

Pengaruh Pendapatan Murabahah dan Beban Promosi terhadap Laba Operasional PT Bank Muamalat Indonesia Periode Tahun 2013-2017

The Effect Of Murabahah Income And Promotional Loads On Operational Profits Of Pt Bank Muamalat Indonesia 2013-2017 Period

¹Anisa Fitri Eka Mulyani

¹*Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam Bandung,
Jl. Tamansari No.1 Bandung 40116
Email: fitri.anisa57@yahoo.co.id*

Abstract. One way to find out how efficient and effective a company is in conducting its operations can be seen from operating profits. Operating Income measures the performance of fundamental business operations carried out by a company and is derived from gross profit less operating expenses. Good corporate earnings growth reflects that the company's performance is also good. This study aims to look at the effect of murabahah income and promotion costs on operating profit. The variable used is murabahah income, which is income from the difference in price deferred from a sale and purchase transaction that states the acquisition price. Promotion Expenses are costs incurred during the period 2013-2017. Operating profit is income or profit that comes from all the main activities of the company in a certain period of time. The analysis in this study used the test method of multiple regression analysis, t test analysis (partial), and F test analysis (simultaneous). The results of the study show that murabahah income has a positive effect on operating income, while the promotion burden has a negative effect on operating profit.

Keywords: Murabahah Income, Promotion Expenses, Operating Income

Abstrak. Salah satu cara untuk mengetahui seberapa efisien dan efektif perusahaan dalam melakukan aktivitas operasinya, dapat dilihat dari laba operasi. Laba Operasi mengukur kinerja operasi bisnis fundamental yang dilakukan oleh sebuah perusahaan dan didapat dari laba kotor dikurangi beban operasi. Pertumbuhan laba perusahaan yang baik mencerminkan bahwa kinerja perusahaan juga baik. Penelitian ini bertujuan untuk melihat pengaruh pendapatan murabahah dan beban promosi terhadap laba operasional. Variabel yang digunakan yaitu pendapatan murabahah adalah pendapatan dari selisih harga yang ditanggung atas transaksi jual beli yang menyatakan harga perolehannya. Beban Promosi adalah biaya yang dikeluarkan selama periode tahun 2013-2017. Laba operasional adalah pendapatan atau keuntungan yang berasal dari seluruh kegiatan utama perusahaan dalam kurun waktu tertentu. Analisis dalam penelitian ini menggunakan metode uji analisis regresi berganda, analisis uji t (parsial), dan analisis uji F (simultan). Hasil dari penelitian menunjukkan pendapatan murabahah berpengaruh positif terhadap laba operasional, sedangkan beban promosi berpengaruh negative terhadap laba operasional.

Kata kunci: Pendapatan Murabahah, Beban Promosi, Laba Operasional

A. Pendahuluan

Bank syariah merupakan lembaga keuangan syariah, yang berorientasi pada laba (profit). Laba tersebut untuk mempertahankan kelangsungan hidup Bank syariah secara terus menerus. Untuk memaksimalkan laba, maka perusahaan harus bisa merencanakan dan mengendalikan dengan baik faktor yang dapat mempengaruhi laba operasional, yaitu pendapatan dan beban promosi.

Selain keuntungan yang didapat oleh perbankan syariah, adapula biaya-

biaya yang dikeluarkan seperti beban promosi. Beban promosi adalah sejumlah biaya yang dikeluarkan untuk usaha meningkatkan penjualan perusahaan dalam menjalankan berbagai kegiatan seperti memperbaiki dan memperluas penyaluran produknya dan meningkatkan pelayanan pada konsumen (Basu Swastha: 234). Dalam perhitungan laba rugi, besarnya biaya akan mengurangi laba atau menambah rugi perusahaan (Kuswandi: 2017). Beban Promosi ini masuk pada beban operasional sehingga semakin besar

beban promosi suatu perusahaan, akan semakin rendah pendapatan operasionalnya.

Salah satu cara untuk mengetahui seberapa efisien dan efektif perusahaan dalam melakukan aktivitas operasinya, dapat dilihat dari laba operasi. Laba Operasi mengukur kinerja operasi bisnis fundamental yang dilakukan oleh sebuah perusahaan dan didapat dari laba kotor dikurangi beban operasi. Pertumbuhan laba perusahaan yang baik mencerminkan bahwa kinerja perusahaan juga baik. Semakin tinggi laba yang dicapai perusahaan, mengindikasikan semakin baik kinerja perusahaan. Dengan demikian apabila rasio keuangan perusahaan baik, maka pertumbuhan laba perusahaan juga baik (Stice, Skousen, 2004:234).

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka perumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana perkembangan pendapatan murabahah pada Bank Muamalat Indonesia?
2. Bagaimana perkembangan beban promosi pada Bank Muamalat Indonesia?
3. Bagaimana perkembangan laba operasional pada Bank Muamalat Indonesia?
4. Sejauh mana pengaruh pendapatan murabahah dan beban promosi terhadap laba operasional secara parsial maupun simultan pada Bank Muamalat Indonesia?
5. Selanjutnya, tujuan dalam penelitian ini diuraikan dalam pokok-pokok sbb.
6. Perkembangan pendapatan murabahah pada Bank Muamalat Indonesia.
7. Perkembangan beban promosi pada Bank Muamalat Indonesia.
8. Perkembangan laba operasional pada Bank Muamalat Indonesia.
9. Perkembangan pada pengaruh pendapatan murabahah dan beban promosi terhadap laba operasional baik secara parsial maupun simultan pada Bank Muamalat Indonesia.

B. Landasan Teori

Menurut Kasmir (2002:223), “Murabahah adalah kegiatan jual beli pada harga pokok dengan tambahan keuntungan yang disepakati. Dalam hal ini penjual harus terlebih dahulu memberitahukan harga pokok yang dibeli ditambah keuntungan yang diinginkannya.” Menurut Freddy Rangkutu (2009:205) Biaya promosi adalah “Biaya pemasaran atau penjualan yang meliputi seluruh biaya yang diperoleh untuk menjamin pelayanan konsumen dan menyampaikan produk jadi atau jasa ke tangan konsumen”. Biaya promosi ini ditentukan perusahaan dengan cara menjumlahkan seluruh biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk melaksanakan promosi barang atau produknya. Secara harfiah biaya promosi dapat diartikan biaya atau sejumlah pengorbanan yang dikeluarkan oleh perusahaan dalam menjalankan kegiatan pemasaran perusahaan khususnya dalam hal pelaksanaan promosi. Biaya promosi ini secara langsung dapat mempengaruhi terhadap volume penjualan yang diperoleh perusahaan. Semakin tinggi biaya promosi yang dikeluarkan perusahaan, maka akan semakin tinggi pula volume penjualan yang diperoleh perusahaan.

Menurut Munawir S. (2002:47), bahwa laba operasional adalah selisih antara pendapatan yang telah direalisasi dengan biaya yang terjadi untuk mendapatkan pendapatan tersebut. penentuan target besarnya laba ini penting guna mencapai tujuan perusahaan secara keseluruhan. Di samping itu, dengan adanya target yang

harus dicapai, pihak manajemen termotivasi untuk bekerja secara optimal. Hal ini penting karena pencapaian laba ini merupakan salah satu ukuran keberhasilan perusahaan dalam menjalankan aktivitasnya, sekaligus ukuran kinerja pihak manajemen ke depan. Kemudian, bagi pihak manajemen, perolehan laba perusahaan tidak hanya sekedar laba saja, tetapi harus memenuhi target yang telah ditetapkan. Artinya ada jumlah angka baik dalam unit maupun dalam rupiah yang harus dicapai oleh manajemen suatu perusahaan setiap periodenya. Laba perusahaan dipengaruhi oleh berbagai faktor, baik yang bersifat mendukung, peningkatan laba maupun yang dapat mengurangi laba, adapun faktor-faktor tersebut adalah:

1. Pendapatan, meliputi penghasilan bunga dan penghasilan operasional lainnya yang memberikan nilai pendapatan bersih, yang bersifat mendukung peningkatan laba.
2. Biaya Tenaga kerja, seluruh pengeluaran untuk biaya hidup pegawai, direksi, dan para komisaris baik untuk gaji, uang lembur, jaminan-jaminan sosial, tunjangan-tunjangan dan kesejahteraan lainnya, baik berbentuk natura maupun pengeluaran-pengeluaran lain untuk kepentingan pegawai bank.
3. Biaya bunga, adalah biaya atas dana-dana bank seperti bunga deposito, bunga tabungan, jasa giro dan bunga pinjaman pada bank Indonesia (bunga kredit likuidasi), bunga pinjaman antar bank (call money) dan bunga pinjaman pada pihak ketiga lainnya yang bukan bank.
4. Biaya administrasi dan umum adalah merupakan biaya-biaya

untuk mendukung kegiatan operasional suatu bank.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Berikut adalah penelitian mengenai pengaruh pendapatan murabahah dan beban promosi terhadap laba operasional Bank Muamalat Indonesia, yang diuji menggunakan spss analisis regresi linier berganda

Tabel 1. Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Coefficients ^a		Standar dized Coefficients	t	Sig.
	Unstandardized Coefficients	Std. Error			
1					
(Constant)	13,734	21,473		,640	,531
Pendapatan Murabahah (X1)	1,339	,560	,839	2,393	,029
Beban Promosi (X2)	-,413	,474	-,306	-,872	,396

a. Dependent Variable: Laba Operasional (Y)

Hasil dari analisis pengaruh pendapatan dan beban promosi terhadap laba operasional Bank Muamalat Indonesia secara parsial adalah Hasil analisis statistik variabel Pendapatan Murabahah diketahui bahwa Murabahah memiliki nilai koefisien regresi sebesar 1,339 dengan nilai signifikansi sebesar 0,029. Tingkat signifikansi yang dihasilkan lebih kecil dibandingkan taraf signifikansi yang diharapkan (0,05) yaitu $0,029 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Pendapatan Murabahah berpengaruh positif dan signifikan terhadap Laba Operasional Bank Muamalat Indonesia.

Sedangkan Hasil analisis statistik variabel Beban Promosi dapat dilihat bahwa memiliki nilai koefisien sebesar -0,413, dengan nilai signifikansi sebesar 0,396. Tingkat signifikansi yang dihasilkan lebih besar dibandingkan taraf signifikansi yang diharapkan (0,05) yaitu $0,396 > 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa variabel

Beban Promosi tidak berpengaruh terhadap Laba Operasional Bank Muamalat Indonesia. Sehingga hipotesis yang berbunyi "Beban Promosi berpengaruh positif terhadap Laba Operasional" ditolak.

Dari hasil analisis pengaruh pendapatan murabahah dan beban promosi terhadap laba operasional Bank Muamalat Indonesia secara simultan dapat dilihat dari uji anova atau uji F

Tabel 2. Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regres sion	69407, 798	2	34703, 899	4,77 5	,024 b
	Residu al	116286 ,845	16	7267,9 28		
	Total	185694 ,643	18			

a. Dependent Variable: Laba Operasional (Y)

b. Predictors: (Constant), Beban Promosi (X2), Pendapatan Murabahah (X1)

Hasil analisis statistik pada penelitian ini dilihat dari tabel uji F yaitu dengan hasil F hitung sebesar 4.775 dengan nilai signifikansi F hitung sebesar 0,024. Hasil tersebut menunjukkan bahwa model penelitian ini bisa digunakan untuk menjelaskan variabel dependen yaitu Laba Operasional, karena nilai signifikansi F (0,024) < 0,05 maka memenuhi ketentuan *goodness of fit model* Yang memiliki arti Pendapatan Murabahah dan Beban Promosi berpengaruh positif terhadap laba operasional secara parsial.

Dari tabel koefisien determinasi, diperoleh nilai 0,295. Hal ini dapat diartikan bahwa variabel independen mempengaruhi variabel dependen sebesar 29,5% sedangkan 70,5% dijelaskan oleh variabel lain di luar model. Hal ini berarti masih banyak faktor-faktor lainnya yang

mempengaruhi Laba Operasional seperti Pendapatan Istishna, Pendapatan Mudharabah, Pendapatan Murabahah, Beban Tenaga Kerja dan lain-lain.

D. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan dalam penelitian ini, peneliti menyimpulkan beberapa hasil penelitian sebagai berikut:

1. Berdasarkan analisis regresi linear berganda dapat disimpulkan hasil penelitian yaitu Pendapatan Murabahah berpengaruh positif terhadap Laba operasional. Hasil analisis menunjukkan bahwa nilai signifikansi yang dihasilkan lebih kecil dari tingkat signifikansi yang disyaratkan yaitu $0,029 < 0,05$ dengan arah koefisien regresi positif sebesar 1,339. Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang menyatakan Pendapatan Murabahah berpengaruh positif terhadap Laba Operasional.
2. Berdasarkan hasil penelitian lainnya melalui analisis regresi linier berganda yaitu Beban Promosi tidak berpengaruh terhadap Laba Operasional. Hal ini dapat dilihat dari hasil analisis yang menunjukkan bahwa nilai signifikansi yang dihasilkan lebih besar dari tingkat signifikansi yang disyaratkan yaitu $0,396 > 0,05$ dengan arah koefisien negative sebesar -0,413. Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang menyatakan Beban Promosi berpengaruh positif terhadap Pendapatan Murabahah ditolak.
3. Sedangkan pengaruh pendapatan murabahah dan beban promosi terhadap laba operasional secara simultan dari

hasil analisis statistik pada penelitian ini dilihat dari tabel koefisien determinasi, diperoleh nilai 0,295. Hal ini dapat diartikan bahwa variabel independen mempengaruhi variabel dependen sebesar 29,5% sedangkan 70,5% dijelaskan oleh variabel lain di luar model. Hal ini berarti masih banyak faktor-faktor lainnya yang mempengaruhi Laba Operasional seperti Pendapatan Istishna, Pendapatan Mudharabah, Pendapatan Murabahah, Beban Tenaga Kerja dan lain-lain.

E. Saran

Berdasarkan kesimpulan dan saran yang telah dijelaskan sebelumnya, dapat disampaikan beberapa saran antara lain sebagai berikut:

1. Bagi pihak Bank Muamalat Indonesia Syariah, berdasarkan hasil penelitian diharapkan dapat memperhatikan variabel pendapatan murabahah dalam laba operasional karena faktor tersebut memiliki pengaruh terhadap laba operasional.
2. Bagi peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian dengan topik yang sama disarankan untuk menambahkan variabel lainnya yang belum terdapat dalam penelitian ini. Selain itu, sebaiknya juga menambahkan jumlah sampel penelitian yang tidak hanya Bank Muamalat Indonesia Syariah saja tetapi juga memasukkan unit usaha syariah dan juga bank pembiayaan rakyat syariah.
3. Nilai *adjusted R square* dalam penelitian ini hanya sebesar 29,5% yang berarti masih terdapat 70,5% variabel lain yang memengaruhi Laba operasional

yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Penelitian selanjutnya disarankan untuk menambah variabel yang digunakan dalam penelitian.

Daftar Pustaka

- Basu Swastha. Pengantar Bisnis Modern, Pengantar Ekonomi Perusahaan Modern. Jakarta : Liberty. Hlm. 234
- Kasmir. 2002. Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya. Edisi Revisi 2008. Jakarta: PT. RAJAGRAFINDO PERSADA.
- Kuswandi, dikutip dari <http://jurnal.umrah.ac.id>, diakses pada tanggal 4 November 2018.
- Rangkuti, Freddy. ((2009). Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama
- S. Munawir (2002). Analisis Laporan Keuangan. Yogyakarta: Liberty.
- Stice, Skousen, 2004. Akutansi Keuangan, Edisi 16, jilid 1. Jakarta: Salemba Empat. Hlm 234.