

**PENGARUH BIAYA PROMOSI, DANA PIHAK KETIGA DAN PEMBIAYAAN
TERHADAP ROA PADA BANK MUAMALAT INDONESIA**

SKRIPSI

Disusun Guna Memenuhi Tugas dan Melengkapi Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana
Strata-1 dalam Ilmu Perbankan Syariah



Disusun Oleh:

Vella Rizki Sekarsari

1805036134

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO**

SEMARANG

2022

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Lamp : 4 (empat) eksemplar

Hal : Naskah Skripsi

An. Sdri Vella Rizki Sekarsari

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Islam UIN Walisongo Semarang

Assalamualaikum Wr.Wb

Setelah saya meneliti dan mengadakan perbaikan seperlunya, bersama ini kami kirim naskah skripsi saudara:

Nama : Vella Rizki Sekarsari

NIM 1805036134

Judul Skripsi : “Pengaruh Biaya Promosi, Dana Pihak Ketiga dan Pembiayaan terhadap ROA pada Bank Muamalat Indonesia”

Dengan ini kami mohon kiranya skripsi saudara tersebut dapat segera di munaqasyahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamualaikum Wr.Wb

Semarang, 31 Maret 2022

Pembimbing I

Pembimbing II



Prof. Dr. H. Musahadi, M.Ag.

NIP. 19690709 199403 1 003



Nurudin, SE., MM

NIP. 19900523 201503 1 004

MOTTO

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا تَدَايَنْتُمْ بِدِينٍ إِلَىٰ أَجَلٍ مُّسَمًّى فَاكْتُبُوهُ

“Hai orang-orang yang beriman, apabila kamu bermu'amalah tidak secara tunai untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kamu menuliskannya.”

(QS. Al-Baqarah: 282)

PERSEMBAHAN

Puji syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan berbagai macam kenikmatan dan kasih sayangnya. Sholawat serta salam tercurahkan pada Nabi Muahammad SAW yang menjadi panutan bagi para umatnya. Pada kesempatan kali ini penulis ingin mempersembahkan skripsi ini kepada orang-orang yang telah banyak berjasa, berkat doa dan dukungannya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Dari sekian banyak diantaranya:

1. Kedua orangtua yang telah memberikan doa, perhatian, kasih sayang dan dukungan sehingga penulis dapat menuntaskan skripsi ini dengan baik dan lancar. Semoga Allah SWT selalu memberikan rahmat kepada kalian berdua
2. Keluarga besar Klego, khususnya kepada kakek dan nenek penulis yang selalu memberikan dukungan penuh
3. Bapak dan Ibu dosen FEBI yang telah memberikan banyak ilmu kepada penulis, semoga selalu sehat dan dimudahkan segala urusannya oleh Allah SWT
4. Dosen pembimbing, Prof. Musahadi dan Bapak Nurudin yang senantiasa memberikan arahan dan bimbingan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini
5. Teman-teman seperjuangan S1 Perbankan Syariah angkatan 2018 dan khususnya *Sharia Banking D* yang telah membantu selama perkuliahan. Terima kasih atas kesan dan pengalamannya
6. Para sahabat penulis yang telah berbaik hati selalu menolong dan selalu ada untuk menyemangati penulis
7. Keluarga besar KSPM Walisongo, terima kasih atas ilmu dan pengalamannya

DEKLARASI

Dengan penuh kejujuran dan tanggung jawab, maka penulis menyatakan bahwa skripsi yang telah diselesaikan dengan judul “PENGARUH BIAYA PROMOSI, DANA PIHAK KETIGA DAN PEMBIAYAAN TERHADAP ROA PADA BANK MUAMALAT INDONESIA” merupakan karya penulis yang sebenarnya dan tidak sama sekali berisi materi tulisan ataupun pemikiran orang lain, kecuali informasi yang tertera dalam referensi yang telah dijadikan sebagai bahan rujukan yang dilakukan sesuai dengan etika keilmuan yang berlaku.

Semarang, 20 Maret 2022

Deklarator,



Vella Rizka Sekarsari

NIM. 1805036134

PEDOMAN TRANSLITERASI
HURUF ARAB KE HURUF LATIN

Transliterasi adalah sesuatu hal yang penting dalam skripsi karena pada umumnya banyak istilah Arab, nama orang, judul buku, nama lembaga, dan lain sebagainya yang aslinya ditulis dengan huruf Arab harus disalin ke dalam huruf latin. Untuk menjamin konsistensi, perlu ditetapkan satu pedoman transliterasi sebagai berikut:

A. Konsonan

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
أ	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Şa	ş	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ĥa	ĥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Żal	Ż	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Şad	ş	es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa	ṭ	te (dengan titik di

			bawah)
ظ	Za	z	zet (dengan titik di bawah)
ع	`ain	`	koma terbalik (di atas)
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	‘	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

B. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau *monoftong* dan vokal rangkap atau *diftong*.

1. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
َ	Fathah	A	A
ِ	Kasrah	I	I
ُ	Dammah	U	U

2. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf sebagai berikut:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
اِي...	Fathah dan ya	ai	a dan u
اُو...	Fathah dan wau	au	a dan u

C. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda sebagai berikut:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
اِ...اِ...	Fathah dan alif atau ya	ā	a dan garis di atas
اِ...اِ...	Kasrah dan ya	ī	i dan garis di atas
اِ...اِ...	Dammah dan wau	ū	u dan garis di atas

Contoh:

- قَالَ qāla
- رَمَى ramā
- قِيلَ qīla

D. Ta' Marbutah

Transliterasi untuk ta' marbutah ada dua, yaitu:

1. Ta' marbutah hidup

Ta' marbutah hidup atau yang mendapat harakat fathah, kasrah, dan dammah, transliterasinya adalah "t".

2. Ta' marbutah mati

Ta' marbutah mati atau yang mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah "h".

3. Kalau pada kata terakhir dengan ta' marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka ta' marbutah itu ditransliterasikan dengan "h".

E. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasydid, ditransliterasikan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

Contoh:

- نَزَّلَ nazzala
- البِرُّ al-birr

F. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu اَل, namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas:

1. Kata sandang yang diikuti huruf syamsiyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf "l" diganti dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

2. Kata sandang yang diikuti huruf qamariyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah ditransliterasikan dengan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya.

ABSTRAK

ROA adalah gambaran produktivitas bank dalam mengelola dana sehingga memperoleh keuntungan berdasarkan total *asset* yang dimilikinya. Untuk mendapatkan laba diatas rata-rata, manajemen harus mampu meningkatkan pendapatan dan mengurangi semua beban atas pendapatan. Hal tersebut menunjukkan bahwa manajemen harus memperluas pangsa pasar dan menghapuskan aktivitas yang tidak bernilai tambah. Untuk memperluas pangsa pasar diperlukan adanya kegiatan promosi. Kegiatan promosi yang dilakukan memerlukan biaya yang harus dikeluarkan oleh bank syariah. Biaya promosi yang dikeluarkan oleh bank diharapkan dapat membuat perolehan dana pihak ketiga meningkat.

Setelah sukses menghimpun dana dari masyarakat, bank syariah akan menyalurkan pembiayaan kepada masyarakat dengan tujuan untuk memperoleh profit. Namun berdasarkan keadaan dilapangan menunjukkan hasil yang tidak sesuai. Dalam laporan keuangan tahunan Bank Muamalat Indonesia dana promosi di Bank Muamalat Indonesia mengalami kenaikan yang sangat signifikan dari tahun 2017 ke tahun 2018. Namun pembiayaan, dana pihak ketiga dan ROA mengalami penurunan dari 2017 ke tahun 2018. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh antara biaya promosi, dana pihak ketiga dan pembiayaan terhadap ROA.

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Metode yang digunakan adalah metode dokumentasi. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yang berasal dari laporan keuangan tahunan Bank Muamalat Indonesia. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling dan jumlah sampel sebanyak 33 sampel. Untuk menguji instrument penelitian menggunakan uji asumsi klasik dan metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda dengan alat IBM SPSS Statistic 25.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa biaya promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap ROA, dana pihak ketiga berpengaruh negatif dan signifikan terhadap ROA serta pembiayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap ROA.

Kata Kunci: *Biaya Promosi, Dana Pihak Ketiga, Pembiayaan, ROA*

ABSTRACT

ROA is a picture of bank productivity in managing funds so that they get profits based on their total assets. To get above average profit, management must be able to increase revenue and reduce all expenses on revenue. This shows that management must expand market share and eliminate non-value added activities. To expand market share, promotional activities are needed. Promotional activities carried out require costs to be incurred by Islamic banks. Promotional costs incurred by the bank are expected to increase the acquisition of third party funds.

After successfully raising funds from the public, Islamic banks will channel financing to the public with the aim of making a profit. However, based on the situation in the field, the results are not appropriate. In the annual financial report of Bank Muamalat Indonesia, promotional funds at Bank Muamalat Indonesia experienced a very significant increase from 2017 to 2018. However, financing, third party funds and ROA decreased from 2017 to 2018. This study aims to examine the effect of promotion costs , third party funds and financing towards ROA.

The type of research used in this research is quantitative research. The method used is the documentation method. The data used in this study is secondary data derived from the annual financial statements of Bank Muamalat Indonesia. The sampling technique in this study used a purposive sampling technique and the number of samples was 33 samples. To test the research instrument using the classical assumption test and the analytical method used is multiple linear regression analysis with the IBM SPSS Statistic 25 tool.

The results showed that promotion costs had a positive and significant effect on ROA, third-party funds had a negative and significant effect on ROA and financing had a positive and significant effect on ROA.

Keywords: Promotional Costs, Third Party Funds, Financing, ROA

KATA PENGANTAR

Alhamdu lillahi robbil aalamiin, penulis panjatkan puji syukur kehadirat Allah SWT atas rahmat dan kenikmatan yang diberikan-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“PENGARUH BIAYA PROMOSI, DANA PIHAK KETIGA DAN PEMBIAYAAN TERHADAP ROA PADA BANK MUAMALAT INDONESIA”** dengan lancar dan baik. Sholawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada baginda Nabi Muhammad SAW yang kita nantikan syafaatnya di yaumul qiyamah nanti.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih terdapat kekurangan, namun berkat doa dan bimbingan dari berbagai pihak maka kekurangan tersebut dapat dilalui oleh penulis. Tujuan dari penulisan skripsi ini untuk memenuhi syarat memperoleh gelar sarjana strata (S1) dalam Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang.

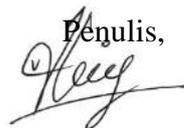
Dalam hal ini penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. H. Imam Taufiq, M.Ag. selaku Rektor UIN Walisongo Semarang beserta para wakilnya.
2. Dr. H. Muhammad Saifullah, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang beserta para wakilnya.
3. Heny Yuningrum, SE., M.Si. selaku Ketua Program Studi S1 Perbankan Syariah dan Muyassarah MSI, selaku Sekretaris Program S1 Studi Perbankan Syariah.
4. Prof. Dr. H. Musahadi, M.Ag. selaku dosen pembimbing I dan Nurudin, SE., MM. selaku dosen pembimbing II.
5. Dosen dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang.

Semoga untuk semua bantuan dan dukungan yang sudah diberikan kepada penulis mendapatkan balasan dari Allah SWT. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan dapat dijadikan referensi bagi penelitian selanjutnya. Penulis juga sangat berterima kasih atas kritik dan saran yang membangun guna menyempurnakan skripsi ini.

Semarang, 21 Maret 2022

Penulis,



Vella Rizki Sekarsari

1805036134

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
Prof. Dr. H. Musahadi, M.Ag.	ii
MOTTO	iii
PERSEMBAHAN	iv
DEKLARASI.....	v
PEDOMAN TRANSLITERASI	vi
ABSTRAK	x
KATA PENGANTAR.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR TABEL	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
I.1. Latar Belakang Masalah	1
I.2. Rumusan Masalah	6
I.3. Tujuan Penelitian	6
I.4. Manfaat Penelitian.....	6
I.5. Sistematika Penulisan.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Kerangka Teori	8
2.1.1. ROA (<i>Return On Assets</i>)	8
2.1.2. Biaya Promosi.....	11
2.1.3. Dana Pihak Ketiga	16
2.1.4. Pembiayaan	20
2.2. Penelitian Terdahulu.....	31
2.3. Kerangka Pemikiran.....	35
2.4. Hipotesis Penelitian	36
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	38
3.1. Jenis dan Sumber Data	38
3.2. Populasi dan Sampel	38
3.3. Metode Pengumpulan Data	39
3.4. Variabel Penelitian dan Pengukuran	39

3.5. Teknik Analisis Data.....	41
3.5.1. Uji Asumsi Klasik	42
3.5.2. Analisis Regresi Linear Berganda.....	43
3.5.3. Uji Hipotesis	44
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	46
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	46
4.1.1. Profil Bank Muamalat Indonesia	46
4.1.2. Visi Misi Bank Muamalat Indonesia	47
4.2. Uji Asumsi Klasik.....	48
4.2.1. Uji Normalitas.....	48
4.2.2. Uji Autokorelasi	49
4.2.3. Uji Multikolinearitas	50
4.2.4. Uji Heteroskedastisitas.....	51
4.3. Analisis Regresi Linear Berganda	52
4.4. Uji Hipotesis.....	53
4.4.1. Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	53
4.4.2. Uji Signifikansi Parsial (Uji Statistik T).....	53
4.4.3. Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)	55
4.5 Pembahasan Hasil Penelitian	56
4.5.1. Pengaruh Biaya Promosi terhadap Return on Asset pada Bank Muamalat Indonesia.....	56
4.5.2. Pengaruh Dana Pihak Ketiga terhadap Return on Asset pada Bank Muamalat Indonesia.....	57
4.5.3. Pengaruh Pembiayaan terhadap Return on Asset pada Bank Muamalat Indonesia.....	58
BAB V PENUTUP.....	60
5.1 Kesimpulan	60
5.2 Saran.....	61
DAFTAR PUSTAKA.....	62
LAMPIRAN.....	66

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Teoritis.....	35
Gambar 4.1 Grafik Histogram	48
Gambar 4.2 Grafik Normal Probability Plot	48
Gambar 4.3 Grafik Scatterplot.....	51

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Biaya Promosi, Dana Pihak Ketiga, Pembiayaan dan ROA pada Bank Muamalat Indonesia Tahun 2017-2020	1
Tabel 2.1 Peringkat Pengukuran Analisis ROA (Kodifikasi Penilaian Kesehatan Bank)...	9
Tabel 2.2 Penelitian-penelitian terhadulu	31
Tabel 4.1 Uji Kolmogorov-Smirnov	49
Tabel 4.2 Uji Durbin Watson.....	49
Tabel 4.3 Uji Multikolinearitas.....	50
Tabel 4.4 Hasil Uji Glejser dengan Metode Weighted Least Square.....	51
Tabel 4.5 Analisis Regresi Linear Berganda	52
Tabel 4.6 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	53
Tabel 4.7 Hasil Uji T.....	53
Tabel 4.8 Hasil Uji F.....	55

BAB I

PENDAHULUAN

I.I. Latar Belakang Masalah

Undang-Undang Negara Republik Indonesia yang di tetapkan pada tanggal 10 Novermber 1998 Nomor 10 Tahun 1998 menyatakan definisi dari bank yakni suatu lembaga yang melakukan penghimpunan dana yang bersumber dari pihak ketiga yaitu masyarakat berupa giro tabungan maupun deposito dan mendistribusikannya berupa kredit atau bentuk lain kepada masyarakat yang bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan dan mengatasi kesenjangan sosial yang terlalu besar di masyarakat. Dalam perkembangannya, *industry* perbankan menjadi lebih kompetitif karena muncul banyak regulasi baru dan semakin banyak terbentuknya bank-bank baru di Indonesia.

Bukan hanya bank konvensional saja, di Indonesia juga mengalami pembaharuan dan perkembangan secara berkesinambungan sehingga lahirah jenis bank baru yang dewasa ini disebut sebagai bank syariah. Perbankan syariah ialah sebuah *system* perbankan yang dalam pelaksanaan dan kegiatan operasionalnya didasarkan pada hukum Islam (syariah). Dengan menggaris bawahi adanya larangan bertransaksi utang piutang dengan memberikan bunga pada pinjaman atau riba sebagai timbal balik serta larangan melakukan investasi pada sektor usaha yang tidak halal dalam pandangan agama Islam.

Bank Muamalat menjadi salah satu bank syariah pendahulu dan tertua di Indonesia yang didirikan pada tahun 1991 dan mulai melakukan operasional pada tahun 1992. Dalam menjalankan kegiatan operasionalnya bank Muamalat Indonesia menerapkan prinsip yang sesuai dengan kaidah Islam. Kegiatan menghimpun (*funding*) dan menyalurkan dana (*financing*) kepada nasabah merupakan kegiatan operasional utama yang dilaksanakan oleh lembaga perbankan.

Pada proses penghimpunan dana (*funding*), yang menjadi sumber pemasukan adalah dana yang bersumber dari masyarakat luas. Sumber dana yang berasal dari masyarakat menjadi sumber dana yang sekiranya mudah untuk diperoleh dan pastinya juga dibutuhkan strategi yang baik dari bank untuk menarik minat masyarakat agar bersedia menyimpan dana nya di bank. Salah satu cara yang bisa digunakan untuk menarik minat masyarakat adalah melalui promosi. Peran promosi sangat penting dalam memperkenalkan jasa atau produk yang akan ditawarkan oleh bank kepada nasabah atau calon nasabah.

Kegiatan promosi yang dilakukan membutuhkan biaya yang harus dikeluarkan oleh bank syariah. Biaya promosi yang telah dikeluarkan oleh perbankan diharapkan dapat meningkatkan perolehan dana pihak ketiga yang berasal dari masyarakat sebagai nasabah. Setelah berhasil melakukan penghimpunan dana dari masyarakat, bank syariah akan menyalurkan kembali dana tersebut kepada masyarakat dalam bentuk pembiayaan guna memperoleh profit.

Menurut Rivai pembiayaan adalah penyaluran dana yang dilakukan oleh perbankan syariah untuk memenuhi kebutuhan nasabah, baik kebutuhan konsumtif maupun kebutuhan produktif. Melalui definisi tersebut bank syariah merupakan lembaga *intermediate* tanpa memberi pinjaman dan membebaskan bunga terhadap pinjaman tetapi dengan cara bank syariah melakukan pembelian barang yang diperlukan oleh nasabah kemudian menjual barang tersebut kembali kepada nasabah. Selain itu cara lainnya adalah dengan bank syariah mengikutsertakan modal dalam usaha nasabah. Pembiayaan dilaksanakan oleh bank syariah untuk memperoleh profit yang efisien dan maksimal, meskipun untuk mendapat keuntungan tidak hanya bersumber dari pembiayaan, tetapi pembiayaan masih menjadi sumber profit utama bagi bank syariah.¹

Kasmir berpendapat mengenai hidup dan matinya suatu lembaga perbankan ditentukan oleh jumlah pembiayaan yang diberikan kepada masyarakat dalam satu periode. Antara pembiayaan dan laba bank berbanding lurus yang berarti jikalau pembiayaan yang disalurkan mengalami pertambahan maka laba yang diperoleh juga akan semakin banyak. Profitabilitas merupakan kemampuan suatu perusahaan yang dalam hal ini adalah perusahaan perbankan untuk mendapatkan keuntungan dalam hubungannya dengan kegiatan operasional, total asset ataupun modal sendiri.²Rasio profitabilitas merupakan ukuran untuk menilai kinerja perusahaan dalam memperoleh keuntungan. Dalam penelitian disini, rasio profitabilitas yang dipergunakan ialah rasio pengembalian asset atau dalam istilah perbankan disebut ROA (*Return on Asset*).³

Dari sejumlah pemaparan diatas mengenai Bank Muamalat Indonesia sebagai bank syariah pertama yang ada di Indonesia, apakah Bank Muamalat Indonesia mampu berkompetisi dengan bank syariah lainnya dan menjaga eksistensi sebagai bank syariah tertua, bagaimana cara bank syariah memperoleh dana melalui dana

¹Veithzal Rivai dan Arviyan Arifin, *Islamic Banking* (Jakarta: Bumi Aksara, 2010).

²Agus Sartono, *Manajemen Keuangan Teori dan Aplikasi* (Yogyakarta: BPFE, 2010).

³Kasmir, *Analisis Laporan Keuangan* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2011).

pihak ketiga yang diperoleh dengan cara melakukan promosi dan menyalurkannya dalam bentuk pembiayaan untuk mendapatkan profit, terdapat fenomena dimana pada laporan tahunan pada Bank Muamalat Indonesia terdapat *gap research* (permasalahan penelitian) yang menjadi alasan peneliti untuk meneliti tentang hal ini.

Berdasarkan laporan keuangan tahunan Bank Muamalat Indonesia diperoleh data sebagai berikut:

Tabel 1.1 Data Biaya Promosi, Dana Pihak Ketiga, Pembiayaan dan ROA pada Bank Muamalat Indonesia Tahun 2017-2020

Nama Akun	2017	2018	2019	2020
Biaya Promosi	24.088.892	86.816.829	9.621.276	9.668.437
Dana Pihak Ketiga	48.687	45.636	40.357	41.424
Pembiayaan	41.288	33.559	29.867	29.084
ROA	0,11%	0,08%	0,05%	0,03%

Sumber : Laporan Tahunan BMI Tahun 2017-2020 (www.bankmuamalat.co.id)

Berdasarkan data diatas, terlihat bahwa dana promosi di Bank Muamalat Indonesia mengalami kenaikan sangat signifikan dari tahun 2017 ke tahun 2018. Namun pembiayaan, dana pihak ketiga dan ROA mengalami penurunan dari 2017 ke tahun 2018. Berdasarkan pernyataan Kasmir, untuk memaksimalkan kegiatan operasional bank syariah dalam hal penyaluran pembiayaan, perbankan syariah wajib menghimpun dana yang berasal dari masyarakat dengan maksimal. Ketika penghimpunan dana yang dilaksanakan oleh bank syariah menunjukkan performa yang meningkat maka pembiayaan pun akan bertambah. Untuk menarik minat masyarakat diperlukan promosi. Menaikkan pertumbuhan perbankan syariah juga berarti harus meningkatkan kemampuan perbankan dalam strategi promosi yang dimana dalam kegiatan pemasaran, promosi begitu penting untuk dilakukan. Pemasaran adalah suatu proses sosial yang terstruktur dan terarah guna memenuhi kebutuhan setiap individu melalui hubungan timbal balik produk maupun jasa.

Promosi menjadi suatu urgensi yang harus dilakukan oleh bank syariah guna mendongkrak profit di suatu perusahaan yang dalam hal ini adalah lembaga perbankan. Produk perbankan terdiri atas produk yang menawarkan berbagai fasilitas seperti tabungan, giro, deposito maupun produk jasa lainnya yang cenderung sama antar suatu bank dengan bank yang lain. Karena produk yang ditawarkan rata-rata adalah sama maka promosi menjadi suatu keharusan untuk menarik calon nasabah maupun menjaga loyalitas nasabah yang sudah ada. Promosi harus dilakukan secara optimal untuk menarik calon nasabah maupun menjaga loyalitas nasabah yang telah ada agar tidak berpindah ke bank lain. Sehingga bank pun perlu mengalokasikan dana nya untuk melakukan promosi agar tujuan dapat tercapai.

Dalam teori Khotler menyebutkan bahwa jika biaya promosi mengalami kenaikan dari sebelumnya bank berharap akan mendapat respons positif dari nasabah terhadap produk-produk simpanannya. Maka dari itu diharapkan akan lebih banyak nasabah yang menyimpan dana nya di bank dan dapat meningkatkan profit bank melalui penyaluran pembiayaan yang dilakukan oleh bank ke masyarakat kembali.⁴ Hal ini menunjukkan adanya ketidaksesuaian dengan data pada Bank Muamalat Indonesia dimana pada tahun 2017 ke tahun 2018 biaya promosi meningkat namun dana pihak ketiga, ROA dan pembiayaan mengalami penurunan. Begitu pula pada tahun 2019 ke 2020 dimana dana promosi mengalami peningkatan namun hal yang dialami ialah ROA menurun. Begitu pula dengan DPK mengalami penambahan namun pembiayaan dan ROA mengalami penurunan.

Komponen-komponen yang membentuk *Return On Assets* (ROA) diantaranya adalah :

1. Pendapatan, merupakan arus masuk aktiva selama suatu periode yang ditimbulkan oleh aktivitas operasional utama perusahaan.
2. Beban merupakan arus keluar yang disebabkan oleh suatu aktivitas yang merupakan bagian utama dalam operasional perusahaan.
3. Keuntungan merupakan kenaikan aktiva bersih dari transaksi yang dihasilkan dari pendapatan.
4. Kerugian ialah aktiva bersih yang menurun melalui transaksi insidental.⁵

⁴Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran (Principles of Marketing) Edisi Bahasa Indonesia Jilid I* (Jakarta: Penerbit Erlangga, 2008).

⁵Donald E Kieso, et al, *Intermediate Accounting Terjemahan Emil Salim Jilid I*, Edisi 10 (Jakarta: Penerbit Erlangga, 2002).

Berdasarkan hal tersebut salah satu komponen pembentuk ROA adalah beban atau biaya, yang hal tersebut justru memperkuat teori-teori sebelumnya mengenai biaya promosi yang seharusnya berpengaruh signifikan terhadap *Return On Asset*. Namun berdasarkan penelitian-penelitian terdahulu, terdapat hasil penelitian yang menunjukkan perbedaan dengan teori-teori yang sudah dikemukakan sebelumnya maupun perbedaan hasil penelitian yang satu dengan penelitian lainnya. Pada penelitian yang dilakukan oleh Ira siti Rohmah Maulida, menunjukkan pengaruh biaya promosi dan biaya tenaga kerja secara simultan terhadap tingkat profitabilitas. Pengaruh biaya promosi (X_1) dan biaya tenaga kerja (X_2) terhadap ROA sebesar 67,73% dan sisanya sebesar 32,27% dipengaruhi faktor lain yang tidak diteliti pada penelitian ini.⁶ Dalam penelitian lain, yakni penelitian yang dilakukan oleh Lasca Radella dkk menunjukkan bahwa biaya promosi tidak berpengaruh terhadap perubahan laba bersih.⁷

Pada penelitian yang dilakukan oleh Putri Mawar Katuuk dkk hasil penelitian menunjukkan secara simultan DPK, LDR, BOPO berpengaruh terhadap ROA dan secara parsial dana pihak ketiga (DPK) berpengaruh negatif signifikan terhadap ROA.⁸ Dalam penelitian lainnya oleh You Are Nita dimana menunjukkan variabel Dana Pihak Ketiga berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap *Return On Asset*.⁹

Penelitian lainnya oleh Uswatun Hasanah memberikan hasil jika variabel pembiayaan tidak berpengaruh terhadap profitabilitas Bank Umum Syariah secara parsial.¹⁰

Berdasarkan ketidaksesuaian diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“PENGARUH BIAYA PROMOSI, DANA PIHAK KETIGA DAN PEMBIAYAAN TERHADAP ROA PADA BANK MUAMALAT INDONESIA”**.

⁶Ira Siti Rohmah, “Pengaruh Biaya Promosi dan Biaya Tenaga Kerja terhadap Profitabilitas di PT.Bank Syariah Mandiri,” *Jurnal Ekonomi dan Keuangan Syariah*, 3 (2019), 15.

⁷Lasca Radella, et al, ‘Pengaruh Biaya Promosi, Biaya Kualitas Dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Perubahan Laba Bersih’, *Konferensi Riset Nasional Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 2 (2021), 59.

⁸Putri Mawar Katuuk, et al, “Pengaruh Dana Pihak Ketiga, Loan to Deposit Ratio, Biaya Operasional Pendapatan Operasional terhadap Return On Asset Bank Umum di Indonesia Periode 2010.1-2017.4,” *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 18.2 (2018), 170.

⁹You Are Nita Sari, “Analisis Pengaruh Dana Pihak Ketiga, CAR dan LDR terhadap Profitabilitas Bank Pasca Penerapan IFRS” (STIE Perbanas, 2015).

¹⁰Uswatun Hasanah, “Pengaruh Pembiayaan, NPF, CAR dan FDR terhadap Profitabilitas Bank Syariah,” *Jurnal Riset Mahasiswa Akuntansi*, 7 (2019), 1.

I.2. Rumusan Masalah

1. Bagaimana pengaruh biaya promosi terhadap ROA pada Bank Muamalat Indonesia?
2. Bagaimana pengaruh dana pihak ketiga terhadap ROA pada Bank Muamalat Indonesia?
3. Bagaimana pengaruh pembiayaan terhadap ROA pada Bank Muamalat Indonesia?

I.3. Tujuan Penelitian

1. Guna mengetahui bagaimana pengaruh biaya promosi terhadap ROA pada Bank Muamalat Indonesia.
2. Guna mengetahui bagaimana pengaruh dana pihak ketiga terhadap ROA pada Bank Muamalat Indonesia.
3. Guna mengetahui bagaimana pengaruh Pembiayaan terhadap ROA pada Bank Muamalat Indonesia.

I.4. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

- a. Penelitian yang dilakukan menghasilkan bukti empiris serta konfirmasi konsistensi terhadap hasil-hasil penelitian sebelumnya.
- b. Menyajikan tambahan informasi terkait pembiayaan, biaya promosi, dana pihak ketiga dan ROA.

2. Manfaat Praktis

Diharapkan penelitian ini mampu memberikan kontribusi mengenai penentuan factor apa saja yang dapat mempengaruhi profitabilitas perusahaan untuk para praktisi.

3. Manfaat bagi peneliti

Diharapkan bahwa hasil penelitian mampu memperluas ilmu pengetahuan dan sebagai acuan untuk penelitian-penelitian selanjutnya.

I.5. Sistematika Penulisan

Guna memberikan kemudahan untuk memahami pembahasan pokok permasalahan yang akan dibahas, maka skripsi ini disusun dengan sistematika sebagai berikut:

BAB I: PENDAHULUAN

Pada bab pendahuluan diuraikan mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan serta manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II: TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab tinjauan pustaka diuraikan mengenai landasan penelitian yang digunakan oleh peneliti yang berisi mengenai kerangka teori, penelitian-penelitian terdahulu, kerangka pemikiran dan hipotesis guna memperkuat variabel-variabel yang digunakan di dalam penelitian.

BAB III: METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab metodologi penelitian diuraikan mengenai cara yang dilaksanakan dalam menunjang penulisan skripsi mengenai jenis dan sumber data, populasi dan sampel, metode pengumpulan data, variabel penelitian dan pengukuran serta teknik analisis data.

BAB IV: HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab hasil dan pembahasan diuraikan mengenai gambaran atau deskripsi objek penelitian yang berisi hasil uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda dan uji hipotesis.

BAB V: PENUTUP

Pada bab penutup diuraikan mengenai saran dan kesimpulan dari hasil analisis data yang dapat dijadikan pertimbangan oleh pihak-pihak yang terkait didalamnya.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kerangka Teori

2.1.1. ROA (*Return On Assets*)

A. Pengertian

Return on Asset merupakan salah satu jenis dari rasio profitabilitas. Rasio profitabilitas dihitung berdasarkan hasil perbandingan keuntungan setelah pajak dengan total ekuitas ataupun keuntungan setelah pajak dengan total aktiva pada suatu perusahaan dalam suatu periode.¹¹ Fungsi rasio profitabilitas bagi perbankan ialah sebagai pengukur kemampuan suatu perusahaan dalam memperoleh profit melalui modal atau asset yang dimilikinya¹² dimana rasio yang digunakan dalam penelitian ini adalah ROA yang berguna untuk mengukur kemampuan bank untuk mendapatkan laba atas total asset yang dimiliki yang dinyatakan dalam presentase (%).¹³ Dengan adanya rasio profitabilitas, bank dapat mengetahui seberapa besar tingkat efektivitas kegiatan operasional suatu bank dengan output margin keuntungan dan ROA. Margin keuntungan itu sendiri merupakan ukuran keefektifan dan keefisienan bank dalam memperoleh keuntungan dan ROA merupakan perbandingan yang mendeskripsikan kemampuan suatu lembaga perbankan dalam hal memperoleh profit atas pengolahan jumlah asset milik perusahaan.

ROA dapat memberikan deskripsi mengenai keefektifan bank dalam hal pengelolaan dana hingga memperoleh profit berdasarkan total *asset* yang dimilikinya, *Return on asset* juga menunjukkan kemampuan suatu perusahaan dalam menghasilkan laba atau keuntungan. Untuk mendapatkan keuntungan yang lebih besar manajemen harus melakukan peningkatan terhadap pendapatan disisi lain juga harus melakukan pengurangan terhadap beban atas pendapatannya. Hal ini menunjukkan bahwa pihak manajemen harus menyusun strategi dalam perluasan pangsa pasar dan penghapusan aktivitas yang tidak memiliki nilai tambah.¹⁴ ROA yang bernilai terlalu sedikit menunjukkan kemampuan manajemen bank dalam menghasilkan *income* dari pengelolaan asset yang dimiliki kurang maksimal. Sedangkan apabila besar nilai

¹¹ Slamet Riyadi, *Banking Assets and Liability Management* (Jakarta: Lembaga Penerbit FE UI, 2006).

¹² Lukman Dendawijaya, *Manajemen Perbankan* (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2005).

¹³ Malayu S.P Hasibuan, *Dasar-dasar Perbankan* (Jakarta: Bumi Aksara, 2007).

¹⁴ Darsono, *Manajemen Keuangan Pendekatan Praktis Kajian Pengambilan Keputusan Bisnis Berbasis Analisis Keuangan* (Jakarta: Diadit Media, 2006).

return on asset meningkat maka efektifitas pengelolaan lembaga perbankan dalam menghasilkan pendapatan atas pengelolaan asset yang dimiliki bernilai baik.¹⁵

$$ROA = x \times 100\%^{16}$$

Tabel 2.1 Peringkat Pengukuran Analisis ROA
(Kodifikasi Penilaian Kesehatan Bank)

No	Rasio	Keterangan
1.	ROA > 1,5%	Sangat sehat
2.	1,5% < ROA < 1,5%	Sehat
3.	1% < ROA < 1,5%	Kurang sehat
4.	ROA < 1%	Tidak sehat ¹⁷

Sumber : Indra Siswanti dkk, *Manajemen Resiko Perusahaan*.

B. Unsur Pembentuk Return on Asset

Return On Asset terdiri dari beberapa unsur pembentuk, seperti:

1. Net Profit Margin

Harahap mendefinisikan bahwa rasio *net profit margin* menunjukkan tentang seberapa besar persentase *net income* dari hasil penjualan atas barang maupun jasa. Juga mencakup keseluruhan biaya yang dikeluarkan untuk operasional perusahaan. Semakin besar nilai dari NPM maka kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dianggap semakin baik.¹⁸ Sedangkan menurut Kasmir, margin laba bersih atau *net profit margin* atau yang biasa disebut NPM merupakan rasio perbandingan antara laba bersih setelah pajak dengan penjualan bersih. Margin laba kotor menunjukkan laba yang *relative* terhadap perusahaan, sedangkan margin laba bersih merupakan ukuran keuntungan yang didapatkan dengan cara membandingkannya dengan hasil penjualan.¹⁹ Lalu menurut Syamsuddin, margin laba bersih ialah perbandingan antara *net profit* yaitu penjualan sesudah dikurangi dengan seluruh biaya-biaya termasuk pajak dibanding dengan penjualan. Semakin tinggi net profit margin, maka semakin baik pula kemampuan penjualan suatu perusahaan.²⁰

Konsep laba dalam perspektif Islam tidak jauh berbeda dengan perspektif konvensional yaitu laba merupakan selisih dari pendapatan dan beban. Keuntungan

¹⁵ Darsono.

¹⁶ Dwi Suwikyo, *Analisis Laporan Keuangan Perbankan Syariah* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010).

¹⁷ Indra Siswanti, et al, *Manajemen Resiko Perusahaan* (Medan: Yayasan Kita Menulis, 2020).

¹⁸ Harahap, *Analisis Kritis atas Laporan Keuangan* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2010).

¹⁹ Kasmir, *Analisis Kinerja Keuangan* (Jakarta: PT. Raja Grafindo, 2008).

²⁰ Lukman Syamsuddin, *Manajemen Keuangan Perusahaan Konsep Aplikasi Dalam Perencanaan, Pengawasan, dan Pengambilan Keputusan* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2013).

didapatkan dari adanya proses jual beli sebagaimana dituangkan dalam Surah Ash – Shaff (61) ayat 10 yang berbunyi :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا هَلْ أَدُلُّكُمْ عَلَىٰ تِجَارَةٍ تُنْجِيكُمْ مِنْ عَذَابِ أَلِيمٍ

“ Hai orang-orang yang beriman, sukakah kamu aku tunjukkan suatu perniagaan yang dapat menyelamatkanmu dari azab yang pedih? ”

Mengambil keuntungan juga diperbolehkan dalam Islam sebagaimana tertuang dalam Surah An Nisaa’ (4) ayat 29 yang berbunyi :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَن تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ
إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

“ Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.”

2. Perputaran Total Aktiva (*Total Assets Turnover*)

Perputaran total aktiva adalah unsur pembentuk ROA yang menggambarkan efisiensi penggunaan keseluruhan asset suatu perusahaan yang dalam hal ini adalah perusahaan perbankan dalam menghasilkan volume suatu penjualan tertentu. Semakin besar nilai rasio ini maka penggunaan keseluruhan aktiva didalam menghasilkan penjualan semakin efisien.²¹

C. Tujuan

Adapun tujuan dari rasio profitabilitas dalam suatu perusahaan diantaranya adalah:

- 1) Sebagai alat pengukur atau ukuran laba yang dihasilkan perusahaan dalam suatu periode.
- 2) Sebagai alat untuk melakukan penilaian mengenai posisi laba perusahaan antara periode sebelumnya dengan periode yang sedang dijalankan.
- 3) Sebagai alat untuk melakukan penilaian terhadap perkembangan laba dari satu periode ke periode lain.
- 4) Sebagai alat untuk melakukan penilaian mengenai besarnya laba bersih yang dihasilkan sesudah pajak dengan jumlah asset yang dimiliki atau modal sendiri.²²

D. Kelebihan dan Kekurangan ROA

- 1) Kelebihan ROA:

²¹ Selvia Lafau, et al, ‘Analisis Return On Asset (ROA) Dan Return On Equity (ROE) Pada PT. Pos Indonesia (Persero) Tahun 2016-2018’, *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis*, 4 (2021), 25.

²² Kasmir, *Analisis Laporan Keuangan* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2011).

- a) Mudah cara menghitung dan memahaminya.
- b) Menjadi alat ukur kemampuan manajemen dalam menghasilkan profit.
- c) Perhatian yang lebih terhadap perolehan laba oleh pihak manajemen.
- d) Ukuran prestasi manajemen dalam menghasilkan laba melalui pemanfaatan asset yang ada.
- e) Agar tujuan perusahaan dapat tercapai dengan efektif.
- f) Untuk evaluasi terhadap kebijakan manajemen disuatu perusahaan.

2) Kekurangan Return On Asset:

- a) Apabila nilai ROA tinggi maka hal tersebut memicu manajemen untuk bermalasan dalam meraih laba yang lebih tinggi lagi.
- b) Manajemen hanya *focus* terhadap tujuan-tujuan jangka pendek yang menguntungkan saja tetapi tidak melihat adanya dampak negative yang akan ditimbulkan terhadap jangka panjangnya.²³

2.1.2. Biaya Promosi

A. Pengertian

Dalam menghadapi persaingan antar perusahaan perbankan yang semakin ketat, bank terus memperluas dan gencar untuk terus memperluas pangsa pasar dan memikat hati masyarakat. Salah satu cara dilakukan dengan kegiatan promosi. Kegiatan promosi menjadi kunci penting untuk keberhasilan pemasaran suatu produk maupun jasa. Dengan dilakukannya kegiatan promosi maka perusahaan aktif menyebarkan informasi, memengaruhi, dan meningkatkan sasaran terhadap produk maupun jasa yang dijual perusahaan. Promosi merupakan cara yang efektif untuk memperkenalkan serta menawarkan produk dari suatu perusahaan dalam hal ini adalah perusahaan yang bergerak di bidang perbankan. Karena kegiatan promosi merupakan ujung tombak sekaligus menjadi tulang punggung dalam memasarkan produk atau jasa dari sebuah perusahaan perbankan itu sendiri.

Dalam melakukan promosi, tentu diperlukan adanya biaya. Biaya promosi adalah seluruh pengeluaran yang digunakan untuk melakukan aktivitas pemasaran seperti usaha untuk meningkatkan minat masyarakat akan suatu produk, memperluas pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bisa diterima masyarakat, membeli dan menjaga loyalitas atas produk yang ditawarkan, serta menyebarkan informasi

²³ Bambang Susanto, *Manajemen Akuntansi*, Cetakan Pertama (Jakarta: Sansu Moto, 2005).

dengan cara pembuatan iklan melalui media cetak atau media elektronik, dan mengikuti berbagai kegiatan lain nya.²⁴

Dalam proses perkembangan kegiatan pemasaran, ada beberapa faktor yang mempengaruhi yang salah satunya adalah biaya promosi. Selain menjadi sarana untuk meningkatkan penjualan produk atau jasa, kegiatan pemasaran juga dilakukan untuk mengetahui keinginan serta kebutuhan konsumen (pasar). Hal tersebut tak kalah penting, karena naik atau turun nya nilai penjualan akan sangat berpengaruh bagi kelangsungan jangka panjang suatu produk ataupun jasa.

Pemasaran merupakan suatu kegiatan yang dilakukan oleh individu maupun organisasi untuk menciptakan, menawarkan dan mengelola hubungan pelanggan untuk menawarkan produk dalam rangka memenuhi kebutuhan. Dalam melakukan proses pemasaran, tentunya sangat dibutuhkan suatu cara yang disebut sebagai *relationship marketing* yaitu penerapan hubungan yang baik kepada pelanggan atau nasabah agar mendatangkan keharmonisan, kemudahan dalam mencari rezeki dan mengatasi persoalan-persoalan yang dihadapi dalam rangka mencapai tujuan semua pihak yang terlibat. Dalam hal dunia perbankan yang merupakan penyelenggara bidang jasa, tentu yang sangat diutamakan adalah kepuasan nasabah karena akan menyebarluaskan rasa puasnya kepada calon nasabah. Komponen kepuasan di bidang perbankan diantaranya adalah:

1. *Tangible*, yaitu bukti secara fisik yang dimiliki oleh suatu perusahaan perbankan seperti perlengkapan kantor, daya tarik karyawan, perlengkapan dan peralatan, dan bukti fisik lainnya.
2. *Responsivity*, yaitu keinginan dalam diri karyawan untuk memberikan pelayanan kepada nasabah tanpa pandang bulu. Perusahaan harus mampu memberikan motivasi kepada karyawan agar dapat melayani dengan sebaik mungkin.
3. *Assurance*, yaitu jaminan atas wawasan, kompetensi, kesopanan yang dimiliki karyawan untuk meyakinkan nasabah bahwa transaksi dilakukan dengan benar dan tepat pada sasaran.
4. *Reliability* yaitu kemampuan perusahaan perbankan dalam melayani dengan cepat, tanggap, akurat serta menciptakan kepuasan bagi nasabah. Agar dapat

²⁴ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran* (Jakarta: Indeks Kelompok Gramedia, 2007).

tercipta reliabilitas ini maka karyawan diberikan pelatihan dan pendidikan untuk meningkatkan pelayanan dan kompetensi.

5. *Empathy*, yaitu kemampuan bank dalam memberikan kemudahan pada proses seluruh proses kegiatan, pemahaman tentang kebutuhan nasabah serta menjalin hubungan dengan nasabah secara efektif dan profesional.²⁵

B. Tujuan

Tujuan diadakannya promosi yaitu :

1. Untuk memberikan informasi produk maupun jasa kepada target pasar.
2. Untuk mendapatkan kenaikan profit penjualan barang maupun jasa.
3. Untuk menarik minat masyarakat menjadi nasabah baru serta menjaga hubungan dengan nasabah lama.
4. Sebagai strategi dalam menjaga tingkat kestabilan penjualan.
5. Menjadi pembeda dengan produk maupun jasa yang ditawarkan oleh perusahaan lain.
6. Membentuk citra produk agar sesuai keinginan nasabah.
7. Mengunggulkan produk dibandingkan produk pesaing.
8. Untuk meningkatkan angka penjualan produk maupun jasa.
9. Meningkatkan kesadaran nasabah akan suatu merek sehingga tercipta loyalitas terhadap merk tersebut.

C. Bauran Promosi

Bauran promosi merupakan cara yang dilakukan untuk memasarkan suatu produk ataupun jasa yang bertujuan untuk memperoleh hasil yang maksimal dan sesuai dengan harapan perusahaan yang dilakukan dengan berbagai cara seperti:

1. Menggunakan media periklanan (*advertising*), merupakan salah satu bentuk komunikasi satu arah dengan menggunakan media penghubung antara pihak perusahaan perbankan dengan masyarakat. Tujuan utama periklanan yaitu, memperkenalkan produk atau jasa dan meningkatkan permintaan atas produk dan jasa yang ditawarkan.

2. *Personal selling*, merupakan bentuk komunikasi secara langsung oleh tim pemasaran dalam memperkenalkan dan menawarkan produk atau jasa yang bertujuan

²⁵ Nurudin, "Pengaruh Relationship Marketing, Citra Perusahaan dan Kepuasan terhadap Loyalitas Nasabah (Studi pada Bank Rakyat Indonesia Syariah Kantor Cabang Semarang)," *Jurnal STIE Semarang*, 10 (2018), 21–24.

menarik minat masyarakat untuk menjadi konsumen terhadap produk atau jasa yang ditawarkan.

3. Publisitas atau *Public Relation* merupakan sejumlah informasi yang disebarluaskan oleh media kepada masyarakat.

D. Promosi Dalam Islam

Menurut pengertian secara umum, promosi merupakan suatu usaha yang dilakukan oleh perusahaan untuk memperkenalkan produk ataupun jasa kepada masyarakat luas. Dalam ekonomi Islam pun juga menerapkan kegiatan promosi untuk memasarkan produk dan jasa. Islam memiliki pedoman bahwa segala informasi yang diberikan kepada masyarakat tidak mengandung unsur kebohongan dan ketidakadilan.²⁶ bentuk komunikasi antara penjual dengan calon nasabah untuk mengenalkan produknya, *advertising* atau periklanan, promosi penjualan dan humas merupakan beberapa metode yang dilakukan oleh Baginda Rasulullah SAW, hal ini biasa dikenal dengan bauran promosi. Bauran promosi merupakan rancangan strategi untuk menjual produk dan jasa yang mengkombinasikan semua jenis promosi seperti, periklanan atau *advertising*, penjualan tatap muka atau biasa disebut *personal selling*, promosi penjualan dan publisitas. Menurut prinsip Islam dalam melakukan kegiatan promosi harus dilandasi dengan semangat beribadah kepada Allah SWT. Strategi promosi dalam ekonomi Islam diantaranya adalah sebagai berikut :

1. Ekonomi Islam tentang Media Iklan

Prinsip ekonomi Islam yang digunakan dalam media iklan pada proses pemasaran adalah kebenaran dan kejujuran. Kebenaran dan kejujuran adalah nilai yang harus dipegang teguh dalam mempromosikan suatu produk melalui iklan. Karena Islam dengan tegas melarang berbagai macam bentuk kebohongan. Maka dari itu, pengelola harus menyampaikan dengan gamblang saat melakukan promosi. Berbagai kreasi dalam proses promosi sangat diperbolehkan namun harus sesuai dengan prinsip kejujuran dan kebenaran karena segala sesuatu yang diperbuat akan dipertanggungjawabkan dihadapan Allah SWT²⁷ sesuai dengan firman Allah dalam surah Al-Muddatstsir:38 yang berbunyi :

²⁶ Setyo Budi Hartono, "Membangun Spiritual Capital Muzakki dari Diferensiasi, Promosi dan Minat dalam Berzakat," *Jurnal Iqtisaduna*, 4 (2018), 157.

²⁷ Oci Yonita Marhari, *Manajemen Bisnis Modern Ala Nabi Muhammad* (Bandung: Al Maghfiroh, 2012).

“Tiap-tiap diri bertanggung jawab atas apa yang telah diperbuatnya”

Dalam proses promosi melalui media iklan juga sangat dilarang untuk menyampaikan informasi secara berlebihan. Karena hal utama yang harus diperhatikan saat menyampaikan informasi produk kepada nasabah adalah fakta tentang produk tersebut. Hal ini tertuang dalam Surah An-Nisa' : 9 yang berbunyi:

وَالَّذِينَ الَّذِينَ لَوْ تَرَكُوا مِنْ خَلْفِهِمْ ذُرِّيَّةً ضِعَافًا خَافُوا عَلَيْهِمْ فَلْيَتَّقُوا اللَّهَ وَلْيَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا

“ Dan hendaklah takut kepada Allah orang-orang yang seandainya meninggalkan dibelakang mereka anak-anak yang lemah, yang mereka khawatir terhadap (kesejahteraan) mereka. Oleh sebab itu hendaklah mereka bertakwa kepada Allah dan hendaklah mereka mengucapkan perkataan yang benar. ”

2. Ekonomi Islam tentang Promosi Penjualan

Syarat bagi seseorang untuk melakukan kegiatan jual beli adalah memiliki pemahaman tentang kegiatan jual beli yang dilakukannya. Pemahaman ini sangatlah diperlukan guna menghindari hal-hal yang merugikan si penjual maupun pembeli. Ekonomi Islam mempunyai prinsip dalam melakukan kegiatan promosi penjualan, yaitu suka sama suka dan kepercayaan. Jual beli hukumnya mubah yang berarti jual beli diperbolehkan selama dilakukan dengan saling ridho.

Sebagai contoh, apabila ada seseorang yang hendak membeli suatu produk dan menawar harga dari produk, kegiatan jual beli dapat terus dilakukan, sebaliknya apabila tidak mendapat kesepakatan harga antara penjual dan pembeli tidak menemukan kesepakatan pada saat proses tawar menawar. Namun, apabila kegiatan jual beli telah terjadi, dan pembeli telah melakukan pembayaran, maka keduanya tidak diperbolehkan untuk membatalkan akad jual beli yang telah disepakati.

3. Ekonomi Islam tentang *Personal Selling* (Penjualan Pribadi)

Prinsip syariah yang dijadikan pedoman dalam penjualan pribadi adalah keikhlasan. Keikhlasan yang dimaksud adalah tidak adanya kecurangan yang dilakukan oleh pelaku bisnis dan tidak melanggar kepentingan orang lain

dengan sengaja. Dalam mempresentasikan produk maupun jasa, tenaga penjual harus dipersiapkan secara matang dalam menyampaikan deskripsi produk yang ditawarkan. Tenaga penjual harus dilatih untuk tetap tenang dalam menghadapi situasi, menggunakan etika yang baik dalam penyampaian, dan selalu mengutamakan kejujuran dalam ucapannya. Allah SWT berfirman dalam surah Ali Imran ayat 77 yang berbunyi :

إِنَّ الَّذِينَ يَشْتَرُونَ بِعَهْدِ اللَّهِ وَأَيْمَانِهِمْ ثَمَنًا قَلِيلًا أُولَٰئِكَ لَا خَلَاقَ لَهُمْ فِي الْآخِرَةِ وَلَا يُكَلِّمُهُمُ اللَّهُ وَلَا يَنْظُرُ إِلَيْهِمْ يَوْمَ الْقِيَامَةِ وَلَا يُزَكِّيهِمْ وَلَهُمْ عَذَابٌ أَلِيمٌ

“Sesungguhnya orang-orang yang menukar janji (nya dengan) Allah dan sumpah-sumpah mereka dengan harga yang sedikit, mereka itu tidak mendapat bahagian (pahala) di akhirat, dan Allah tidak akan berkata-kata dengan mereka dan tidak akan melihat kepada mereka pada hari kiamat dan tidak (pula) akan mensucikan mereka. Bagi mereka azab yang pedih.”

Allah SWT telah memerintahkan umat-Nya untuk senantiasa bertutur kata dengan jujur termasuk dalam kegiatan bisnis. Karena dengan berlaku jujur Allah SWT akan menambah kenikmatan dan kemudahan kepada para pelaku bisnis yang jujur. Pembeli juga merasa lebih aman dan nyaman sehingga pembeli tersebut dapat merekomendasikan untuk melakukan aktivitas bisnis kepada para pebisnis yang berlaku jujur.

2.1.3. Dana Pihak Ketiga

A. Pengertian

Dana pihak ketiga merupakan sumber pemasukan dana yang berasal dari masyarakat yang utama atau yang paling penting untuk bank dalam melaksanakan kegiatan operasionalnya dan merupakan tolak ukur kesuksesan suatu bank jika berhasil melakukan kegiatan operasionalnya melalui sumber dana pihak ketiga ini.²⁸

DPK atau biasa disebut dana pihak ketiga yang juga akrab disebut dengan dana masyarakat ini merupakan suatu sumber dana yang dihimpun oleh pihak perbankan yang bersumber dari masyarakat yang menyimpan dana nya di lembaga keuangan tersebut.²⁹

²⁸ Kasmir, *Manajemen Perbankan* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2002).

²⁹ Ismail, *Manajemen Perbankan Dari Teori Menuju Aplikasi* (Jakarta: Kencana, 2011).

Pada bank syariah dalam proses melakukan pengumpulan dana dari masyarakat dilaksanakan berlandaskan akad mudhorobah dan wadi'ah. Dalam memberikan imbalan kepada pemilik dana yang menyimpan dananya di bank, perbankan syariah wajib untuk memperhatikan prinsip-prinsip syariah. Nasabah tidak mendapatkan imbalan pada akad wadi'ah kecuali apabila bank memberikan insentif tanpa adanya perjanjian sebelumnya. Namun nasabah akan mendapatkan imbalan pada akad mudhorobah berupa nisbah bagi hasil yang sudah disepakati sebelumnya. Produk simpanan dana pada bank syariah terdiri atas tabungan, giro maupun deposito.³⁰

B. Produk Dana Pihak Ketiga

Dalam perbankan syariah produk dana pihak ketiga diantaranya:

1. Giro Wadi'ah

Merupakan giro yang menggunakan akad wadi'ah, yaitu simpanan murni yang berupa titipan yang setiap saat dapat diambil oleh nasabah selaku pemilik dana kapan pun jika nasabah menghendaki. Prinsip wadi'ah digunakan dalam giro wadi'ah, yakni akad penitipan dana yang dilakukan oleh nasabah selaku pemilik dana dengan bank syariah sebagai yang diberi kepercayaan untuk tempat menitipkan dana yang bertujuan untuk menjaga keamanan dan keutuhan dana yang dititipkan. Hal tersebut sesuai dengan Surah An-Nisa:58 yang berbunyi:

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ ۗ إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ بِهِ ۗ إِنَّ اللَّهَ كَانَ سَمِيعًا بَصِيرًا

“ Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan (menyuruh kamu) apabila menetapkan hukum di antara manusia supaya kamu menetapkan dengan adil. Sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang sebaik-baiknya kepadamu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Mendengar lagi Maha Melihat. ”

Hal tersebut juga terletak pada QS. Al-Baqarah: 283

وَإِنْ كُنْتُمْ عَلَىٰ سَفَرٍ وَلَمْ تَجِدُوا كَاتِبًا فَرِهَانٌ مَّقْبُوضَةٌ ۖ فَإِنْ أَمِنَ بَعْضُكُم بَعْضًا فَلْيُؤَدِّ الَّذِي أُؤْتِنَ أَمَانَتَهُ وَلْيَتَّقِ اللَّهَ رَبَّهُ ۗ وَلَا تَكْتُمُوا الشَّهَادَةَ ۗ وَمَنْ يَكْتُمْهَا فَإِنَّهُ آتَمٌ قَلْبُهُ ۗ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ عَلِيمٌ

“ Jika kamu dalam perjalanan (dan bermu'amalah tidak secara tunai) sedang kamu tidak memperoleh seorang penulis, maka hendaklah ada barang tanggungan yang

³⁰ Wiroso, *Produk Perbankan Syariah* (Jakarta: LPFE Usakti, 2009).

dipegang (oleh yang berpiutang). Akan tetapi jika sebagian kamu mempercayai sebagian yang lain, maka hendaklah yang dipercayai itu menunaikan amanatnya (hutangnya) dan hendaklah ia bertakwa kepada Allah Tuhannya; dan janganlah kamu (para saksi) menyembunyikan persaksian. Dan barang siapa yang menyembunyikannya, maka sesungguhnya ia adalah orang yang berdosa hatinya; dan Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan.”

Mekanisme pada giro wadiah adalah:

1. Bank berlaku sebagai penerima dana titipan dari nasabah sedangkan nasabah bertindak sebagai penitip dana.
2. Tidak diperbolehkan bagi bank untuk memberikan janji berupa imbalan atau bonus kepada nasabah.
3. diperbolehkan bagi bank untuk membebankan biaya administrasi kepada nasabah maupun biaya pengelolaan yang terkait langsung dengan penitipan rekening.
4. Nasabah dapat mengambil dana yang dititipkannya setiap saat.
5. Bank menjamin pengembalian dana yang dititipkan oleh nasabah.³¹

2. Giro Mudhorobah

1. Masyarakat yang menyimpan dana berlaku sebagai shahibul maal yang memiliki dana dan bank berlaku sebagai pengelola dana yang dititipkan (mudhorib).
2. Pembagian profit berdasarkan nisbah kesepakatan bagi hasil yang telah disepakati sebelumnya.
3. Diperbolehkan bagi bank untuk membebankan kepada nasabah biaya administrasi atau biaya lain yang terkait langsung dengan pengelolaan rekening.
4. Bank tidak diperbolehkan untuk mengurangi nisbah bagi hasil profit nasabah tanpa sepengetahuan dan persetujuan dari nasabah.

3. Tabungan Wadi'ah

Dalam operasionalnya, tabungan wadi'ah menggunakan prinsip wadiah dimana dana yang dimiliki oleh nasabah dititipkan kepada bank sebagai yang mendapatkan kepercayaan agar keamanan dan keutuhan dana yang dititipkan tersebut dapat terjaga.

³¹ Muhamad, *Manajemen Dana Bank Syariah* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2015).

1. Nasabah selaku yang mempunyai dana dan bank sebagai penerima dana titipan.
2. Tidak diperkenankan bagi bank untuk memberikan janji berupa bonus dan imbalan kepada nasabah.
3. Diperbolehkan bagi bank untuk membebaskan kepada nasabah mengenai biaya administrasi atau biaya lainnya yang terkait dengan pengelolaan dana rekening tersebut.
4. Bank melakukan penjaminan dana yang dititipkan oleh pemilik dana yang dalam hal ini adalah nasabah.
5. Nasabah dapat mengambil dana yang dititipkannya setiap saat.

4. Tabungan Mudharabah

Dalam kegiatan operasionalnya, tentunya tabungan mudharabah memakai akad mudharabah, yakni berupa kesepakatan antara nasabah sebagai yang mempunyai dana dengan bank syariah sebagai pengelola untuk mendapatkan profit yang akan dibagi berdasarkan nisbah bagi hasil.

Perintah untuk mencari rezeki di dunia sudah di perintahkan oleh Allah SWT yang terkandung di dalam Surah Al-Jumu'ah ayat 10 yang berbunyi:

فَإِذَا فُضِّيتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِنْ فَضْلِ اللَّهِ وَاذْكُرُوا اللَّهَ كَثِيرًا لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

“ Apabila telah ditunaikan shalat, maka bertebaranlah kamu di muka bumi; dan carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak supaya kamu beruntung.”

Ketentuan dari tabungan dengan akad mudharabah adalah sebagai berikut:

1. Nasabah sebagai pemilik dana (shohibul maal) dan bank bertindak sebagai pengelola dana (mudhorib).
2. Pembagian keuntungan berdasarkan nisbah bagi hasil yang disepakati.
3. Nasabah hanya dapat menarik dana berdasarkan waktu yang disepakati.
4. Diperbolehkan untuk bank memberikan tanggungan kepada nasabah berupa biaya administrasi atau biaya lain yang berkaitan dengan pengelolaan dana di rekening nasabah tersebut.
5. Bank dilarang untuk mengurangi nisbah profit yang didapatkan nasabah tanpa sepengetahuan dan persetujuan nasabah.³²

³² Muhamad.

5. Deposito Mudharabah

Sesuai dengan namanya, deposito mudharabah tentu menggunakan prinsip mudharabah, yaitu suatu kesepakatan yang dilakukan oleh nasabah sebagai pemilik dana dengan bank syariah sebagai pengelola dana berupa deposito untuk mendapatkan profit yang dibagi berdasarkan nisbah bagi hasil sesuai dengan kesepakatan.³³

1. Nasabah sebagai pemilik dana (shohibul maal) dan bank sebagai pengelola dana (mudhorib).
2. Bank dapat melakukan pengelolaan dana sesuai dengan batasan yang ditetapkan oleh pemilik dana atau dalam istilahnya adalah mudhorabah muqoyyadah atau tanpa batasan yang biasa disebut dengan mudhorabah mutlaqoh.
3. Dalam akad mudharabah muqayyadah, diwajibkan untuk nasabah menyatakan syarat dan batasan tertentu yang dikehendakinya secara jelas.
4. Profit dinyatakan berdasarkan kesepakatan nisbah bagi hasil yang telah disepakati sebelumnya.
5. Penarikan dana oleh nasabah hanya dapat dilakukan berdasarkan waktu yang disepakati.
6. Diperbolehkan bagi bank untuk membebankan kepada nasabah mengenai biaya administrasi atau biaya-biaya lain yang terkait dengan biaya pengelolaan rekening deposito tersebut.
7. Dilarang bagi bank mengurangi bagian profit dari nasabah tanpa sepengetahuan dan persetujuan nasabah yang bersangkutan.

2.1.4. Pembiayaan

A. Pengertian

Pembiayaan merupakan aktifitas yang dilaksanakan oleh perbankan syariah dimana perbankan syariah melakukan penyaluran dana kepada masyarakat berdasarkan prinsip syariah. Yang melandasi adanya pembiayaan adalah asas kepercayaan antara pihak yang memiliki dana dengan pihak yang menggunakan dana. Nasabah atau masyarakat sebagai penerima pembiayaan diberi kepercayaan oleh bank syariah sebagai pemilik dana sehingga penerima pembiayaan wajib mengembalikan

³³ Adiwarman A. Karim, *Bank Islam Analisis Fiqih Dan Keuangan*, Edisi 3, Cetakan 3 (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2006).

dana yang telah diterimanya dalam bentuk pembiayaan kepada pemilik dana yaitu bank sesuai dengan kesepakatan yang telah dibuat sebelumnya.³⁴

Berbeda dengan kredit yang terdapat pada perbankan konvensional, pada pembiayaan, return tidak dihasilkan dalam bentuk bunga melainkan dalam bentuk yang sesuai dengan akad-akad yang digunakan dalam prinsip syariah³⁵. Skema antara kredit dan pembiayaan jelaslah berbeda. Sifat dari pembiayaan bukanlah utang piutang, namun lebih kepada investasi yang diberikan oleh bank syariah kepada nasabah dalam menjalankan usahanya.

Dalam Undang-Undang tentang Perbankan Pasal 1 ayat 12, Pembiayaan berdasarkan prinsip syariah merupakan kegiatan penyaluran dana yang dilakukan oleh bank syariah sebagai yang memiliki dana kepada masyarakat sebagai nasabah atau pengguna dana berdasarkan kesepakatan antara kedua belah pihak untuk mengembalikan dana tersebut sesuai dengan jangka waktu yang telah ditetapkan dengan prinsip bagi hasil atau yang sesuai dengan aturan hukum syariah.

B. Tujuan Pembiayaan

Tujuan pembiayaan terdiri dari tujuan makro maupun tujuan mikro perusahaan. Secara makro tujuan pembiayaan diantaranya adalah:

1. Meningkatkan ekonomi masyarakat, dengan adanya penyaluran pembiayaan diharapkan dapat meningkatkan akses masyarakat untuk membuka usaha
2. Menyediakan dana untuk peningkatkan usaha. Melalui pembiayaan, pihak yang surplus dana menyalurkan kepada pihak yang kekurangan dana.
3. Memberikan peluang bagi masyarakat yang *deficit* dana untuk mengembangkan daya produksinya sehingga dapat meningkatkan produktivitas.
4. Memperluas lapangan pekerjaan baru. Dengan dibukanya beberapa sector usaha baru diharapkan hal tersebut dapat menyerap lebih banyak tenaga kerja lagi.
5. Pendistribusian penghasilan. Masyarakat usaha produktif mampu mengelola usahanya dengan baik agar dapat memperoleh penghasilan dari usahanya tersebut.

Adapun secara mikro tujuan pembiayaan diantaranya:

³⁴ Ismail, *Perbankan Syariah* (Jakarta: Kencana, 2011).

³⁵ Ismail, *Perbankan Syariah*.

1. Usaha meminimalkan resiko. Resiko kekurangan modal usaha dapat diatasi dengan pembiayaan
2. Upaya memaksimalkan laba. Dalam usaha mewujudkan laba yang maksimal maka diperlukan adanya dukungan dana yang cukup.
3. Penyaluran kelebihan dana. Pembiayaan dapat menjadi penghubung antara pihak yang surplus dengan deficit dana.
4. Pendayagunaan sumber ekonomi. Perlu adanya keseimbangan antara sumber daya manusia, sumber dana dan juga sumber daya alam atas usaha yang dimiliki.
5. Memperkecil adanya resiko dana menganggur. Dana yang masuk melalui rekening pasiva bank harus segera disalurkan dalam bentuk aktiva produktif

.³⁶

C. Jenis-Jenis Pembiayaan

1. Menurut sifatnya, pembiayaan dapat dibagi menjadi dua, yaitu:

- 1) Pembiayaan produktif merupakan pembiayaan yang disalurkan oleh bank syariah dalam rangka memenuhi keperluan produksi dari nasabah dan berdasarkan jenisnya dibagi menjadi pembiayaan investasi usaha dan pembiayaan modal kerja.
- 2) Pembiayaan konsumtif merupakan pembiayaan yang disalurkan oleh bank syariah guna memenuhi kebutuhan konsumsi dari nasabah³⁷

2. Menurut tujuan penggunaannya, pembiayaan syariah dibagi menjadi:

- 1) Pembiayaan yang menggunakan prinsip bagi hasil yaitu pembiayaan mudhorobah dan musyarokah

A. Pembiayaan Mudharabah

Mudhorobah merupakan akad kerjasama antara dua pihak dimana pihak pertama bertindak sebagai shahibul maal yang menyediakan 100% modal sedangkan pihak yang lain menjadi pengelola modal tersebut (mudhorib). Keuntungan usaha disepakati dalam akad sedangkan jika mengalami rugi maka yang bertanggung

³⁶ Sumar'in, *Konsep Kelembagaan Bank Syariah* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012).

³⁷ M. Nur Rianto Al Arif dan Yuke Rahmawati, *Manajemen Risiko Perbankan Syariah* (Bandung: Cv. Pustaka Setia, 2018).

jawab adalah pemilik modal selama kerugian tersebut bukan karena kesalahan atau kecurangan si pengelola.³⁸

Ketentuan-ketentuan pembiayaan mudhorobah diantaranya:

1. Dilakukan oleh perbankan syariah kepada pihak yang *deficit* dana untuk melakukan usaha yang menghasilkan.
2. Perbankan syariah berlaku sebagai pemilik modal dan nasabah sebagai mudhorib atau pengelola usaha.
3. Jangka waktu usaha, tatacara pengembalian dana dan pembagian keuntungan ditentukan berdasarkan kesepakatan bersama.
4. Nasabah boleh melakukan berbagai macam usaha yang telah disepakati bersama dan perbankan syariah berhak untuk melaksanakan pengawasan dan juga pembinaan.
5. Besaran jumlah pembiayaan harus dinyatakan secara jelas dalam bentuk tunai, tidak dalam bentuk piutang.
6. Perbankan syariah sebagai penyedia dan menanggung semua kerugian akibat dari mudhorobah apabila tidak ada kelalaian dari nasabah selaku pengelola usaha.
7. Dalam pembiayaan mudhorobah tidak ada jaminan. Namun untuk menghindari penyimpangan yang dilakukan mudhorib LKS dapat meminta jaminan dari mudhorib. Jaminan hanya bisa dibayarkan apabila mudharib terbukti melakukan pelanggaran terhadap kesepakatan bersama.
8. Kriteria pengusaha, prosedur pembiayaan dan mekanisme pembagian profit diatur oleh perbankan syariah dengan memperhatikan fatwa DSN.
9. Biaya operasional dibebankan kepada nasabah atau pengelola usaha (mudhorib).
10. Dalam hal perbankan syariah tidak melaksanakan kewajiban, mudhorib berhak mendapat ganti rugi biaya yang telah dikeluarkan.³⁹

B. Pembiayaan Musyarokah

³⁸ Nurnasrina dan Adiyes, *Manajemen Pembiayaan bank Syariah* (Pekanbaru: Cahaya Firdaus, 2018).

³⁹ Adiyes.

Berdasarkan Kamus Istilah Keuangan dan Perbankan Syariah Bank Indonesia mendefinisikan musyarokah berarti saling bekerja sama (*partnership*). Disisi lain, menurut istilah musyarokah berarti akad *partnership* antara dua atau lebih pihak untuk menjalankan suatu usaha, yang mana diantara para pihak yang berakad memberi sumbangsuhnya dalam bentuk dana berdasarkan kesepakatan mengenai pembagian profit berdasarkan bagi hasil yang disepakati, dan jika tidak mengalami profit juga ditanggung oleh para pihak yang berpartisipasi disesuaikan dengan jumlah modal yang telah diberikan pada usaha tersebut. Dalam aplikasi perbankan syariah pembiayaan musyarakah ditujukan sebagai modal kerja atau investasi, dimana dana yang disalurkan oleh perbankan adalah partisipasi modal bank dalam usaha yang dikelola oleh nasabah dan pihak perbankan berhak ikut serta dalam mengelola usaha tersebut.⁴⁰

Musyarokah diperbolehkan dalam Islam. Hal ini sebagaimana tertuang dalam Surah An-Nisa' ayat 12 yang berbunyi:

فَهُمْ شُرَكَاءٌ فِي الثُّلُثِ ۗ

“...Maka mereka bersekutu dalam yang sepertiga itu,...”

Selain itu juga terkandung dalam QS. As-Shad ayat 24 yang berbunyi:

قَالَ لَقَدْ ظَلَمَكَ بِسُؤَالِ نَعَجْتِكَ إِلَىٰ نِعَاجِهِ ۗ وَإِنَّ كَثِيرًا مِّنَ الْخُلَطَاءِ لَيَبْغِي بَعْضُهُمْ عَلَىٰ بَعْضٍ إِلَّا الَّذِينَ آمَنُوا وَعَمِلُوا الصَّالِحَاتِ وَقَلِيلٌ مَّا هُمْ ۗ وَظَنَّ دَاوُدُ أَنَّمَا فَتَنَّاهُ فَاسْتَغْفَرَ رَبَّهُ وَخَرَّ رَاكِعًا وَأَنَابَ

“Daud berkata: Sesungguhnya dia telah berbuat zalim kepadamu dengan meminta kambingmu itu untuk ditambahkan kepada kambingnya. 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; dan amat sedikitlah mereka ini. Dan Daud mengetahui bahwa Kami mengujinya; maka ia meminta ampun kepada Tuhannya lalu menyungkur sujud dan bertaubat.”

⁴⁰ Adiyes.

Tindak lanjut dari dalil ini tertuang dalam Fatwa Dewan Syariah Nasional MUI No.08/DSN-MUI/IV/2000 tentang Pembiayaan Musyarokah. Ketentuan tentang musyarokah adalah sebagai berikut:

1. Diwajibkan melaksanakan ijab dan qabul antara pihak yang berpartisipasi.
2. Setiap mitra harus cakap hukum dan memperhatikan hal-hal seperti kompeten, harus menyediakan dana dan pekerjaan dan setiap mitra melaksanakan kerja sebagai wakil, tidak melakukan kelalaian yang di sengaja dan dilarang untuk mencairkan dana untuk kepentingannya sendiri.
3. Modal yang diberikan harus uang tunai, emas atau yang nilainya sama.
4. Para pihak tidak boleh meminjam, meminjamkan atau menghadiahkan modal kepada pihak lain kecuali atas dasar kesepakatan bersama.
5. LKS dapat meminta jaminan untuk menghindari adanya penyimpangan.
6. Diperbolehkan bagi seorang mitra bekerja lebih banyak dan menuntut tambahan keuntungan untuk dirinya.
7. Setiap mitra bekerja atas nama pribadi dan kedudukan masing-masing harus jelas dalam kontrak.
8. Keuntungan harus dihitung dengan jelas untuk menghindari sesuatu yang rancu.
9. Sistem pembagian keuntungan harus tertuang dengan jelas dalam akad.
10. Kerugian harus dibagi di antara para mitra secara proporsional menurut kepemilikan dana masing-masing dalam modal.⁴¹

2) Pembiayaan berdasarkan prinsip jual beli, yaitu pembiayaan murobahah, salam, dan istishna'

A. Pembiayaan Murabahah

⁴¹ Adiyes.

Murobahah merupakan akad jual beli barang dengan memberitahukan besaran harga pokok dan margin keuntungan yang telah disepakati bersama dengan cara penjual memberitahu kepada pembeli harga pokok barang dan berapa keuntungan yang ia ambil. hal tersebut tertuang dalam qur'an surah Al-Baqarah:275 yang berbunyi:⁴²

وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا

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

Rukun-rukun jual beli murobahah diantaranya:

- a. Ba'i = penjual (pihak yang memiliki barang).
- b. Musytari = pembeli (pihak yang akan membeli barang).
- c. Mabi' = barang yang akan diperjualbelikan.
- d. Tsaman = harga, dan
- e. Ijab Qabul = pernyataan timbang terima.

Sedangkan syarat-syarat murobahah diantaranya:

- a. Penjual memberitahu biaya barang kepada nasabah.
- b. Kontrak pertama harus sah sesuai dengan rukun yang ditetapkan.
- c. Kontrak harus bebas dari riba.
- d. Penjual harus menjelaskan kepada pembeli bila terjadi cacat atas barang sesudah pembelian.
- e. Penjual harus menyampaikan semua hal yang berkaitan dengan pembelian, misalnya jika pembelian dilakukan secara utang.⁴³

B. Pembiayaan Salam

Perbedaan antara salam dan murobahah yaitu terdapat pada prinsip salam dimana barang masih dalam proses pembuatan sehingga dilakukan akad terlebih dahulu kemudian barang dikirimkan setelah akad dan pem bayaran harus dilunasi setelah akad ditanda tangani. Selain itu, kondisi barang harus sudah jelas baik dari kualitas maupun kuantitasnya. Transaksi salam diperbolehkan, hal ini tertuang dalam QS. Al-Baqarah:282 yang berbunyi :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا تَدَايَنْتُمْ بِدَيْنٍ إِلَىٰ أَجَلٍ مُّسَمًّى فَاكْتُبُوهُ

⁴² Adiyes.

⁴³ Adiyes.

“Hai orang-orang yang beriman, apabila kamu bermu'amalah tidak secara tunai untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kamu menuliskannya.”

Hal lain dibolehkannya transaksi salam diatur dalam keputusan fatwa DSN-MUI No.05 tahun 2000 tentang Jual Beli Salam. Adapun ketentuannya adalah sebagai berikut:

1. Alat bayar harus diketahui jumlah dan bentuknya.
2. Pembayaran harus dilakukan pada saat akad disepakati.
3. Pembayaran tidak boleh dalam bentuk pembebasan hutang.
4. Barang harus jelas ciri-cirinya dan diakui sebagai hutang.
5. Barang harus dapat dijelaskan spesifikasinya.
6. Penyerahan barang dilakukan kemudian.
7. Waktu dan tempat penyerahan barang harus dilakukan sesuai kesepakatan.
8. Pembeli tidak boleh menjual barang sebelum menerima.
9. Tidak boleh menukar barang kecuali dengan barang sejenis sesuai kesepakatan.⁴⁴

C. Pembiayaan Istishna'

Istishna merupakan akad jual beli dalam bentuk pemesanan pembuatan barang tertentu dengan kriteria, persyaratan tertentu yang disepakati antara pembeli, penjual dan pembuat barang.

Ketentuan tentang istishna' diantaranya sebagai berikut:

1. Instrumen pembayaran harus diketahui jumlah dan bentuknya.
2. Pembayaran dilaksanakan berdasarkan kesepakatan.
3. Tidak diperbolehkan pembayaran dalam bentuk pembebasan hutang.
4. Ciri-ciri barang harus jelas dan dapat diakui sebagai hutang.
5. Spesifikasi barang harus bisa dijelaskan.
6. Mengenai waktu dan tempat penyerahan barang berdasarkan kesepakatan yang telah dibuat.

⁴⁴ Adiyes.

7. Dilarang untuk menjual barang sebelum diterima oleh pembeli.

8. Dilarang untuk menukar barang kecuali dengan yang sejenis dan berdasarkan kesepakatan.

9. Apabila barang tidak sesuai atau terdapat cacat maka pemesan berhak atas khiyar yaitu memilih antara melanjutkan atau membatalkan akad.⁴⁵

3) Pembiayaan dengan prinsip sewa terdiri atas ijarah dan ijarah muntahiya bit tamlik, pembiayaan atas dasar qardh.⁴⁶

A. Pembiayaan Ijarah

Ijarah merupakan akad dimana terjadi perpindahan manfaat dari barang atau jasa tanpa adanya pemindahan kepemilikan barang atau jasa tersebut. Transaksi ijarah diperbolehkan, hal ini berdasarkan QS. Az-Zukhruf ayat 32 berikut:

أَهُمْ يَفْسِمُونَ رَحْمَتَ رَبِّكَ ؕ نَحْنُ قَسَمْنَا بَيْنَهُمْ مَعِيشَتَهُمْ فِي الْحَيَاةِ الدُّنْيَا ؕ وَرَفَعْنَا بَعْضَهُمْ فَوْقَ بَعْضٍ دَرَجَاتٍ لِيَتَّخِذَ بَعْضُهُمْ بَعْضًا سُخْرِيًّا ؕ وَرَحْمَتُ رَبِّكَ خَيْرٌ مِمَّا يَجْمَعُونَ

“Apakah mereka yang membagi-bagi rahmat Tuhanmu? Kami telah menentukan antara mereka penghidupan mereka dalam kehidupan dunia, dan kami telah meninggikan sebahagian mereka atas sebagian yang lain beberapa derajat, agar sebahagian mereka dapat mempergunakan sebahagian yang lain. Dan rahmat Tuhanmu lebih baik dari apa yang mereka kumpulkan.”

Rukun Ijarah adalah sebagai berikut :

- a. Penyewa (*lessee* /*musta'jir*).
- b. Pemilik Obyek Sewa (*lessor* /*mu'ajjir*).
- c. Aset atau obyek sewa (*ma'jur*).
- d. Ajran atau Ujrah / Harga sewa atau manfaat sewa.
- e. Ijab Qabul atau sighthot ijarah.

Sedangkan syarat-syarat ijarah diantaranya:

- a. Pihak yang terlibat harus saling ridha.
- b. Asset atau obyek sewa ada manfaatnya:

⁴⁵ Adiyes.

⁴⁶ Muhammad, *Manajemen Bank Syariah* (Yogyakarta: UPP AMP YKPN, 2002).

- (1). Manfaat tersebut dibenarkan agama / halal.
- (2). Manfaat tersebut dapat dinilai dan diukur / diperhitungkan.
- (3). Manfaatnya dapat diberikan kepada pihak yang menyewa.
- (4). Aset atau Obyek Sewa wajib dibeli Pemilik Obyek Sewa (*lessor*).⁴⁷

Dalam Fatwa Dewan Syariah Nasional No.09/DSN-MUI/IV/2000 Tentang Pembiayaan Ijarah dijelaskan ketentuan-ketentuan Ijarah sebagai berikut:

1. Objek ijarah adalah manfaat dari pemakaian barang maupun jasa.
2. Manfaat barang harus bisa dirasakan, dinilai dan dilaksanakan dalam kontrak
3. Pemenuhan manfaat harus sesuai berdasarkan prinsip kaidah keislaman.
4. Manfaat harus dikenali secara spesifik untuk menghindari jahalah (ketidaktahuan) yang akan mengakibatkan sengketa.
5. Spesifikasi manfaat harus dinyatakan dengan jelas melalui identifikasi fisik dan jangka waktunya
6. Sewa adalah sesuatu yang harus dibayar nasabah kepada Lembaga Keuangan Syariah sebagai pembayaran manfaat. Sesuatu yang dapat dijadikan harga dalam jual beli dapat pula dijadikan sewa dalam Ijarah.
7. Pembayaran sewa boleh berbentuk jasa (manfaat lain) dari jenis yang sama dengan obyek kontrak.
8. Fleksibilitas dalam menentukan sewa dapat diwujudkan dalam ukuran waktu, tempat dan jarak.
9. Kewajiban LKS sebagai pemberi sewa:
 - a. Menyediakan aset yang akan disewakan.
 - b. Menanggung biaya pengelolaan aset.

⁴⁷ Muhammad.

c. Melakukan penjaminan apabila terdapat cacat pada aset yang disewakan.

11. Kewajiban nasabah sebagai penyewa:

a. Membayar sewa dan bertanggung jawab untuk menjaga keutuhan aset yang disewa serta memakainya berdasarkan kesepakatan bersama.

b. Bertanggungjawab atas biaya pemeliharaan aset yang sifatnya ringan (tidak materiil).

c. Jika aset yang disewa rusak, bukan karena pelanggaran dari penggunaan yang dibolehkan, juga bukan karena kelalaian pihak penyewa dalam menjaganya, ia tidak bertanggung jawab atas kerusakan tersebut.⁴⁸

B. Pembiayaan Ijarah Muntahiya bit Tamlik

Ijarah Muntahiya Bit-tamlik (IMBT) merupakan sewa yang diakhiri dengan pemindahan kepemilikan barang atau sejenis perpaduan antara kontrak jual beli dan sewa atau juga dapat didefinisikan sebagai akad sewa yang diakhiri dengan kepemilikan barang di tangan si penyewa. Dalam PSAK 107 (ED) tentang Akuntansi Ijarah memberikan pengertian Ijarah Muntahiya Bit-tamlik (IMBT) adalah ijarah dengan wa'ad perpindahan kepemilikan obyek ijarah pada saat tertentu. Perpindahan kepemilikan suatu aset yang diijarahkan dari pemilik kepada penyewa, dalam ijarah muntahiyah bit-tamlik, dilakukan jika seluruh pembayaran sewa telah diselesaikan dan obyek ijarah telah diserahkan kepada penyewa dengan cara hibah, penjualan sebelum akad berakhir, Penjualan pada akhir masa Ijarah atau penjualan secara bertahap.

Ketentuan tentang Ijarah Muntahiya bit-Tamlik diantaranya adalah:

1. Ijarah Muntahiya bit-Tamlik hanya bisa dilakukan setelah pelaksanaan akad ijarah selesai.

⁴⁸ Muhammad.

2. Janji pemindahan kepemilikan yang disepakati di awal akad Ijarah adalah wa'd, yang bersifat tidak mengikat. Apabila janji untuk pemindahan kepemilikan ingin dilakukan, maka harus ada akad pemindahan kepemilikan yang dilakukan setelah masa Ijarah selesai.⁴⁹

2.2. Penelitian Terdahulu

Tabel 2.2 Penelitian-penelitian terhadulu

No	Nama	Judul	Hasil Penelitian	Perbedaan
1.	Aditya Achmad Fathony dan Hanalia Rizqi Agustina (2018)	Pengaruh Dana Pihak Ketiga dan Pembiayaan Musyarakah terhadap Tingkat Profitabilitas Pada PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Al Ihsan Periode 2012 – 2016	Secara simultan Dana Pihak Ketiga dan Pembiayaan Musyarakah memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Profitabilitas dengan hasil Koefisien Determinasi sebesar 30,1% dan sisanya sebesar 69,9% merupakan variabel lain yang turut mempengaruhi Profitabilitas tetapi tidak diteliti. Adapun secara parsial, Dana Pihak Ketiga tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Profitabilitas, dan Pembiayaan Musyarakah memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Profitabilitas.	Pembiayaan yang digunakan hanya pembiayaan musyarakah dan tidak ada variabel biaya promosi. Profitabilitasnya terdiri dari ROA dan ROE. Lembaga yang diteliti adalah BPRS Al-Ihsan.
2.	Khoirini Nur Haliza (2018)	Pengaruh Pembiayaan Mudharabah dan	Pembiayaan mudharabah berpengaruh secara parsial terhadap ROA sedangkan	Variabel pembiayaan yang

⁴⁹ Muhammad.

		Dana Pihak Ketiga Terhadap Profitabilitas ROA Pada PT Bank Syariah Mandiri (Periode 2010-2017)	DPK tidak berpengaruh terhadap ROA. Namun secara simultan Pembiayaan mudhorabah dan DPK berpengaruh terhadap ROA. Dalam uji F angka menunjukkan hasil 0,000 yang mana lebih kecil dari profitabilitas 0,05 dan F hitung sebesar 11,399 yang lebih besar dari F tabel yakni 3,33. R square sebesar 44% dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain di luar regresi.	digunakan hanya pembiayaan mudharabah, tidak ada variabel biaya promosi. Bank yang diteliti adalah Bank Syariah Mandiri.
3.	Mochamad Indrajit Roy (2020)	Pengaruh Biaya Promosi dan Jumlah Rekening DPK terhadap Jumlah Dana Pihak Ketiga BPRS di Indonesia	Biaya promosi dan jumlah rekening DPK berpengaruh signifikan terhadap jumlah DPK. Secara parsial, biaya promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap total DPK. Sedangkan jumlah dana pihak ketiga berpengaruh signifikan terhadap jumlah total dana pihak ketiga	Variabel yang digunakan menggunakan jumlah rekening DPK, bukan total Dana Pihak Ketiganya. Tidak ada variabel Pembiayaan dan ROA. Penelitian di BPRS di Indonesia.
4.	Ira Siti Rohmah Maulida (2019)	Pengaruh Biaya Promosi dan Biaya	Biaya promosi dan biaya tenaga kerja berpengaruh	Menggunakan variabel

		Tenaga Kerja terhadap Profitabilitas di PT. Bank Syariah Mandiri	secara simultan terhadap tingkat profitabilitas. Proporsi pengaruh variabel biaya promosi dan tenaga kerja terhadap profitabilitas (ROA) di Bank Syariah Mandiri sebesar 67,73% dan sisanya dipengaruhi oleh factor lain yang tidak diteliti dalam pembahasan ini.	biaya tenaga kerja namun tidak ada variabel pembiayaan dan DPK. Bank yang diteliti adalah Bank Syariah Mandiri
5.	Fachrunnisa (2017)	Biaya Promosi dan Penghimpunan Dana Pihak Ketiga pada Bank Pembiayaan Rakyat Syariah	Biaya promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan jumlah dana pihak ketiga di Bank Pembiayaan Rakyat Syariah. Melalui hasil analisis ARDL perubahan dana pihak ketiga dipengaruhi oleh dana pihak ketiga satu triwulan sebelumnya dan dipengaruhi oleh biaya promosi lima triwulan sebelumnya. Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi anggaran biaya promosi maka penghimpunan dana pihak ketiga oleh BPRS juga akan semakin meningkat.	Tidak terdapat variabel Pembiayaan dan variabel ROA. Bank yang diteliti adalah BPRS.
6.	Annisa Ayu Affandi (2018)	Pengaruh Dana Pihak Ketiga (DPK) dan Total Aset terhadap Pertumbuhan Profitabilitas Bank	secara simultan variable DPK dan total aset berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas yang diukur dengan ROA. Sedangkan	Terdapat variabel total asset namun tidak terdapat

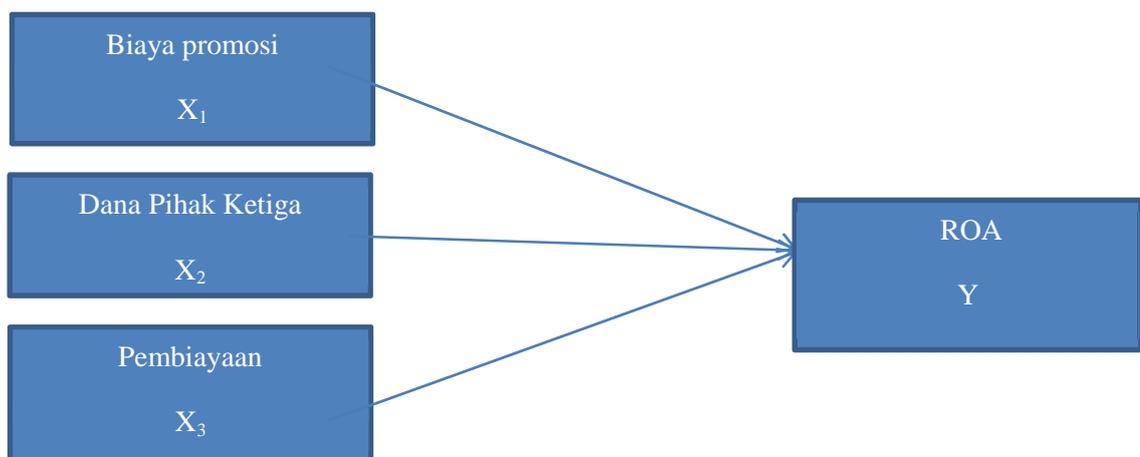
		DKI Syariah Periode 2008-2016	secara parsial variable Dana Pihak Ketiga berpengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas ROA dan total asset berpengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas ROA.	variabel pembiayaan dan biaya promosi. Bank yang diteliti adalah Bank DKI Syariah.
7.	Nopa Saputra (2021)	Pengaruh Pembiayaan terhadap Profitabilitas Bank Syariah Mandiri Periode 2012-2019	Terdapat pengaruh secara parsial positif dan signifikan pembiayaan mudharabah terhadap Return On Assets (ROA), kemudian terdapat pengaruh negatif dan signifikan pembiayaan murabahah terhadap Return On Assets (ROA), sedangkan pembiayaan musyarakah, istishna, dan ijarah tidak berpengaruh signifikan terhadap Return On Assets (ROA). Secara simultan terdapat pengaruh positif dan signifikan pembiayaan mudharabah, musyarakah, murabahah, istishna, dan ijarah terhadap Return On Assets (ROA).	Dalam penelitian tersebut hanya menggunakan variabel pembiayaan dan profitabilitas dan lokasi penelitian berada di Bank Syariah Mandiri. Focus penelitian hanya pada masing-masing pembiayaan terhadap Return on Asset.
8.	Dedek Saripah	Pengaruh Dana Pihak	DPK, NPF, BOPO, dan FDR	Variabel

	(2020)	Ketiga, Non Performing Financing, Biaya Operasioal Pendapatan Operasional dan Financing To Deposit Ratio terhadap Return On Asset Pada Bank Umum Syariah Nondevisa	berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap ROA. Secara parsial variabel DPK dan BOPO berpengaruh positif dan signifikan terhadap ROA, variabel FDR berpengaruh negatif dan signifikan terhadap ROA, sedangkan variabel NPF tidak berpengaruh terhadap ROA.	yang digunakan adalah NPF, BOPO, DPK dan FDR sebagai variabel bebas. Penelitian dilakukan terhadap Bank Umum Syariah non devisa.
--	--------	--	---	--

2.3. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran mendeskripsikan mengenai bagaimana teori berkorelasi dengan berbagai macam faktor yang telah dipersepsikan sebagai masalah yang penting.⁵⁰ Dari penjabaran teori masing-masing variable dapat dirumuskan suatu kerangka penelitian sebagai berikut:

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Teoritis



Sumber: Konsep yang dikembangkan dalam penelitian ini, 2022

⁵⁰ Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2009).

2.4. Hipotesis Penelitian

1. Pengaruh biaya promosi terhadap ROA

Biaya promosi adalah biaya yang dikeluarkan untuk tujuan pemasaran, menyebarkan informasi, mempengaruhi, membujuk agar nasabah atau calon nasabah bersedia menerima, membeli, dan loyal terhadap produk yang ditawarkan. Masyarakat akan mengalami kesulitan untuk mengakses informasi tentang layanan perbankan tanpa adanya promosi. Dalam teori Khotler menyebutkan bahwa jika biaya promosi mengalami kenaikan dari sebelumnya bank berharap akan mendapat respons positif dari nasabah terhadap produk-produk simpanannya. Maka dari itu diharapkan akan lebih banyak nasabah yang menyimpan dananya di bank dan dapat meningkatkan profit bank melalui penyaluran pembiayaan yang dilakukan oleh bank ke masyarakat kembali yang pada penelitian ini rasio profitabilitas yang digunakan adalah Return On Asset (ROA).

Pengaruh biaya promosi terhadap ROA didukung oleh penelitian Muhamad Rifki Tajudin dengan hasil penelitian Terdapat pengaruh yang signifikan antara Biaya Promosi, Dana Pihak Ketiga (DPK), dan Inflasi terhadap Profitabilitas (ROA) selama tahun pengamatan.⁵¹ Berdasarkan uraian tersebut maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H1: Biaya promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap ROA pada Bank Muamalat Indonesia.

2. Pengaruh Dana Pihak Ketiga terhadap ROA

Dana Pihak Ketiga adalah dana yang berasal dari masyarakat dalam bentuk simpanan di bank yang nantinya akan disalurkan kembali kepada masyarakat selaku nasabah dalam bentuk pembiayaan. Pembiayaan yang dilakukan dapat mendorong pendapatan yang berasal dari bagi hasil antara bank dengan nasabah sehingga hal tersebut dapat meningkatkan profit atau keuntungan bagi bank, dalam hal ini rasio profitabilitas yang digunakan adalah ROA.

Pengaruh DPK terhadap ROA didukung oleh penelitian Annisa Ayu Affandi dengan hasil yang mengatakan bahwa variabel dana pihak ketiga dan jumlah aset berpengaruh secara simultan terhadap profitabilitas yang dalam penelitiannya

⁵¹ Muhamad Rifki Tajudin, "Pengaruh Biaya, Promosi Dana Pihak Ketiga (DPK) dan Inflasi Terhadap Profitabilitas (ROA) pada Bank Perkreditan Rakyat Syariah Periode 2016-2018" (UIN Sultan Maulana Hasanuddin, 2021).

menggunakan rasio *return on asset* dan dana pihak ketiga secara parsial berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap ROA⁵² Berdasarkan uraian tersebut dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H2: Dana Pihak Ketiga berpengaruh positif dan signifikan terhadap ROA pada Bank Muamalat Indonesia.

3. Pengaruh Pembiayaan terhadap ROA

Pembiayaan adalah penyaluran dana yang dilakukan oleh perbankan syariah untuk memenuhi kebutuhan nasabah, baik kebutuhan konsumtif maupun kebutuhan produktif. Melalui definisi tersebut bank syariah merupakan lembaga *intermediate* tanpa memberi pinjaman dan membebaskan bunga terhadap pinjaman tetapi dengan cara bank syariah melakukan pembelian barang yang diperlukan oleh nasabah kemudian menjual barang tersebut kembali kepada nasabah. Selain itu cara lainnya adalah dengan bank syariah mengikutsertakan modal dalam usaha nasabah. Semakin bertambah pembiayaan yang disalurkan maka semakin banyak juga laba yang diharapkan diperoleh melalui bagi hasil antara bank dengan nasabah.

Pengaruh pembiayaan terhadap ROA didukung oleh penelitian Nopa Saputra dengan hasil penelitian Secara simultan terdapat pengaruh positif dan signifikan pembiayaan mudharabah, musyarakah, murabahah, istishna, dan ijarah terhadap Return On Assets (ROA).⁵³ Berdasarkan pemaparan tersebut maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H3: Pembiayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap ROA pada Bank Muamalat Indonesia.

⁵² Annisa Ayu Affandi, "Pengaruh Dana Pihak Ketiga (DPK) dan Total Aset Terhadap Pertumbuhan Profitabilitas Bank DKI Syariah Periode 2008-2016" (UIN Syarif Hidayatullah, 2018).

⁵³ Nopa Saputra, "Pengaruh Pembiayaan terhadap Profitabilitas Bank Syariah Mandiri Periode 2012-2019," *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Perencanaan Pembangunan*, 1 (2021), 50.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif yang merupakan data yang dinyatakan dalam bentuk angka dan dapat diukur. Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini mengutamakan pengujian teori dan pengujian hipotesis yang dilakukan melalui variabel-variabel yang terukur dan analisis data melalui prosedur statistik.⁵⁴

Sedangkan sumber data yang digunakan pada penelitian ini adalah sumber data sekunder. Data sekunder merupakan data yang sudah dikumpulkan terlebih dahulu dan dibuatkan laporan oleh individu atau suatu lembaga diluar peneliti dan data yang dikumpulkan itu merupakan data yang asli.⁵⁵ Pada penelitian ini data diperoleh melalui bentuk yang sudah jadi seperti publikasi laporan keuangan tahunan yang didapatkan melalui *website* resmi Bank Muamalat Indonesia. Selain melalui publikasi laporan keuangan tahunan data juga diperoleh melalui penelitian terdahulu yang mendukung penelitian.

3.2. Populasi dan Sampel

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang berisi subjek maupun objek dimana subjek ataupun objek tersebut memiliki mutu serta ciri-ciri tertentu yang merupakan hal yang ditentukan oleh peneliti untuk diamati yang nantinya akan dibuat kesimpulan. Populasi dalam penelitian ini adalah laporan keuangan tahunan Bank Muamalat Indonesia yang diantaranya adalah biaya promosi, pembiayaan dan dana pihak ketiga terhadap ROA.

Sampel merupakan bagian dari kuantitas dan sifat yang dipunyai oleh populasi tersebut. Dalam definisi yang lain sampel adalah sebagian hal yang berfungsi sebagai perwakilan populasi alhasil hasil penelitian yang berhasil diperoleh dari sampel dapat digeneralisasikan pada populasi.⁵⁶ Sampel dalam penelitian ini berjumlah 33 sampel yang terdiri atas laporan keuangan triwulan tahun 2013-2021. Cara pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah dengan metode time series selama sembilan tahun terakhir yaitu dari tahun 2013 sampai dengan tahun 2021.

⁵⁴ Saifuddin Azwar, *Metode Penelitian* (Yogyakarta: Pustaka Belajar, 2013).

⁵⁵ Moh. Pabundu Tika, *Metodologi Penelitian* (Yogyakarta: Pustaka Belajar, 2013).

⁵⁶ Suranto, *Metodologi Dalam Pendidikan Dengan Program SPSS* (Semarang: Ghyyas Putra, 2009).

3.3. Metode Pengumpulan Data

Pada penelitian ini, data dikumpulkan melalui kegiatan dokumentasi (*documentation*) dimana data dikumpulkan melalui beberapa informasi tentang data dan fakta yang berhubungan dengan masalah dan tujuan penelitian baik berasal dari laporan tahunan Bank Muamalat Indonesia maupun penelitian terdahulu yang relevan.

3.4. Variabel Penelitian dan Pengukuran

Variabel penelitian merupakan sebuah kejadian atau fenomena yang diambil dengan menggeneralisasikan semua objek penelitian, yang mana dari suatu objek penelitian dapat dilakukan suatu pengukuran. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini diantaranya :

1. Variabel Terikat (*Dependent Variable*) adalah variabel yang memberikan respon atau dengan kata lain dapat terpengaruh oleh *independent variables*. Variabel terikat merupakan variabel yang diukur dan diamati untuk mengetahui pengaruh yang disebabkan oleh *independent variables* (variabel bebas).⁵⁷

Variabel terikat yang digunakan dalam penelitian ini ialah ROA (*Return on Asset*) dan dilambangkan dengan huruf Y. ROA merupakan salah satu rasio yang berfungsi untuk melihat tingkat keuntungan suatu perusahaan. *Return on Asset* menunjukkan seberapa besar laba atau keuntungan yang diperoleh atas setiap rupiah yang diinvestasikan yang merupakan perbandingan antara laba bersih dengan total asset.⁵⁸

Return On Asset (ROA) adalah suatu alat ukur yang digunakan untuk mengetahui banyaknya laba bersih yang didapatkan melalui pengelolaan total aktiva atau total asset yang dimiliki suatu perusahaan.⁵⁹ serta menunjukkan seberapa besar kontribusi aktiva (asset) dalam menciptakan laba bersih.⁶⁰ ROA juga menjadi rasio kekuatan laba dimana menggambarkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari asset yang tersedia.⁶¹

Secara konseptual, indikator *Return on Asset* adalah sebagai berikut :

Perhitungan ROA dapat dilakukan dengan rumus sebagai berikut:⁶²

$$ROA = \frac{\text{Laba sebelum bunga dan pajak}}{\text{Total Aktiva}}$$

Sedangkan menurut Hery Rumus menghitung ROA adalah:⁶³

⁵⁷ Jonathan Sarwono, *Analisis Data Penelitian Menggunakan SPSS* (Yogyakarta: Penerbit Andi, 2006).

⁵⁸ Jopie Jusuf, *Analisis Kredit Untuk Account Officer* (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2007).

⁵⁹ V Wiratna Sujarweni, *Analisis Laporan Keuangan: Teori, Aplikasi, & Hasil Penelitian* (Yogyakarta: Pustaka Baru Pres, 2017).

⁶⁰ Hery, *Analisis Laporan Keuangan* (Jakarta: Grasindo, 2016).

⁶¹ Pirmatua Sirait, *Analisis Laporan Keuangan* (Yogyakarta: Equilibria, 2017).

⁶² Sujarweni.

⁶³ Hery.

$$ROA = \frac{\text{laba bersih}}{\text{total aset}}$$

Dan menurut Kasmir rumus unuk menghitung ROA adalah:⁶⁴

$$ROA = \frac{\text{earning after interest and tax}}{\text{total assets}}$$

2. Variabel Bebas (*Independent Variable*) adalah variabel yang dipilih, diukur, ataupun dimanipulasi oleh peneliti untuk menentukan hubungannya dengan gejala yang diteliti karena variabel bebas dapat memberikan pengaruh terhadap variabel lain.⁶⁵ Variabel bebas disimbolkan dengan huruf X dan variabel bebas dalam penelitian ini meliputi biaya promosi (X_1), dana pihak ketiga (X_2) dan pembiayaan (X_3).

1. Biaya promosi (X_1)

Menurut pasal 1 PMK-02/PMK.03/2010 biaya promosi merupakan salah satu jenis dari biaya penjualan yang dikeluarkan oleh wajib pajak guna memperkenalkan suatu produk secara langsung maupun tidak langsung untuk mempertahankan dan meningkatkan penjualan. Biaya promosi adalah pengorbanan ekonomis yang dikeluarkan perusahaan untuk melaksanakan promosinya.⁶⁶

Terdapat empat indikator dalam biaya promosi diantaranya :

1. Biaya *advertising* (periklanan)
2. Biaya promosi penjualan
3. Biaya publisitas
4. Biaya *personal selling*

Rumus menghitung biaya promosi = **biaya periklanan + biaya promosi penjualan**⁶⁷

2. Dana Pihak Ketiga (X_2)

Dana pihak ketiga adalah sumber pemasukan dana yang bersumber dari masyarakat luas yang dihimpun oleh perbankan yang terdiri atas simpanan tabungan, giro maupun deposito. Sedangkan menurut Muljono dana pihak ketiga merupakan himpunan dana dari masyarakat dan akan digunakan untuk pendanaan sektor riil melalui penyaluran kredit. Dana pihak ketiga yang dihimpun dari masyarakat ini ditawarkan melalui berbagai produk dana yang

⁶⁴ Kasmir, *Analisis Laporan Keuangan* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2016).

⁶⁵ Sarwono.

⁶⁶ Freddy Rangkuti, *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication* (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2009).

⁶⁷ Philip Kotler dan Keller, *Manajemen Pemasaran Jilid I Edisi 12* (Jakarta: PT. Indeks, 2007).

membuat masyarakat menaruh kepercayaan terhadap bank yang bersangkutan untuk menyimpan uangnya kemudian ditarik kembali pada saat jatuh tempo dengan imbalan seperti bagi hasil maupun bunga.⁶⁸

Menurut Veithzhal Rivai, Dana pihak Ketiga adalah dana yang diperoleh dari masyarakat luas berupa mata uang rupiah maupun valuta asing.⁶⁹

Indikator pada dana pihak ketiga diantaranya adalah:

1. Tabungan
2. Giro
3. Deposito

Rumus dari perhitungan DPK adalah **tabungan + giro+ deposito**

3. Pembiayaan (X_3)

Pembiayaan merupakan kegiatan penyaluran dana dari pihak yang *surplus* dana ke pihak yang *deficit* dana yang dalam hal ini bank bertindak sebagai pihak yang *surplus* dana yang akan menyalurkan dana nya kepada masyarakat yang *deficit* dana. Sedangkan menurut Antonio pembiayaan adalah pemberian fasilitas penyediaan dana untuk memenuhi keperluan pihak-pihak yang defisit unit.⁷⁰

Menurut Rivai dan Arifin pembiayaan adalah pendanaan yang diberikan oleh suatu pihak kepada pihak lain untuk mendukung investasi yang direncanakan.⁷¹

Indikator dari variabel pembiayaan diantaranya adalah

1. Pembiayaan konsumtif
2. Pembiayaan produktif

3.5. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan adalah pengujian terhadap hipotesis yang sudah dirumuskan dalam proposal menggunakan analisis kuantitatif dengan melihat data yang ada pada laporan keuangan Bank Muamalat Indonesia. Instrument analisis data time series ini menggunakan program pengolahan data statistik yang dikenal dengan IBM SPSS versi 25. Metode pengolahan data yang akan dilakukan dalam penelitian ini adalah uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda dan uji hipotesis.

⁶⁸ Muljono, *Sumber Dana Pihak Ketiga* (Jakarta: Penerbit Ghalia Indonesia, 2006).

⁶⁹ Veithzal Rivai, *Bank and Financial Institute Management* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2007).

⁷⁰ Muhammad Syafi'I Antonio, *Bank Syariah dari Teori ke Praktik* (Jakarta: Gema Insani Press, 2001).

⁷¹ Veithzal Rivai dan Arviyan Arifin, *Islamic Banking: Sebuah Teori, Konsep, dan Aplikasi* (Jakarta: Bumi Aksara, 2010).

3.5.1. Uji Asumsi Klasik

Merupakan suatu persyaratan statistik yang harus di penuhi pada analisis regresi linear berganda yang berbasis *ordinary least square* (OLS). Sebuah model regresi akan digunakan untuk melakukan peramalan, suatu model yang baik adalah model dengan kesalahan peramalan yang seminimal mungkin.⁷² Dalam penelitian ini asumsi yang digunakan diantaranya adalah :

A. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan guna mengetahui apakah data yang akan dianalisis lebih lanjut berdistribusi normal atau tidak. Untuk mengetahui normal atau tidaknya sebaran data dapat dilakukan dengan menggunakan grafik histogram dan normal *probability plot*. Pada grafik normal *probability plot* apabila data residual berdistribusi normal maka garis yang menggambarkan data sesungguhnya akan mengikat garis diagonalnya dan pada grafik histogram apabila distribusi data residual normal maka berbentuk simetris tidak melenceng ke kanan maupun ke kiri.⁷³

Untuk memperkuat dan meyakinkan hasil dari uji normalitas, selain dilihat dari grafik juga dapat dilihat dari hasil dari Uji Kolmogorov-Smirnov. Menurut Agus Tri Basuki, data dikatakan normal apabila signifikansinya $> 0,05$ dan jika $< 0,05$ sebarannya dinyatakan tidak normal.⁷⁴

B. Uji Autokorelasi

Merupakan uji yang bertujuan untuk mengetahui apakah korelasi variabel yang ada didalam model prediksi maka nilai disturbance tidak lagi berpasangan secara bebas, tetapi berpasangan secara autokorelasi.⁷⁵

Beberapa uji statistik yang sering dipergunakan adalah uji Durbin-Watson, uji dengan *Run Tes* dan jika data observasi diatas 100, sebaiknya menggunakan uji *Lagrange Multiplier*.

Keputusan ada atau tidaknya korelasi adalah

- 1) jika nilai DW berada di antara DU sampai 4-DU, koefisien autokorelasi akan sama dengan nol. Artinya, tidak ada autokorelasi.
- 2) jika nilai DW $< DU$, koefisien autokorelasi lebih besar dari pada nol. Artinya, ada autokorelasi positif.

⁷² Ansofino, et al, *Buku Ajar Ekonometrika* (Yogyakarta: Deepublish, 2016).

⁷³ Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2014).

⁷⁴ Sutrisno Hadi, *Seri Program Statistika Versi 2000* (Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada, 2000).

⁷⁵ Anwar Hidayat, "Uji Autokorelasi Durbin Watson SPSS," 2017 <<https://www-statistikian.com/2017/01/uji-autokorelasi-durbin-watson-spss.html>> [diakses 19 Agustus 2021].

- 3) jika nilai DW terletak diantara DL dan DU, berarti tidak dapat disimpulkan.
- 4) jika nilai DW > daripada 4 - DL, koefisien autokorelasi lebih besar dari nol. Artinya, ada autokorelasi negative.
- 5) jika nilai DW terletak di antara 4 - DU dan 4 - DU, berarti tidak dapat disimpulkan.⁷⁶

C. Uji Multikolinearitas

Uji ini dilakukan guna mengetahui adanya korelasi diantara variabel bebas pada model regresi ini dan misal terdapat perubahan dalam satu variabel bebas membuat variabel bebas lainnya ikut mengalami perubahan. Model regresi dikatakan baik jika tidak terjadi korelasi antar variabel independen. Uji multikolinearitas dalam penelitian ini dapat dilihat dari nilai inflation factor (VIF) pada model regresi. Apabila nilai VIF < 10 dan nilai toleransi > 0,1 maka tidak ada multikolinearitas.

D. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas berguna untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain sama, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda akan disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah model yang tidak terjadi heteroskedastisitas.

Untuk menentukan heteroskedastisitas dapat dilihat melalui grafik *scatterplots* dimana jika terbentuk pola yang beraturan seperti membesar, mengecil, bergelombang dan sebagainya berarti dapat dikatakan terjadi gejala heteroskedastisitas namun jika tidak membentuk pola yang jelas dan titik-titik menyebar di atas dan bawah angka 0 pada sumbu Y berarti tidak terjadi heteroskedastisitas. Untuk memperkuat pengambilan keputusan tentang uji heteroskedastisitas dapat menggunakan uji Glejser yang mana jika pada uji ini nilai signifikansi variabel lebih besar dari 0,05 maka dapat disimpulkan tidak terjadi masalah heteroskedastisitas, namun jika nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka dapat disimpulkan terjadi masalah heteroskedastisitas.

3.5.2. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis ini dilakukan guna menghitung kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih dan menunjukkan hubungan antara variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y).⁷⁷

⁷⁶ Yeri Sutopo dan Achmad Slamet, *Statistika Inferensial* (Yogyakarta: ANDI, 2017).

⁷⁷ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS* (Semarang: Badan Penerbit - Undip, 2013).

Bentuk umum persamaan regresi linear berganda adalah :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Dimana :

Y = ROA

a = konstanta

$b_1 - b_3$ = koefisien regresi $X_1 - X_3$

X_1 = biaya promosi

X_2 = dana pihak ketiga

X_3 = pembiayaan

e = variabel pengganggu (standar error)

3.5.3. Uji Hipotesis

A. Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Digunakan untuk mengukur ketepatan hubungan antara *independent variables* dengan *dependent variable* pada suatu model regresi. Nilai koefisien determinasi berkisar antara 0 dan 1. Nilai R^2 yang kecil menandakan kemampuan *independent variables* dalam menjelaskan *dependent variable* sangat terbatas. Dan sebaliknya jika nilai yang mendekati satu berarti *independent variables* memberi hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi *dependent variable*. Yang digunakan dalam penelitian ini adalah adjusted R^2 dengan koefisien determinasi antara 0 dan 1 untuk melihat besarnya pengaruh–pengaruh variabel dependen. Dengan menggunakan adjusted R^2 nilai dapat naik atau turun apabila satu variabel ditambahkan ke dalam model.⁷⁸

B. Uji Signifikansi Parsial (Uji Statistik T)

Uji T digunakan untuk mengetahui apakah variabel *independent* berpengaruh secara parsial terhadap variabel *dependent* atau tidak.

Dasar pengambilan keputusan untuk uji statistik t adalah:

- a) Jika nilai sig < 0,05 atau t hitung > t tabel maka variabel *independent* berpengaruh secara parsial terhadap variabel *dependent*.
- b) Jika nilai sig > 0,05 atau t hitung < t tabel maka variabel *independent* tidak memiliki pengaruh secara parsial terhadap variabel *dependent*.

Untuk menentukan statistik tabel bisa dihitung pada t tabel, berikut cara menghitung t tabel :

⁷⁸ Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*.

- a. Tingkat signifikansi (α) adalah 5% ; untuk uji dua sisi menjadi $5\%/2 = 2,5\%$
- b. df atau derajat kebebasan adalah $n - 1$ (jumlah data – 1).

C. Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)

Uji statistic F digunakan untuk menunjukkan apakah seluruh variabel *independent* yang berada dalam model regresi mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel *dependent*.⁷⁹

Dasar pengambilan keputusan untuk uji statistik F:

- a) Jika nilai sig < 0,05 atau F hitung > F tabel maka secara simultan atau secara bersama-sama variabel *independent* memiliki pengaruh terhadap variabel *dependent*.
- b) Jika nilai sig > 0,05 atau F hitung < F tabel maka secara simultan atau secara bersama-sama variabel *independent* tidak memiliki pengaruh terhadap variabel *dependent*.

Untuk menentukan statistik tabel bisa dihitung pada F tabel, berikut cara menghitung F tabel :

- a) Tingkat signifikansi (α) ialah 0,05.
- b) Numerator ialah jumlah variabel penelitian – 1.
- c) Denominator ialah jumlah data – jumlah variabel penelitian.⁸⁰

⁷⁹ Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*.

⁸⁰ Singgih Santoso, *SPSS: Mengolah Data Statistik Secara Profesional* (Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 1999).

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian

4.1.1. Profil Bank Muamalat Indonesia

Sesuai dengan Akta No. 1 tanggal 1 November 1991 Masehi atau 24 Rabiul Akhir 1412 H, yang dirancang di hadapan Yudo Paripurno, S.H., Notaris, di Jakarta, PT Bank Muamalat Indonesia Tbk yang lebih dikenal sebagai “Bank Muamalat Indonesia” atau disingkat “BMI”. Lalu pada Tanggal 21 Maret 1992 akta pendirian tersebut disahkan oleh Menteri Kehakiman Republik Indonesia dengan Surat Keputusan No. C2-2413.HT.01.01 Tahun 1992 dan terdaftar di kantor Pengadilan Negeri Jakarta Pusat pada 30 Maret 1992 dengan No. 970/1992. Selanjutnya diumumkan dalam Berita Negara Republik Indonesia No. 34 tanggal 28 April 1992 Tambahan No. 1919A.

Berdirinya BMI didasari oleh gagasan dari Majelis Ulama Indonesia (MUI), Ikatan Cendekiawan Muslim Indonesia (ICMI), para pengusaha muslim dan Pemerintah Republik Indonesia memberikan dukungan atas gagasan tersebut. Bank Muamalat merupakan bank pertama yang menjalankan kegiatan operasionalnya dengan menggunakan prinsip syariah yang resmi beroperasi pada tanggal 1 Mei 1992 atau tanggal 27 Syawal 1412H. Setelah setahun sebelumnya telah mencatatkan diri sebagai perusahaan public yang tidak melakukan pencatatan saham perusahaan kepada BEI, pada tanggal 27 Oktober 1994, BMI memperoleh izin untuk menjadi bank devisa.

Di tahun 2003, BMI melakukan Penawaran Umum Terbatas (PUT) dengan Hak Memesan Efek Terlebih Dahulu (HMETD) yang dilakukan sebanyak lima kali dan mencatatkan diri sebagai perusahaan di bidang perbankan yang pertama kali mengeluarkan Sukuk Subordinasi Mudharabah di Indonesia. Tindakan korporasi tersebut memberikan dampak positif bagi Bank Muamalat Indonesia di kancah perindustrian perbankan di tanah air.

Seiring dengan berjalannya waktu, Bank Muamalat Indonesia terus melakukan inovasi pada produk keuangan syariah dan berhasil menciptakan produk seperti Asuransi Takaful, Dana Pensiun Lembaga Keuangan Muamalat (DPLK Muamalat) dan multifinance syariah (Al-Ijarah Indonesia Finance) yang pada waktu itu menjadi produk terobosan terbaru di Indonesia. Selain itu, di tahun 2004 BMI merilis produk barunya yaitu Shar-e yang berhasil menjadi tabungan instan di Indonesia. Pada tahun 2011 Museum Rekor Indonesia (MURI) memberikan penghargaan kepada Bank Muamalat Indonesia atas terciptanya Produk Shar-e Gold Debit Visa sebagai Kartu Debit Syariah yang telah menggunakan teknologi chip

pertama di Indonesia serta layanan e-channel seperti i-banking, m-banking, ATM, dan cash management. Hal tersebut menjadi tonggak sejarah penting dalam perkembangan industri perbankan syariah dan sekaligus menjadi pelopor berbagai macam produk syariah di Indonesia.

Lambat laun, kapasitas Bank Muamalat semakin meningkat, hal ini dibuktikan dengan penambahan jaringan kantor cabang BMI hingga ke luar negeri. Pada tahun 2009, Bank Muamalat Indonesia menjadi bank yang pertama kali melakukan ekspansi ke Negara Malaysia karena telah mendapat izin untuk membuka kantor cabang di Kuala Lumpur, Malaysia. Hingga kini, BMI memiliki 249 kantor cabang termasuk 1 (satu) kantor cabang di Malaysia dan sarana penunjang kegiatan operasional lainnya seperti 619 unit ATM Muamalat, 120.000 jaringan ATM Bersama dan ATM Prima serta 55 unit Mobil Kas Keliling.

Guna meningkatkan *awareness* terhadap image sebagai Bank Syariah Islami, Modern dan Profesional Bank Muamalat Indonesia melakukan cara dengan *rebranding* pada logo Bank. Berbagai pencapaian dan prestasi terus diwujudkan dan diakui baik secara nasional dan di kancah internasional. Agar terus memberikan segala kebutuhan nasabah secara maksimal, Bank Muamalat Indonesia turut merangkul beberapa perusahaan seperti Al-Ijarah Indonesia Finance (ALIF) sebagai pemberi layanan pembiayaan syariah, DPLK Muamalat yang memberikan layanan dana pensiun melalui Dana Pensiun Lembaga Keuangan, serta Baitulmaal Muamalat sebagai entitas untuk menyalurkan dana Zakat, Infak dan Sodaqoh (ZIS).

Untuk mewujudkan visi menjadi “The Best Islamic Bank and Top 10 Bank in Indonesia with Strong Regional Presence”. Bank Muamalat Indonesia terus berupaya untuk maju dan berkembang demi menggapai visi.

4.1.2. Visi Misi Bank Muamalat Indonesia

Visi

“Menjadi bank syariah terbaik dan termasuk dalam 10 besar bank di Indonesia dengan eksistensi yang diakui ditingkat regional”

Misi

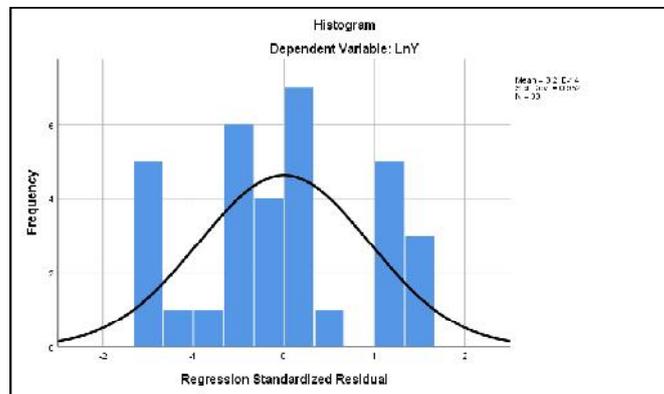
Membangun lembaga keuangan syariah yang unggul dan berkesinambungan dengan penekanan pada semangat kewirausahaan berdasarkan prinsip kehati-hatian, keunggulan sumber daya manusia yang islami dan professional serta orientasi investasi yang inovatif, untuk memaksimalkan nilai kepada seluruh pemangku kepentingan.

4.2. Uji Asumsi Klasik

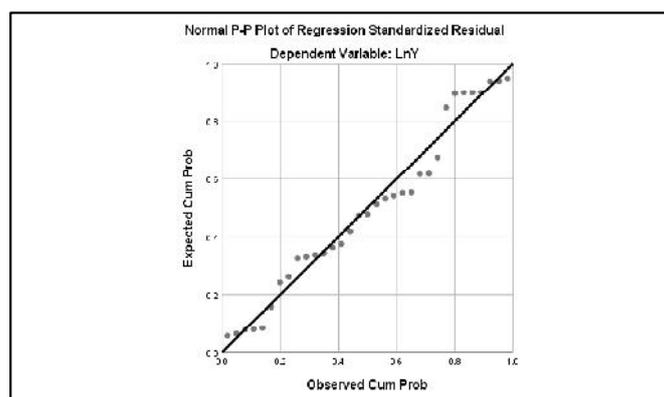
4.2.1. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal.⁸¹ Untuk menguji normalitas suatu data dapat dilakukan dengan analisis grafik maupun uji statistic *non parametric* Kolmogorov-Smirnov (K-S). Sangat dianjurkan untuk melakukan analisis statistic karena jika hanya melihat dari hasil analisis dengan grafik dapat menyesatkan jika tidak hati-hati secara visual data terlihat normal padahal secara statistik bisa sebaliknya.

Gambar 4.1
Grafik Histogram



Gambar 4.2
Grafik Normal Probability Plot



Dengan melihat kedua grafik diatas menunjukkan pola data terdistribusi dengan normal. Hal ini dapat dilihat dari pada grafik histogram dimana residual terdistribusi secara normal serta berbentuk simetris tidak melenceng ke kanan maupun ke kiri. Pola histogram

⁸¹ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*, 8 ed. (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2013).

terletak di tengah dan membentuk lonceng. Sedangkan pada grafik normal *probability plots* titik-titik menyebar dan berhimpit di sekitar garis diagonal, maka dengan hal ini model regresi memenuhi asumsi normalitas.

Tabel 4.1
Uji Kolmogorov-Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		33
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.78366208
Most Extreme Differences	Absolute	.119
	Positive	.110
	Negative	-.119
Test Statistic		.119
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

Berdasarkan hasil uji Kolmogorov-Smirnov didapatkan hasil 0.200 dimana angka tersebut lebih besar dari 0.05. hal ini memenuhi ketentuan bahwa jika nilai signifikansi lebih besar dari 0.05 maka nilai residual berdistribusi normal.

4.2.2. Uji Autokorelasi

Tabel 4.2
Uji Durbin Watson

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.517 ^a	.268	.186	.64426	1.868
a. Predictors: (Constant), LnX3@1, LnX1@1, LnX2@1					

b. Dependent Variable: LnY@1

Uji autokorelasi digunakan untuk mengukur apakah di dalam suatu regresi terdapat korelasi diantara pengganggu periode t dengan periode sebelumnya (t-1). Untuk mengetahui adanya autokorelasi dalam penelitian ini digunakan uji Durbin-Watson (DW test).

Berdasarkan hasil uji Durbin Watson diatas, nilai Durbin Watson sebesar 1.868. Nilai D-W menurut table dengan n = 33 dan k=3 didapat angka $du = 1.651$ dan $4 - du = 4 - 1.651 = 2.349$ dengan signifikansi 0.05.

$$DU < DW < 4 - DU$$

$$1.651 < 1.868 < 2.349$$

Oleh karena nilai DW hitung lebih besar dari du dan lebih kecil dari 4- du maka dapat disimpulkan tidak terdapat autokorelasi antar residual.

4.2.3. Uji Multikolinearitas

Dalam penelitian ini dasar pengambilan keputusan uji multikolinearitas berdasarkan nilai tolerance dan VIF. Jika nilai tolerance > 0,1 dan nilai VIF < 10 maka tidak terjadi gejala multikolinearitas.

Tabel 4.3

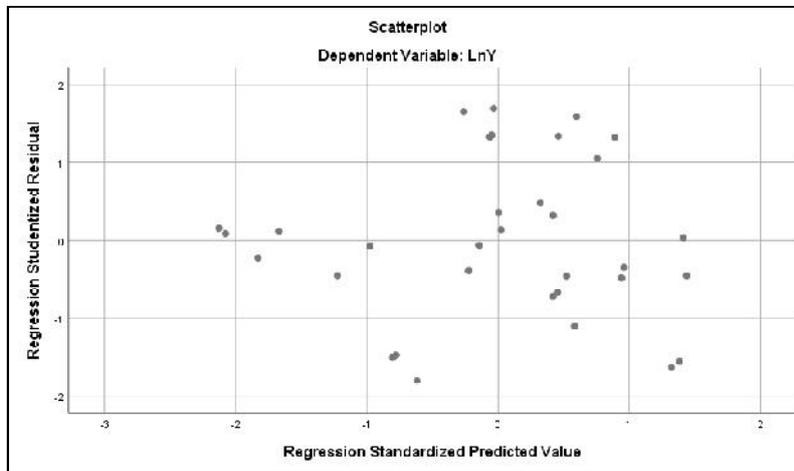
Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	12.326	39.290		.314	.756		
	LnX1	.360	.146	.349	2.460	.020	.706	1.416
	LnX2	-5.595	2.230	-.333	-2.509	.018	.807	1.239
	LnX3	4.803	1.068	.621	4.497	.000	.743	1.345
a. Dependent Variable: LnY								

Berdasarkan hasil diatas nilai tolerance dari variabel X₁, X₂ dan X₃ lebih besar dari 0.1 dan nilai VIF diantara ketiga variabel bebas kurang dari 10 maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinearitas.

4.2.4. Uji Heteroskedasitas

Gambar 4.3
Grafik Scatterplot



Berdasarkan grafik *scatterplot* diatas terlihat titik-titik menyebar secara acak baik di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y dan tidak membentuk pola yang jelas pada gambar *scatterplot*. Maka dapat disimpulkan tidak terdapat gejala heteroskedasitas pada model regresi.

Tabel 4.4
Hasil Uji Glejser dengan Metode Weighted Least Square

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.025	.045		-.554	.584
	LN1_B2	.711	.847	2.417	.840	.408
	LN2_B2	.396	.461	5.276	.858	.398
	LN3_B2	-.651	.576	-8.097	-1.129	.268

a. Dependent Variable: ABS_RES1

Berdasarkan hasil pengolahan tersebut diketahui nilai signifikansi variabel biaya promosi (X1) sebesar 0.408, variabel DPK (X2) sebesar 0.398 dan variabel pembiayaan (X3) sebesar 0.268 dimana angka tersebut lebih besar dari 0.05. Maka dapat disimpulkan tidak terjadi gejala heteroskedasitas pada variabel independen. Hal tersebut menandakan bahwa data telah lulus uji asumsi klasik dan dapat di lakukan pengujian ke tahap selanjutnya.

4.3. Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 4.5
Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	12.326	39.290		.314	.756		
	LnX1	.360	.146	.349	2.460	.020	.706	1.416
	LnX2	-5.595	2.230	-.333	-2.509	.018	.807	1.239
	LnX3	4.803	1.068	.621	4.497	.000	.743	1.345

a. Dependent Variable: LnY

Berdasarkan hasil pengolahan diatas maka diperoleh persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Dimana :

Y = variabel *dependent*

a = konstanta

b = koefisien regresi (nilai peningkatan atau penurunan)

X = variabel *independent*

e = standar *error*

$$ROA = 12.326 + 0.360\text{biaya promosi} - 5.595\text{DPK} + 4.803\text{pembiayaan}$$

a. nilai konstanta sebesar 12.326 yang berarti misal variabel biaya promosi, dana pihak ketiga dan pembiayaan bernilai 0, maka *return on asset* tetap sebesar 12.326 hal ini dikarenakan adanya pengaruh lain dari selain variabel biaya promosi, dana pihak ketiga maupun pembiayaan.

b. nilai koefisien regresi pada variabel biaya promosi sebesar 0.360 adalah positif. Hal ini berarti misal biaya promosi meningkat sebesar 1% maka *return on asset* naik sebesar 0.360 dimana variabel lain dianggap tetap.

c. nilai koefisien regresi pada variabel DPK sebesar -5.595. Hal ini berarti misal DPK meningkat sebesar 1% maka *return on asset* turun sebesar 5.595 dimana variabel lain dianggap tetap.

d. nilai koefisien regresi pada variabel pembiayaan sebesar 4.803 adalah positif. Hal ini berarti misal pembiayaan meningkat sebesar 1% maka *return on asset* naik sebesar 4.803 dimana variabel lain dianggap tetap.

4.4. Uji Hipotesis

4.4.1. Analisis Koefisien Determinasi (R²)

Tabel 4.6
Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.767 ^a	.589	.546	.82320	.797
a. Predictors: (Constant), LnX3, LnX2, LnX1					
b. Dependent Variable: LnY					

Berdasarkan hasil pengolahan diatas maka pengaruh variabel biaya promosi (X1), dana pihak ketiga (X2) dan pembiayaan (X3) adalah sebesar 0.546 atau 54.6% terhadap *return on asset* (Y). hal ini berarti bahwa 54.6% variasi ROA dapat dijelaskan oleh variasi dari ketiga variabel bebas yakni biaya promosi, dpk dan pembiayaan. Adapun sisanya (100% - 54.6% = 45.4%) dijelaskan oleh sebab-sebab lain diluar model ini.

4.4.2. Uji Signifikansi Parsial (Uji Statistik T)

Jika nilai signifikansi < 0.05 maka artinya variabel *independent* (X) secara parsial atau individual berpengaruh terhadap variabel *dependent* (Y).

Tabel 4.7
Hasil Uji T

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	12.326	39.290		.314	.756		
	LnX1	.360	.146	.349	2.460	.020	.706	1.416
	LnX2	-5.595	2.230	-.333	-2.509	.018	.807	1.239

	LnX3	4.803	1.068	.621	4.497	.000	.743	1.345
a. Dependent Variable: LnY								

a. Hipotesis 1 : Biaya promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap ROA pada Bank Muamalat Indonesia.

Berdasarkan hasil pengujian tersebut diketahui nilai signifikansi untuk variabel biaya promosi (X1) terhadap ROA (Y) adalah sebesar 0.020 yang artinya lebih kecil dari 0.05. Maka dalam hal ini biaya promosi memiliki pengaruh secara signifikan terhadap ROA.

Untuk memperkuat dasar pengambilan keputusan uji t parsial selain melihat angka signifikansi yaitu dengan berdasarkan nilai t hitung dan t tabel. T hitung dapat dilihat pada tabel hasil pengujian sedangkan t tabel dicari menggunakan rumus yaitu $t_{tabel} =$

$$= (0.05/2 ; 33 - 3 - 1)$$

$$= (0.025 ; 29)$$

Didapatkan nilai t tabel pada angka (0.025 ; 29) adalah 2.045.

Apabila nilai t hitung > t tabel maka variabel *independent* secara parsial berpengaruh terhadap variabel *dependent*. Nilai t hitung pada variabel X1 adalah sebesar 2.460 dimana $2.460 > 2.045$. berdasarkan nilai dari signifikansi dan t hitung dapat disimpulkan bahwa H1 diterima yang artinya biaya promosi berpengaruh positif signifikan terhadap *return on asset*. Dengan hasil ini maka dapat disimpulkan jika biaya promosi meningkat maka *return on asset* juga akan mengalami peningkatan. Atau dengan kata lain semakin meningkat biaya promosi maka akan semakin tinggi nilai *return on asset* pada Bank Muamalat Indonesia. Kesimpulannya H1 diterima dan H0 ditolak.

b. Hipotesis 2 : Dana Pihak Ketiga berpengaruh positif dan signifikan terhadap ROA pada Bank Muamalat Indonesia.

Diketahui nilai signifikansi pada variabel Dana Pihak Ketiga (X2) adalah sebesar 0.018 yang artinya lebih kecil dari 0.05. Maka dalam hal ini variabel dana pihak ketiga memiliki pengaruh secara signifikan terhadap ROA.

Sementara nilai t hitung menunjukkan angka 2.509 dengan tanda negative. Dimana $2.509 > 2.045$. Berdasarkan nilai signifikansi dan perhitungan antara nilai t hitung dengan t tabel maka H2 ditolak dengan adanya tanda negative menunjukkan bahwa variabel dana pihak ketiga berpengaruh secara negative dan signifikan terhadap *return on asset* pada Bank Muamalat Indonesia. Berdasarkan hasil tersebut maka dapat disimpulkan bahwa apabila dana pihak ketiga meningkat maka *return on asset* akan mengalami penurunan pada Bank Muamalat Indonesia. Kesimpulannya adalah H2 ditolak dan H0 diterima.

c. Hipotesis 3 : Pembiayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap ROA pada Bank Muamalat Indonesia.

Didapatkan nilai signifikansi pada variabel pembiayaan sebesar 0.000 yang artinya lebih kecil dari 0.05. Maka dalam hal ini variabel pembiayaan memiliki pengaruh secara signifikan terhadap ROA.

Nilai t hitung menunjukkan angka 4.497. Dimana $4.497 > 2.045$. Berdasarkan nilai signifikansi dan perhitungan antara nilai t hitung dan t tabel maka H3 diterima yaitu variabel pembiayaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *return on asset* pada Bank Muamalat Indonesia. Berdasarkan hasil tersebut dapat dijelaskan bahwa apabila pembiayaan meningkat maka *return on asset* juga akan mengalami kenaikan pada Bank Muamalat Indonesia. Kesimpulannya adalah H3 diterima dan H0 ditolak.

4.4.3. Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)

Jika nilai signifikansi < 0.05 maka artinya variabel independent (X) secara simultan atau secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependent (Y).

Tabel 4.8

Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	28.149	3	9.383	13.846	.000 ^b
	Residual	19.652	29	.678		
	Total	47.801	32			
a. Dependent Variable: LnY						
b. Predictors: (Constant), LnX3, LnX2, LnX1						

Berdasarkan hasil diatas maka biaya promosi (x1), dana pihak ketiga (x2) dan pembiayaan (x3) secara simultan berpengaruh terhadap *return on asset* (Y) dengan nilai signifikansi sebesar 0.001 ($0.001 < 0.05$).

Sedangkan berdasarkan perhitungan nilai hitung dan nilai tabel rumusnya adalah

$$F_{\text{tabel}} = (k ; n - k) = (3 ; 33-3) = (3 ; 30)$$

Berdasarkan distribusi nilai F tabel menunjukkan angka 2.92

Nilai F hitung menunjukkan angka 13.846 dimana $13.846 > 2.92$. Maka dapat disimpulkan bahwa berdasarkan nilai signifikansi dan perbandingan antara nilai f_{hitung} dengan

f_{tabel} biaya promosi (X1), dana pihak ketiga (X2) dan pembiayaan (X3) secara simultan berpengaruh terhadap *return on asset* (Y).

4.5 Pembahasan Hasil Penelitian

4.5.1. Pengaruh Biaya Promosi terhadap Return on Asset pada Bank Muamalat Indonesia

Biaya promosi merupakan merupakan semua biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan dalam hal ini adalah perbankan syariah untuk melaksanakan kegiatan promosi. Kegiatan promosi merupakan suatu upaya yang dilakukan untuk meningkatkan perdagangan dan memajukan suatu usaha. Biaya promosi dikeluarkan untuk aktivitas pemasaran dengan cara yang dilakukan seperti usaha menyebarkan informasi, mempengaruhi atau membujuk, dan meningkatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya supaya bisa menerima, membeli dan menjaga loyalitas atas produk yang ditawarkan.⁸²

Berdasarkan hasil penelitian uji T diketahui nilai signifikansi untuk variabel biaya promosi (X1) terhadap ROA (Y) adalah sebesar 0.020 yang artinya lebih kecil dari 0.05. Maka dalam hal ini biaya promosi memiliki pengaruh secara signifikan terhadap ROA.

Untuk memperkuat dasar pengambilan keputusan uji t parsial selain melihat angka signifikansi yaitu dengan berdasarkan nilai t hitung dan t tabel. Apabila nilai t hitung > t tabel maka variabel *independent* secara parsial berpengaruh terhadap variabel *dependent*. Nilai t hitung pada variabel X1 adalah sebesar 2.460 dimana $2.460 > 2.045$. berdasarkan nilai dari signifikansi dan t hitung dapat disimpulkan bahwa H1 diterima dan H0 ditolak yang artinya biaya promosi berpengaruh positif signifikan terhadap *return on asset*. Dengan hasil ini maka dapat disimpulkan jika biaya promosi meningkat maka *return on asset* juga akan mengalami peningkatan. Atau dengan kata lain semakin meningkat biaya promosi maka akan semakin tinggi nilai *return on asset* pada Bank Muamalat Indonesia. Hal ini sesuai dengan bukti riil di lapangan dimana pada laporan keuangan Bank Muamalat Indonesia terlihat bahwa dari tahun 2018 triwulan pertama biaya promosi yaitu sebesar Rp22.057.000.000,- dan mengalami peningkatan pada triwulan kedua menjadi Rp42.701.000.000,- yang sejalan dengan meningkatnya ROA dari 0.15% menjadi 0.49%. Dengan adanya hasil tersebut mengindikasikan bahwa biaya promosi yang dilakukan oleh Bank Muamalat Indonesia sudah dilakukan dengan terarah yang berarti Bank Muamalat Indonesia sudah bisa menggunakan biaya promosi tersebut secara efektif. Jika hal ini dilakukan secara konsisten dan terus

⁸² Tjiptono.

menerus maka akan mengalami peningkatan profitabilitas yang dalam hal ini adalah meningkatnya *return on asset*.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian-penelitian terdahulu yaitu penelitian yang dilakukan oleh Ira Siti Rohmah yang berjudul “Pengaruh Biaya Promosi dan Tenaga Kerja terhadap Profitabilitas di PT. Bank Syariah Mandiri” dengan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa biaya promosi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas ROA di Bank Syariah Mandiri.⁸³

Penelitian lain yang memperkuat hasil penelitian ini adalah penelitian yang dilakukan oleh Fitri Ana Siregar yang berjudul “ Signifikansi Biaya Promosi, Dana Pihak Ketiga, Inflasi dan Zakat terhadap *Return on Assets* Bank Umum Syariah Devisa Periode 2015-2017” dengan hasil penelitian yaitu variabel biaya promosi berpengaruh positif terhadap *return on assets*.⁸⁴

4.5.2. Pengaruh Dana Pihak Ketiga terhadap Return on Asset pada Bank Muamalat Indonesia

Dana pihak ketiga merupakan sumber pemasukan dana yang bersumber dari masyarakat luas dimana sumber dana ini ialah sumber dana yang paling penting bagi kegiatan operasional perbankan dan apabila perbankan mampu membiayai operasional perusahaan melalui sumber dana ini maka dapat dikatakan bank tersebut sudah efektif dalam hal pengelolaan dana.⁸⁵

Pada uji T diketahui nilai signifikansi pada variabel Dana Pihak Ketiga (X2) adalah sebesar 0.018 yang artinya lebih kecil dari 0.05. Maka dalam hal ini variabel dana pihak ketiga memiliki pengaruh secara signifikan terhadap ROA.

Sementara nilai t hitung menunjukkan angka 2.509 dengan tanda negative. Dimana $2.509 > 2.045$. Berdasarkan nilai signifikansi dan perhitungan antara nilai t hitung dengan t tabel maka H2 ditolak dengan adanya tanda negative menunjukkan bahwa variabel dana pihak ketiga berpengaruh secara negative dan signifikan terhadap *return on asset* pada Bank Muamalat Indonesia. Berdasarkan hasil tersebut maka dapat disimpulkan bahwa apabila dana pihak ketiga meningkat maka *return on asset* akan mengalami penurunan pada Bank Muamalat Indonesia. Kesimpulannya adalah H2 ditolak dan H0 diterima.

⁸³ Rohmah.

⁸⁴ Fitri Ana Siregar, “Signifikansi Biaya Promosi, Dana Pihak Ketiga, Inflasi dan Zakat terhadap Return on Assets Bank Umum Syariah Devisa Periode 2015-2017,” *Jurnal Ekonomi Syariah*, 1 (2020), 9.

⁸⁵ Kasmir, *Manajemen Perbankan*.

Adanya hubungan yang tidak searah antara dana pihak ketiga dan *return on asset* disebabkan karena adanya ketidakseimbangan antara jumlah dana pihak ketiga yang masuk dengan jumlah pembiayaan yang disalurkan ke masyarakat sehingga semakin banyak dana yang disimpan masyarakat di bank namun tidak diimbangi dengan penyaluran pembiayaan maka kemungkinan bank mengalami penurunan profitabilitas sehingga *return on asset* atau keefektifitasan bank dalam memperoleh laba menurun dikarenakan perolehan laba melalui bagi hasil yang didapatkan tidak bisa menutupi pengeluaran bagi hasil yang dilakukan bank kepada deposan. Hal ini dibuktikan dengan hasil yang terdapat dalam laporan keuangan Bank Muamalat Indonesia dimana pada tahun 2018 triwulan kedua besar dana pihak ketiga adalah sebesar Rp43.726.808.000.000,- dan meningkat pada triwulan ketiga sebesar Rp44.314.882.000.000,- namun ROA mengalami penurunan dari 0.49% menjadi 0.35%.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian-penelitian terdahulu diantaranya adalah penelitian yang dilakukan oleh Putri Mawar Katuuk dkk yang berjudul “ Pengaruh Dana Pihak Ketiga, Loan to Deposit Ratio, Biaya Operasional Pendapatan Operasional terhadap *Return on Asset* Bank Umum di Indonesia Periode 2010.1-2017.4” dengan hasil penelitian yaitu dana pihak ketiga berpengaruh negative dan signifikan terhadap *return on asset* (ROA).⁸⁶

Penelitian lain yang sejalan dengan hasil penelitian ini adalah penelitian yang dilakukan oleh Sri Muliawati dengan judul “Faktor-Faktor Penentu Profitabilitas Bank Syariah di Indonesia” dengan hasil penelitian bahwa dana pihak ketiga berpengaruh negative terhadap ROA.⁸⁷

4.5.3. Pengaruh Pembiayaan terhadap Return on Asset pada Bank Muamalat Indonesia

Pembiayaan merupakan aktifitas yang dilakukan oleh perbankan syariah dimana perbankan syariah melakukan penyaluran dana kepada masyarakat berdasarkan prinsip syariah. Yang melandasi adanya pembiayaan adalah asas kepercayaan antara pihak yang memiliki dana dengan pihak yang menggunakan dana. Nasabah atau masyarakat sebagai penerima pembiayaan diberi kepercayaan oleh bank syariah sebagai pemilik dana sehingga penerima pembiayaan wajib mengembalikan dana yang telah diterimanya dalam bentuk pembiayaan kepada pemilik dana yaitu bank sesuai dengan kesepakatan yang telah dibuat sebelumnya.⁸⁸

⁸⁶ Putri Mawar Katuuk.

⁸⁷ Sri Muliawati, “Faktor-Faktor Penentu Profitabilitas Bank Syariah di Indonesia” (Univeritas Negeri Semarang, 2015).

⁸⁸ Ismail, *Perbankan Syariah*.

Berdasarkan hasil uji T didapatkan nilai signifikansi pada variabel pembiayaan sebesar 0.000 yang artinya lebih kecil dari 0.05. Maka dalam hal ini variabel pembiayaan memiliki pengaruh secara signifikan terhadap ROA.

Nilai t hitung menunjukkan angka 4.497. Dimana $4.497 > 2.045$. Berdasarkan nilai signifikansi dan perhitungan antara nilai t hitung dan t tabel maka H3 diterima yaitu variabel pembiayaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *return on asset* pada Bank Muamalat Indonesia. Berdasarkan hasil tersebut dapat dijelaskan bahwa apabila pembiayaan meningkat maka *return on asset* juga akan mengalami kenaikan pada Bank Muamalat Indonesia. Kesimpulannya adalah H3 diterima dan H0 ditolak.

Hasil penelitian yang searah tersebut mengindikasikan bahwa besarnya pembiayaan yang disalurkan diharapkan dapat meningkatkan laba yang dihasilkan melalui proses pengelolaan dana oleh nasabah sehingga dapat meningkatkan profitabilitas bank. Hal tersebut dapat dibuktikan dengan kondisi riil di lapangan dimana jika dilihat dari laporan keuangan Bank Muamalat Indonesia pada tahun 2014 triwulan keempat besar pembiayaan yaitu Rp21.934.323.000.000 dan meningkat di 2015 triwulan pertama dengan angka Rp22.047.006.000.000 yang juga meningkatnya ROA dari 0.17% menjadi 0.62%.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian-penelitian sebelumnya diantaranya yang dilakukan oleh Uswatun Hasanah dengan judul “Pengaruh Pembiayaan, Non performing Financing (NPF), Capital Adequacy ratio (CAR) dan Financing to Deposit ratio (FDR) terhadap Profitabilitas Bank Syariah (Studi Kasus pada Bank Umum Syariah di Indonesia Tahun 2013-2017)” dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa pembiayaan berpengaruh signifikan terhadap *return on asset* dimana pembiayaan adalah salah satu produk yang ditawarkan kepada nasabah dan pembiayaan akan berpengaruh terhadap laba yang akan didapatkan oleh bank dan mempengaruhi profitabilitas yang didapat.⁸⁹

Selain itu terdapat pula penelitian yang sejalan dengan hasil penelitian ini yaitu penelitian yang dilakukan oleh Nenda Nurjanah Niode yang berjudul “Pengaruh CAR, Pembiayaan, NPF dan BOPO terhadap ROA Bank Umum Syariah di Indonesia Periode 2010-2015” dengan hasil penelitian pembiayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap ROA.⁹⁰

⁸⁹ Hasanah.

⁹⁰ Nenda Nurjanah Niode, “PENGARUH CAR, PEMBIAYAAN, NPF, DAN BOPO TERHADAP ROA BANK UMUM SYARIAH DI INDONESIA” (Universitas Diponegoro, 2016).

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat ditarik sebuah kesimpulan sebagai berikut:

1. Biaya promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap ROA pada Bank Muamalat Indonesia.

Berdasarkan hasil uji T diketahui nilai signifikansi untuk variabel biaya promosi (X1) terhadap ROA (Y) adalah sebesar 0.020 yang artinya lebih kecil dari 0.05. Maka dalam hal ini biaya promosi memiliki pengaruh secara signifikan terhadap ROA. Apabila nilai t hitung $>$ t tabel maka variabel *independent* secara parsial berpengaruh terhadap variabel *dependent*. Nilai t hitung pada variabel X1 adalah sebesar 2.460 dimana $2.460 > 2.045$. Berdasarkan nilai dari signifikansi dan t hitung dapat disimpulkan bahwa H1 diterima yang artinya biaya promosi berpengaruh positif signifikan terhadap *return on asset*. Dengan hasil ini maka dapat disimpulkan jika biaya promosi meningkat maka *return on asset* juga akan mengalami peningkatan. Atau dengan kata lain semakin meningkat biaya promosi maka akan semakin tinggi nilai *return on asset* pada Bank Muamalat Indonesia. Kesimpulannya H1 diterima dan H0 ditolak.

2. Dana Pihak Ketiga berpengaruh negative dan signifikan terhadap ROA pada Bank Muamalat Indonesia.

Berdasarkan hasil uji T diketahui nilai signifikansi sebesar 0.018 yang artinya lebih kecil dari 0.05. Maka dalam hal ini variabel dana pihak ketiga memiliki pengaruh secara signifikan terhadap ROA. Sementara nilai t hitung menunjukkan angka 2.509 dengan tanda negative. Dimana $2.509 > 2.045$. Berdasarkan nilai signifikansi dan perhitungan antara nilai t hitung dengan t tabel maka H2 ditolak dengan adanya tanda negative menunjukkan bahwa variabel dana pihak ketiga berpengaruh secara negative dan signifikan terhadap *return on asset* pada Bank Muamalat Indonesia. Berdasarkan hasil tersebut maka dapat disimpulkan bahwa apabila dana pihak ketiga meningkat maka *return on asset* akan mengalami penurunan pada Bank Muamalat Indonesia. Kesimpulannya adalah H2 ditolak dan H0 diterima.

3. Pembiayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap ROA pada Bank Muamalat Indonesia.

Berdasarkan hasil uji T didapatkan nilai signifikansi pada variabel pembiayaan sebesar 0.000 yang artinya lebih kecil dari 0.05. Maka dalam hal ini variabel pembiayaan

memiliki pengaruh secara signifikan terhadap ROA. Nilai t hitung menunjukkan angka 4.497. Dimana $4.497 > 2.045$. Berdasarkan nilai signifikansi dan perhitungan antara nilai t hitung dan t tabel maka H3 diterima yaitu variabel pembiayaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *return on asset* pada Bank Muamalat Indonesia. Berdasarkan hasil tersebut dapat dijelaskan bahwa apabila pembiayaan meningkat maka *return on asset* juga akan mengalami kenaikan pada Bank Muamalat Indonesia. Kesimpulannya adalah H3 diterima dan H0 ditolak.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan beberapa point kesimpulan di atas, saran yang dapat diberikan oleh peneliti sebagai berikut:

1. Bagi masyarakat dan investor disarankan untuk mempertimbangkan rasio yang lainnya, tidak hanya terpaku pada rasio yang digunakan peneliti sebelum menentukan pilihannya terhadap bank apa yang akan dipilih untuk menyimpan dana.
2. Bagi akademisi dan peneliti yang selanjutnya, disarankan agar turut menambahkan variabel, rasio ataupun periode tahun penelitian agar mendapatkan lebih banyak sample data yang menguatkan penelitian selanjutnya.
3. Bagi pihak Bank Muamalat Indonesia disarankan untuk terus meningkatkan kualitas penyusunan strategi pemasaran dan peningkatan penyaluran pembiayaan agar terus mencatatkan trend positif dalam segi profitabilitas.

DAFTAR PUSTAKA

- Affandi, Annisa Ayu, “Pengaruh Dana Pihak Ketiga (DPK) dan Total Aset Terhadap Pertumbuhan Profitabilitas Bank DKI Syariah Periode 2008-2016” (UIN Syarif Hidayatullah, 2018)
- Ansofino, et al, *Buku Ajar Ekonometrika* (Yogyakarta: Deepublish, 2016)
- Antonio, Muhammad Syafi’I, *Bank Syariah dari Teori ke Praktik* (Jakarta: Gema Insani Press, 2001)
- Arifin, Veithzal Rivai dan Arviyan, *Islamic Banking* (Jakarta: Bumi Aksara, 2010)
- , *Islamic Banking: Sebuah Teori, Konsep, dan Aplikasi* (Jakarta: Bumi Aksara, 2010)
- Armstrong, Philip Kotler dan Gary, *Prinsip-Prinsip Pemasaran (Principles of Marketing) Edisi Bahasa Indonesia Jilid I* (Jakarta: Penerbit Erlangga, 2008)
- Azwar, Saifuddin, *Metode Penelitian* (Yogyakarta: Pustaka Belajar, 2013)
- Darsono, *Manajemen Keuangan Pendekatan Praktis Kajian Pengambilan Keputusan Bisnis Berbasis Analisis Keuangan* (Jakarta: Diadit Media, 2006)
- Dendawijaya, Lukman, *Manajemen Perbankan* (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2005)
- Donald E Kieso, et al, *Intermediate Accounting Terjemahan Emil Salim Jilid I*, Edisi 10 (Jakarta: Penerbit Erlangga, 2002)
- Ghozali, Imam, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS* (Semarang: Badan Penerbit - Undip, 2013)
- , *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*, 8 ed. (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2013)
- Hadi, Sutrisno, *Seri Program Statistika Versi 2000* (Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada, 2000)
- Harahap, *Analisis Kritis atas Laporan Keuangan* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2010)
- Hartono, Setyo Budi, “Membangun Spiritual Capital Muzakki dari Diferensiasi, Promosi dan Minat dalam Berzakat,” *Jurnal Iqtisaduna*, 4 (2018), 157
- Hasanah, Uswatun, “Pengaruh Pembiayaan, NPF, CAR dan FDR terhadap Profitabilitas Bank Syariah,” *Jurnal Riset Mahasiswa Akuntansi*, 7 (2019), 1
- Hasibuan, Malayu S.P, *Dasar-dasar Perbankan* (Jakarta: Bumi Aksara, 2007)
- Hery, *Analisis Laporan Keuangan* (Jakarta: Grasindo, 2016)
- Hidayat, Anwar, “Uji Autokorelasi Durbin Watson SPSS,” 2017 <<https://www-statistikian.com/2017/01/uji-autokorelasi-durbin-watson-spss.html>> [diakses 19 Agustus 2021]
- Indra Siswanti, et al., *Manajemen Resiko Perusahaan* (Medan: Yayasan Kita Menulis, 2020)
- Ismail, *Manajemen Perbankan Dari Teori Menuju Aplikasi* (Jakarta: Kencana, 2011)

- , *Perbankan Syariah* (Jakarta: Kencana, 2011)
- Jusuf, Jopie, *Analisis Kredit Untuk Account Officer* (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2007)
- Karim, Adiwarmanto A., *Bank Islam Analisis Fiqih dan Keuangan*, Edisi 3, C (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2006)
- Kasmir, *Analisis Kinerja Keuangan* (Jakarta: PT. Raja Grafindo, 2008)
- , *Analisis Laporan Keuangan* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2011)
- , *Analisis Laporan Keuangan* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2011)
- , *Analisis Laporan Keuangan* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2016)
- , *Manajemen Perbankan* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2002)
- Keller, Philip Kotler dan, *Manajemen Pemasaran Jilid I Edisi 12* (Jakarta: PT. Indeks, 2007)
- Lasca Radella, et al, “Pengaruh Biaya Promosi, Biaya Kualitas dan Pertumbuhan Penjualan terhadap Perubahan Laba Bersih,” *Konferensi Riset Nasional Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*, 2 (2021), 59
- Marhari, Oci Yonita, *Manajemen Bisnis Modern Ala Nabi Muhammad* (Bandung: Al Maghfiroh, 2012)
- Muhamad, *Manajemen Dana Bank Syariah* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2015)
- Muhammad, *Manajemen Bank Syariah* (Yogyakarta: UPP AMP YKPN, 2002)
- Muliawati, Sri, “Faktor-Faktor Penentu Profitabilitas Bank Syariah di Indonesia” (Universitas Negeri Semarang, 2015)
- Muljono, *Sumber Dana Pihak Ketiga* (Jakarta: Penerbit Ghalia Indonesia, 2006)
- Niode, Nenda Nurjanah, “PENGARUH CAR, PEMBIAYAAN, NPF, DAN BOPO TERHADAP ROA BANK UMUM SYARIAH DI INDONESIA” (Universitas Diponegoro, 2016)
- Nurnasrina, Adiyes *Manajemen Pembiayaan bank Syariah* (Pekanbaru: Cahaya Firdaus, 2018)
- Nurudin, “Pengaruh Relationship Marketing, Citra Perusahaan dan Kepuasan terhadap Loyalitas Nasabah (Studi pada Bank Rakyat Indonesia Syariah Kantor Cabang Semarang),” *Jurnal STIE Semarang*, 10 (2018), 21–24
- Putri Mawar Katuuk, et al, “Pengaruh Dana Pihak Ketiga, Loan to Deposit Ratio, Biaya Operasional Pendapatan Operasional terhadap Return On Asset Bank Umum di Indonesia Periode 2010.1-2017.4,” *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 18.2 (2018), 170
- Rahmawati, M. Nur Rianto Al Arif dan Yuke, *Manajemen Risiko Perbankan Syariah* (Bandung: Cv. Pustaka Setia, 2018)
- Rangkuti, Freddy, *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication* (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2009)

- Rivai, Veithzal, *Bank and Financial Institute Management* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2007)
- Riyadi, Slamet, *Banking Assets and Liability Management* (Jakarta: Lembaga Penerbit FE UI, 2006)
- Rohmah, Ira Siti, “Pengaruh Biaya Promosi dan Biaya Tenaga Kerja terhadap Profitabilitas di PT. Bank Syariah Mandiri,” *Jurnal Ekonomi dan Keuangan Syariah*, 3 (2019), 15
- Santoso, Singgih, *SPSS: Mengolah Data Statistik Secara Profesional* (Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 1999)
- Saputra, Nopa, “Pengaruh Pembiayaan terhadap Profitabilitas Bank Syariah Mandiri Periode 2012-2019,” *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Perencanaan Pembangunan*, 1 (2021), 50
- Sari, You Are Nita, “Analisis Pengaruh Dana Pihak Ketiga, CAR dan LDR terhadap Profitabilitas Bank Pasca Penerapan IFRS” (STIE Perbanas, 2015)
- Sartono, Agus, *Manajemen Keuangan Teori dan Aplikasi* (Yogyakarta: BPFE, 2010)
- Sarwono, Jonathan, *Analisis Data Penelitian Menggunakan SPSS* (Yogyakarta: Penerbit Andi, 2006)
- Selvia Lafau, et al, “Analisis Return On Asset (ROA) Dan Return On Equity (ROE) Pada PT. Pos Indonesia (Persero) Tahun 2016-2018,” *Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis*, 4 (2021), 25
- Sirait, Pirmatua, *Analisis Laporan Keuangan* (Yogyakarta: Equilibria, 2017)
- Siregar, Fitri Ana, “Signifikansi Biaya Promosi, Dana Pihak Ketiga, Inflasi dan Zakat terhadap Return on Assets Bank Umum Syariah Devisa Periode 2015-2017,” *Jurnal Ekonomi Syariah*, 1 (2020), 9
- Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2014)
- , *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2009)
- Sujarweni, V Wiratna, *Analisis Laporan Keuangan: Teori, Aplikasi, & Hasil Penelitian* (Yogyakarta: Pustaka Baru Pres, 2017)
- Sumar'in, *Konsep Kelembagaan Bank Syariah* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012)
- Suranto, *Metodologi Dalam Pendidikan Dengan Program SPSS* (Semarang: Ghyyas Putra, 2009)
- Susanto, Bambang, *Manajemen Akuntansi*, Cetakan Pe (Jakarta: Sansu Moto, 2005)
- Sutopo, Yeri, *Statistika Inferensial* (Yogyakarta: ANDI, 2017)
- Suwikyo, Dwi, *Analisis Laporan Keuangan Perbankan Syariah* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010)
- Syamsuddin, Lukman, *Manajemen Keuangan Perusahaan Konsep Aplikasi Dalam Perencanaan, Pengawasan, dan Pengambilan Keputusan* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2013)

Tajudin, Muhamad Rifki, “Pengaruh Biaya, Promosi Dana Pihak Ketiga (DPK) dan Inflasi Terhadap Profitabilitas (ROA) pada Bank Perkreditan Rakyat Syariah Periode 2016-2018” (UIN Sultan Maulana Hasanuddin, 2021)

Tika, Moh. Pabundu, *Metodologi Penelitian* (Yogyakarta: Pustaka Belajar, 2013)

Tjiptono, Fandy, *Strategi Pemasaran* (Jakarta: Indeks Kelompok Gramedia, 2007)

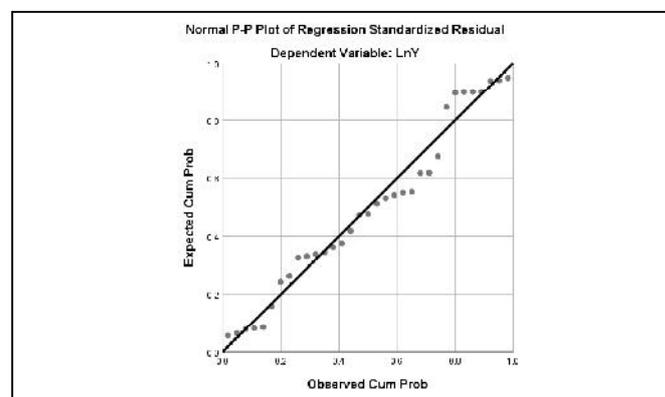
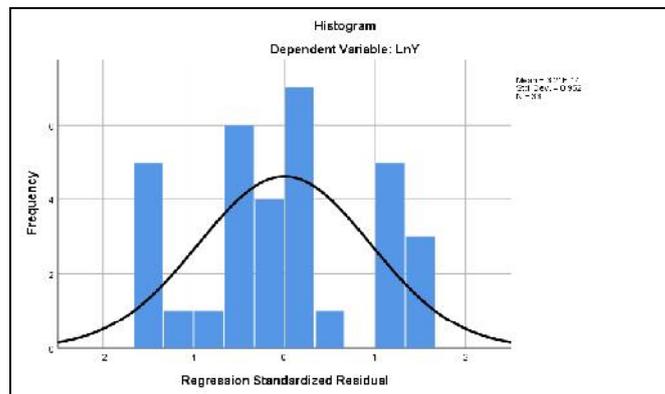
Wiroso, *Produk Perbankan Syariah* (Jakarta: LPFE Usakti, 2009)

LAMPIRAN

Lampiran 1 Data Sampel Penelitian (*dalam jutaan rupiah)

Bulan	Beban Promosi*	DPK*	Pembiayaan*	ROA
Maret	19226	40056618	16387398	0.37
Juni	31796	40780470	18555019	0.58
September	50390	43531102	19864670	0.82
Desember	75227	45022858	21240407	0.87
Maret	11988	44580901	21555962	0.26
Juni	24366	48823261	21134698	0.36
September	40313	50268112	23826356	0.10
Desember	70811	53496958	21934323	0.17
Maret	23074	44087786	22047006	0.62
Juni	56801	41770048	22006794	0.51
September	78867	42380242	21944288	0.36
Desember	12449	45077653	22190095	0.25
Maret	12449	40984915	22071627	0.25
Juni	25583	39890896	22019590	0.15
September	31859	41073732	22133745	0.13
Desember	18126	41919920	21947853	0.22
Maret	10552	43401093	21651764	0.12
Juni	26453	45355335	21545262	0.15
September	49739	47314927	21161809	0.11
Desember	24089	48886342	20794607	0.11
Maret	22057	47160434	20741342	0.15
Juni	42701	43726808	17875768	0.49
September	63220	44314882	17526208	0.35
Desember	86817	45635574	17167551	0.08
Maret	28685	45711285	16765384	0.02
Juni	54612	45691524	15886588	0.02
September	84630	44547334	15481382	0.02
Desember	9621	40357214	15143918	0.05
Maret	1782	40283880	14971523	0.03
Juni	2681	38597650	15070275	0.03
September	-3684	38747467	15038895	0.03
Desember	-9668	41424250	15280172	0.03
Maret	1134	42673747	15141926	0.02
Juni	2044	43420975	14929112	0.02
September	3093	43827398	15359440	0.02

Lampiran 2 Hasil Uji Normalitas



One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		33
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.7836208
Most Extreme Differences	Absolute	.119
	Positive	.110
	Negative	-.119
Test Statistic		.119
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

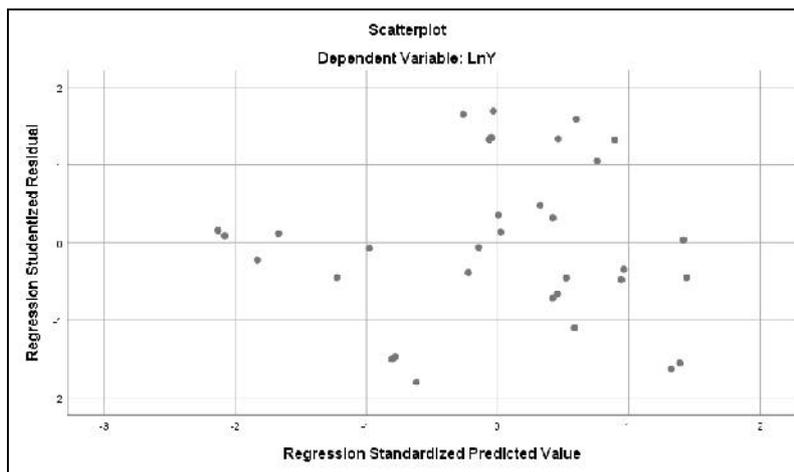
Lampiran 3 Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.517 ^a	.268	.186	.64426	1.868
a. Predictors: (Constant), LnX3@1, LnX1@1, LnX2@1					
b. Dependent Variable: LnY@1					

Lampiran 4 Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	12.326	39.290		.314	.756		
	LnX1	.360	.146	.349	2.460	.020	.706	1.416
	LnX2	-5.595	2.230	-.333	-2.509	.018	.807	1.239
	LnX3	4.803	1.068	.621	4.497	.000	.743	1.345
a. Dependent Variable: LnY								

Lampiran 5 Hasil Uji Heteroskedasitas



Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		

1	(Constant)	-.025	.045		-.554	.584
	LNx1_B2	.711	.847	2.417	.840	.408
	LNx2_B2	.396	.461	5.276	.858	.398
	LNx3_B2	-.651	.576	-8.097	-1.129	.268
a. Dependent Variable: ABS_RES1						

Lampiran 6 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	12.326	39.290		.314	.756		
	LnX1	.360	.146	.349	2.460	.020	.706	1.416
	LnX2	-5.595	2.230	-.333	-2.509	.018	.807	1.239
	LnX3	4.803	1.068	.621	4.497	.000	.743	1.345
a. Dependent Variable: LnY								

Lampiran 7 Hasil Analisis Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.767 ^a	.589	.546	.82320	.797
a. Predictors: (Constant), LnX3, LnX2, LnX1					
b. Dependent Variable: LnY					

Lampiran 8 Hasil Uji Signifikansi Parsial (Uji Statistik T)

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	12.326	39.290		.314	.756		
	LnX1	.360	.146	.349	2.460	.020	.706	1.416
	LnX2	-5.595	2.230	-.333	-2.509	.018	.807	1.239
	LnX3	4.803	1.068	.621	4.497	.000	.743	1.345
a. Dependent Variable: LnY								

Lampiran 9 Hasil Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)

ANOVA^a						
	Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	28.149	3	9.383	13.846	.000 ^b
	Residual	19.652	29	.678		
	Total	47.801	32			
a. Dependent Variable: LnY						
b. Predictors: (Constant), LnX3, LnX2, LnX1						

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Data Diri

Nama : Vella Rizki Sekarsari
TTL : Jakarta, 13 Februari 2000
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Golongan Darah : B
Kewarganegaraan : Warga Negara Indonesia (WNI)
Nomor HP : 0895411524585
E-mail : vellarizki912014@gmail.com
Alamat Asal : Jalan Masjid Kp.Utan RT.001 RW.006 Cempaka Putih,
Ciputat Timur, Tangerang Selatan
Ayah : Mujamil
Ibu : Tiwi Subekti
Saudara : M. Zaenal Arifin

B. Riwayat Pendidikan

1. SDN PONDOK RANJI 01 (2005-2011)
2. SMPN 3 TANGERANG SELATAN (2011-2014)
3. SMAN 3 TANGERANG SELATAN (2014-2017)

C. Prestasi

1. Juara 1 Lomba Peneliti Belia Tingkat Provinsi Banten (2015)
2. Finalis Lomba Peneliti Belia Tingkat Nasional (2015)
3. Juara 3 Lomba Cerdas Cermat 4 Pilar Berbangsa dan Bernegara (2015)
4. Juara 1 Bidang Sains Terapan Olimpiade Penelitian Siswa Indonesia Tingkat provinsi Banten (2016)
5. Juara 2 Duta Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang (2018)

D. Pengalaman Organisasi dan Kepanitiaan

1. Bendahara Umum KSPM Walisongo 2021-2022
2. Koordinator Bidang Research and Development Beswan Djarum Regional Semarang (2020-2021)
3. Ketua Panitia Open Recruitment KSPM Walisongo 2019
4. Koordinator Acara Malam Keakraban KSPM Walisongo 2019
5. Koordinator Konsumsi Investot Gathering KSPM Walisongo 2020
6. MC Family Gathering KSPM Walisongo 2021

F. Kompetensi

1. Sertifikasi Kompetensi Pelaksana/Operasional Jasa Pengelola Keuangan (LSP JPK PRATAMA)
2. Microsoft Office Certification

Demikian daftar riwayat hidup ini dibuat dengan sebenar-benarnya

Semarang, 6 April 2022

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Vella Rizki Sekarsari', with a stylized flourish at the end.

Vella Rizki Sekarsari

1805036134