

BAB I

PENDAHULUAN

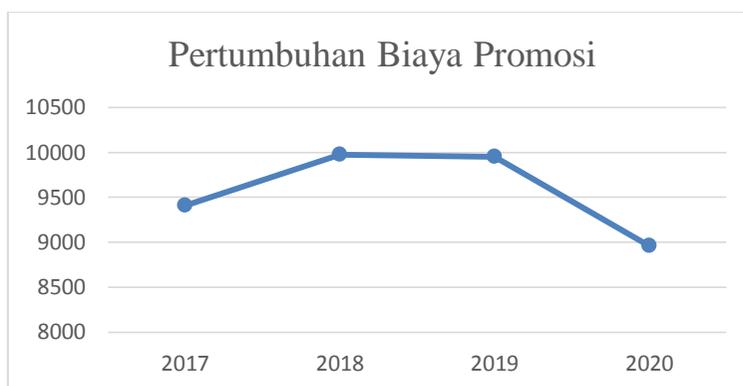
A. Latar Belakang

Pertumbuhan biaya promosi pada bank syariah merupakan elemen yang sangat penting digunakan perusahaan untuk mencapai sasaran yang sudah ditargetkan. Keputusan harga promosi wajib disesuaikan dengan rancangan produk yang nantinya didistribusikan. Pada Bank Pembiayaan Rakyat Syariah pertumbuhan biaya promosi merupakan biaya yang harus dikelola dengan baik agar kemudian biaya tersebut dapat dialokasikan dengan baik juga. Pada bank syariah tingkat margin erat kaitannya dengan pembiayaan murabahah karena pembiayaan murabahah sendiri adalah transaksi penjualan barang dengan menyatakan harga perolehan dan keuntungan (margin) yang disepakati penjual dan pembeli. Maka dari itu pengelolaan dana pembiayaan murabahah yang baik juga akan berpengaruh pada perolehan tingkat margin yang diterima oleh pihak bank maupun nasabah.

Adapun data pertumbuhan biaya promosi pada Bank Pembiayaan Rakyat Syariah di Indonesia mengalami fluktuasi dari tahun ke tahun, begitupun dengan tingkat margin/bagi hasil dan pertumbuhan pembiayaan *murabahah* pada Bank Pembiayaan Rakyat Syariah di Indonesia yang mengalami fluktuasi selama periode 2017-2020. Berikut data pertumbuhan biaya promosi, tingkat margin dan pertumbuhan pembiayaan *murabahah* selama periode 2017-2020:

Grafik 1.1

Pertumbuhan Biaya Promosi pada Bank Pembiayaan Rakyat Syariah

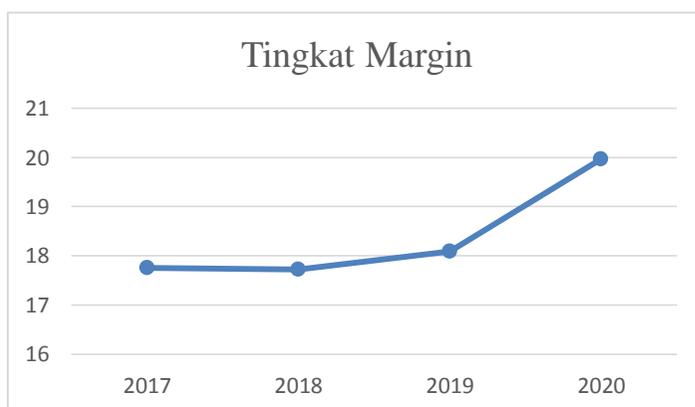


Sumber : Statistik Perbankan Syariah OJK 2017-2020

Berdasarkan grafik 1.1 pertumbuhan biaya promosi pada Bank Pembiayaan Rakyat Syariah setiap tahunnya mengalami fluktuasi. Terlihat pada tahun 2017 pertumbuhan biaya promosi terletak pada angka 9.405, pada tahun 2018 mengalami kenaikan yang cukup signifikan yaitu menjadi 9.976 sedangkan pada tahun 2019 mengalami penurunan menjadi 9.953, yang kemudian pada tahun 2020 semakin mengalami penurunan pada angka 8.962.

Grafik 1.2

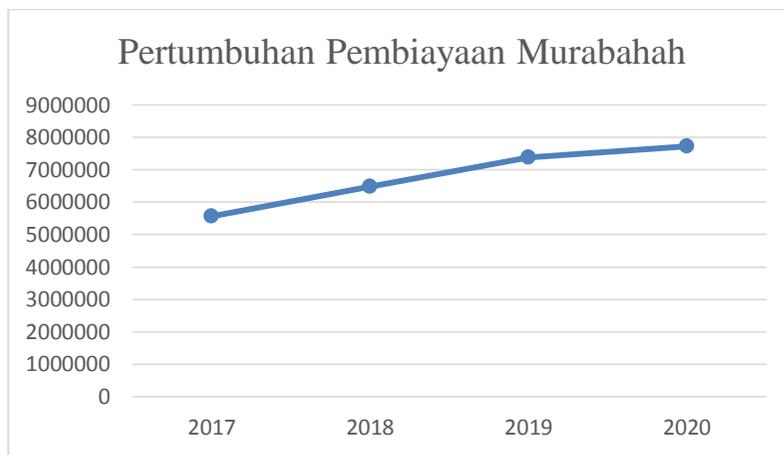
**Tingkat Margin pada Bank Pembiayaan Rakyat
Syariah**



Sumber : Statistik Perbankan Syariah OJK 2017-2020

Berdasarkan grafik 2.1 tingkat margin pada Bank Pembiayaan Rakyat Syariah mengalami fluktuasi setiap tahunnya namun cenderung mengalami kenaikan. Terlihat pada tahun 2017 jumlah tingkat margin sebesar 17.75, pada tahun 2018 mengalami penurunan menjadi 17.72, sedangkan pada tahun 2019 mengalami kenaikan menjadi 18.09 yang kemudian disusul pada tahun 2020 yang mengalami kenaikan yang cukup signifikan menjadi 19.96.

Pada sistem bagi hasil kinerja bank syariah akan menjadi transparan, sehingga nasabah dapat memantau kinerja bank syariah atas jumlah tingkat margin/bagi hasil yang diperoleh. Apabila jumlah keuntungan meningkat maka tingkat margin yang diterima nasabah juga akan meningkat, demikian pula sebaliknya, apabila jumlah keuntungan menurun, tingkat margin ke nasabah juga menurun sehingga semua menjadi adil.

Grafik 1.3**Pertumbuhan Pembiayaan Murabahah pada Bank
Pembiayaan Rakyat Syariah**

Sumber : Statistik Perbankan Syariah OJK 2017-2020

Berdasarkan grafik 3.1 pertumbuhan pembiayaan murabahah pada Bank Pembiayaan Rakyat Syariah cenderung mengalami kenaikan setiap tahunnya. Terlihat pada tahun 2017 jumlah pertumbuhan pembiayaan murabahah sebesar 5.562.164, pada tahun 2018 sebesar 6.485.575, dan terus mengalami kenaikan pada tahun 2019 menjadi 7.380.505,75 yang kemudian disusul pada

tahun 2020 yang mengalami kenaikan cukup signifikan menjadi 7.731.571,58.

Data grafik pertumbuhan biaya promosi, tingkat margin dan pertumbuhan pembiayaan murabahah di atas merupakan data rata-rata pertahun.

Biaya promosi mengalami fluktuasi setiap tahunnya, hal ini menunjukkan bahwa biaya promosi pada Bank Pembiayaan Rakyat Syariah selama tahun 2017-2020 tidak stabil namun apabila ditunjang oleh anggaran promosi yang besar dan semakin gencarnya Bank Pembiayaan Rakyat Syariah melakukan kegiatan promosi dapat membuat angka biaya promosi terus mengalami peningkatan.

Sedangkan untuk tingkat margin/bagi hasil mengalami fluktuasi setiap tahunnya, faktor yang diduga mempengaruhi pengambilan margin adalah kebutuhan bank syariah untuk memperoleh keuntungan riil, inflasi, suku bunga berjalan, kebijakan moneter, bahkan suku bunga luar negeri, serta marketabilitas barang-barang

murabahah, dan tidak terlepas dari itu adalah tingkat laba yang diharapkan dari barang-barang.¹

Pembiayaan Murabahah cenderung mengalami kenaikan setiap tahunnya karena jenis pembiayaan murabahah pada perbankan syariah lebih dominan dibandingkan jenis pembiayaan yang lain disebabkan oleh beberapa faktor diantaranya dari sisi penawaran bank syariah, pembiayaan murabahah lebih minim risikonya dibandingkan jenis pembiayaan bagi hasil. Selain itu pengembalian yang telah ditentukan sejak awal juga mempermudah bank dalam memprediksi keuntungan yang akan diperoleh.

Berdasarkan uraian yang telah dikemukakan di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan sebuah penelitian yang berjudul **“Pengaruh Pertumbuhan Biaya Promosi Dan Tingkat Margin Terhadap Pertumbuhan Pembiayaan Murabahah Pada Bank**

¹ Danil Syahpytra, “Pengaruh Biaya Promosi Dan Tingkat Margin Terhadap Peningkatan Penyaluran Dana Pembiayaan Murabahah”, dalam *Masharif al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, Volume 4, No. 2, 2019 (25-38) Univeristas Trisakti

Pembiayaan Rakyat Syariah 2017-2020” karena berdasarkan data yang peneliti dapatkan, variabel yang diteliti ini semakin banyak digunakan khususnya pada bank syariah sehingga perlu adanya tinjauan teori untuk kemudian dilakukan tinjauan pustaka terhadap fenomena yang ada di lapangan khususnya bank syariah agar kemudian bank tersebut dapat berkembang pesat dengan adanya biaya promosi yang baik, pengelolaan tingkat margin yang baik dan seimbang, serta penyaluran pembiayaan murabahah yang baik pula.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang dikemukakan di atas maka dapat diidentifikasi masalah yang berhubungan dengan Pertumbuhan Pembiayaan *Murabahah* pada Bank Pembiayaan Rakyat Syariah. Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi Pertumbuhan Pembiayaan *Murabahah* yaitu diantaranya Pertumbuhan Biaya Promosi dan Tingkat Margin. Minimnya anggaran promosi yang dimiliki menyebabkan kurang gencarnya promosi yang dilakukan oleh bank

syariah dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah. Selain itu, tingkat laba yang diharapkan dari barang-barang mengalami penurunan sehingga terjadi penurunan pula pada pengambilan tingkat margin.

C. Batasan Masalah

Pembatasan masalah dilakukan agar penelitian lebih terarah, terfokus, dan tidak menyimpang dari sasaran pokok penelitian. Oleh karena itu, penulis akan membatasi penelitian ini pada:

1. Fokus penelitian hanya mengenai Pertumbuhan Biaya Promosi dan Tingkat Margin terhadap Pertumbuhan Pembiayaan Murabahah.
2. Penelitian ini dilakukan pada Bank Pembiayaan Rakyat Syariah di Indonesia.
3. Tahun penelitian ini dimulai dari tahun 2017-2020.

D. Perumusan Masalah

Melalui batasan masalah di atas, maka untuk mempermudah penelitian ini, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh Pertumbuhan Biaya Promosi terhadap Pertumbuhan Pembiayaan Murabahah?
2. Bagaimana pengaruh Tingkat Margin terhadap Pertumbuhan Pembiayaan Murabahah?
3. Bagaimana pengaruh Pertumbuhan Biaya Promosi dan Tingkat Margin secara simultan terhadap Pertumbuhan Pembiayaan Murabahah ?

E. Tujuan Penelitian

Tujuan utama yang ingin dicapai penelitian ini adalah:

1. Untuk menelaah pengaruh Pertumbuhan Biaya Promosi terhadap Pertumbuhan Pembiayaan Murabahah.
2. Untuk menelaah pengaruh Tingkat Margin terhadap Pertumbuhan Pembiayaan Murabahah.
3. Untuk menelaah pengaruh Pertumbuhan Biaya Promosi dan Tingkat Margin secara simultan terhadap Pertumbuhan Pembiayaan Murabahah.

F. Manfaat Penelitian

1. Akademisi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan para pembaca, serta dapat menambah rujukan untuk referensi pembaca yang ingin melakukan penelitian mengenai Biaya Promosi dan Tingkat Margin terhadap Peningkatan Penyaluran Dana Pembiayaan Murabahah.

2. Lembaga Perbankan Syariah

Hasil ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang baik bagi perbankan syariah di Indonesia dalam proses meningkatkan besaran biaya promosi dan perhitungan tingkat margin/bagi hasil dalam memaksimalkan peningkatan pembiayaan murabahah, dan diharapkan dapat dijadikan bahan pertimbangan untuk mengambil kebijakan dalam pengelolaan biaya promosi agar dapat digunakan seefektif mungkin sehingga mampu meningkatkan pembiayaan murabahah suatu bank.

3. Peneliti

Bagi peneliti sendiri, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi sarana belajar untuk mengidentifikasi dan menganalisis permasalahan yang ada pada perbankan syariah, sehingga dapat memperluas dan memperkaya ilmu pengetahuan, khususnya menyangkut tentang biaya promosi dan tingkat margin/bagi hasil pada perbankan syariah.

G. Penelitian Terdahulu

Dalam penelitian, terkadang ada tema yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan walaupun arah tujuan yang diteliti berbeda. Dari penelitian ini peneliti menemukan beberapa sumber kajian lain yang telah lebih dahulu membahas terkait pengaruh Pertumbuhan Biaya Promosi dan Tingkat Margin terhadap Pertumbuhan Pembiayaan Murabahah, dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

No	Nama Peneliti	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian
1.	Fachrunnis a ²	X ₁ sama Objeknya sama	Y nya berbeda Teknik analisis data berbeda	Besaran biaya promosi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap meningkatnya jumlah dana pihak ketiga BPRS. Semakin tinggi anggaran biaya promosi yang dilakukan, maka BPRS akan mampu menghimpun dana pihak ketiga lebih besar.
2.	Ira Siti	X ₁ nya	X ₂	Pengaruh

² Fachrunnisa, "Biaya Promosi dan Penghimpunan Dana Pihak Ketiga pada Bank Pembiayaan Rakyat Syariah.", *Jurnal Ilmu Akuntansi*, Volume 10 (2), Oktober 2017 Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. Hamka

	Rohmah Maulida ³	sama Teknik analisis data sama	berbeda Y berbeda Objek nya berbeda	biaya promosi serta biaya tenaga kerja berpengaruh secara simultan terhadap tingkat profitabilitas.
3.	Khiaroh Ekawati dan Atina Shofati ⁴	Teknik analisis data sama	X ₁ dan X ₂ berbeda Y berbeda	Semua variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini berpengaruh secara simultan terhadap tingkat margin <i>Murabahah.</i>

³ Ira Siti Rohmah Maulida, "Pengaruh Biaya Promosi dan Biaya Tenaga Kerja Terhadap Profitabilitas Di PT. Bank Syariah Mandiri", *Jurnal Ekonomi dan Keuangan Syariah*, Vol. 3 No. 1 Januari 2019 Universitas Islam Bandung, h. 15-27

⁴ Khiaroh Ekawati dan Atina Shofati, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Margin Murabahah Pada Industri Perbankan Syariah Periode 2012-2017", *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, Vol. 5, No. 1, Januari-Juni 2019 Universitas Airlangga

4.	Mustika Rimadhani ⁵	Y nya sama Jenis data sama Teknik analisis data sama	X ₁ dan X ₂ berbeda	DPK berpengaruh positif dan signifikan, Margin keuntungan negatif dantidak signifikan, NPF berpengaruh positif dan signifikan, FDR negatif dan tidak signifikan.
5.	Danil Syahputra ⁶	X ₁ dan X ₂ sama Y sama Teknik analisis data sama	Objeknya berbeda	Biaya promosi dan tingkat margin keduanya berpengaruh

⁵ Mustika Rimadhani, “Analisis Variabel-Variabel Yang Mempengaruhi Pembiayaan Murabahah Pada Bank Syariah Mandiri Periode 2008.01-2011.12”, *Jurnal Media Ekonomi*, Vol. 19, No. 1, April 2011

⁶ Danil Syahpytra, “Pengaruh Biaya Promosi Dan Tingkat Margin Terhadap Peningkatan Penyaluran Dana Pembiayaan Murabahah”, dalam *Masharif al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, Volume 4, No. 2, 2019 (25-38) Univeristas Trisakti

				secara signifikan terhadap peningkatan penyaluran dana pembiayaan murabahah.
6.	Irmal ⁷	X ₁ sama	Y berbeda Metode penelitian berbeda Objeknya berbeda	Biaya promosi pada CV Susu Ceria Kids di kota Depok mengalami fluktuasi setiap tahunnya.
7.	Puji Lestari ⁸	X ₁ sama	Y berbeda Teknik analisis data berbeda	Jumlah besaran biaya promosi yang dikeluarkan PT.Bank Syariah Mega

⁷ Irmal, "Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Peningkatan Volume Penjualan pada Cv Susu Ceria Kids Di Kota Depok", dalam *PEKOBIS: Jurnal Pendidikan, Ekonomi dan Bisnis*, Vol. 1 No. iv Oktober 2017

⁸ Puji Lestari, "Efektivitas Pengaruh Besaran Biaya Promosi dalam Penghimpunan Dana Pihak Ketiga", *Jurnal Al-Iqtishad*, Vol. I, No. 2, Juli 2009

			Objek berbeda	Indonesia untuk keperluan promosinya cenderung mengalami kenaikan dan penurunan di tiap periodenya.
8.	Nyoman Dane ⁹	X ₁ sama Teknik analisis data sama	Y berbeda	Variabel promosi secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai penjualan. Secara parsial dari ketiga variabel bauran promosi tidak berpengaruh

⁹ Nyoman Dane, "Analisis Pengaruh Biaya Promosi terhadap Nilai Penjualan Produk pada UD. Kopi Bali Banyuatis, Singaraja", *Jurnal Manajemen Agribisnis Vol. 1, No.1, Mei 2013*

				<p>signifikan, sedangkan variabel humas dan berita menunjukkan hasil yang signifikan. Variabel yang paling dominan mempengaruhi nilai penkualan adalah biaya perolehan hubungan masyarakat.</p>
--	--	--	--	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

H. Kerangka Pemikiran

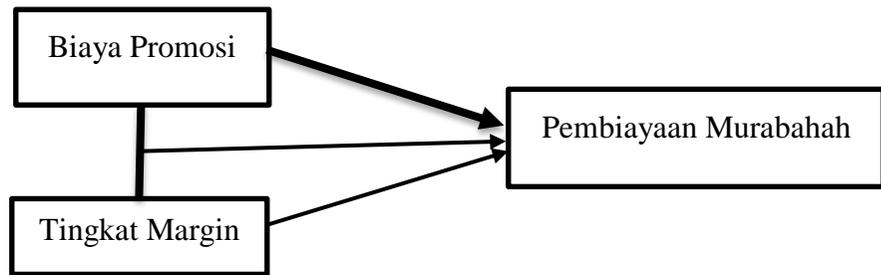
Promosi merupakan salah satu variabel dalam bauran pemasaran yang sangat penting dilaksanakan oleh perusahaan dalam memasarkan produk jasa. Kegiatan promosi bukan saja berfungsi sebagai alat komunikasi antara perusahaan dengan konsumen, melainkan juga

sebagai alat untuk mempengaruhi konsumen dalam kegiatan pembelian atau penggunaan jasa sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya.

Sedangkan untuk tingkat margin pada bank syariah umumnya diterapkan pada produk *Natural Certainty Contract (NCC)*. Sesuai dengan namanya, *Natural Certainty Contract (NCC)* merupakan produk yang memiliki sifat pasti baik dalam jumlah dan waktu pembayarannya. Muhammad (2009:151) menjelaskan pengertian margin keuntungan sebagai sejumlah uang sebagai keuntungan yang diterima bank atas jual beli yang dilakukan yang harus dibayarkan oleh nasabah sesuai dengan jangka waktu yang telah disepakati.

Maka dari itu, biaya promosi dan tingkat margin keduanya berpengaruh terhadap peningkatan penyaluran dana pembiayaan murabahah. Namun biaya promosi memiliki pengaruh lebih kuat dibandingkan tingkat margin terhadap penyaluran dana pembiayaan murabahah.

Berdasarkan deskripsi di atas, maka peneliti menggambarkan kerangka pemikiran sebagai berikut:



I. Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap masalah yang masih bersifat praduga karena masih harus dibuktikan kebenarannya. Dugaan jawaban tersebut merupakan kebenaran yang sifatnya sementara, yang akan diuji kebenarannya dengan data yang dikumpulkan melalui penelitian. Hipotesis juga bisa digambarkan sebagai pernyataan dimana kita menetapkan variabel pada entitas (definisi yang dijelaskan oleh hipotesis). Variabel adalah karakteristik sifat khusus atau atribusi yang dalam hipotesis tersebut dikaitkan dengan entitasnya. Hipotesis

adalah pernyataan yang menggambarkan hubungan dua variabel sehubungan dengan satu entitas.¹⁰

Hipotesis yang akan diuji dalam penelitian ini berkaitan dengan ada tidaknya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Mengacu pada kerangka berfikir yang bersifat teoritis dan berdasarkan studi empiris yang berkaitan dengan penelitian ini, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H_0 : Diduga tidak ada pengaruh antara pertumbuhan biaya promosi dan tingkat margin terhadap *Pertumbuhan Pembiayaan Murabahah* pada Bank Pembiayaan Rakyat Syariah di Indonesia.

H_a : Diduga ada pengaruh antara pertumbuhan biaya promosi dan tingkat margin terhadap *Pertumbuhan Pembiayaan Murabahah* pada Bank Pembiayaan Rakyat Syariah di Indonesia.

¹⁰ Juliansyah Noor , *Analisis Data Penelitian Ekonomi & Manajemen*, (Jakarta: PT Grasindo, 2014), hal. 10-11

J. Metodologi Penelitian

Beberapa unsur dalam metodologi penelitian yang digunakan dalam penelitian ini meliputi:

1. Objek Penelitian

Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif, dimana data penelitian yang digunakan berupa angka-angka dan analisis yang menggunakan statistik. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini terdapat 3 variabel, yaitu Pertumbuhan Biaya Promosi dan Tingkat Margin sebagai variabel bebas (*Independent*) dan *Pertumbuhan Pembiayaan Murabahah* sebagai variabel terikat (*Dependent*). Adapun objek penelitian ini adalah Bank Pembiayaan Rakyat Syariah di Indonesia.

2. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan analisis. Metode deskriptif adalah jenis penelitian untuk menganalisis data dengan cara

mendeskripsikan atau memberikan gambaran atas data yang terkumpul tanpa membuat kesimpulan terhadap objek yang diteliti.

3. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan cara mengumpulkan data yang dibutuhkan untuk menjawab rumusan masalah penelitian.¹¹ Pada sebuah penelitian diperlukan data-data untuk menunjang penelitian. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini berupa data sekunder, yaitu data yang telah dikumpulkan dan diolah oleh pihak lain. Data sekunder yang penulis maksud adalah laporan keuangan tahunan yang bersumber dari Statistik Perbankan Syariah Otoritas Jasa Keuangan.

4. Teknik Analisis Data

Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen, maka diperlukan teknik analisis data. Teknik analisis

¹¹ Juliansyah Noor , *Analisis Data...*hal. 15

data yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda. Analisis regresi linier berganda adalah hubungan ketergantungan dari satu variabel tak bebas (dependent/respond) kepada dua atau lebih variabel bebas (Independent/explanatory).

Adapun bentuk persamaan dari regresi linier berganda ini adalah sebagai berikut:

$$Y_i = a + B_1 X_{1i} + B_2 X_{2i}$$

Dimana:

Y_i = *Penyaluran Dana Pembiayaan Murabahah*
(nilai yang diprediksikan)

X_{1i} = Biaya Promosi (nilai variabel independen)

X_{2i} = Tingkat Margin (nilai variabel independen)

a = Konstanta (apabila nilai $X = 0$)

B = Koefisien regresi berganda antara variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y)

Data sekunder yang telah dikumpulkan kemudian diolah dengan alat bantu program SPSS. Selanjutnya

yaitu melakukan serangkaian pengujian, baik uji statistik maupun uji hipotesis.

Uji statistik dilakukan untuk mengetahui apakah data yang digunakan layak atau tidak untuk dijadikan sebuah model regresi. Sedangkan uji hipotesis dilakukan untuk mengetahui adanya pengaruh antara variabel independen (Pertumbuhan Biaya Promosi dan Tingkat Margin) terhadap variabel dependen (*Pertumbuhan Pembiayaan Murabahah*).

K. Sistematika Penulisan

Adapun sistematika penulisan dalam penelitian ini adalah:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini meliputi latar belakang, rumusan masalah, pembatasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : KAJIAN PUSTAKA

Bab ini berisi tentang landasan teori-teori sebagai hasil dari studi pustaka. Teori yang didapat akan

menjadi landasan pendukung mengenai masalah yang diteliti oleh penulis, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, dan hipotesis.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini berisi tempat penelitian, waktu penelitian, metode pengumpulan data, metode penganalisisan data dan metode penentuan operasional variabel-variabel penelitian.

BAB IV : PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

Bab ini berisi pembahasan penelitian, menggambarkan mengenai objek penelitian, mendeskripsikan data, hasil uji deskriptif, hasil uji kualitas data, hasil analisis linear berganda, hasil uji hipotesis, hasil koefisien determinasi, hasil koefisien korelasi dan hasil uji asumsi klasik.

BAB V : PENUTUP

Bab ini terdiri dari kesimpulan dan saran-saran dari hasil penelitian yang diperoleh dari pembahasan, serta keterbatasan peneliti dalam penelitian atau data yang disajikan.