

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Agama Islam merupakan agama yang universal, karena pembahasan dalam islam meliputi semua aspek dalam kehidupan manusia. Baik tentang ibadah, syariah, maupun akhlak. Syariah islam merangkum semua aspek kehidupan, baik dari segi ibadah maupun muamalah, sebagai berikut :

1. Ibadah merupakan ajaran yang diperlukan untuk menjaga ketaatan dan keharmonisan hubungan antara manusia dengan sang pencipta. Dengan beribadah, maka manusia akan selalu ingat pada Allah SWT. Islam itu universal karena ajarannya tidak hanya digunakan pada zaman tertentu, akan tetapi ajarannya untuk segala zaman, mulai dari awal kehidupan hingga akhir zaman.
2. Muamalah diperlukan untuk menjaga hubungan dan keharmonisan antarmanusia serta mengatur kehidupan di dunia. Universal dari ajaran islam ini tampak pada syariah yang terkait dengan muamalah. Karena dalam muamalah, Islam tidak membedakan antar umat muslim dan nonmuslim. Misalnya dalam perdagangan, islam tidak melarang umatnya untuk bertransaksi dengan agama lainnya.¹

Pada masa Rasulullah, secara umum bank adalah lembaga yang melaksanakan tiga fungsi utama yang menerima simpanan uang, meminjamkan uang dan memberikan jasa pengiriman uang. Didalam sejarah perekonomian umat islam pembiayaan yang dilakukan dengan akad yang sesuai syariah telah menjadi bagian dari tradisi umat Islam sejak zaman Rasulullah. Praktek-praktek ini meliputi: menerima penitipan harta,

¹ Ismail, Perbankan Syariah (Jakarta: Kencana, 2011), hlm. 3-4.

meminjamkan uang untuk keperluan konsumsi dan keperluan bisnis, serta melakukan pengiriman uang telah lazim dilaksanakan sejak zaman Rasulullah.

Munculnya Bank Islam atau Bank Syaria'ah dilatarbelakangi oleh terjadinya krisis ekonomi dan moneter pada tahun 1997-1998 yang kemudian dikeluarkanlah Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 tentang perubahan atas Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992 tentang Perbankan, yang isinya mengatur peluang usaha syariah bagi bank konvensional, perbankan syariah mulai mengalami perkembangan dengan berdirinya Bank Syariah Mandiri (BSM) pada tahun 1999 dan Unit Usaha Syariah (UUS) Bank BNI pada tahun 2000 serta bank-bank syariah dan UUS lain pada tahun-tahun berikutnya. Sepuluh tahun setelah UU Nomor 10 tersebut terbit, pemerintah bersama Dewan Perwakilan Rakyat Indonesia mengeluarkan UU Nomor 20 tentang Sukuk dan UU Nomor 21 tentang Perbankan Syariah pada tahun 2008. Kedua UU tersebut telah ikut mendorong perkembangan perbankan syariah. Sampai akhir Desember 2013, terdapat 11 bank syariah dan 24 UUS dengan perkembangannya yang baik.²

Oleh karena bunga secara hukum fiqih dikategorikan riba yang berarti haram, disejumlah Negara Islam dan berpenduduk mayoritas islam mulai berfikir untuk mendirikan lembaga bank alternatif non ribawi. Usaha modern pertama untuk mendirikan bank pertama yang tanpa bunga pertama kali dilakukan di Malaysia pada pertengahan tahun 1940-an, eksperimen lain yang dilakukan di Pakistan pada akhir tahun 1950-an dimana suatu lembaga perkreditan tanpa bunga didirikan dipedesaan Negara itu. Namun pendirian bank syariah yang paling sukses dan inovatif dimasa modern ini dilakukan di Mesir pada tahun 1963 dengan berdirinya Mitt Ghamr Local Saving Bank.

² Ikatan Bankir Indonesia, *Mengelola Bank Syariah* (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2014), hlm. 5.

Bank syariah adalah bank yang melaksanakan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah, yaitu aturan perjanjian berdasarkan hukum islam antara bank dan pihak lain untuk menyimpan dana atau pembiayaan kegiatan usaha, atau kegiatan lainnya yang dinyatakan sesuai dengan syariah.

Bank syariah berbeda dengan bank konvensional. Perbedaan umumnya terletak pada landasan operasi yang digunakan. Bank konvensional beroperasi berlandaskan bunga, bank syariah beroperasi berlandaskan bagi hasil, ditambah dengan jual beli dan sewa. Hal ini didasarkan pada keyakinan bahwa bunga mengandung unsur riba yang dilarang oleh agama islam. Sistem bagi hasil yang digunakan bank syariah merupakan sistem ketika peminjam dan yang meminjamkan berbagi dalam risiko dan keuntungan dengan pembagian sesuai kesepakatan antara kedua belah pihak.³

Di Indonesia, bank syariah pertama baru lahir tahun 1991 dan beroperasi secara resmi tahun 1992. Padahal, pemikiran mengenai hal ini sudah terjadi sejak dasawarsa 1970-an. Menurut Dawam Raharjo, saat memberikan Kata Pengantar buku Bank Islam Analisa Fiqih dan Keuangan penghalangnya adalah faktor politik, yaitu bahwa pendirian bank Islam dianggap sebagai bagian dari cita-cita mendirikan Negara Islam.

Pada tanggal 6 oktober 2009 Bank Panin syariah mendapatkan izin usaha dari Bank Indonesia sebagai bank umum berdasarkan prinsip syariah berdasarkan surat keputusan Gubernur BI No. 11/ 52/ KEP. GBI/ DpG/ 2009. Dan setelah bersiap diri serta mengembangkan sarana dan prasarana Bank Panin Syariah mulai beroperasi sebagai bank umum syariah pada tanggal 2 Desember 2009 dengan status BUS ini Bank Panin Syariah

³ Veithzal Rivai, Bank And Financial Institution Management Conventional & Sharia System (Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2007), hlm. 733.

siap untuk merentangkan sayapnya lebih lebar dan terbang lebih tinggi serta menjangkau lebih luas.⁴

Namun, sejak 2000-an, setelah terbukti keunggulan bank syariah (bank Islam) dibandingkan bank konvensional antara lain, Bank Muamalat tidak memerlukan suntikan dana, ketika bank-bank konvensional menjerit minta Bantuan Likuiditas Bank Indonesia (BLBI) ratusan triliun akibat negatif spread bank-bank syariah pun bermunculan di Indonesia.

Pembiayaan murabahah adalah dalam prinsip akad syariah termasuk dalam prinsip akad jual beli. Saat ini, produk perbankan syariah murabahah adalah yang paling pesat perkembangannya. Murabahah berasal dari kata *ribh'u* (keuntungan), yang dapat didefinisikan sebagai produk perbankan syariah berdasarkan prinsip jualbeli, dimana harga jualnya terdiri atas harga pokok barang ditambah nilai keuntungan yang disepakati. Karena pada definisi tersebut disebut adanya keuntungan yang disepakati, maka karakteristik murabahah adalah penjual harus memberitahu pembeli tentang harga pembelian dari barang tersebut dan menyatakan jumlah keuntungan yang ditambahkan pada biaya tersebut. Pada murabahah penyerahan dilakukan pada saat transaksi sementara pembayarannya dilakukan secara tunai, tangguh atau dicicil.

Biaya pemasaran adalah semua biaya yang sejak saat produk selesai diproduksi dan disimpan dalam gudang sampai dengan produk tersebut berubah kembali dalam bentuk uang tunai (Mulyadi, 1991 : 529).⁵ Menurut Kusnadi, dkk dalam bukunya *Akuntansi Manajemen Komprehensif, Tradisional dan Kontemporer*, biaya pemasaran

⁴<https://www.google.com/search?sejarah+bank+panin+syariah.html>. Diakses pada tanggal 14 Maret 2018, pukul 16.15 WIB.

⁵ Mulyadi. 1991. *Akuntansi Biaya*. Yogyakarta: Aditya Media.

adalah biaya yang dibebankan (segala pengeluaran) didalam penjualan suatu barang atau jasa dari keluarnya barang sampai ketangan pembeli.⁶ Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa biaya pemasaran adalah semua biaya yang telah terjadi dalam rangka memasarkan produk atau barang dagangan, dimana biaya tersebut timbul dari saat produk atau barang dagangan siap dijual sampai dengan di terimanya hasil penjualan menjadi kas.

Dalam penelitian ini, laba yang diteliti oleh penulis adalah Laba Bersih. Menurut Nasution & Lisa (2013:4), Laba bersih merupakan selisih positif antara total pendapatan dengan total biaya. Sehingga besarnya jumlah laba yang diperoleh perusahaan tergantung kepada kedua pos tersebut.⁷ Menurut Wild, Subramanyam, dan Halsey (2005:25) dalam (Putra, 2012:6), laba bersih merupakan laba dari bisnis perusahaan yang sedang berjalan setelah bunga dan pajak.⁸ Menurut Hery (2013:46), laba bersih berasal dari transaksi pendapatan, beban, keuntungan dan kerugian. Transaksi-transaksi ini diikhtisarkan dalam laporan laba rugi. Laba dihasilkan dari selisih antara sumber daya masuk (pendapatan dan keuntungan) dengan sumber daya keluar (beban dan kerugian) selama periode waktu tertentu.⁹ Adapun Laporan Keuangan Pada Bank Panin Syariah Periode 2014-2016 adalah sebagai berikut :¹⁰

UIN
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

⁶ Kusnadi, dkk. 2001. Akuntansi Manajemen Komprehensif, Tradisional, dan Kontemporer. Malang: Universitas Brawijaya.

⁷ Nasution & Lisa. 2013. Pengaruh Biaya Operasional Terhadap Laba Bersih Pada Bank Swasta Nasional Yang Terdapat di Bursa Efek Indonesia. hlm. 4.

⁸ Putra, M.P. 2012. Analisis Penggunaan Hutang Terhadap Profitabilitas Pada Perusahaan. Medan. hlm. 6.

⁹ Simamora, Henry. 2013. Pengantar Akuntansi II. Jakarta : BumiAksara. hlm. 46.

¹⁰ https://www.idx.co.id/laporan_keuangan.

Tabel 1.1
Laporan Keuangan Bank Panin Syariah
Periode 2015 – 2017

(Data Dalam Jutaan Rupiah)

Periode		Pembiayaan Murabahah		Biaya Pemasaran		Laba Bersih	
Tahun 2015	Triwulan 1	616.956	↓	548	↓	18.474	↑
	Triwulan 2	617.349	↑	1.023	↑	25.054	↑
	Triwulan 3	497.815	↓	2.232	↑	38.038	↑
	Triwulan 4	531.892	↑	3.578	↑	50.103	↑
Tahun 2016	Triwulan 1	568.201	↑	579	↓	1.275	↓
	Triwulan 2	693.557	↑	1.628	↑	6.186	↑
	Triwulan 3	956.729	↑	2.560	↑	14.702	↑
	Triwulan 4	1.124.911	↑	4.193	↑	21.069	↑
Tahun 2017	Triwulan 1	1.328.554	↑	1.361	↓	7.860	↓
	Triwulan 2	1.491.194	↑	4.467	↑	14.050	↑
	Triwulan 3	1.433.200	↓	7.151	↑	16.441	↑
	Triwulan 4	1.213.428	↓	9.283	↑	(968.851)	↓

Sumber : [www.idx.co.id/laporan keuangan](http://www.idx.co.id/laporan%20keuangan)

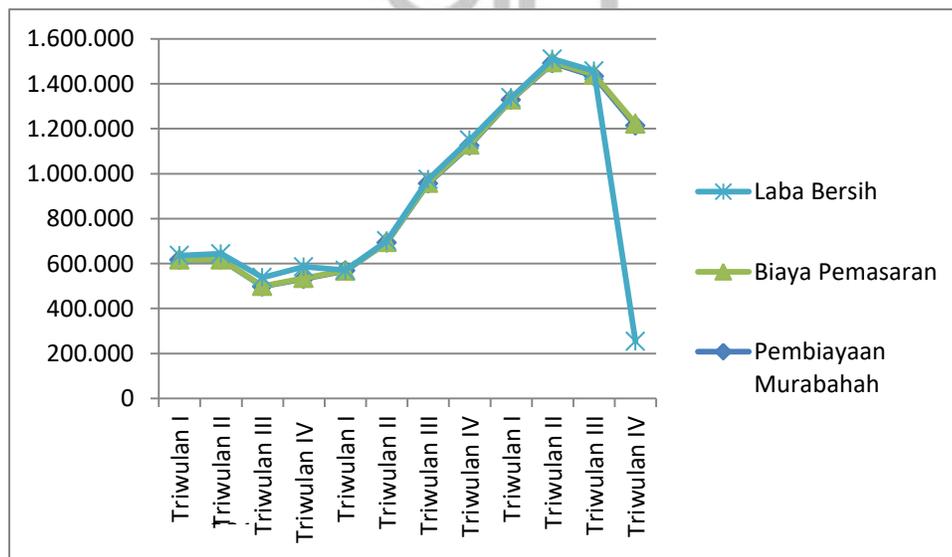
Pemasaran penjualan merupakan serangkaian teknik yang digunakan untuk mencapai sasaran-sasaran penjualan/pemasaran dengan menggunakan biaya yang efektif, dengan memberikan nilai tambah pada produk atau jasa baik kepada para perantara maupun pemakai langsung, biasanya tidak dibatasi dalam jangka waktu tertentu. Jika biaya pemasaran dan teknik yang dilakukan efektif akan berdampak pada pembiayaan murabahah yang meningkat, sehingga didapatkan kenaikan laba bersih sesuai dengan target yang telah ditentukan manajer.

Salah satu tujuan perusahaan berfokus pada kemampuan perusahaan yang bersangkutan untuk memperoleh laba atas biaya yang dikeluarkan. Informasi tentang perencanaan dan pengawasan usaha pemasaran perusahaan dapat meningkatkan efektifitas penjualan yang nantinya akan meningkatkan laba perusahaan, sesuai dengan tujuan awal perusahaan didirikan.

Pada triwulan ke satu tahun 2015 pembiayaan murabahah sebesar 616.956 dan biaya pemasaran sebesar 548, sedangkan laba bersih sebesar 18.474. Pada triwulan ke tiga tahun 2015 pembiayaan murabahah sebesar 497.815 dan biaya pemasaran sebesar 2.232, sedangkan laba bersih sebesar 38.038. Pada triwulan kesatu tahun 2016 pembiayaan murabahah sebesar 568.201 dan biaya pemasaran sebesar 579, sedangkan laba bersih sebesar 1.275. Hal tersebut menunjukkan terdapat perbedaan jumlah yang sangat besar antara ketiga variabel terutama pada pembiayaan murabahah terhadap laba bersih. Pada triwulan kesatu tahun 2017 Pembiayaan Murabahah sebesar 1.328.554 dan biaya pemasaran sebesar 1.361, sedangkan Laba Bersih sebesar 7.860. Pada triwulan ketiga Pembiayaan Murabahah sebesar 1.433.200, biaya pemasaran sebesar 7.151, sedangkan Laba Bersih 16.441. Pada triwulan keempat paling mengalami masalah karena Biaya Pemasaran sebesar 9.283 sedangkan Laba Bersih -968.851.

Adapun Laporan Keuangan Bank Panin Syariah apabila berdasarkan fluktuasinya dari periode 2015 sampai 2017 dapat dilihat pada grafik dibawah ini :

Grafik 1.1
Laporan Keuangan Bank Panin Syariah
Periode 2015 – 2017



Pada triwulan kesatu dan ketiga tahun 2015, triwulan kesatu tahun 2016, dan pada triwulan kesatu, ketiga, dan keempat ditahun 2017 terdapat perbedaan arah kenaikan dan penurunan antara pembiayaan murabahah dengan laba bersih, terutama pada triwulan keempat tahun 2017 perusahaan mengalami rugi bersih sebesar Rp. 968.851, hal ini menunjukkan terdapat masalah dalam perusahaan yang bersangkutan. Untuk mengetahui dan mempelajari kondisi tersebut maka saya melakukan penelitian dengan judul: **“PENGARUH PEMBIAYAAN MURABAHAH DAN BIAYA PEMASARAN TERHADAP LABA BERSIH DI BANK PANIN SYARIAH PERIODE 2015-2017”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan Latar Belakang Diatas dapat diambil rumusan masalah Sebagai berikut:

1. Seberapa Besar pengaruh Pembiayaan Murabahah terhadap Laba Bersih di PT. Bank Panin Syariah, Tbk. secara parsial ?
2. Seberapa Besar pengaruh Biaya Pemasaran terhadap Laba Bersih di PT. Bank Panin Syariah, Tbk. secara parsial ?
3. Seberapa Besar pengaruh Pembiayaan Murabahah dan Biaya Pemasaran terhadap Laba Bersih di PT. Bank Panin Syariah, Tbk. secara simultan ?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan Rumusan Masalah diatas dapat diambil tujuan masalah sebagai berikut:

1. Untuk mengamati, menganalisis, dan mengetahui sejauh manakah pengaruh Pembiayaan Murabahah terhadap Laba Bersih di PT. Bank Panin Syariah, Tbk. secara parsial.
2. Untuk mengamati, menganalisis, dan mengetahui sejauh manakah pengaruh Biaya Pemasaran Murabahah terhadap Laba Bersih di PT. Bank Panin Syariah, Tbk. secara parsial.
3. Untuk mengamati, menganalisis, dan mengetahui sejauh manakah pengaruh Pembiayaan Murabahah dan Biaya Pemasaran terhadap Laba Bersih di PT. Bank Panin Syariah, Tbk. secara simultan.

D. Kegunaan Penelitian

Dengan tercapainya maksud dan tujuan penelitian di atas, dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan nilai yang berguna sebagai berikut:

1. Kegunaan Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan yang berkaitan dengan biaya pemasaran, laba bersih, dan pembiayaan murabahah yang terdapat pada Bank.

2. Kegunaan Praktis

- a. Bagi Universitas

Bagi Universitas diharapkan dapat berguna bagi pihak universitas, sebagai kumpulan referensi buat skripsi yang akan datang.

b. Bagi Penulis

Penelitian ini dapat menambah wawasan dan pengalaman dalam bidang penelitian dan merupakan wujud dari aplikasi ilmu pengetahuan yang didapat selama perkuliahan.

