

BAB II

KERANGKA TEORITIS

A. Landasan Teori

1. Kinerja Keuangan

Kinerja keuangan merupakan penentuan ukuran-ukuran tertentu yang dapat mengukur keberhasilan suatu perusahaan dalam menghasilkan laba.²³ Menurut Sutrisno dalam Muh. Taslim Dangnga dan Ikhwan Maulana Haeruddin, “kinerja keuangan merupakan rangkaian aktivitas keuangan pada suatu periode tertentu yang dilaporkan dalam laporan keuangan diantaranya laporan laba rugi laporan posisi keuangan dan neraca”.²⁴ Kinerja keuangan perusahaan dapat menjadi informasi, baik masa lalu maupun masa yang akan datang untuk melihat pertumbuhan suatu perusahaan apakah menaik atau menurun.

Analisis keuangan dilakukan oleh berbagai pihak, baik itu luar perusahaan maupun dalam perusahaan seperti pemegang saham (investor), kreditor dan manajemen perusahaan, yang bertujuan untuk mengetahui posisi perusahaan tersebut dibandingkan dengan perusahaan lain dalam satu industri ataupun berbeda. Perusahaan dalam menilai kondisi kinerja keuangannya dapat dilihat dari laporan-laporan keuangannya, dan laporan keuangan ini terdiri dari beberapa komponen utama, antara lain yaitu:²⁵

²³ Atang Hermawan dan Nagian Toni, *Faktor Dominan dalam Pengukuran Kinerja Keuangan Perusahaan* (Bandung: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pasundan, 2021), hlm. 34.

²⁴ Muh. Taslim Dangnga dan Ikhwan Maulana Haeruddin, *Kinerja Keuangan Perbankan: Upaya untuk Menciptakan Sistem Perbankan yang Sehat* (Makassar: CV. Nur Lina, 2018), hlm. 61.

²⁵ *Ibid.*, hlm. 64-65.

a) Neraca

Neraca adalah laporan yang memberikan informasi mengenai jumlah harta, utang dan modal perusahaan pada saat tertentu. Jumlah dalam neraca tersebut memberikan informasi yang sangat banyak mengenai keputusan yang telah diambil oleh perusahaan untuk kedepannya.

b) Laporan Laba Rugi

Laporan laba rugi merupakan laporan keuangan yang memperlihatkan biaya dan pendapatan bersih suatu perusahaan selama suatu periode waktu tertentu.

c) Laporan Perubahan Posisi Keuangan

Laporan perubahan posisi keuangan adalah laporan yang mempunyai peran penting dalam memberikan informasi mengenai berapa besar dan kemana dana tersebut digunakan, serta dari mana sumber dana tersebut diambil.

Perusahaan dalam menganalisis kinerja keuangannya, maka diperlukan beberapa jenis rasio untuk mengukurnya, yaitu:²⁶

1) Rasio Likuiditas

Rasio Likuiditas merupakan kemampuan untuk membayar semua kewajiban finansial jangka pendek pada saat jatuh tempo kurang dari satu tahun dengan menggunakan aktiva atau aset yang tersedia pada perusahaan.

²⁶ *Ibid.*, hlm. 62-63.

2) Rasio Solvabilitas

Rasio solvabilitas adalah kemampuan suatu perusahaan untuk memenuhi semua kewajiban finansialnya dalam membayar semua hutang-hutangnya baik jangka pendek maupun jangka panjang.

3) Rasio Aktivitas

Rasio aktivitas adalah rasio yang mengukur seberapa efektif perusahaan menggunakan asetnya atau memanfaatkan semua sumber daya yang dikelolanya.

4) Rasio Profitabilitas

Rasio profitabilitas adalah kemampuan suatu perusahaan untuk menghasilkan laba selama periode tertentu.

Analisis kinerja keuangan dalam penelitian ini difokuskan pada penggunaan analisis rasio profitabilitas sebagai alat untuk mengevaluasi sejauh mana perusahaan dalam memperoleh laba yang maksimal pada periode tertentu.

2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Profitabilitas

Rasio profitabilitas adalah alat untuk mengevaluasi kemampuan suatu perusahaan atau bank dalam menghasilkan laba atau keuntungan yang maksimal selama periode tertentu. Menurut Rivai faktor-faktor yang dapat mempengaruhi profitabilitas bank ada faktor internal dan juga faktor eksternal adapun faktor-faktor tersebut, yaitu: ²⁷

²⁷ Veithzal Rivai. *Bank and financial...*, hlm. 408.

a. Faktor Internal

Faktor internal adalah faktor yang bersumber dari dalam bank seperti produk bank, kebijakan suku bunga atau bagi hasil di bank syariah, kualitas layanan, dan reputasi bank.

b. Faktor Eksternal

Faktor eksternal adalah faktor yang berasal dari luar bank seperti kondisi perekonomian, kondisi perkembangan pasar dan pasar modal, kebijakan pemerintah, serta peraturan bank Indonesia.

Salah satu faktor yang mempengaruhi dalam penelitian ini adalah faktor yang bersumber dari dalam bank yaitu produk bank. Produk bank dalam penelitian ini adalah pembiayaan *murabahah*, *musyarakah*, dan *mudharabah*.

3. Pemasaran

Pemasaran menurut William J. Stanto dan Y. Lamarto dalam buku Sisna Riyoko adalah “suatu sistem sosial dari kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang-barang yang dapat memuaskan keinginan dan kebutuhan konsumen.²⁸ Tujuan pemasaran adalah menarik pelanggan baru dengan menciptakan suatu produk yang sesuai dengan keinginan konsumen, mendistribusikan produk dengan mudah, mempromosikan secara efektif serta mempertahankan pelanggan yang sudah ada.²⁹ Pemasaran dalam

²⁸ Sisna Riyoko, *Dasar-Dasar Pemasaran...*, hlm. 5.

²⁹ Budi Rahayu Tanama Putri, *Manajemen Pemasaran* (Denpasar: Fakultas Peternakan Universitas Udayana, 2014), hlm. 17.

kegiatannya dirancang untuk memenangkan persaingan dan meraih target pasar seluas-luasnya. Bauran pemasaran yang digunakan untuk mengambil keputusan dalam membuat strategi pemasaran suatu perusahaan terdapat konsep 7P, yaitu:³⁰

a. *Product* (Produk atau jasa)

Produk atau jasa adalah produk yang ditawarkan ke pasar untuk diperhatikan, dipakai sehingga dapat memberikan manfaat, memenuhi kebutuhan konsumen, serta memuaskan konsumen, dengan kualitas yang baik.

b. *Price* (Harga)

Penetapan harga adalah suatu hal yang penting, perusahaan akan melakukannya dengan penuh pertimbangan karena penetapan harga akan dapat mempengaruhi pendapatan total dan biaya. Harga merupakan faktor utama penentu posisi produk harus diputuskan sesuai dengan pasar sasaran, pelayanan, serta persaingan yang terjadi.

c. *Place* (Lokasi Usaha)

Jangkauan lokasi menjadi suatu yang harus dipertimbangkan secara matang, tempat yang strategis akan memiliki peluang akses publik yang lebih baik, maka akan membuat masyarakat atau konsumen nyaman terhadap tempat tersebut dan akan mempengaruhi citra perusahaan menjadi baik.

³⁰ Veta Lidya Delimah Pasaribu dkk., *Pemasaran Kontemporer* (Bandung: Widina Bhakti Persada Bandung, 2021), hlm. 17-19.

d. *Promotion* (Promosi)

Promosi merupakan tindakan pemasaran yang berkaitan dengan komunikasi pemasaran, dimana perusahaan dapat mengkomunikasikan produknya dan memperkenalkan produk kepada konsumen. Promosi yang baik adalah promosi yang dapat memberikan dampak berupa peningkatan citra produk sekaligus perusahaan.³¹ Penyampaian dalam mempromosikan suatu produk atau jasa harus dengan cara yang menarik, salah satunya dengan menggunakan jasa *influencer* untuk mengkomunikasikan produk yang ditawarkan.

e. *People* (Sumber Daya Manusia)

People adalah aset utama dalam industri jasa, terlebih bagi bisnis membutuhkan sumber daya dengan memiliki *performance* tinggi. Kebutuhan konsumen untuk berhadapan dengan karyawan berkinerja tinggi akan menyebabkan konsumen puas dan loyal terhadap pelayanan yang diberikan perusahaan.

f. *Process* (Proses atau Aktivitas Bisnis)

Layanan jasa atau kualitas produk sangat bergantung pada proses penyampaian jasa kepada konsumen. Penggerak pada perusahaan adalah karyawan itu sendiri, maka untuk menjamin mutu layanan seluruh operasional perusahaan harus dijalankan sesuai dengan sistem, dan prosedur yang terstandarisasi oleh karyawan yang berkompetensi dan loyal terhadap perusahaan tempatnya bekerja.

³¹ I Nyoman Budiono, *Manajemen Pemasaran...*, hlm. 19.

g. *Physical Evidence* (Bukti Fisik Perusahaan)

Bukti fisik ini melingkupi bangunan kantor serta elemen pendukung lainnya. Bangunan harus menciptakan suasana dengan memperhatikan interiornya sehingga memberikan pengalaman terbaik kepada pengunjung.

Adapun strategi pemasaran yang dilakukan pada penelitian ini menggunakan promosi. Promosi bertujuan untuk memperkenalkan produk atau jasa kepada masyarakat, agar mengenal dan juga tertarik untuk menggunakannya dan dapat meningkatkan citra produk dan perusahaan.

4. Pembiayaan *Murabahah*

a. Pengertian Pembiayaan *Murabahah*

Pembiayaan *Murabahah* merupakan kontrak jual beli dimana bank bertindak sebagai penjual sementara nasabah sebagai pembeli.³² Pembiayaan *murabahah* merupakan suatu perjanjian yang disepakati antara bank dengan nasabah, bank menyediakan pembiayaan untuk membeli bahan baku atau modal kerja yang dibutuhkan nasabah sebesar harga jual bank (harga beli bank ditambah keuntungan pada saat jatuh tempo).³³ Melalui akad *murabahah*, nasabah dapat memenuhi kebutuhannya untuk memperoleh dan memiliki barang yang dibutuhkan tanpa harus menyediakan uang tunai terlebih dahulu atau dalam pembayarannya dapat dilakukan secara angsuran dalam waktu yang telah disepakati kedua belah pihak yaitu antara bank dengan nasabah.

³² Rohadi Abdul Fatah, *Produk-Produk Lembaga...*, hlm. 62.

³³ *Ibid.*, hlm. 103-104.

b. Dasar Hukum *Murabahah*

Pembiayaan *murabahah* tidak secara langsung dibicarakan dalam Al-Quran, tetapi tentang jual beli secara umum serta perdagangan telah dijelaskan dalam Al-Quran. Dasar hukum dari jual beli berdasarkan akad *murabahah* terdapat dalam Al-Quran, Hadits serta Fatwa DSN-MUI yaitu:

1) QS Al-Nisa ayat 29

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ
تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan harta sesamamu dengan cara yang batil (tidak benar), kecuali berupa perniagaan atas dasar suka sama suka di antara kamu. (Al-Nisa'[4]:29).³⁴

Berdasarkan ayat di atas bahwa Allah SWT berbicara tentang bagaimana manusia beriman mengelola harta sesuai dengan keridhaan Allah. Janganlah sekali-kali kamu memperoleh harta di antara sesamamu dengan jalan yang batil, yakni jalan tidak benar yang tidak sesuai dengan tuntunan syariat, kecuali kamu peroleh harta dengan cara yang benar dalam berdagang yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu yang tidak melanggar ketentuan syariat.³⁵

Ayat ini juga mempertegas kebolehan jual beli secara umum serta menolak dan melarang riba. Berdasarkan ketentuan tersebut jual beli dengan akad *murabahah* mendapat pengakuan dan legalitas syariah

³⁴ Qur'an Kemenag, quran.kemenag.go.id/, Q.S Al-Nisa [4]:29. Diakses melalui situs: <http://quran.kemenag.go.id/quran/per-ayat/surah/4?from=29&to=29> pada tanggal 8 Oktober 2023.

³⁵ Al-Qur'an Kemenag, quran.kemenag.go.id/, Q.S Al-Nisa [4]:29 Tafsir Kementerian Agama.

serta sah untuk dilakukan dalam praktik pembiayaan bank syariah, karena jual beli dengan akad *murabahah* salah satu jual beli yang tidak mengandung unsur riba dan atas dasar suka sama suka atau ikhlas antara kedua belah pihak.

2) Al-Hadits

Dasar hukum *murabahah* dijelaskan dalam hadits Nabi Muhammad SAW., yang diriwayatkan oleh Ibnu Majah dan Al-Baihaqi ra., yang artinya sebagai berikut:

عَنْ أَبِي سَعِيدٍ الْخُدْرِيِّ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَآلِهِ وَسَلَّمَ قَالَ: إِيمًا الْبَيْعُ عَنْ تَرَاضٍ، (رواه البيهقي وابن ماجه وصححه ابن حبان)

Artinya: “*Dari Abu Sa’id al-Khudri bahwa Rasulullah SAW., bersabda: Sesungguhnya jual beli itu harus dilakukan suka sama suka.*” (HR Al-Baihaqi dan Ibnu Majah, dan dinilai shahih oleh Ibnu Hibban).³⁶

Berdasarkan hadits yang diriwayatkan oleh Ibnu Majah dan Al-Baihaqi ra. ini merupakan keabsahan jual beli secara umum. Hadits ini memberikan syarat bahwa akad jual beli harus dilakukan dengan adanya kerelaan (suka sama suka) masing-masing pihak ketika melakukan transaksi. Pembiayaan *murabahah* ini merupakan jual beli yang harus adanya kerelaan antara dua belah pihak atau suka sama suka antara keduanya.

³⁶ Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia, *Fatwa Dewan Syariah Nasional-Majelis Ulama Indonesia No: 111/DSN-MUI/IX/2017 Tentang Akad Jual Beli Murabahah* (Jakarta: Dewan Syariah Nasional MUI, 2017), hlm. 2.

3) Fatwa DSN-MUI

Fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI) No: 111/DSN-MUI/IX/2017 tentang *Murabahah*. Akad *bai' al-murabahah* adalah akad jual beli suatu barang dengan menegaskan harga belinya kepada pembeli dan pembeli membayar dengan harga yang lebih sebagai laba. Bahwa masyarakat memerlukan panduan untuk mempraktikkan akad jual beli *murabahah*, dengan hal tersebut, DSN-MUI memandang perlu menetapkan fatwa tentang *murabahah* untuk dijadikan pedoman oleh lembaga keuangan syariah.³⁷

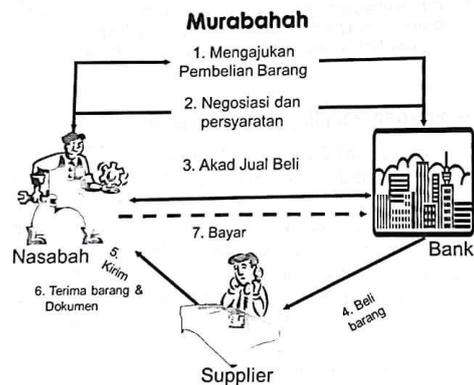
c. Penerapan *Murabahah* pada Bank Syariah

Penerapan pembiayaan ini pada bank syariah yaitu nasabah mengajukan pembiayaan dengan sistem *murabahah* pada bank syariah untuk membeli barang yang diketahui sifatnya, dimana nasabah dan bank mengetahui barang tersebut secara nyata dan bank siap untuk mengadakan barang yang dibutuhkan nasabah. Kemudian dibuat suatu akad atau perjanjian antara bank dan nasabah mengenai kesanggupan bank untuk membeli barang yang dikehendaki dan kesanggupan nasabah untuk membeli barang tersebut.³⁸

Bank syariah dalam akad jual beli *murabahah* memiliki skema dalam kegiatan pembiayaannya, yaitu:

³⁷ *Ibid.*, hlm. 1-3.

³⁸ Akhmad Mujahidin, *Hukum Perbankan Syariah* (Jakarta: Rajawali Pers, 2016). hlm. 57.



Gambar 2. 1 Skema Pembiayaan *Murabahah*³⁹

Keterangan skema pembiayaan *murabahah* di atas, yaitu nasabah mengajukan pembelian barang kepada bank syariah. Bank syariah dan nasabah melakukan negosiasi terkait (barang, harga). Bank syariah melakukan akad jual beli dengan nasabah. Setelah akad dilaksanakan, maka bank syariah membeli barang dari supplier yang sesuai dengan keinginan nasabah yang telah disepakati saat akad. Supplier mengirim barang kepada nasabah atas perintah bank syariah. Nasabah menerima barang dari supplier dan menerima dokumen kepemilikan barang, setelah itu nasabah melakukan pembayaran dengan cara angsuran.⁴⁰

5. Pembiayaan *Musyarakah*

a. Pengertian Pembiayaan *Musyarakah*

Pembiayaan *Musyarakah* merupakan akad kerjasama antara dua pihak atau lebih dalam suatu usaha tertentu di mana masing-masing pihak memberikan kontribusi dana dengan keuntungan dan risiko akan

³⁹ Abdul Aziz, *Manajemen Risiko Pembiayaan pada Lembaga Keuangan Syariah* (Depok: Rajagrafindo Persada, 2021). hlm. 266-267.

⁴⁰ *Ibid.*, hlm. 266-267.

ditanggung bersama sesuai kesepakatan.⁴¹ Syirkah adalah akad kerjasama antara dua pihak atau lebih untuk usaha tertentu dimana masing-masing pihak memberikan kontribusi dana dengan kesepakatan bahwa keuntungan dan risiko akan ditanggung bersama.⁴² Kesimpulannya pembiayaan *musyarakah* merupakan akad kerjasama antara pemilik modal untuk menggabungkan modal dan melakukan usaha secara bersama dengan nisbah pembagian hasil sesuai kesepakatan, risikonya ditanggung bersama.

b. Dasar Hukum *Musyarakah*

Pembiayaan *musyarakah* tidak langsung dibicarakan dalam Al-Qur'an, namun akad dengan *musyarakah* diperbolehkan berdasarkan Qur'an, hadits dan dasar hukum lainnya. Dasar hukum dari *musyarakah* terdapat dalam:

1) Qur'an Al-Sad ayat 24

...وَإِنَّ كَثِيرًا مِّنَ الْخُلَطَاءِ لَيَبْغِي بَعْضُهُمْ عَلَى بَعْضٍ إِلَّا الَّذِينَ
آمَنُوا وَعَمِلُوا الصَّالِحَاتِ وَقَلِيلٌ مَّا هُمْ...

Artinya: ...Sesungguhnya banyak di antara orang-orang yang berserikat itu benar-benar saling merugikan satu sama lain, kecuali orang-orang yang beriman dan beramal saleh, dan sedikit sekali mereka itu.. (Al-Shaad [38]:24)⁴³

⁴¹ *Ibid.*, hlm. 90.

⁴² Fahrurrozi, *Pembiayaan Mudharabah & Musyarakah: Beserta Penyelesaian Sengketa Pada Lembaga Keuangan dan Bisnis Syariah* (Purwokerto Selatan: CV Pena Persada, 2020), hlm. 20.

⁴³ Qur'an Kemenag, quran.kemenag.go.id/, *Q.S Al-Shaad [38]:24*. Diakses melalui situs: <http://quran.kemenag.go.id/quran/per-ayat/surah/38?from=24&to=24> pada tanggal 27 November 2023.

Berdasarkan ayat tersebut Allah menjelaskan jawaban Daud lebih terperinci. Daud mengatakan kepada orang yang berperkara itu bahwa sebagian besar orang yang mengadakan perserikatan, menganiaya anggotanya yang lain. Hal ini terjadi karena sifat hasad, dengki, dan memperturutkan hawa nafsu sehingga hak anggota yang satu terambil oleh anggota yang lain. Terkecuali orang-orang yang dalam hatinya penuh dengan iman dan mencintai amal saleh yang terhindar dari perbuatan yang jahat itu.⁴⁴ Ayat ini dibolehkannya praktik akad *musyarakah* dalam lafadz *al-khulatha* diartikan saling bersekutu atau bekerjasama antara dua pihak atau lebih untuk melakukan usaha.

2) Hadits

Dasar hukum *musyarakah* dijelaskan dalam hadits Nabi Muhammad SAW., yang diriwayatkan oleh Abu Daud dari Abu Hurairah, Rasulullah SAW berkata:

إِنَّ اللَّهَ تَعَالَى يَقُولُ: أَنَا ثَالِثُ الشَّرِيكَيْنِ مَا لَمْ يَخُنْ أَحَدُهُمَا صَاحِبَهُ، فَإِذَا خَانَ أَحَدُهُمَا صَاحِبَهُ خَرَجْتُ مِنْ بَيْنَهُمَا

Artinya: “Allah swt. berfirman: ‘Aku adalah pihak ketiga dari dua orang yang bersyarikat selama salah satu pihak tidak mengkhianati pihak yang lain. Jika salah satu pihak telah berkhianat, Aku keluar dari mereka.” (HR. Abu Daud, yang dishahihkan oleh al-Hakim, dari Abu Hurairah).⁴⁵

⁴⁴ Al-Qur’an Kemenag, quran.kemenag.go.id/, *Q.S Al-Shaad [38]:24 Tafsir Kementerian Agama*.

⁴⁵ Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia, *Fatwa Dewan Syari’ah Nasional No: 08/DSN-MUI/IV/2000 Tentang Pembiayaan Musyarakah* (Jakarta: Dewan Syariah Nasional MUI, 2017), hlm. 1-2.

Berdasarkan hadits yang diriwayatkan oleh Abu Daud yang dishahihkan oleh al-Hakim dari Abu Hurairah Rasulullah SAW mengabarkan bahwa Allah SWT bersama orang-orang yang bersyirkah dalam kebaikan, termasuk dalam bisnis, selama pihak yang bersyirkah itu tidak saling berkhianat satu sama lain.

3) Fatwa DSN MUI

Fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia No: 08/DSN-MUI/IV/2000 Tentang Pembiayaan *Musyarakah*. Pembiayaan *musyarakah*, yaitu pembiayaan berdasarkan akad kerjasama antara dua pihak atau lebih untuk suatu usaha tertentu, di mana masing-masing pihak memberikan kontribusi dana dengan ketentuan bahwa keuntungan dan resiko akan ditanggung bersama sesuai dengan kesepakatan. Pembiayaan tersebut dilakukan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah Islam, DSN memandang perlu menetapkan fatwa tentang *musyarakah* untuk dijadikan pedoman oleh LKS.⁴⁶

c. Penerapan *Musyarakah* Pada Bank Syariah

Pembiayaan *musyarakah* merupakan akad kerjasama antara pemilik modal dengan pengelola dan nisbah pembagian hasil sesuai kesepakatan. Penerapan dari pembiayaan *musyarakah* pada bank syariah yaitu:⁴⁷

⁴⁶*Ibid.*, hlm. 1.

⁴⁷ Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah...*, hlm. 93.

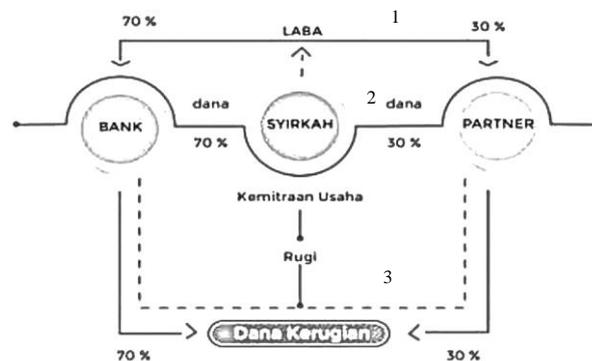
1) Pembiayaan Proyek

Musyarakah diterapkan untuk pembiayaan proyek dimana nasabah dan bank sama-sama menyediakan dana membiayai proyek tersebut. Setelah proyek selesai, nasabah mengembalikan dana tersebut bersama bagi hasil yang telah disepakati untuk bank.

2) Modal Venture

Penanaman modal dilakukan untuk jangka waktu tertentu dan setelah itu bank melakukan *divestasi* (mengurangi aset perusahaan) atau menjual sebagian sahamnya baik secara singkat ataupun langsung.

Secara umum penerapan perbankan *musyarakah* dapat digambarkan dalam skema berikut :



Gambar 2. 2 Skema Musyarakah⁴⁸

Keterangan skema pembiayaan *musyarakah* di atas, yaitu nasabah mengajukan pembiayaan kepada bank syariah dengan akad *musyarakah* untuk mendapatkan tambahan modal. Pertama

⁴⁸ Syaparuddin, *Islam Kemitraan Bisnis* (Yogyakarta: Trust Media Publishing, 2020), hlm. 87.

dalam suatu proyek sesuai kesepakatan bank syariah akan menyerahkan modal sebesar 70% dari nilai proyek dan nasabah memberikan kontribusi modal sebesar 30% dari nilai proyek. Kedua pembagian hasil usaha dilakukan sesuai nisbah yang disepakati, besarnya biaya tidak harus sama dengan besarnya modal yang diberikan. Ketiga pengembalian modal *musyarakah* dilakukan sesuai kesepakatan dan rugi ditanggung bersama.⁴⁹

6. Pembiayaan *Mudharabah*

a. Pengertian Pembiayaan *Mudharabah*

Pembiayaan *Mudharabah* merupakan akad kerjasama usaha antara dua pihak dimana bank syariah (*shahibul maal*) menyediakan seluruh 100% modal, sedangkan nasabah bertindak sebagai pengelola dana (*mudharib*). Keuntungan *mudharabah* dibagi menurut kesepakatan yang dituangkan dalam kontrak, sedangkan apabila rugi ditanggung oleh pemilik modal selama kerugian bukan akibat dari kelalaian pengelola. Jika kerugian diakibatkan karena kecurangan atau kelalaian pengelola, maka pengelola harus bertanggung jawab atas kerugian tersebut.⁵⁰ Kesimpulannya pembiayaan *mudharabah* adalah suatu pembiayaan yang diberikan oleh pemilik modal (memberikan seluruh modal) kepada pengelola untuk menjalankan usaha dan keuntungannya disepakati bersama.

⁴⁹ *Ibid.*, hlm. 87-88.

⁵⁰ Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah...*, hlm. 95.

b. Dasar Hukum *Mudharabah*

Pembiayaan *mudharabah* merupakan akad yang diperbolehkan berdasarkan qur'an, hadits dan dasar hukum lainnya. *Mudharabah* tidak langsung dibicarakan dalam Al-Qur'an tetapi dalam menjalankan usaha bagi seorang muslim telah dijelaskan dalam Al-Qur'an. Dasar hukum pembiayaan *mudharabah* terdapat dalam Al-Qur'an surat :

1) QS Al-Muzzammil ayat 20

... وَأَخْرُؤْنَ يَضْرِبُونَ فِي الْأَرْضِ يَبْتَغُونَ مِنْ فَضْلِ اللَّهِ ...

Artinya : "...yang lain berjalan di bumi sebagian karunia Allah serta yang lain berperang di jalan Allah..." (Al-Muzzammil [73]:20).⁵¹

Berdasarkan ayat tersebut bahwa Allah SWT tidak membedakan dalam usaha berjihad mengangkat senjata melawan musuh dengan berusaha mencari rezeki, sebab keduanya bermanfaat bagi kaum muslimin, asal dikerjakan menurut perintah Allah SWT yang telah ditetapkan. Berjuang melawan musuh berarti mempertahankan agama, sedangkan berdagang atau berusaha dapat membiayai keluarga dan kegiatan agama dengan berzakat, bersedekah, dan lain-lain.⁵² Ayat ini terdapat kata *yaddribun* yang sama dengan kata *mudharabah* yang berarti melakukan suatu perjalanan usaha.

⁵¹ Qur'an Kemenag, quran.kemenag.go.id/, *Q.S Al-Muzzamil [73]:20*. Diakses melalui situs: <http://quran.kemenag.go.id/quran/per-ayat/surah/73?from=20&to=20> pada tanggal 27 November 2023.

⁵² Al-Qur'an Kemenag, quran.kemenag.go.id/, *Q.S Al-Muzzamil [73]:20 Tafsir Kementerian Agama*.

2) Al-Hadits

Dasar hukum *mudharabah* dijelaskan dalam hadits Nabi

Muhammad SAW

أَنَّ النَّبِيَّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَآلِهِ وَسَلَّمَ قَالَ: ثَلَاثٌ فِيهِنَّ الْبِرْكَةُ:
الْبَيْعُ إِلَى أَجَلٍ، وَالْمُقَارَضَةُ، وَخَلْطُ الْبُرِّ بِالشَّعِيرِ لِلْبَيْتِ لَا لِلْبَيْعِ
(رواه ابن ماجه عن صهيب)

Artinya: “Nabi bersabda, ‘Ada tiga hal yang mengandung berkah: jual beli tidak secara tunai, muqaradhadh (*mudharabah*), dan mencampur gandum dengan jewawut untuk keperluan rumah tangga, bukan untuk dijual.’” (HR. Ibnu Majah dari Shuhaib).⁵³

Berdasarkan hadits yang diriwayatkan oleh Ibnu Majah dari Shuhaib tentang kebolehan *mudharabah* seperti yang telah disabdakan oleh Nabi Muhammad SAW bahwa memberikan modal kepada orang lain termasuk salah satu perbuatan yang berkah.

3) Fatwa DSN-MUI

Fatwa DSN-MUI No: 07/DSN-MUI/IX/2000 tentang *Mudharabah*. Mengembangkan dana Lembaga Keuangan Syariah (LKS), maka dapat menyalurkan dananya kepada pihak lain dengan cara *mudharabah* yaitu akad kerjasama suatu usaha antara dua pihak dimana pihak pertama (*shahib al-mal*) menyediakan seluruh modal, sedang pihak kedua (*mudharib*) bertindak sebagai pengelola, dan

⁵³ Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia, *Fatwa Dewan Syariah Nasional-Majelis Ulama Indonesia No: 07/DSN-MUI/IX/2000 Tentang Pembiayaan Mudharabah (Qiradh)* (Jakarta: Dewan Syariah Nasional MUI, 2017), hlm. 2.

keuntungan usaha dibagi di antara mereka sesuai kesepakatan yang tertuang dalam kontrak.⁵⁴

c. Penerapan *Mudharabah* Pada Bank Syariah

Mudharabah diterapkan pada produk-produk pembiayaan dan pendanaan. Pada penghimpunan dana *mudharabah* diterapkan pada:⁵⁵

- 1) Tabungan berjangka yaitu tabungan yang dimaksudkan untuk tujuan khusus seperti tabungan haji, tabungan kurban dan sebagainya;
- 2) Deposito spesial merupakan dana yang dititipkan nasabah khusus untuk bisnis tertentu, misalnya *murabahah* saja atau *ijarah* saja.

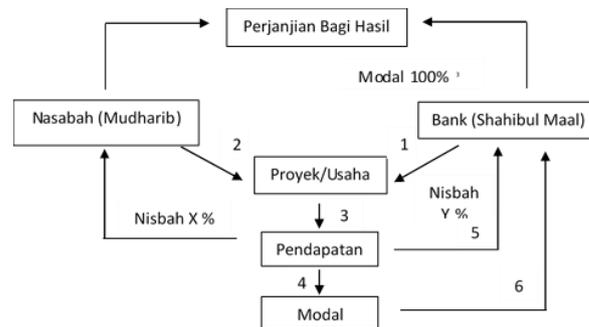
Adapun untuk pembiayaan *mudharabah* diterapkan untuk:

- a) Pembiayaan modal kerja seperti modal kerja perdagangan dan jasa;
- b) Investasi khusus atau disebut juga *mudharabah muqayyadah* dimana sumber dana khusus dengan penyaluran yang khusus dengan syarat-syarat yang telah ditetapkan oleh *shahibul maal*.

Secara umum penerapan perbankan *mudharabah* dapat digambarkan dalam skema berikut :

⁵⁴ *Ibid.*, hlm. 1-5.

⁵⁵ Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah...*, hlm. 95.



Gambar 2. 3 Skema Mudharabah⁵⁶

Keterangan skema pembiayaan *mudharabah* di atas, yaitu bank dan nasabah sepakat untuk melakukan transaksi dengan menggunakan akad *mudharabah*. Bank sebagai pemilik dana (*shahibul maal*) memberikan dana kepada nasabah sebagai pengelola dana (*mudharib*) sebesar 100% dari total kegiatan usaha. Pembagian hasil usaha dinyatakan dalam bentuk nisbah atau bagi hasil yang telah disepakati sebelumnya, kerugian nasabah ditanggung bank kecuali kerugian yang muncul dari kecurangan dan kelalaian nasabah, maka nasabah ikut menanggung risiko kerugian tersebut.⁵⁷

7. Rasio Profitabilitas

Rasio profitabilitas yaitu rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba melalui semua kemampuan dan sumber daya yang dimilikinya, yang berasal dari kegiatan penjualan, penggunaan aset, maupun penggunaan modal.⁵⁸ Rasio profitabilitas menurut

⁵⁶ Nurnasrina dan P. Adiyes Putra, *Kegiatan Usaha Bank Syariah* (Yogyakarta: Kalimedia, 2018), hlm. 68.

⁵⁷ *Ibid.*, hlm. 68-69.

⁵⁸ Hery, *Analisis Laporan Keuangan...*, hlm. 192.

Astutik dkk dalam buku Widya Sari adalah “pengukuran kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dan pengukuran penggunaan modal secara efisien dalam menghasilkan laba secara maksimal pada periode tertentu”.⁵⁹ Kesimpulannya rasio profitabilitas adalah rasio yang mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dengan menggunakan sumber daya, penggunaan aset dan modal.

Menurut Kasmir dalam buku yang ditulis oleh Ade Irma Suryani dkk. secara umum, ada empat jenis yang digunakan untuk menilai tingkat rasio profitabilitas suatu perusahaan. Analisis ini digunakan perusahaan dalam menghasilkan laba dari penjualan produk atau jasanya antara lain, yaitu:⁶⁰

a. Margin Laba Bersih (*Net Profit Margin*)

Margin Laba Bersih atau *Net Profit Margin* (NPM) merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur keuntungan atas penjualan yang dihasilkan. Rasio ini menggambarkan pendapatan bersih perusahaan berdasarkan jumlah penjualan bersih.

b. *Return On Equity* (ROE)

Return On Equity (ROE) merupakan rasio yang menunjukkan sejauh mana suatu perusahaan dalam mengelola modalnya sendiri secara efektif untuk mengukur tingkat keuntungan dari investasi yang dilakukan oleh pemilik modal sendiri maupun pemegang saham perusahaan.

⁵⁹ Widya Sari, *Kinerja Keuangan* (Medan: Unpri Press, 2021), hlm.8.

⁶⁰ Ade Irma Suryani dkk. *Manajemen Keuangan* (Pasaman: C.V Azka Pustaka, 2023), hlm.53-55.

c. *Earning Per Share (EPS)*

Earning Per Share adalah rasio yang menggambarkan jumlah rupiah yang diperoleh untuk setiap saham, dan biasanya digunakan untuk menentukan harga saham.

d. *Return On Asset (ROA)*

Return On Asset (ROA) yaitu rasio profitabilitas yang menunjukkan hasil dari total aset yang digunakan dalam suatu perusahaan. ROA ini bertujuan untuk mengukur kemampuan suatu perusahaan, dalam menggunakan aset untuk memperoleh keuntungan dan mengukur pengembalian total untuk semua kreditur dan pemegang saham sebagai penyedia sumber pendanaan. ROA digunakan dalam penelitian ini untuk mengukur kinerja keuangannya.

1) Pengertian *Return On Asset (ROA)*

Return On Asset (ROA) merupakan rasio yang menggambarkan kemampuan bank dalam mengelola dana yang diinvestasikan dalam keseluruhan aktiva yang menghasilkan keuntungan.⁶¹ Rasio ini digunakan untuk mengukur seberapa besar jumlah laba bersih yang akan dihasilkan dari dana yang tertanam dalam total aset.⁶²

Menurut Home dan Wachowiz dalam buku Joni Ahmad Mughni dan Listia Andani ROA adalah mengukur efektivitas keseluruhan dalam menghasilkan laba melalui aktiva yang tersedia, sumber daya untuk menghasilkan laba dari modal yang diinvestasikan. Semakin besar ROA

⁶¹ Muhammad, *Manajemen Dana...*, hlm. 254.

⁶² Hery, *Analisis Laporan Keuangan ...*, hlm. 193.

menunjukkan kinerja keuangan yang semakin baik, karena tingkat pengembalian semakin besar. Apabila ROA meningkat, maka profitabilitas perusahaan meningkat, sehingga dampak akhirnya adalah peningkatan profitabilitas yang dinikmati oleh pemegang saham.⁶³

Kesimpulannya *Return On Asset* (ROA) adalah rasio yang digunakan untuk mengukur sejauh mana aset khususnya aktiva yang dimiliki bank dalam menghasilkan laba bersih ataupun keuntungan yang diperoleh bank.

2) Landasan Syariah *Return On Asset* (ROA)

Bank merupakan perusahaan yang bertujuan untuk menghasilkan keuntungan dalam kegiatan operasionalnya, untuk mendapatkan kelangsungan hidupnya suatu perusahaan harus berada dalam keadaan menguntungkan, tanpa adanya keuntungan maka akan sulit bagi perusahaan tersebut untuk mengelola perusahaan kedepannya. Adapun Al-Qur'an yang berkaitan dengan perniagaan, keuntungan dan kerugian salah satunya yaitu Al-Qur'an Surat Al-Syura ayat 20. Allah SWT. berfirman:

مَنْ كَانَ يُرِيدُ حَرْثَ الْآخِرَةِ نَزِدْ لَهُ فِي حَرْثِهِ ۗ وَمَنْ كَانَ يُرِيدُ
حَرْثَ الدُّنْيَا نُؤْتِهِ مِنْهَا وَمَا لَهُ فِي الْآخِرَةِ مِنْ نَصِيبٍ

Artinya: “Barang siapa yang menghendaki keuntungan di akhirat akan Kami tambah keuntungan itu baginya dan barang siapa yang menghendaki keuntungan di dunia Kami berikan kepadanya

⁶³Joni Ahmad Mughni dan Listia Andani, *Manajemen Dana Bank Syariah Teori dan Praktik* (Tasikmalaya: Unsil Library Publisher, 2023). hlm. 140.

sebagian dari keuntungan dunia dan tidak ada baginya suatu bagian di akhirat.” (Al-Syura [42]:20)⁶⁴

Berdasarkan ayat Al-Qur’an tersebut Allah mengatakan barang siapa menghendaki keuntungan di akhirat melalui amal-amal yang dilakukannya di dunia dengan niat yang ikhlas, maka akan ditambahkan keuntungan itu baginya dengan melipatgandakan keuntungannya, dan barang siapa menghendaki keuntungan di dunia melalui usaha dan kegiatan yang hanya semata-mata ingin mendapatkan keuntungan dunia, akan diberikan kepadanya sebagian dari hasil usahanya itu berupa keuntungan dunia sesuai dengan kehendak-Nya, tetapi dia tidak akan mendapat bagian di akhirat.⁶⁵

Bank dalam tujuan akhirnya adalah menghasilkan keuntungan yang maksimal, dalam menjalankan usaha dengan niat yang ikhlas karena Allah SWT dan mengharapkan keuntungan di akhirat juga, maka Allah akan melipatgandakan keuntungannya dan mendapat bagian di akhirat.

3) Perhitungan *Return On Asset* (ROA)

Return On Asset (ROA) adalah rasio yang digunakan untuk mengukur seberapa besar jumlah laba bersih yang akan dihasilkan dari dana yang tertanam dalam total aset/aktiva. Di bawah ini merupakan rumus untuk mencari ROA, yaitu:

Rumus *Return On Asset* yaitu:

$$ROA = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Aset}} \times 100\%$$

⁶⁴ Qur’an Kemenag, quran.kemenag.go.id/Al-Syura [42]:20. Diakses melalui situs: <http://quran.kemenag.go.id/quran/per-ayat/surah/42?from=20&to=20> pada tanggal 8 Oktober 2023.

⁶⁵ Qur’an Kemenag, quran.kemenag.go.id/, Q.S Al-Furqan [25]:67 *Tafsir Kementerian Agama*

Rumus dari *Return On Asset* terdiri dari dua unsur pokok yaitu laba bersih dan aktiva, dimana pengertian dari dua unsur tersebut adalah sebagai berikut:

- a) Laba bersih merupakan hasil pengurangan antara laba sebelum pajak penghasilan dengan beban pajak penghasilan. Laba sebelum pajak adalah laba operasional ditambah pendapatan dan keuntungan lain-lain, dikurangi dengan beban dan kerugian.⁶⁶
- b) Aktiva adalah sumber daya yang dimiliki oleh perusahaan sebagai hasil dari kejadian yang sudah lalu dan perusahaan mengharapkan adanya manfaat ekonomi di masa depan yang akan mengalir masuk setiap waktunya. Contoh aktiva seperti kas, piutang, perlengkapan, asuransi dibayar dimuka, dan lain-lain.⁶⁷

4) Faktor-Faktor yang Mempengaruhi *Return On Asset* (ROA)

Rasio ini digunakan untuk mengukur seberapa besar jumlah laba bersih yang akan dihasilkan dari dana yang tertanam dalam total aset. Tingkat keuntungan dari *Return On Asset* (ROA) yang dihasilkan oleh bank dipengaruhi oleh beberapa faktor antara lain, yaitu.⁶⁸

- a) Faktor Internal

⁶⁶ Alexander Thian, *Analisa Fundamental* (Yogyakarta: Andi Offset, 2022), hlm. 178.

⁶⁷ Siti Aisyah Siregar, *Pengantar Akuntansi Dasar: Perusahaan Jasa, Dagang dan Manufaktur* (Medan: UMSU Press, 2022), hlm. 34.

⁶⁸ Andrianto dan Anang Firmansyah, *Manajemen Bank Syariah....*, hlm. 196.

Faktor dalam perusahaan yang dapat dipengaruhi oleh manajemen seperti pendapatan dari tingkat bagi hasil, keuntungan atas transaksi jual beli, dan pendapatan atas layanan yang diberikan serta pengendalian biaya-biaya.

b) Faktor Eksternal

Faktor luar yang dapat mempengaruhi kinerja bank seperti kondisi ekonomi secara umum dan situasi persaingan di lingkungan wilayah operasinya.

8. Biaya Promosi

a. Pengertian Biaya Promosi

Biaya promosi adalah pengorbanan ekonomi yang menjadi beban suatu perusahaan untuk melakukan kegiatan promosinya.⁶⁹ Menurut Matz dan Usry biaya promosi merupakan satuan nilai tukar, prasyarat atau pengorbanan yang dilakukan untuk memperoleh manfaat.⁷⁰ Tanpa promosi jangan diharapkan nasabah mengenal bank, oleh karena itu promosi adalah sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan nasabahnya.⁷¹ Kesimpulannya biaya promosi adalah biaya yang dikeluarkan dalam periode tertentu untuk kegiatan promosi dengan tujuan meningkatkan penjualan produk yang dihasilkan oleh perusahaan dan mempertahankan nasabah, sehingga dapat meningkatkan pendapatan perusahaan.

⁶⁹ Freddy Rangkuti, *Strategi Promosi ...*, hlm. 56.

⁷⁰ *Ibid.*

⁷¹ Kasmir, *Pemasaran Bank* (Jakarta: Kencana, 2008), hlm. 155.

b. Landasan Syariah Biaya Promosi

Bank dalam kegiatan promosi harus sesuai dengan ajaran Islam seperti perusahaan memperkenalkan produk harus sesuai dengan faktanya tidak boleh dilebih-lebihkan dalam memasarkannya harus sesuai dengan keadaan produknya, dan dalam mengeluarkan biaya untuk promosi tersebut harus jujur tidak boleh dikurangi atau dilebihkan. Berikut ayat Al-Qur'an yang menjelaskan tentang promosi, yaitu:

انَّ 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

Artinya: “Sesungguhnya orang-orang yang memperjualbelikan janji Allah dan sumpah-sumpah mereka dengan harga murah, mereka itu tidak memperoleh bagian di akhirat, Allah tidak akan menyapa mereka, tidak akan memperhatikan mereka pada hari Kiamat, dan tidak akan mensucikan mereka. Bagi mereka azab yang pedih”. (Q.S Al-Imran [3]:77)⁷²

Berdasarkan ayat Al-Qur'an di atas Allah mengancam kepada siapa saja yang berkhianat, dan menukarnya dengan hal-hal yang bersifat duniawi yang tidak ada nilainya di hadapan Allah. Sesungguhnya orang-orang yang memperjualbelikan atau menukar janji yang dikuatkan dengan nama Allah untuk ditepati, dan sumpah-sumpah mereka dengan hal-hal yang bersifat duniawi itu sama saja mereka menukarnya dengan harga murah atau nilai yang rendah

⁷² Qur'an Kemenag, quran.kemenag.go.id/, Q.S Al-Imran [3]:77. Diakses melalui situs: <http://quran.kemenag.go.id/quran/per-ayat/surah/3?from=77&to=77> pada tanggal 12 Oktober 2023.

dibanding balasan yang kelak diterimanya di akhirat jika mereka jujur, mereka justru tidak memperoleh bagian sama sekali di akhirat.⁷³

Ayat ini menjelaskan umat Islam untuk jujur termasuk dalam berbisnis. Perusahaan dalam memperkenalkan atau mempromosikan produk harus sesuai dengan keadaan produknya. Perusahaan yang bersikap jujur, pembeli akan bertambah karena Allah SWT akan memberikan kelebihan pada orang jujur, dan pembeli akan memberikan informasi tentang kejujuran dan kebaikan pedagang kepada yang lain, sehingga pembelinya bertambah. Begitu juga transparan dalam informasi biaya promosi yang dikeluarkan.

c. Bentuk-bentuk promosi

Kegiatan promosi di perbankan ada empat yang dapat dilakukan untuk melakukan kegiatan promosi pada perbankan, adapun bentuk-bentuk kegiatannya, yaitu:⁷⁴

1) Periklanan (*Advertising*)

Promosi yang dilakukan dalam bentuk tayangan, gambar, kata-kata yang ada dalam spanduk, brosur, *billboard*, koran, majalah, televisi atau radio. Bertujuan untuk menginformasikan tentang keberadaan produk dan berusaha untuk menarik serta mempengaruhi calon nasabahnya.

2) Promosi Penjualan (*Sales Promotion*)

⁷³ Qur'an Kemenag, quran.kemenag.go.id/, *Q.S Al-Imran [3]:77 Tafsir Kementerian Agama*.

⁷⁴ Kasmir, *Pemasaran Bank..*, hlm. 156-161

Promosi penjualan yang digunakan untuk meningkatkan penjualan yaitu melalui potongan harga atau hadiah pada waktu tertentu terhadap barang-barang tertentu. Tujuan promosi adalah meningkatkan jumlah nasabah dengan menarik nasabah untuk membeli atau menggunakan setiap produk atau jasa yang ditawarkan.

3) Publisitas (*Publicity*)

Publisitas adalah promosi yang dilakukan bank untuk meningkatkan citra bank di depan calon nasabah atau nasabahnya melalui kegiatan amal, sosial ataupun olahraga. Bertujuan untuk memberikan citra perbankan lebih baik.

4) Penjualan Pribadi (*Personal Selling*)

Promosi yang dilakukan oleh seluruh pegawai bank, mulai dari *cleaning service*, satpam sampai pejabat bank dalam melayani serta ikut mempengaruhi nasabah.

9. Hubungan Antar Variabel

a. Hubungan Antara Pembiayaan *Murabahah* Terhadap Rasio Profitabilitas

Pembiayaan *murabahah* merupakan prinsip jual beli pada harga asal dengan tambahan keuntungan yang telah disepakati antara pihak bank dan nasabah. Profitabilitas terdapat faktor internal yang dapat mempengaruhi salah satunya adalah produk bank.⁷⁵ Faktor yang

⁷⁵ Veithzal Rivai. *Bank and financial...*, hlm. 408.

mempengaruhi *Return On Asset* (ROA) salah satunya adalah faktor internal yang dapat mempengaruhi tingkat keuntungan ROA yaitu keuntungan transaksi jual beli.⁷⁶

Pembiayaan *murabahah* ini termasuk salah satu produk transaksi jual beli bank syariah. Pembiayaan dengan akad *murabahah* berkontribusi paling besar dari total pembiayaan perbankan syariah di Indonesia, maka diharapkan memberikan sejumlah keuntungan bagi bank. Diharapkan pembiayaan *murabahah* dapat berpengaruh positif terhadap profitabilitas bank, yaitu ketika pembiayaan *murabahah* meningkat maka profitabilitas bank juga akan meningkat.

b. Hubungan Antara Pembiayaan *Musyarakah* dan *Mudharabah* Terhadap Rasio Profitabilitas

Faktor yang mempengaruhi profitabilitas terdapat faktor internal salah satunya adalah produk bank.⁷⁷ Rasio profitabilitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Return On Asset* (ROA), faktor internal yang dapat mempengaruhi tingkat keuntungan ROA adalah pendapatan dari tingkat bagi hasil.⁷⁸ Pembiayaan *musyarakah* dan *mudharabah* termasuk pembiayaan bagi hasil. Maka diharapkan semakin tinggi pembiayaan *musyarakah* dan *mudharabah* maka tinggi juga profitabilitas.

Pembiayaan *musyarakah* merupakan akad kerjasama antara dua pihak atau lebih dalam suatu usaha tertentu di mana masing-masing pihak

⁷⁶ Andrianto dan Anang Firmansyah, *Manajemen Bank Syariah....*, hlm. 196

⁷⁷ Veithzal Rivai. *Bank and financial....*, hlm. 408.

⁷⁸ Andrianto dan Anang Firmansyah, *Manajemen Bank Syariah....*, hlm. 196

memberikan kontribusi dana dengan keuntungan dan risiko akan ditanggung bersama sesuai kesepakatan antara pihak bank dengan nasabah.⁷⁹ Pembiayaan *mudharabah* merupakan akad kerjasama usaha antara dua pihak dimana bank syariah (*shahibul maal*) menyediakan seluruh 100% modal, sedangkan nasabah bertindak sebagai pengelola dana (*mudharib*).⁸⁰ Keuntungan *mudharabah* dibagi menurut kesepakatan yang dituangkan dalam kontrak, sedangkan apabila rugi ditanggung oleh pemilik modal selama kerugian bukan akibat dari kelalaian pengelola.

c. Hubungan Biaya Promosi yang Memoderasi Pembiayaan Terhadap Rasio Profitabilitas

Biaya promosi adalah pengorbanan ekonomi yang menjadi beban suatu perusahaan untuk melakukan kegiatan promosinya.⁸¹ Faktor internal yang mempengaruhi tingkat keuntungan pada *Return On Asset* (ROA) salah satunya adalah pengendalian biaya-biaya.⁸² Biaya promosi termasuk biaya yang dapat dikendalikan oleh pihak bank. Pembiayaan yang digunakan dalam penelitian ini yaitu pembiayaan *murabahah*, *musyarakah*, dan *mudharabah*

Biaya promosi dapat memperkuat hubungan antara pembiayaan *murabahah*, *musyarakah*, dan *mudharabah* dengan rasio profitabilitas yaitu perusahaan dalam mengeluarkan biaya promosi untuk iklan,

⁷⁹ Abdul Aziz, *Manajemen Risiko Pembiayaan...*, hlm. 90.

⁸⁰ Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah...*, hlm. 95.

⁸¹ Freddy Rangkuti, *Strategi Promosi...*, hlm. 56.

⁸² Andrianto dan Anang Firmansyah, *Manajemen Bank Syariah...*, hlm. 196.

promosi penjualan, atau kampanye pemasaran yang bertujuan untuk meningkatkan kesadaran pelanggan dan minat terhadap produk atau layanannya, maka akan meningkatkan penjualan produk atau layanan perusahaan dalam hal ini peningkatan produk pembiayaan. Menurut Freddy “semakin besar jumlah penjualan yang dihasilkan perusahaan, maka besar kemungkinan laba yang akan dihasilkan perusahaan”.⁸³

Biaya promosi juga dapat memperlemah hubungan antara pembiayaan dan rasio profitabilitas yaitu biaya promosi yang telah ditentukan perusahaan mengeluarkan biaya tambahan tanpa peningkatan yang signifikan dalam penjualan atau pendapatannya, akan menambah beban keuangan perusahaan. Menurut Sutrisno “keuntungan bank syariah dihitung berasal dari selisih antara pendapatan bank dengan biayanya, sehingga keuntungan yang besar, jika biaya yang dikeluarkan bank lebih kecil dibandingkan dengan pendapatannya”.⁸⁴

B. Penelitian Terdahulu

Penelitian yang dilakukan mengacu pada beberapa hasil penelitian terdahulu yang sudah dilakukan dan dijadikan sebagai bahan acuan untuk melihat pengaruh antara variabel independen, variabel dependen dan variabel moderasi. Berikut beberapa penelitian terdahulu yang terkait dengan penelitian ini, antara lain:

⁸³ Freddy Rangkuti, *Strategi Promosi ...*, hlm. 58.

⁸⁴ Sutrisno, *Perbankan Syariah ...*, hlm. 36.

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

No	Nama, Tahun, Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan dan Perbedaan
1.	Rendi Abdi Kusuma (2019), Pengaruh Pembiayaan <i>Mudharabah</i> , Pembiayaan <i>Musyarakah</i> , Pembiayaan Sewa/ <i>Ijarah</i> , Dan Pembiayaan <i>Murabahah</i> Terhadap Profitabilitas Bank Muamalat Indonesia (Periode 2012-2018). ⁸⁵	Pembiayaan <i>mudharabah</i> tidak berpengaruh terhadap profitabilitas dikarenakan implikasi memungkinkan sikap <i>oportunistik</i> dikalangan manajemen perusahaan. Pembiayaan <i>musyarakah</i> tidak berpengaruh terhadap profitabilitas dikarenakan pihak bank ikut menanggung kerugian yang dialami. Pembiayaan sewa/ <i>ijarah</i> tidak berpengaruh terhadap profitabilitas dikarenakan adanya biaya tambahan untuk biaya penyusutan barang. Pembiayaan <i>murabahah</i> tidak berpengaruh positif terhadap profitabilitas dikarenakan ketidakmampuan nasabah dalam menyelesaikan akad.	Persamaannya menggunakan pembiayaan <i>murabahah</i> , <i>musyarakah</i> , dan <i>mudharabah</i> sebagai variabel independen dan profitabilitas sebagai variabel dependen. Perbedaannya tempat penelitian, periode penelitian dan menambah variabel moderasi yaitu biaya promosi.
2.	Danil Syahputra (2019), Pengaruh Biaya Promosi dan Tingkat Margin Terhadap Peningkatan Penyaluran Dana Pembiayaan <i>Murabahah</i> . ⁸⁶	Biaya promosi dan tingkat margin keduanya berpengaruh secara signifikan terhadap peningkatan penyaluran dana pembiayaan <i>murabahah</i> . Dari hasil analisis regresi diketahui bahwa variabel biaya promosi memiliki pengaruh lebih kuat dibandingkan variabel tingkat margin terhadap penyaluran dana pembiayaan <i>murabahah</i> . Bahwa pihak PT BPRS Amanah Bangsa sebaiknya tetap mempertahankan biaya promosi dan tingkat margin, sehingga dengan adanya biaya promosi yang meningkat setiap tahunnya, nasabah dan masyarakat semakin kenal dengan produk-produknya.	Persamaannya meneliti biaya promosi. Perbedaannya dalam penelitian Danil biaya promosi sebagai variabel X1, sedangkan penelitian ini biaya promosi sebagai variabel moderasi.
3.	Ira Siti Rohmah Maulida (2019), Pengaruh Biaya Promosi dan Biaya Tenaga Kerja Terhadap Profitabilitas Di	Biaya Promosi (X1) secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat profitabilitas di Bank Syariah Mandiri. Biaya Tenaga Kerja (X2) secara parsial berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Profitabilitas (ROA). Biaya promosi dan biaya tenaga	Persamaannya menggunakan profitabilitas sebagai variabel dependen, dan meneliti biaya promosi. Perbedaannya dalam penelitian Ira biaya promosi sebagai variabel X1, sedangkan dalam

⁸⁵ Rendi Abdi Kusuma, “Pengaruh Pembiayaan *Mudharabah* ...”

⁸⁶ Danil Syahputra, “Pengaruh Biaya Promosi dan Tingkat Margin ...”

No	Nama, Tahun, Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan dan Perbedaan
	PT. Bank Syariah Mandiri. ⁸⁷	kerja secara simultan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat profitabilitas di Bank Syariah Mandiri.	penelitian ini biaya promosi sebagai variabel moderasi, tempat penelitian, periode penelitian.
4.	Dewi Yulistiana (2019), Pengaruh Biaya Promosi Dan Biaya Pendidikan & Pelatihan Terhadap Pembiayaan Modal Kerja Pada Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Di Indonesia Periode 2015-2022. ⁸⁸	Biaya Promosi berpengaruh secara signifikan terhadap Pembiayaan Modal Kerja pada Bank Pembiayaan Rakyat Syariah periode 2014-2018.	Persamaannya meneliti biaya promosi. Perbedaannya dalam penelitian Dewi biaya promosi sebagai variabel X, sedangkan dalam penelitian saya biaya promosi sebagai variabel moderasi, objek penelitian.
5.	Liyun Fiqoini Amalia (2020), Pengaruh Fluktuasi Harga Emas Dan Biaya Promosi Pada Produk Gadai Emas Terhadap Profitabilitas <i>Return On Asset</i> (ROA) Bank Syariah Mandiri Tahun 2017-2019. ⁸⁹	Secara parsial variabel Fluktuasi Harga Emas berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas <i>Return On Asset</i> (ROA). Dan secara parsial variabel Biaya Promosi berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas ROA. Sedangkan secara simultan variabel Fluktuasi Harga Emas dan Biaya Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas <i>Return On Asset</i> (ROA)	Persamaan menggunakan profitabilitas (ROA) sebagai variabel dependen. Perbedaannya dalam penelitian Liyun biaya promosi sebagai variabel X2, sedangkan dalam penelitian ini biaya promosi sebagai variabel moderasi.
6.	Astriani Lesmaya (2020), Pengaruh Pembiayaan <i>Musyarakah</i> dan <i>Murabahah</i> Terhadap Profitabilitas pada Bank Pembiayaan Rakyat Syariah	Berdasarkan pengujian hipotesis yang dilakukan secara parsial menunjukkan bahwa <i>musyarakah</i> berpengaruh negatif dan signifikan terhadap ROA BPRS, artinya setiap terjadi peningkatan pembiayaan maka terjadi penurunan nilai pada ROA. Sedangkan <i>murabahah</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>Return On Asset</i> di BPRS Harta Insan Karimah.	Persamaannya menggunakan pembiayaan <i>murabahah</i> dan <i>musyarakah</i> sebagai variabel independen, serta profitabilitas sebagai variabel dependen. Perbedaannya pada tambahan variabel moderasi yaitu biaya promosi, objek

⁸⁷ Ira Siti Rohmah Maulida, "Pengaruh Biaya Promosi dan Biaya Tenaga Kerja Terhadap Profitabilitas Di Pt. Bank Syariah Mandiri", *Amwaluna: Jurnal Ekonomi dan Keuangan Syariah*, Vol. 3, No. 1, Januari 2019.

⁸⁸ Dewi Yulistiana, "Pengaruh Biaya Promosi Dan Biaya Pendidikan & Pelatihan Terhadap Pembiayaan Modal Kerja Pada Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Di Indonesia Periode 2015-2022", (Skripsi Tidak Dipublikasi), Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Jember, 2019.

⁸⁹ Liyun Fiqoini Amalia, "Pengaruh Fluktuasi Harga Emas dan Biaya Promosi ..."

No	Nama, Tahun, Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan dan Perbedaan
	Harta Insan Karimah. ⁹⁰	Apabila terjadi peningkatan pada pembiayaan <i>murabahah</i> , maka ROA juga semakin meningkat begitu juga dengan sebaliknya.	penelitian, serta periode penelitian
7.	Nella Latifatul Hanim (2021), Pengaruh Pembiayaan <i>Murabahah</i> , <i>Mudharabah</i> , <i>Musyarakah</i> , dan Zakat Terhadap Profitabilitas Bank Umum Syariah dengan Dana Pihak Ketiga sebagai Variabel Moderasi (Studi di Bank Umum Syariah yang Terdaftar di Otoritas Jasa keuangan (OJK) Periode 2016-2019). ⁹¹	Pembiayaan <i>murabahah</i> , <i>mudharabah</i> , <i>musyarakah</i> tidak berpengaruh terhadap profitabilitas Bank Umum Syariah. Zakat berpengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas Bank Umum Syariah. Dana Pihak Ketiga mampu memoderasi pengaruh pembiayaan <i>murabahah</i> . Dana Pihak Ketiga tidak mampu memoderasi pengaruh pembiayaan <i>mudharabah</i> , <i>musyarakah</i> terhadap profitabilitas Bank Umum Syariah. Dan Dana Pihak Ketiga mampu memoderasi pengaruh zakat terhadap profitabilitas Bank Umum Syariah.	Persamaannya menggunakan pembiayaan <i>murabahah</i> , <i>mudharabah</i> dan <i>musyarakah</i> sebagai variabel independen dan profitabilitas <i>Return On Asset</i> (ROA) sebagai variabel dependen. Perbedaannya adalah tempat penelitian, periode penelitian dan variabel moderasinya adalah biaya promosi.
8.	Chika Dianawati (2022), Pengaruh Pembiayaan <i>Murabahah</i> , <i>Mudharabah</i> Dan <i>Ijarah</i> Terhadap <i>Return On Asset</i> PT. Bank Jabar Banten Syariah Periode 2019-2021. ⁹²	Tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel Pembiayaan <i>Murabahah</i> dan <i>Ijarah</i> terhadap <i>Return On Asset</i> (ROA) pada PT. BJB Syariah periode 2019-2021. Ada pengaruh yang signifikan antara variabel Pembiayaan <i>Mudharabah</i> terhadap <i>Return On Asset</i> (ROA) pada PT. BJB Syariah periode 2019- 2021. Pembiayaan <i>Murabahah</i> , <i>Mudharabah</i> dan <i>Ijarah</i> secara simultan	Persamaannya menggunakan pembiayaan <i>murabahah</i> dan <i>mudharabah</i> sebagai variabel independen dan <i>Return On Asset</i> (ROA) sebagai variabel dependen, serta tempat penelitiannya. Perbedaannya biaya promosi sebagai variabel moderasi, dan periode penelitian.

⁹⁰Astriani Lesmaya, “Pengaruh Pembiayaan *Musyarakah* dan *Murabahah* Terhadap Profitabilitas pada Bank Pembiayaan Rakyat Syariah *Harta Insan Karimah*”, (Skripsi Tidak Dipublikasi), Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, Jakarta 2020, hlm 83.

⁹¹Nella Latifatul Hanim, “Pengaruh Pembiayaan *Murabahah*, *Mudharabah*, *Musyarakah*, dan Zakat Terhadap Profitabilitas Bank Umum Syariah dengan Dana Pihak Ketiga sebagai Variabel Moderasi (Studi di Bank Umum Syariah yang Terdaftar di Otoritas Jasa keuangan (OJK) Periode 2016-2019)”, (Skripsi Tidak Dipublikasi), Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim, Malang 2021, hlm. 78.

⁹² Chika Dianawati, “Pengaruh Pembiayaan *Murabahah*, *Mudharabah* Dan *Ijarah* Terhadap *Return On Asset* PT. Bank Jabar Banten Syariah Periode 2019-2021”, (Skripsi Tidak Dipublikasi), Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon 2022, hlm. 75.

No	Nama, Tahun, Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan dan Perbedaan
		berpengaruh signifikan terhadap <i>Return On Asset</i> pada PT. BJB Syariah periode 2019-2021.	
9.	Husnul Khuluqi (2023), Pengaruh Biaya Promosi dan Biaya Tenaga Kerja Terhadap Profitabilitas Bank Mega Syariah Periode 2017-2022. ⁹³	Biaya promosi berpengaruh secara positif dan tidak signifikan terhadap profitabilitas (ROA). Hal ini dapat diartikan bahwa biaya promosi berdampak terhadap peningkatan profitabilitas Bank Mega Syariah akan tetapi pengaruh tersebut tidak tergolong kuat. Biaya tenaga kerja berpengaruh signifikan dan positif terhadap profitabilitas.	Persamaannya meneliti biaya promosi secara parsial terhadap profitabilitas. Perbedaannya tempat penelitian, periode penelitian dan biaya promosi sebagai variabel moderasi.
10.	Siti Faizah, dkk (2023), Analisis Pengaruh Pembiayaan <i>Murabahah</i> , <i>Musyarakah</i> dan <i>Mudharabah</i> Terhadap Profitabilitas Bank Pembiayaan Rakyat Syariah di Indonesia dengan <i>Non Performing Financing</i> (NPF) Sebagai Variabel Moderasi Periode 2017-2020. ⁹⁴	Pembiayaan <i>mudharabah</i> dan pembiayaan <i>murabahah</i> berpengaruh positif signifikan terhadap profitabilitas bank (ROA) dan NPF terbukti mampu memoderasi (melemahkan) hubungan antara pembiayaan <i>murabahah</i> dan profitabilitas (ROA). Selanjutnya pembiayaan <i>musyarakah</i> berpengaruh positif signifikan terhadap profitabilitas bank (ROA) dan NPF tidak terbukti mampu memoderasi hubungan antara pembiayaan <i>musyarakah</i> dengan profitabilitas (ROA). Kesimpulannya bahwa salah satu yang memiliki kontribusi terbesar atau paling berpengaruh terhadap profitabilitas (ROA) dari BPRS Indonesia adalah pembiayaan <i>murabahah</i> , yaitu sebesar 30,2%.	Persamaannya menggunakan pembiayaan <i>murabahah</i> , <i>mudharabah</i> dan <i>musyarakah</i> sebagai variabel independen dan profitabilitas <i>Return On Asset</i> (ROA) sebagai variabel dependen. Perbedaannya adalah tempat penelitian, periode penelitian dan biaya promosi sebagai variabel moderasi.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana pembiayaan *murabahah*, *musyarakah*, *mudharabah*, biaya promosi dan *Return On Asset* (ROA). Serta mengetahui pengaruh pembiayaan *murabahah*, *musyarakah*, dan *mudharabah* terhadap *Return On Asset* (ROA) dengan biaya promosi sebagai

⁹³Husnul Khuluqi, “Pengaruh Biaya Promosi dan Biaya Tenaga Kerja Terhadap Profitabilitas Bank Mega Syariah Periode 2017-2022”. (Skripsi Tidak Dipublikasi), Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq, Jember 2023.

⁹⁴ Siti Faizah, dkk., *Analisis Pengaruh Pembiayaan Murabahah ...*,”

variabel moderasi. Dari beberapa penelitian terdahulu masih terdapat hasil yang berbeda, sehingga perlu dilakukan penelitian untuk memperkuat teori yang ada.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu yang telah dipaparkan di atas yaitu biaya promosi sebagai variabel moderasi. Objek pada penelitiannya yaitu PT. Bank Jabar Banten (BJB) Syariah, yang mana pada tahun 2022 bank mendapatkan penghargaan dalam acara *Tempo Financial Award 2022* yaitu “*The Best Bank In Financial Resilience* kategori bank syariah”. Kemudian data yang penulis gunakan adalah data keuangan triwulan selama periode delapan tahun dari 2015 sampai 2022.

C. Kerangka Pemikiran

Kinerja keuangan merupakan penentuan ukuran-ukuran tertentu yang dapat mengukur keberhasilan suatu perusahaan dalam menghasilkan laba.⁹⁵ Kinerja keuangan yang digunakan dalam penelitian ini adalah rasio profitabilitas. Rasio profitabilitas adalah rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba melalui semua kemampuan dan sumber daya yang dimilikinya, yang berasal dari kegiatan penjualan, penggunaan aset, maupun penggunaan modal.⁹⁶

Profitabilitas suatu perusahaan dapat terjadi penurunan salah satunya diakibatkan oleh produk bank yang menurun, maka dengan adanya penurunan tersebut bank melakukan strategi pemasaran untuk memasarkan produknya

⁹⁵ Atang Hermawan dan Nagian Toni, *Faktor Dominan...*, hlm. 34.

⁹⁶ Hery, *Analisis Laporan Keuangan...*, hlm. 192.

dengan tujuan memperoleh keuntungan dan meningkatkan profitabilitas. Pemasaran merupakan suatu sistem sosial dari kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang-barang yang dapat memuaskan keinginan dan kebutuhan konsumen.⁹⁷ Pada penelitian ini rasio profitabilitas yang digunakan adalah *Return On Asset* (ROA).

Return On Asset (ROA) adalah salah satu rasio profitabilitas. ROA merupakan rasio yang menggambarkan kemampuan bank dalam mengelola dana yang diinvestasikan dalam keseluruhan aktiva yang menghasilkan keuntungan.⁹⁸ Profitabilitas terdapat faktor internal yang dapat mempengaruhi salah satunya adalah produk bank.⁹⁹ Sedangkan *Return On Asset* (ROA) dapat dipengaruhi oleh faktor internal yaitu keuntungan transaksi jual beli.¹⁰⁰ Produk yang termasuk transaksi jual beli dalam penelitian ini adalah pembiayaan *murabahah*, *musyarakah*, dan *mudharabah*.

Pembiayaan *murabahah* merupakan salah satu transaksi jual beli yang melakukan suatu perjanjian yang telah disepakati bersama antara bank dengan nasabah.¹⁰¹ Pembiayaan *musyarakah* merupakan akad kerjasama antara dua pihak atau lebih dalam suatu usaha tertentu di mana masing-masing pihak memberikan kontribusi dana dengan keuntungan dan risiko akan ditanggung bersama sesuai kesepakatan.¹⁰² Pembiayaan *mudharabah* merupakan akad

⁹⁷ Sisna Riyoko, *Dasar-Dasar Pemasaran...*, hlm. 5.

⁹⁸ Muhammad, *Manajemen Dana Bank ...*, hlm. 254.

⁹⁹ Veithzal Rivai. *Bank and financial...*, hlm. 408.

¹⁰⁰ Andrianto dan Anang Firmansyah, *Manajemen Bank Syariah...*, hlm. 196

¹⁰¹ Rohadi Abdul Fatah, *Produk-Produk Lembaga...*, hlm. 103-104.

¹⁰² Abdul Aziz, *Manajemen Risiko Pembiayaan...*, hlm. 90.

kerjasama usaha antara dua pihak dimana bank syariah (*shahibul maal*) menyediakan seluruh 100% modal, sedangkan nasabah bertindak sebagai pengelola dana (*mudharib*). Adanya permasalahan yang telah dipaparkan sebelumnya, maka bank akan melakukan strategi pemasaran. Adapun salah satu strategi pemasaran yang digunakan adalah promosi.

Promosi adalah upaya memperkenalkan jasa atau produk agar dapat dikenal dan diterima oleh publik. Kegiatan promosi membutuhkan biaya untuk menjalankan rencana yang telah ditentukan yang disebut dengan biaya promosi. Pada faktor yang mempengaruhi tingkat keuntungan ROA ada pengendalian biaya-biaya, dan salah satu faktor yang dapat dikendalikan suatu perusahaan adalah biaya promosi.¹⁰³ Biaya promosi dalam penelitian ini sebagai variabel moderasi. Biaya promosi adalah pengorbanan ekonomi yang menjadi beban suatu perusahaan untuk melakukan promosinya.¹⁰⁴

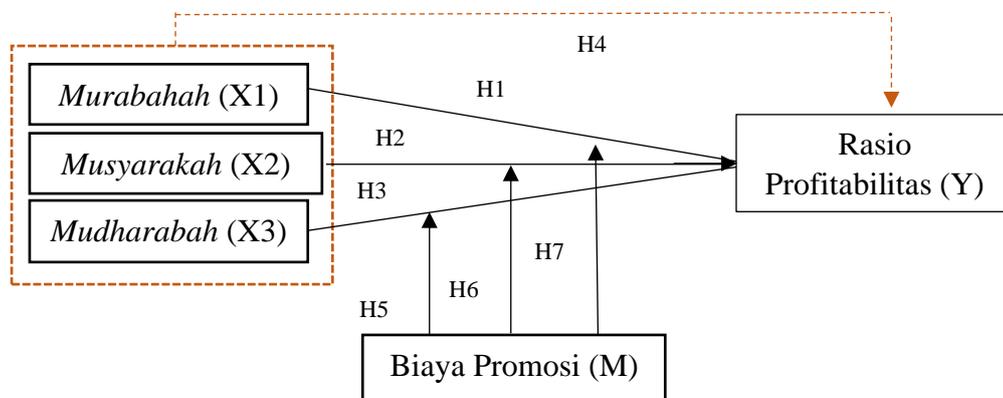
Biaya promosi dapat memperkuat hubungan antara pembiayaan *murabahah* rasio profitabilitas yaitu perusahaan dalam mengeluarkan biaya promosi untuk iklan, promosi penjualan, atau kampanye pemasaran yang bertujuan untuk meningkatkan kesadaran pelanggan dan minat terhadap produk atau layanannya, maka akan meningkatkan penjualan produk atau layanan perusahaan dalam hal ini peningkatan produk pembiayaan *murabahah*. Menurut Freddy semakin besar jumlah penjualan yang dihasilkan perusahaan, maka besar kemungkinan laba yang akan dihasilkan perusahaan.¹⁰⁵

¹⁰³ Andrianto dan Anang Firmansyah, *Manajemen Bank Syariah...*, hlm. 196

¹⁰⁴ Freddy Rangkuti, *Strategi Promosi ...*, hlm. 56.

¹⁰⁵ *Ibid.*, hlm. 58.

Biaya promosi juga dapat memperlemah hubungan antara pembiayaan *murabahah* dan ROA yaitu biaya promosi yang telah ditentukan perusahaan mengeluarkan biaya tambahan tanpa peningkatan yang signifikan dalam penjualan atau pendapatannya, akan menambah beban keuangan perusahaan. Menurut sutrisno keuntungan yang besar jika biaya yang dikeluarkan bank lebih kecil dibandingkan dengan pendapatannya.¹⁰⁶



Gambar 2. 4 Kerangka Pemikiran

Pengaruh Secara Parsial	=	—————
Pengaruh Secara Simultan	=	-----

D. Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan suatu ide untuk mencari fakta yang harus dikumpulkan. Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan.¹⁰⁷ Jawaban tersebut dipilih berdasarkan teori dan

¹⁰⁶ Sutrisno, *Perbankan Syariah ...*, hlm. 36.

¹⁰⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta CV, 2022), hlm. 63

penelitian terdahulu. Hipotesis juga disebut sebagai dugaan sementara, yang berarti hasilnya dapat diterima ataupun ditolak.

Berdasarkan penelitian terdahulu dan kerangka pemikiran yang telah dipaparkan di atas, maka dapat menjadi acuan dalam menentukan hipotesis.

Berikut merupakan hipotesis dalam penelitian ini, yaitu:

- H₁ Pembiayaan *Murabahah* (X₁) berpengaruh positif terhadap Rasio Profitabilitas (Y)
- H₂ Pembiayaan *Musyarakah* (X₂) berpengaruh positif terhadap Rasio Profitabilitas (Y)
- H₃ Pembiayaan *Mudharabah* (X₃) berpengaruh positif terhadap Rasio Profitabilitas (Y)
- H₄ Pembiayaan *Murabahah* (X₁), *Musyarakah* (X₂), dan *Mudharabah* (X₃) berpengaruh positif terhadap Rasio Profitabilitas (Y)
- H₅ Biaya Promosi (M) memoderasi pengaruh Pembiayaan *Murabahah* (X₁) terhadap Rasio Profitabilitas (Y)
- H₆ Biaya Promosi (M) memoderasi pengaruh Pembiayaan *Musyarakah* (X₂) terhadap Rasio Profitabilitas (Y)
- H₇ Biaya Promosi (M) memoderasi pengaruh Pembiayaan *Mudharabah* (X₃) terhadap Rasio Profitabilitas (Y)