

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Biaya Promosi

Promosi merupakan satu-satunya alat bauran yang pemasaran yang digunakan perusahaan untuk mencapai sasaran yang sudah di targetkan. Hal ini dilakukan untuk mencapai sasaran dari pemasaran perusahaan. Keputusan harga promosi wajib disesuaikan dengan rancangan produk yang nantinya di distribusikan. Selain itu juga wajib melakukan promosi dengan membentuk program pemasaran yang tepat dan efektif.¹

Berbagai usaha dilakukan untuk mencapai tujuan yaitu mendapatkan laba (keuntungan) semaksimal mungkin, salah satu usaha yang dilaakukan adalah mengadakan promosi, melalui promosi perusahaan menyampaikan informasi dan komunikasi dengan konsumen. Promosi mempunyai fungsi untuk memberi

¹ Andrianto dan Anang Firmansyah, *MANAJEMEN BANK SYARIAH Impementasi Teori dan Praktek*, (Surabaya: CV. Penerbit Qiara Media,2019), hal. 144

tahu konsumen atas tersedianya barang/jasa yang dihasilkan oleh perusahaan sehingga masyarakat mengenal dan kemudian membeli. Untuk itu peranan strategi promosi sangat penting, karena berhubungan erat dengan tingkat penjualan. Fungsi utama dari suatu strategi promosi adalah untuk meyakinkan target pelanggan bahwa barang dan jasa yang ditawarkan tersebut memiliki keunggulan yang berbeda dibandingkan pesaing. Dengan demikian promosi merupakan bagian penting dari bauran pemasaran, menginformasikan para konsumen atas manfaat produk dan kemudian memposisikan produk dalam pasar. Bauran promosi merupakan gabungan dari berbagai jenis promosi yang ada untuk suatu produk yang sama agar hasil dari kegiatan promosi yang dilakukan dapat memberikan hasil yang maksimal. Secara umum bentuk-bentuk promosi memiliki fungsi yang sama, tetap bentuk-bentuk tersebut dapat dibedakan berdasarkan tugas-tugas khususnya. Bauran promosi bervariasi, dari suatu produk dan suatu industri ke suatu produk dan industri berikutnya berbeda.

Biasanya periklanan dan penjualan pribadi digunakan untuk mempromosikan barang dan jasa, didukung oleh promosi penjualan.²

Promosi atau biasa disebut juga dengan periklanan adalah bentuk komunikasi massa yang bersifat komersil dan non personal yang bertujuan untuk menimbulkan kegiatan tertentu yang akan memberi keuntungan bagi perusahaan yang berupa peningkatan image atau penjualan suatu produk. Promosi merupakan bagian dari unsur periklanan yang merupakan salah satu aspek dari komunikasi pemasaran perusahaan. Keputusan-keputusan yang menyangkut periklanan selalu berhubungan dengan aspek komunikasi pemasaran lainnya, seperti *personal selling*, *promosi penjualan*, *publisitas* dan *hubungan masyarakat*. Rangkaian keputusan tersebut tidak terlepas dari pengembangan komunikasi pemasaran di samping tahap-tahap pengumpulan datanya.³

² Wikrama Wardana, *STRATEGI PEMASARAN*, (Yogyakarta: DEEPUBLISH,2018), hal. 55-59

³ Retina Sri Sedjati, *MANAJEMEN PEMASARAN*, (Yogyakarta: DEEPUBLISH,2018), hal.111

Komunikasi pemasaran bertujuan memberikan informasi, mendidik dan membujuk pasar sasaran mengenai perilaku yang diinginkan. Kata promosi sering digunakan secara spesifik dengan mengartikan komunikasi persuasif. Komunikasi ini mewakili suara sebuah merek, didesain dan disampaikan untuk menggaris bawahi tawaran dan ditentukan dari keputusan yang telah diambil berkaitan dengan produk, harga dan tempat. Mengembangkan komunikasi ialah proses yang dimulai dari menentukan pesan kunci, termasuk di dalamnya gaya dan sentuhan yang diinginkan.⁴

Promosi dalam perbankan syariah bertujuan sebagai media penjualan pada produk-produk bank syariah khususnya dalam hal ini *murabahah*. Promosi penjualan adalah segala bentuk penawaran atau insentif jangka pendek yang ditujukan bagi pembeli/nasabah yang dirancang untuk memperoleh respon spesifik dan segera.

Promosi yang ditujukan bagi pembeli akhir, berupa

⁴ Yudi Julius dan Nandan Limakrisna, *MANAJEMEN PEMASARAN Model Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan*, (Yogyakarta: DEEPUBLISH,2016), hal. 98

pencarian dan percobaan produk akan lebih efektif jika strategi pemasarannya adalah meningkatkan jumlah pengguna atau mencari pelanggan baru. Promosi yang berorientasi pada pembelian ulang mendukung strategi mempertahankan pelanggan lama. Promosi yang ditujukan untuk memperbesar tingkat pembelian akan strategi permintaan primer. Penentuan anggaran promosi penjualan dapat dilakukan dengan menentukan biaya promosi penjualan yang biasanya akan menimbulkan biaya tetap langsung dan biaya variabel, mengestimasi respon pasar serta dengan cara melakukan penilaian struktur profitabilitas produk yang biasanya dilakukan dengan jalan membandingkan antara kontribusi normal selama periode promosi dengan kontribusi promosi yang diharapkan.⁵

B. Bagi Hasil/Tingkat Margin

Salah satu perbedaan yang mendasar antara Bank Konvensional dengan Bank Syariah adalah pembayaran

⁵ Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra, *PEMASARAN STRATEGIK*, (Yogyakarta: CV ANDI OFFSET,2017), hal. 436-437

imbalan kepada pemilik dana (investor). Dalam Bank Konvensional memberikan imbalan dalam bentuk bunga yang besarnya telah ditetapkan di depan saat akad, sedangkan dalam Bank Syariah imbalan yang diberikan kepada investor didasarkan hasil usaha yang diterima. Jadi dalam Bank Syariah sebagian pendapatan merupakan hak pemilik dana (investor). Dalam perhitungan bagi hasil terdapat dua jenis pendekatan yaitu revenue sharing dan profit & loss sharing. Namun untuk menunjang perkembangan bank syariah saat ini disarankan untuk mempergunakan revenue sharing, karena dalam revenue sharing, selama bank syariah berjalan dan beroperasi terus, tidak mungkin modal yang diserahkan nasabah ke bank syariah dikurangi.⁶

Bagi hasil menurut terminologi dikenal dengan *profit sharing*. Profit dalam kamus ekonomi diartikan dengan pembagian laba, *profit sharing* juga dapat diartikan distribusi beberapa bagian dari laba pada

⁶ Wiroso, *PRODUK PERBANKAN SYARIAH*, (Jakarta: LPFE Usakti, 2011), hal. 461

pegawai dari suatu perusahaan. Bagi hasil adalah suatu sistem pengolahan dana dalam perekonomian Islam yakni pembagian hasil usaha antara pemilik modal (*shahibul maal*) dan pengelola (*mudharib*).

Bagi hasil adalah bentuk *return* (perolehan aktivitas usaha) dari kontrak investasi. Dari waktu ke waktu, tidak pasti dan tidak tetap pada bank Islam. Besar kecilnya perolehan tergantung pada hasil usaha yang benar-benar diperoleh bank Islam. Bagi hasil juga dapat dikatakan pembagian atas hasil usaha yang telah dilakukan oleh pihak-pihak yang melakukan perjanjian yaitu pihak nasabah dan pihak bank syariah. Dalam hal ini terdapat dua pihak yang melakukan perjanjian dalam usaha, maka hasil atas usaha dilakukan oleh kedua belah pihak, akan dibagi sesuai dengan porsi masing-masing pihak yang melakukan akad perjanjian.

Bagi hasil adalah keuntungan/hasil yang diperoleh dari pengelolaan dana baik investasi maupun transaksi

jual beli yang diberikan kepada nasabah dengan persyaratan sebagai berikut:

1. Perhitungan bagi hasil disepakati menggunakan pendekatan/pola:
 - a. *Revenue sharing*
 - b. *Profit & loss sharing*
2. Pada saat akad terjadi wajib disepakati sistem bagi hasil yang digunakan.
 - a. Waktu dibagikannya bagi hasil harus disepakati oleh kedua belah pihak, misalnya setiap bulan atau waktu yang telah ditentukan
 - b. Pembagian bagi hasil sesuai dengan nisbah yang disepakati diawal dan tercantum dalam akad

Sistem bagi hasil merupakan sistem dimana dilakukannya perjanjian atau ikatan bersama di dalam melakukan kegiatan usaha. Di dalam usaha tersebut diperjanjikan adanya pembagian hasil atas keuntungan yang akan di dapat antara kedua belah pihak atau lebih. Bagi hasil dalam sistem perbankan syariah merupakan ciri

khusus yang ditawarkan kepada masyarakat, dan didalam aturan syariah yang berkaitan dengan pembagian hasil usaha harus ditentukan terlebih dahulu pada awal terjadinya kontrak (akad). Besarnya penentuan porsi bagi hasil antara kedua belah pihak ditentukan sesuai dengan kesepakatan bersama, dan harus terjadi dengan adanya unsur kerelaan di masing-masing pihak, tanpa adanya unsur pemaksaan.

Dalam bagi hasil banyak faktor yang mempengaruhi bagi hasil diantaranya *investment rate*, total dana investasi, jenis dana, nisabah metode penghitungan bagi hasil, dan kebijakan akuntansi. Berikut ini penjelasan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi bagi hasil tersebut:

1. Investement Rate

Merupakan dana yang diinvestasikan kembali oleh bank syariah baik ke dalam pembiayaan maupun penyaluran dana lain, kebijakan ini diambil karena adanya ketentuan dari Bank Indonesia, bahwa

sejumlah presentase tertentu atas dana yang dihimpun dari masyarakat, tidak boleh diinvestasikan, akan tetapi harus ditempatkan dalam giro wajib minimum untuk menjaga liquiditas bank syariah. Giro wajib minimum (GWM) merupakan dana yang wajib dicadangkan oleh setiap bank untuk mendukung liquiditas bank. Misalkan, giro wajib minimum sebesar 8%, maka total dana yang dapat diinvestasikan oleh bank syariah maksimum sebesar 92%. Hal ini akan mempengaruhi terhadap bagi hasil yang diterima oleh nasabah investor.

2. Total Dana Investasi

Total dana yang diinvestasikan yang diterima oleh bank syariah akan mempengaruhi bagi hasil yang diterima oleh nasabah investor, total dana yang berasal dari investasi *Mudhorobah* dapat dihitung dengan menggunakan saldo minimal bulanan atau saldo harian. Saldo minimal bulanan merupakan saldo minimal yang pernah mengendap dalam satu bulan,

saldo minimal akan digunakan sebagai dasar perhitungan bagi hasil. Sedangkan saldo harian merupakan saldo rata-rata pengendapan yang dihitung secara harian, kemudian nominal saldo harian digunakan sebagai dasar penghitungan bagi hasil.

3. Jenis Dana

Setiap jenis dana investasi memiliki karakteristik yang berbeda-beda sehingga akan berpengaruh pada besarnya bagi hasil.

4. Nisbah

Nisbah merupakan presentase tertentu yang disebutkan dalam akad kerjasama yang telah disepakati antara bank dan nasabah investor. Karakteristik nisbah akan berbeda-beda dilihat dari beberapa segi antara lain:

- a. Presentase nisbah antar bank syariah akan berbeda, hal ini tergantung akan kebijakan masing-masing bank syariah.

- b. Presentase nisbah akan berbeda sesuai dengan jenis dana yang dihimpun. Misalnya, nisbah antara tabungan dan deposito akan berbeda.
- c. Jangka waktu investasi akan berpengaruh pada besarnya presentase nisbah bagi hasil. Misalnya, nisbah untuk deposito berjangka dengan jangka waktu satu bulan akan berbeda dengan deposito berjangka dengan jangka waktu tiga bulan dan seterusnya.

5. Metode Perhitungan Bagi Hasil

Bagi hasil akan berbeda tergantung pada dasar perhitungan bagi hasil, yaitu bagi hasil yang dihitung dengan menggunakan konsep *revenue sharing* dan bagi hasil dengan menggunakan *profit/loss sharing*. Bagi hasil yang menggunakan *revenue sharing* dihitung dari pendapatan kotor sebelum dikurangi biaya. Bagi hasil dengan menggunakan *profit/loss*

sharing dihitung berdasarkan presentase nisbah dikalikan dengan laba usaha sebelum kena pajak.⁷

Di dalam laporan keuangan bank Islam terdapat beberapa pos perkiraan yang menjadi pengaruh unsur perhitungan bagi hasil, yaitu:

- a. Pendapatan margin dan pendapatan bagi hasil, dihitung berdasarkan perolehan pendapatan pada bulan berjalan.
- b. Saldo dana pihak ketiga, yang dihitung dengan menggunakan saldo rata-rata harian bulan bersangkutan.
- c. Pembiayaan, yang dihitung berdasarkan saldo rata-rata harian bulanan bersangkutan. Namun ada juga bahwa yang diambil adalah saldo rata-rata harian bulan sebelumnya, dengan alasan karena mempengaruhi pendapatan bulan berjalan (pembiayaan bulan sebelumnya). Sedangkan pembiayaan bulan berjalan baru

⁷ Andrianto dan Anang Firmansyah, *MANAJEMEN BANK*...hal. 474

akan memperoleh pendapatan pada bulan berikutnya.

- d. Investasi pada surat berharga/penempatan pada bank Islam lain.
- e. Penentuan kapan bagi hasil efektif dibagikan kepada para pemilik dana, apakah mingguan, pada akhir bulan, pada tanggal valuta, pada tanggal jatuh tempo, pada tanggal akhir tahun dan lain sebagainya.
- f. Penggunaan bobot dalam menghitung besarnya dana pihak ketiga

Perhitungan bagi hasil dapat menggunakan dua *banking* yaitu menggunakan metode *revenue sharing* atau *profit sharing* :

- a. *Revenue sharing*. Dasar perhitungan bagi hasil yang menggunakan *revenue sharing* adalah perhitungan bagi hasil yang didasarkan atas penjualan dan pendapatan kotor atas usaha sebelum dikurangi dengan biaya. Bagi hasil

dalam *revenue sharing* dihitung dengan mengalikan nisabah yang telah disetujui dengan pendapatan bruto.

b. *Profit sharing*. Dasar perhitungan bagi hasil dengan menggunakan *profit sharing* merupakan bagi hasil yang dihitung dari laba/rugi usaha. Kedua pihak, bank syariah maupun nasabah akan memperoleh keuntungan atas hasil usaha dan ikut menanggung bila dalam suatu usaha tersebut mengalami kerugian.

Dalam hal ini sistem yang berkaitan tentang perhitungan margin adalah akad murabahah, yaitu suatu akad dengan berlandaskan jual beli. Adapun akad ini yaitu bai' al – murabahah adalah jual beli barang pada harga asal dengan tambahan keuntungan yang disepakati. Oleh sebab itu akad murabahah ini akan melakukan mark – up keuntungan yang telah disepakati pada perjanjian

awalnya. Barang yang biasanya di perjualbelikan biasanya berkaitan dengan sisi konsumtif seseorang. Konsumtif biasanya dikaitkan pada hal – hal yang bersifat kebendaan dan pemuas keinginan seseorang. Seperti contoh seseorang yang ingin memiliki sepeda motor namun terkendala biaya yang cukup mahal dan sulit didapat dalam jangka waktu yang pendek. Hal ini juga yang membuat bank syariah mencoba mengembangkan produk perbankannya dengan akad murabahah untuk memberikan kenyamanan pada calon nasabah dalam memenuhi keinginan atas suatu barang yang belum bisa dimilikinya. Dalam mekanismenya murabahah dapat dilakukan untuk pemberian secara pemesanan maupun dengan cara langsung, hal tersebut sesuai yang diperjanjikan diawal. Akad murabahah pada bank syariah cukup terkenal dan bisa menjadi pembeda dalam hal contohnya kredit kendaraan bermotor

melalui perusahaan leasing. Di akad ini ditekankan tentang keterbukaan mark – up margin yang dibebankan pada calon nasabah dan disesuaikan dengan murabahah tunai atau dengan sistem angsuran nantinya. Murabahah adalah transaksi penjualan barang dengan menyatakan harga perolehan dan keuntungan (margin) yang disepakati oleh penjual dan pembeli. Hal yang membedakan murabahah dengan penjualan yang biasa kita kenal adalah penjual secara jelas memberi tahu kepada pembeli berapa harga pokok barang tersebut dan berapa besar keuntungan yang diinginkannya. Pembeli dan penjual dapat melakukan tawar-menawar atas besaran margin (keuntungan) sehingga akhirnya diperoleh kesepakatan. Pembayaran murabahah dapat dilakukan secara tunai atau tangguh. Akad murabahah memperkenankan penawaran harga yang berbeda untuk cara pembayaran sebelum

akad murabahah dilakukan. Namun jika akad tersebut telah disepakati, maka hanya ada satu harga (harga dalam akad) yang digunakan. Apakah pembeli melunasi lebih cepat dari jangka waktu pembiayaan yang ditentukan atau pembeli menunda pembayarannya, harga tidak boleh berubah. Penjual dapat meminta uang muka kepada pembeli. Uang muka tersebut menjadi bagian pelunasan piutang jika akad murabahah disepakati. Namun, apabila pembeli menggunakan hak khiarnya untuk membatalkan transaksi, maka uang muka tersebut dapat digunakan untuk menutup kerugian penjual akibat dibatalkannya transaksi. Bila nilai uang muka yang diterima lebih kecil dari pada kerugian yang harus ditanggung oleh penjual, maka penjual berhak untuk meminta kekurangannya kepada pembeli. Sebaliknya, apabila nilai uang muka lebih besar dibandingkan kerugian yang harus ditanggung oleh penjual,

maka sisa lebih uang muka tersebut harus dikembalikan kepada pembeli. Dan apabila sebelum jangka waktu pembiayaan, pembeli dapat melunasi utangnya, maka penjual boleh memberikan diskon atau potongan kepada pembeli. Potongan tersebut tidak boleh disyaratkan dalam akad yang desepakati di awal untuk menghindari adanya riba'.

Konsep margin diberlakukan pada pembiayaan dengan skim jual beli (murabahah). Margin adalah keuntungan yang diperoleh bank dari penjualan barang (rumah atau mobil) kepada nasabah. Pembiayaan pemilikan rumah atau kendaraan bermotor menggunakan skim jual beli urutannya adalah sebagai berikut:

1. Nasabah memilih barang yang akan dibeli.
2. Nasabah mengajukan pembiayaan ke bank untuk membiayai pembelian barang tersebut.

3. Apabila disetujui proses pengajuannya, bank kemudian membeli barang yang dipilih oleh nasabah dari si penjual barang (misalnya developer, dealer, atau perorangan) dengan harga X lalu menjualnya kepada nasabah dengan harga $(X + \text{margin})$ yang dinamakan harga jual bank kepada nasabah.
4. Nasabah membayar dengan cara mengangsur sebesar $(X + \text{margin})$ dibagi jangka waktu.

Di bank syariah, margin sudah ditetapkan dan disepakati antara pihak nasabah dengan bank sebesar nominal tertentu. Nominal tersebut tidak akan berubah sampai dengan masa selesai pembiayaan.

C. Pembiayaan Murabahah

Pembiayaan murabahah adalah transaksi penjualan barang dengan menyatakan harga perolehan dan

keuntungan (margin) yang disepakati oleh penjual dan pembeli.⁸

Murabahah adalah menjual suatu barang dengan menegaskan harga belinya kepada pembeli dan pembeli membayarnya dengan harga yang lebih sebagai laba.⁹

Murabahah dalam Fikih Islam berarti suatu bentuk jual beli tertentu ketika penjual menyatakan biaya perolehan barang, meliputi harga barang dan biaya-biaya lain yang dikeluarkan untuk memperoleh barang tersebut, dan tingkat keuntungan (margin) yang diinginkan. Tingkat keuntungan ini bisa dalam bentuk lumpsum atau persentase tertentu dari biaya perolehan. Pembayaran bisa dilakukan secara spot (tunai) atau bisa dilakukan di kemudian hari yang disepakati bersama.¹⁰

Dalam Kamus Istilah Keuangan dan Perbankan Syariah yang diterbitkan oleh Direktorat Perbankan Syariah, Bank Indonesia mengemukakan bahwa *Bai*

⁸ Peraturan Sistem Akuntansi No. 102

⁹ Fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI) No. 04/DSN MUI/IV/2006

¹⁰ Ascarya, *AKAD & PRODUK Bank Syariah*, (Depok: PT RajaGrafindo Persada, 2017), hal. 81-82

Murabahah (bai'ul murabahah) adalah jual beli barang pada harga asal dengan tambahan keuntungan yang disepakati. Dalam bai' murabahah penjual harus memberitahu harga pokok yang ia beli dan menentukan suatu tingkat keuntungan sebagai tambahannya. *Murabahah* adalah mengambil keuntungan yang disepakati.

Pembiayaan murabahah juga dapat dikatakan pembiayaan berupa talangan dana yang dibutuhkan nasabah untuk membeli suatu barang/jasa dengan kewajiban mengembalikan talangan dana tersebut seluruhnya pada waktu jatuh tempo. Bank memperoleh margin (keuntungan) dari transaksi jual beli antara bank dengan pemasok dan antara bank dengan nasabah.¹¹

Transaksi yang paling banyak digunakan oleh bank syariah saat ini adalah Murabahah, bahkan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) hampir seluruh transaksinya adalah murabahah. Salah satu alasannya

¹¹ Karnaen A. Perwataatmadja dan Hendri Tanjung, *Bank Syariah Teori, Praktik, dan Peranannya*, (Jakarta: PT Senayan Abadi, 2011), hal. 77

adalah dalam murabahah ini risiko bagi Bank Syariah adalah kecil, bahkan kadang-kadang disamakan kredit investasi (kredit kendaraan bermotor, kredit perumahan dan kredit investasi lainnya). Terdapat perbedaan yang mendasar antara murabahah dengan kredit investasi. Dalam kredit investasi yang dilakukan oleh Bank Konvensional, bank menyediakan uang kepada nasabah untuk membeli keinginan nasabah, jadi yang diterima oleh nasabah adalah uang, sedangkan pada transaksi murabahah yang dilakukan oleh bank syariah sesuai dengan ketentuan syariahnya, yaitu bank sebagai penjual harus menyediakan barang yang diinginkan nasabah untuk dilakukan jual beli dengan nasabah, jadi yang diterima oleh nasabah adalah barang dari jual beli yang dilakukan.¹²

Dalam akad murabahah, penjual dapat meminta pembeli untuk mewakilinya membeli barang yang dibutuhkan pembeli, sehingga barang yang dibeli sesuai

¹² Wiroso, *PRODUK PERBANKAN...* hal. 168-169

dengan keinginannya. Harus ada 2 transaksi yang terpisah. Tidak boleh transaksi tunggal-pinjaman uang.

Bila melunasi lebih cepat, boleh ada potongan harga. Penjual dapat meminta uang muka pembelian sebagai bukti keseriusannya. Penjual tidak boleh mengenakan denda atas keterlambatan pembayaran. Kecuali keterlambatan terjadi karena kelalaian, dan bukannya karena kesulitan keuangan. Dendanya bukan merupakan pendapatan, tetapi dana kebajikan (*dana qard*) dan harus disalurkan pada yang membutuhkan.

Keringanan karena kesulitan keuangan dapat berupa: menghapus sisa tagihan, membantu menjual objek murabahah pada pihak lain, atau restrukturisasi piutang.

Restrukturisasi piutang bisa dalam bentuk:

1. Memberi potongan sisa tagihan, sehingga jumlah angsuran menjadi lebih kecil
2. Melakukan penjadwalan ulang (*rescheduling*), dimana jumlah tagihan yang tersisa tetap dan

diperpanjang masa pembayaran disesuaikan dengan kesepakatan

3. Mengonversi akad murabahah, dengan cara menjual objek murabahah pada pihak lain.

Objek murabahah dapat dijadikan sebagai jaminan, untuk penjualan tidak tunai (tangguh) harus dibuatkan kontrak/perjanjiannya secara tertulis dan dihadiri saksi-saksi. Kontrak harus memuat: besarnya utang pembeli, jangka waktu akad, besarnya angsuran tiap periode, jaminan, serta siapa yang berhak atas diskon pembelian.¹³

Landasan syariah *bai' al-murabahah* :

1. Al-Qur'an

... وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا... (البقرة: ٢٧٥)

“...Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba...”¹⁴

¹³ Hendrieta Ferieka, *Akuntansi Syariah*, (Ttp: Madani Publishing, tt), hal. 68

¹⁴<https://quran.kemenag.go.id/sura/2>

2. Al-Hadits

Dari Suhaib ar-Rumi r.a. bahwa Rasulullah SAW bersabda, “Tiga hal yang di dalamnya terdapat keberkahan: jual beli secara tangguh, muqaradhah (mudharabah), dan mencampur gandum dengan tepung untuk keperluan rumah bukan untuk dijual.” (HR Ibnu Majah)

Rukun dari akad murabahah yang harus dipenuhi dalam transaksi ada beberapa, yaitu

1. Pelaku akad, yaitu *bai'* (penjual) adalah pihak yang memiliki barang untuk dijual, dan *musytari* (pembeli) adalah pihak yang memerlukan dan akan membeli barang.
2. Objek akad, yaitu *mabi'* (barang dagangan) dan *tsaman* (harga), dan
3. *Shighat*, yaitu *Ijab* dan *Qabul*.

Dalam pembiayaan murabahah, bank sebagai pemilik dana membelikan barang sesuai dengan spesifikasi yang

diinginkan oleh nasabah yang membutuhkan pembiayaan, kemudian menjualnya ke nasabah tersebut dengan penambahan keuntungan tetap. Sementara itu, nasabah akan mengembalikan utangnya di kemudian hari secara tunai maupun cicil.¹⁵

Syarat bai' al-murabahah:

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

¹⁵ Ascarya, *AKAD & PRODUK*, ...hal.83

Selain itu ada beberapa syarat pokok murabahah yang perlu diketahui, yaitu:

1. Murabahah merupakan salah satu bentuk jual beli ketika penjual secara eksplisit menyatakan biaya perolehan barang yang akan dijualnya dan menjual kepada orang lain dengan menambahkan tingkat keuntungan yang diinginkan.
2. Tingkat keuntungan dalam murabahah dapat ditentukan berdasarkan kesepakatan bersama dalam bentuk lumpsum atau persentase tertentu dari biaya.
3. Semua barang yang dikeluarkan penjual dalam rangka memperoleh barang, seperti biaya pengiriman, pajak, dan sebagainya dimasukkan ke dalam biaya perolehan untuk menentukan harga agregat dan margin keuntungan didasarkan pada agregat ini.
4. Murabahah dikatakan sah hanya ketika biaya-biaya perolehan barang dapat ditentukan secara

pasti. Jika biaya-biaya tidak dapat dipastikan, barang/komoditas tersebut tidak dapat dijual dengan prinsip murabahah.

Dalam akad murabahah ada beberapa bentuk yaitu:

1. Murabahah sederhana

Murabahah sederhana adalah bentuk akad murabahah ketika penjual memasarkan barangnya kepada pembeli dengan harga sesuai harga perolehan ditambah margin keuntungan yang diinginkan.

2. Murabahah kepada pemesan

Bentuk murabahah ini melibatkan tiga pihak, yaitu pemesan, pembeli dan penjual. Bentuk murabahah ini melibatkan pembeli sebagai perantara karena keahliannya atau karena kebutuhan pemesan akan pembiayaan. Bentuk murabahah inilah yang diterapkan perbankan syariah dalam pembiayaan.

Murabahah dapat dilakukan berdasarkan pesanan atau tanpa pesanan. Dalam *murabahah* berdasarkan pesanan, bank melakukan pembelian barang setelah ada pemesanan dari nasabah, dan dapat bersifat mengikat atau tidak mengikat nasabah untuk membeli barang yang dipesannya (bank dapat meminta uang muka pembelian kepada nasabah). Dalam *murabahah* melalui pesanan ini, si penjual boleh meminta pembayaran *hamish ghadiyah*, yakni uang tanda jadi ketika ijab-kabul. Hal ini sekedar untuk menunjukkan bukti keseriusan si pembeli. Bila jumlah *hamish ghadiyah*-nya lebih kecil dibandingkan jumlah kerusakan yang harus ditanggung oleh si penjual, penjual dapat meminta kekurangannya. Sebaliknya, bila berlebih, si pembeli berhak atas kelebihan itu.

Dalam *murabahah* berdasarkan pesanan yang bersifat mengikat, pembeli tidak dapat membatalkan pesannya.¹⁶

¹⁶ Adiwarman A. Karim, *BANK ISLAM Analisis Fiqih dan Keuangan*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2008), hal. 115

Dari cara pembayaran murabahah dapat dikategorikan menjadi pembayaran tunai dan pembayaran tangguh. Dalam praktek yang dilakukan oleh bank syariah saat ini adalah murabahah berdasarkan pesanan sifatnya mengikat dengan cara pembayaran tangguh.

Harga yang disepakati dalam murabahah adalah harga jual sedangkan harga beli harus diberitahukan. Jika bank mendapat potongan dari pemasok, maka potongan ini merupakan hak nasabah. Apabila potongan tersebut terjadi setelah akad maka pembagian potongan tersebut dilakukan berdasarkan perjanjian yang dimuat dalam akad.

Sebagai tanda keseriusan dalam melakukan pemesanan, bank syariah dapat meminta uang muka. Berkaitan dengan Akuntansi Perbankan Syariah, bukan kepada pemasok. Jadi pembayaran terlebih dahulu kepada pemasok, yang lazim disebut dengan pendanaan sendiri (self financing) tidak dapat dikategorikan sebagai uang muka, bahkan banyak yang berpendapat barang yang

diberi dengan dana sebagian dari nasabah tersebut tidak sesuai dengan ketentuan yang tercantum dalam fatwa DSN-MUI. Bank dapat meminta kepada nasabah (*urbun*) sebagai uang muka pembelian pada saat akad apabila kedua belah pihak bersepakat. *Urbun* menjadi bagian pelunasan piutang murabahah apabila murabahah jadi dilaksanakan. Tetapi apabila murabahah batal, *urbun* dikembalikan kepada nasabah setelah dikurangi dengan kerugian sesuai dengan kesepakatan. Jika uang muka itu lebih kecil dari kerugian bank maka bank dapat meminta tambahan dari nasabah.¹⁷

D. Keterkaitan Antar Variabel

1. Pertumbuhan Biaya Promosi Terhadap Pertumbuhan Pembiayaan Murabahah

Biaya promosi adalah pengorbanan ekonomis yang menjadi beban perusahaan untuk melaksanakan kegiatan promosinya. Jadi biaya promosi merupakan

¹⁷ Sofyan Safri Harahap, Wiroso dan Muhammad Yusuf, *AKUNTANSI PERBANKAN SYARIAH Psak Syariah Baru*, (Jakarta: LPFE Usakti, 2010), hal. 111-115

biaya pemasaran atau penjualan yang meliputi seluruh biaya yang diperoleh untuk menjamin pelayanan konsumen dan menyampaikan produk jadi atau jasa ke tangan konsumen.¹⁸

Salah satu strategi yang digunakan bank untuk meningkatkan pertumbuhan yaitu melalui promosi, khususnya dalam hal ini pada bank syariah adalah pembiayaan murabahah. Promosi merupakan salah satu kegiatan yang dapat digunakan untuk dapat memperkenalkan perusahaan, produk dan jasa pada perbankan syariah, khususnya pembiayaan murabahah pada Bank Pembiayaan Rakyat Syariah kepada masyarakat luas. Dengan promosi, masyarakat dapat mengetahui dan memiliki minat untuk membeli manfaat dari produk yang ditawarkan oleh bank, karena promosi merupakan kegiatan yang ditujukan untuk mempengaruhi konsumen agar mereka

¹⁸ 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

mengenal produk atau jasa yang ditawarkan oleh suatu perusahaan kepada masyarakat.¹⁹

Kegiatan promosi dimaksudkan untuk dapat melakukan komunikasi dengan konsumen, memperkenalkan, membujuk, mempengaruhi dan mendorong konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan serta dapat juga digunakan untuk membangun citra perusahaan dimata konsumen.²⁰

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. Hal

¹⁹ 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

²⁰ 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*

ini dilakukan dengan menggunakan alat-alat promosi. Penyediaan biaya promosi dapat dihubungkan dengan pendapatan penjualan perusahaan.²¹

Promosi dalam suatu bank merupakan sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan nasabahnya. Salah satu tujuan promosi adalah menginformasikan segala jenis produk yang ditawarkan dan berusaha menarik calon nasabah baru. Kemudian promosi juga berfungsi mengingatkan nasabah akan produk, promosi juga ikut mempengaruhi nasabah untuk membeli dan akhirnya promosi juga akan meningkatkan citra bank di mata nasabahnya. perusahaan akan tumbuh dan berkembang sesuai dengan tujuan dan cita-citanya. Berhasil atau tidaknya suatu perusahaan mencapai tujuannya, tidak terlepas dari media promosi yang digunakan oleh perusahaan untuk menarik minat

²¹ Puji Lestari, "Efektivitas Pengaruh Besaran Biaya Promosi dalam Penghimpunan Dana Pihak Ketiga", *Jurnal Al-Iqtishad*, Vol. I, No. 2, Juli 2009

nasabah (konsumen) terhadap produk-produk yang ditawarkan. Terutama dalam hal pembiayaan *murabahah* yang ditawarkan oleh perusahaan. Promosi yang tepat merupakan hal yang sangat penting karena promosi pembiayaan *murabahah* dapat lebih dikenal oleh nasabah dan masyarakat sehingga perusahaan dalam volume penyaluran dana pembiayaan *murabahah* akan lebih meningkat. Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa, jika suatu bank syariah ingin meningkatkan pertumbuhan pembiayaan *murabahah* harus diikuti dengan strategi promosi yang baik dan biaya promosi yang lebih besar karena semakin besar biaya promosi maka volume pembiayaan *murabahah* juga akan semakin meningkat.²²

²² 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

2. Tingkat Margin Terhadap Pertumbuhan Pembiayaan Murabahah

Dalam Bank Syariah imbalan yang diberikan kepada investor didasarkan hasil usaha yang diterima. Jadi dalam Bank Syariah sebagian pendapatan merupakan hak pemilik dana (investor). Dalam perhitungan bagi hasil terdapat dua jenis pendekatan yaitu revenue sharing dan profit & loss sharing. Namun untuk menunjang perkembangan bank syariah saat ini disarankan untuk mempergunakan revenue sharing, karena dalam revenue sharing, selama bank syariah berjalan dan beroperasi terus, tidak mungkin modal yang diserahkan nasabah ke bank syariah dikurangi. Bagi hasil adalah bentuk *return* (perolehan aktivitas usaha) dari kontrak investasi. Dari waktu ke waktu, tidak pasti dan tidak tetap pada bank Islam. Besar kecilnya perolehan tergantung pada hasil usaha yang benar-benar diperoleh bank Islam. Bagi hasil juga dapat dikatakan pembagian atas hasil usaha yang

telah dilakukan oleh pihak-pihak yang melakukan perjanjian yaitu pihak nasabah dan pihak bank syariah. Dalam hal ini terdapat dua pihak yang melakukan perjanjian dalam usaha, maka hasil atas usaha dilakukan oleh kedua belah pihak, akan dibagi sesuai dengan porsi masing-masing pihak yang melakukan akad perjanjian.²³

Akad *Murabahah* merupakan akad jual beli yang harga jualnya merupakan harga perolehan yang ditambahkan dengan margin sesuai dengan kesepakatan antara bank syariah dan nasabah pada awal perjanjian yang sifatnya tetap sampai akhir periode. Pada umumnya margin pada bank syariah 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. Margin keuntungan yaitu sejumlah

²³ Wiroso, *PRODUK PERBANKAN...*h. 461

uang sebagai keuntungan yang diterima bank atas jual beli yang dilakukan yang harus dibayarkan oleh nasabah sesuai dengan jangka waktu yang telah disepakati.²⁴ Maka dapat disimpulkan bahwa semakin besar laba atau keuntungan yang diperoleh bank syariah dari pembiayaan murabahah maka perolehan tingkat margin yang diterima oleh nasabahpun akan semakin besar. Begitupun sebaliknya, apabila perolehan laba atau keuntungan perusahaan sedang mengalami penurunan maka tingkat margin yang didapat juga akan kecil.

E. Hipotesis

Istilah hipotesis berasal dari bahasa Yunani yaitu hupo dan thesis. Hupo berarti lemah kurang, atau di bawah dan thesis berarti teori, proporsi. Atau pernyataan yang disajikan sebagai bukti. Jadi hipotesis dapat diartikan sebagai dugaan yang sifatnya masih sementara.

²⁴ 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

Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap masalah yang masih bersifat praduga karena masih harus dibuktikan kebenarannya. Hipotesis merupakan kebenaran sementara yang perlu diuji kebenarannya, oleh karena itu hipotesis berfungsi sebagai kemungkinan untuk menguji kebenaran suatu teori. Jika hipotesis sudah diuji dan dibuktikan kebenarannya, maka hipotesis tersebut menjadi suatu teori. Jadi sebuah hipotesis diturunkan dari suatu teori yang sudah ada, kemudian diuji kebenarannya dan pada akhirnya memunculkan teori baru.²⁵ Hipotesis juga dapat dikatakan sebagai dugaan jawaban yang diajukan berdasarkan rumusan masalah. Dugaan jawaban tersebut ada 2 yaitu H_0 dan H_a . H_0 bertujuan memberikan usulan dugaan kemungkinan tidak adanya perbedaan antara perkiraan penelitian dengan keadaan sesungguhnya yang diteliti. H_a bertujuan memberikan usulan dugaan adanya perbedaan perkiraan dengan keadaan sesungguhnya yang

²⁵ Wahyuddin, *Pengolahan Data dengan Program Statistical Package for the Social Science (SPSS) Versi 21*, (Makassar: Lembaga Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar, 2015), hal. 82

diteliti.²⁶Perumusan hipotesis pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

H_{01} : Pertumbuhan Biaya Promosi Tidak Berpengaruh Terhadap Pertumbuhan Pembiayaan *Murabahah* pada Bank Pembiayaan Rakyat Syariah

H_{a1} : Pertumbuhan Biaya Promosi Berpengaruh Terhadap Pertumbuhan Pembiayaan *Murabahah* pada Bank Pembiayaan Rakyat Syariah

H_{02} : Tingkat Margin Tidak Berpengaruh Terhadap Pertumbuhan Pembiayaan *Murabahah* pada Bank Pembiayaan Rakyat Syariah

H_{a2} : Tingkat Margin Berpengaruh Terhadap Pertumbuhan Pembiayaan *Murabahah* pada Bank Pembiayaan Rakyat Syariah

H_{03} : Pertumbuhan Biaya Promosi dan Tingkat Margin Tidak Berpengaruh Secara Bersama-sama Terhadap Pertumbuhan Pembiayaan *Murabahah* pada Bank Pembiayaan Rakyat Syariah

²⁶ V. Wiratna Sujarweni, *SPSS UNTUK PENELITIAN*, (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2014), hal. 2

Ha₃ : Pertumbuhan Biaya Promosi dan Tingkat Margin
Berpengaruh Secara Bersama-sama Terhadap
Pertumbuhan Pembiayaan *Murabahah* pada Bank
Pembiayaan Rakyat Syariah