < 0,05$ (taraf signifikan 0,05), maka dapat disimpulkan bahwa pendapatan bagi hasil musyarakah dan biaya promosi berpengaruh secara simultan terhadap laba bersih.

5. Analisis Koefisien Korelasi (Uji R)

Tabel 4.10
Hasil Uji R Pendapatan Bagi Hasil Musyarakah (X1)
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,594 ^a	,353	,342	93551,04184	2,227

a. Predictors: (Constant), pendapatan bagi hasil muyarakah (X1)

b. Dependent Variable: Laba bersih

Model 1

Tabel di atas menjelaskan hasil analisis koefisien korelasi (R), dimana hasil dari R yaitu sebesar 0,594 yang berarti bahwa korelasi atau hubungan antar variabel independen yaitu pendapatan bagi hasil musyarakah terhadap variabel dependen laba bersih adalah korelasi yang sedang.

Tabel 4.11
Hasil Uji R Biaya Promosi (X2)
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,766 ^a	,586	,579	74815,54471	2,228

a. Predictors: (Constant), biaya promosi (X2)

b. Dependent Variable: Laba bersih (Y)

Model 2

Tabel di atas menjelaskan hasil analisis koefisien korelasi (R), dimana hasil dari R yaitu sebesar 0,766 yang berarti bahwa korelasi atau hubungan antar variabel independen yaitu pengaruh biaya promosi terhadap variabel dependen laba bersih adalah korelasi yang kuat.

Tabel 4.12
Hasil Uji R Secara Simultan
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,798 ^a	,637	,623	70746,17969	2,227

a. Predictors: (Constant), pendapatan bagi hasil musyarakah(X1), biaya promosi(X2)

b. Dependent Variable: Laba bersih(Y)

Model 3

Tabel di atas menjelaskan hasil analisis koefisien korelasi (R), dimana hasil dari R yaitu sebesar 0,798 yang berarti bahwa korelasi atau hubungan antar variabel independen yaitu pendapatan bagi hasil musyarakah dan biaya promosi terhadap variabel

dependen laba bersih adalah korelasi yang kuat atau signifikan.

6. Analisis Koefisien Determinasi (Uji R^2)

Analisis koefisien determinasi dilakukan untuk mengetahui pendapatan bagi hasil musyarakah (X1) dan biaya promosi (X2) terhadap laba bersih (Y). nilai koefisien determinasi antara 0 sampai sama dengan 1, semakin mendekati angka 1 nilai koefisien determinasi maka pendapatan bagi hasil musyarakah (X1) dan biaya promosi (X2) terhadap Laba bersih (Y) semakin kuat. Namun sebaliknya jika semakin mendekati angka 0 nilai koefisien determinasi maka pendapatan bagi hasil musyarakah (X1) dan biaya promosi (X2) terhadap Laba bersih (Y) semakin lemah. Hasil koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.13
Hasil Uji R Square Pendapatan Bagi Hasil Musyarakah (X1)
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,594 ^a	,353	,342	93551,04184	2,227

a. Predictors: (Constant), pendapatan bagi hasil musyarakah(X1)

b. Dependent Variable: Laba bersih (Y)

Model 1

Hasil koefisien determinasi dari tabel diatas dapat dilihat pada nilai R Square yang dihasilkan yaitu sebesar 0,353 angka tersebut dapat digunakan untuk melihat besarnya pengaruh pendapatan bagi hasil musyarakah terhadap laba bersih. Jadi, hasil tersebut menjelaskan bahwa variansi perubahan Y dipengaruhi oleh pendapatan bagi hasil musyarakah sebesar 35,3% Artinya, pengaruh pendapatan bagi hasil musyarakah terhadap laba bersih sebesar 35,3% sedangkan sisanya 64,7% yang didapat dari (100% - 35,4%) dipengaruhi oleh variabel-variabel lain diluar penelitian ini.

Tabel 4.14
Hasil Uji RSquare Biaya Promosi (X2)
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,766 ^a	,586	,579	74815,54471	2,228

a. Predictors: (Constant), biaya promosi(X2)

b. Dependent Variable: laba bersih (Y)

Model 2

Hasil koefisien determinasi dari tabel diatas dapat dilihat pada nilai R Square yang dihasilkan yaitu sebesar 0,586 angka tersebut dapat digunakan untuk melihat besarnya pengaruh biaya promosi terhadap laba bersih. Jadi, hasil tersebut menjelaskan bahwa variansi perubahan Y dipengaruhi oleh biaya promosi sebesar 58,6% Artinya, pengaruh biaya promosi terhadap laba bersih sebesar 58,6% sedangkan sisanya 41,4% yang didapat dari (100% - 41,4%) dipengaruhi oleh variabel-variabel lain diluar penelitian ini.

Tabel 4.15
Hasil Uji R Square Secara Simultan
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,798 ^a	,637	,623	70746,17969	2,227

a. Predictors: (Constant), Pendapatan Hagi Hasil

Musyarakah(X1), Biaya Promosi(X2)

b. Dependent Variable: Laba Bersih(Y)

Model 3

Hasil koefisien determinasi dari tabel diatas dapat dilihat pada nilai R Square yang dihasilkan yaitu sebesar 0,637 angka tersebut dapat digunakan untuk melihat besarnya pengaruh pendapatan bagi hasil musyarakah dan biaya promosi terhadap laba bersih. Jadi, hasil tersebut menjelaskan bahwa variansi perubahan Y dipengaruhi oleh pendapatan bagi hasil musyarakah dan biaya promosi sebesar 63,7% Artinya, pengaruh pendapatan bagi hasil musyarakah dan biaya promosi terhadap laba bersih sebesar 63,7% sedangkan sisanya 36,3% yang didapat dari (100% - 63,7%)

dipengaruhi oleh variabel-variabel lain diluar penelitian ini.

D. Pembahasan Hasil Penelitian

Berdasarkan penelitian terdahulu yang oleh Karlina Pratiwi dengan judul “Pengaruh Pendapatan Bagi Hasil Musarakah Dan Biaya Promosi Terhadap Laba Perusahaan PT. Bank Mega Syariah Periode 2014-2016” mendapatkan hasil. Secara parsial Pendapatan Bagi Hasil Musyarakah berpengaruh positif tidak signifikan terhadap Laba Perusahaan, hal ini dibuktikan dengan nilai $T_{hitung} < T_{tabel}$ ($0,893 < 2,10$). Secara parsial Biaya Promosi berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap Laba Perusahaan, hal ini dibuktikan dengan nilai $T_{hitung} < T_{tabel}$ ($-0,855 < 2,10$). Secara simultan nilai koefisien determinasi (*R square*) pengaruh Pendapatan Bagi Hasil Musyarakah dan Biaya Promosi 0,227 atau 22,7% berpengaruh terhadap Laba perusahaan, sedangkan sisanya 77,3% dipengaruhi oleh faktor lain. Hasil akhir diketahui bahwa $F_{hitung} \geq F_{tabel}$, yaitu ($1,318 \geq 4,74$) dengan

tingkat signifikan 0,315%. Artinya, berpengaruh positif tidak signifikan antara Pendapatan Bagi Hasil Musyarakah dan *Biaya Promosi* terhadap Laba Perusahaan.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan peneliti, dari data yang diperoleh kemudian dilakukan pengolahan data untuk mengetahui bagaimana korelasi antara pengaruh pendapatan bagi hasil musyarakah dan biaya promosi terhadap laba bersih (studi pada bank syariah mandiri periode 2013-2017). Berdasarkan hasil uji analisis koefisien korelasi (R) sebesar 0,798 yang terletak pada interval koefisien 0,6 – 0,799. Hal ini menunjukkan bahwa hubungan antara variabel X_1 (Pendapatan Bagi Hasil Musyarakah) dan X_2 (Biaya Promosi) dengan variabel Y (Laba Bersih) adalah kuat.

Hasil uji t (parsial) dari pendapatan bagi hasil musyarakah terhadap laba bersih diperoleh t_{hitung} sebesar -3,487 dan t_{tabel} sebesar 3,234 dimana t_{hitung} lebih kecil dari t_{tabel} ($-3,487 < 3,234$), dengan nilai signifikan sebesar $0,001 < 0,05$ yang berarti pendapatan bagi hasil musyarakah berpengaruh negatif signifikan terhadap laba bersih. Sedangkan hasil uji t

dari biaya promosi terhadap laba bersih diperoleh t_{hitung} sebesar 7,113 dan t_{tabel} sebesar 3,234 dimana t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($7,113 > 3,234$), dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ yang berarti biaya promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap laba bersih.

Hasil uji F (simultan) dari pendapatan bagi hasil musyarakah dan biaya promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap laba bersih. Dengan nilai signifikan $0,001 < 0,05$ sedangkan nilai F_{hitung} sebesar 38,402 dan nilai F_{tabel} sebesar 3,16 dimana F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} ($38,402 > 3,16$).

Dari hasil analisis diperoleh nilai koefisien determinasi (R^2) adalah sebesar 0,637 angka tersebut dapat digunakan untuk melihat besarnya pengaruh pendapatan bagi hasil musyarakah dan biaya promosi terhadap laba bersih. Jadi, hasil tersebut menjelaskan bahwa variansi perubahan Y dipengaruhi oleh pendapatan bagi hasil musyarakah dan biaya promosi sebesar 63,7%. Artinya, pengaruh pendapatan bagi hasil musyarakah dan biaya promosi terhadap laba bersih

sebesar 63,7%, sedangkan sisanya 36,3% yang didapat dari (100% - 63,7%) dipengaruhi oleh variabel-variabel lain diluar penelitian ini.

BAB V

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pendapatan bagi hasil pembiayaan musyarakah dan biaya promosi terhadap laba bersih pada Bank Syariah Mandiri. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dapat disimpulkan beberapa hal berikut:

1. Pendapatan bagi hasil musyarakah berpengaruh negatif dan signifikan terhadap laba bersih pada Bank Syariah mandiri. Dengan nilai signifikan sebesar $0,001 < 0,05$ sedangkan nilai t_{hitung} sebesar $-3,487$ dan nilai t_{tabel} sebesar $3,234$ dimana t_{hitung} lebih kecil dari t_{tabel} ($-3,487 < 3,234$). Dengan nilai koefisien korelasi (R) sebesar $0,594$ berarti bahwa korelasi atau hubungan antar variabel independen yaitu pendapatan bagi hasil musyarakah terhadap variabel dependen laba bersih adalah korelasi yang sedang. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar $0,353$ berarti pengaruh

pendapatan bagi hasil musyarakah terhadap laba bersih sebesar 35,3% sedangkan sisanya 64,7% yang didapat dari (100% - 35,3%) dipengaruhi oleh variabel-variabel lain diluar penelitian ini. Berarti pendapatan bagi hasil musyarakah terhadap laba bersih secara parsial adalah negatif dan signifikan.

2. Biaya promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap laba bersih pada Bank Syariah Mandiri. Dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ sedangkan nilai t_{hitung} sebesar 7,113 dan nilai t_{tabel} sebesar 3,23421 dimana t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($7,113 > 3,23421$). Dengan demikian pengaruh koefisien regresi biaya promosi terhadap laba bersih secara parsial adalah positif dan signifikan. Dengan nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,766 berarti bahwa korelasi atau hubungan antar variabel independen yaitu biaya promosi terhadap variabel dependen laba bersih adalah korelasi yang kuat. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,586 berarti pengaruh biaya promosi terhadap laba bersih sebesar 58,6% sedangkan sisanya

41,4% yang didapat dari (100% - 58,6%) dipengaruhi oleh variabel-variabel lain diluar penelitian ini. Berarti pengaruh biaya promosi secara simultan berpengaruh positif dan signifikan.

3. Pendapatan bagi hasil musyarakah dan biaya promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap laba bersih. Dengan nilai signifikan $0,001 < 0,05$ sedangkan nilai F_{hitung} sebesar 38,402 dan nilai F_{tabel} sebesar 3,16 dimana F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} ($38,402 > 3,16$). Dengan nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,798 berarti bahwa korelasi atau hubungan antar variabel independen yaitu pendapatan bagi hasil musyarakah dan biaya promosi terhadap variabel dependen laba bersih adalah korelasi yang kuat. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,637 berarti pengaruh pendapatan bagi hasil musyarakah dan biaya promosi terhadap laba bersih sebesar 63,7% sedangkan sisanya 36,3% yang didapat dari (100% - 63,7%) dipengaruhi oleh variabel-variabel lain diluar penelitian ini. Berarti pengaruh pendapatan bagi hasil

musyarakah dan biaya promosi secara simultan berpengaruh positif dan signifikan.

B. SARAN

Berdasarkan kesimpulan diatas, maka beberapa saran yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk peneliti selanjutnya dapat menambahkan variabel yang mempengaruhi Laba Bersih lebih banyak agar hasil yang didapat lebih valid dan akurat. Peneliti selanjutnya juga bisa menambahkan pendapatan dan biaya lainya yang tidak dimasukan dalam penelitian ini yang berpengaruh terhadap laba bersih.
2. Bagi akademisi agar dapat dijadikan sebagai kontribusi pemikiran terhadap perkembangan ilmu pengetahuan sebagai acuan dalam menganalisis Laba Bersih.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU:

- Abdullah, Thamrin Dan Francis Tantri. *“Bank & Lembaga Keuangan”*. Jakarta: Raja Grafindo. 2012
- Ahmad, Firdaus Dunia Dan Wasilah Abdullah. *“Akutansi Biaya”*. Jakarta: Salemba Empat. 2014
- Arbi, Syarif. *“Perbankan Keuangan Pembiayaan Lembaga”*. Yogyakarta: Bpff—Yogyakarta. 2013
- Boedijoewono, Neogroho. *“Pengantar Statistik Ekonomi Dan Bisnis”*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN. 2012
- Bugin, Burhan. *“Metododelogi Penelitian”*. Jakarta: Kencana. 2006
- Fatwa Dewan Syari’ah Nasional (NO: 08/DSN-MUI/IV/2000)
- Ferieka, Hendrieta. *“Akutansi Syariah”*. Banten: Media Madan. 2017
- Ghozali, Imam. *“Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm SPSS 21”*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro. 2013
- Gunawan, Imam *“pengantar Statistik Inferensial”*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada. 2016.
- Ifhami, Ahmad. *“Ini Lho Bank Syariah! Memahami Bank Syariah Dengan Mudah”*. Jakarta: PT. Gramedia. 2015
- Ismail. *“Perbankan Syariah”*. Jakarta: Kencana. 2011
- Karim, Adiwarmann A. *“Bank Islam Analisis Fiqih Dan Keuangan”*. Jakarta: Grafindo Persada. 2013
- Kartiko, Restu Widi. *“Asas Metodologi Penelitian”*. Yogyakarta: Graha Ilmu. 2010

- Kasmir. *“Pemasaran Bank”*. Jakarta: Kencana. 2008
- Kasmir. *“Pemasaran Bank”*. Jakarta: Kencana. 2010
- Kasmir. *“Manajemen Perbankan”*. Jakarta: PT Raja Grafindo. 2012
- Lam, Nelson Dan Peter Lau. *“Akutansi Keuangan, Perspektif Ifrs”*. Jakarta Selatan: Salemba Empat. 2014
- Muhammad. *“Teknik perhitungan Bagi Hasil di Bank Syariah”*, (Yogyakarta: UII Pers. 2001
- Mushaf Al-Bantani dan Terjemahan. Banten. 2013
- Nafah. *“Pembiayaan Musyarakah dan Mudharabah.”* Yogyakarta: Graha Ilmu. 2014
- Nurhayati, Sri Dan Wasilah. *“Akutansi Syariah Di Indonesia”*. Jakarta: Salemba Empat. 2014
- Rahman, Taufik *“hadist-hadist hukum”*. Bandung: Pustaka Setia. 2001
- Raharjaputra, Hendra S. *“Manajemen Keuangan Dan Akutansi”*. Jakarta: Salemba Empat. 2011
- Siregar, Syofian. *“Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS”*. Jakarta: Kencana. 2015
- Subramanyam. *“Analisis Laporan Keuangan”*. Jakarta: Salemba Empat. 2013
- Subramanyam. *“Analisis Laporan Keuangan”*, Jakarta: Salemba Empat. 2017
- Sugiyono. *“Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D”*. Bandung: Alfabet. 2015
- Sugiyono. *”Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitataif dan R&D”*. Bandung: Alfabeta. 2016

- Suliyanto. *“Ekonometrika Terapan : Teori Dan Aplikasi Dengan SPSS”*. Yogyakarta: CV. Andi. 2011
- Sudarsono, Heri. *“Bank Dan Lembaga Keuangan Syariah”*. Yogyakarta: Ekonisita. 2013
- Syahatah, Husein. *“Pokok-Pokok Pikiran Akutansi Islam”*. Jakarta: Akbar. 2001
- Wayan, I Sudirman. *“Manajemen Perbankan”*. Jakarta : Kencana Prenada Media Group. 2013
- Yaya, Rizal Dkk. *“Akutansi Perbankan Syariah Teori Dan Praktik”*. Jakarta: Salemba Empat. 2013
- Yaya, Rizal Dkk. *“Akutansi Perbankan Syariah Teori Dan Praktik”*. Jakarta: Salemba Empat. 2014
- Yaya, Rizal Dkk. *“Akutansi perbankan syariah”*. Jakarta: Salemba Empat. 2016

SKRIPSI:

- Karina Pratiwi, *“ Pengaruh Pendapatan Bagi Hasil Musyarakah dan Biaya Promosi Terhadap Laba Perusahaan PT. Bank Mega Syariah Periode 2014-2016”*, (Skripsi Fakultas Syariah dan Hukum UIN Sunan Gunung Djati Bandung, 2018).
- Desi Megawati Suryandari, *“Pengaruh Pendapatan Bagi Hasil Pembiayaan Mudarabah Dan Musyarakah Terhadap Laba Bersih Pada PT. Bank Syariah Bukopin, Tbk “*, (Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung, 2018)
- Ratna Anggraening Tiyas, *“Pengaruh Pendapatan Bagi Hasil Mudharabah dan Beban Promosi Terhadap Laba Operasional Di PT. Bank Mega Syariah tahun 2014-*

2016”, (Skripsi Fakultas Syariah dan Hukum UIN Sunan Gunung Djati Bandung, 2018)

Dirwaz Muhamad Kemal, “ *Pengaruh Pembiayaan Gadai Emas Terhadap Perolehan Laba Bersih Bank Syariah Mandiri (Studi Pada Bank Syariah Mandiri Periode 2013-2016)*”, (Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN SMH Banten, 2018)

Maulida Rahmanita, “*Pengaruh Biaya Promosi Dan Biaya Produksi Terhadap Laba Bersih Dengan Volume Penjualan Sebagai Variabel Intervening*”, (Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Surakarta, 2017)

JURNAL :

Linna Dan Ismawati, “*Nasional Jurnal Riset Akutansi Indonesia*”, Vol, II No, 1 (Desember 2018)

INTERNET:

<https://www.syariahmandiri.co.id/tentang-kami/profil-perusahaan>, jam 17.57 wib

www.wikipedia.org 12 desember 2018, jam 14.01wib

http://nurkhikmah.blogspot.com/2012/10/laba-rugi-dalam-tinjauan-konsep-islam_600.html, jam 20.00 wib

www.wikipedia.org 12 desember 2018, jam 13.51wib.

<https://www.ortax.org/ortax/?mod=studi&page=show&id=93> 07 januari 2019 jam 09.46

<http://id.m.wikipedia.org> 09 desember 2018 11.31 wib

<http://id.m.wikipedia.org> 09 desember 2018 11.31 wib

<http://id.m.wikipedia.org> 09 desember 2018 11.31 wib